

PROGRAMA DA DISCIPLINA - 2019-2

CÓDIGO: IH 1572 CRÉDITOS: 2	NOME DA DISCIPLINA: Tópicos especiais em Instituições, Mercados e Regulação – Leituras em Sociologia do Consumo
DIA: Sextas-feiras (15 em 15 dias) HORÁRIO: 14:00 às 18:00h	PROFESSORA RESPONSÁVEL: Fátima Portilho

CATEGORIA	() Obrigatória Mestrado () Fundamental Mestrado (x) Específicas de linha de pesquisa	() Obrigatória Doutorado () Fundamental Doutorado () Laboratórios de Pesquisa
-----------	--	--

OBJETIVO DA DISCIPLINA: A disciplina tem por objetivo principal tomar o consumo como campo de investigação das Ciências Sociais, privilegiando, não a crítica social, mas a análise de um fenômeno central em todas as sociedades e fundamental para compreender as transformações do final do século XX e início do XXI. O curso partirá da literatura sobre a emergência da sociedade de consumo, e analisará a construção do consumidor como categoria analítica. Em seguida, abordará os estudos do consumo mais recentes, com ênfase nos estudos da cultura material e das práticas sociais. Finalmente, abordará os processos de politização do consumo.

EMENTA: Se nem todos trabalham e produzem, mas todos consomem, porque, então, pensamos o consumo apenas de forma negativa e crítica, moralmente inferior ao seu oposto, a produção?

Tendo em mente essa provocação inicial e considerando a dificuldade das Ciências Sociais para lidar com problemas fora da esfera da produção, lançaremos mão de enfoques analíticos oriundos da sociologia e da antropologia do consumo para discutir algumas das teorias mais recentes que buscam novas formas de interpretar as sociedades e culturas do consumo.

O consumo, como fenômeno social, pode ser entendido como um campo diversificado de práticas, gostos e valores que engloba tanto bens de luxo, quanto atividades rotineiras de abastecimento do lar; tanto práticas simbólicas, quanto a realização de objetivos sociais; tanto liberdade de escolha e realização de si, quanto normas de comportamento; tanto emulação quanto habilidades específicas. Tal diversidade coloca muitos desafios para a análise e interpretação do fenômeno: como abordá-lo?

A categoria consumo é elusiva e não se refere, necessariamente, à ostentação, individualidade, perda de autonomia e alienação, como nos fazem crer os pressupostos tradicionalmente atribuídos a esta esfera, oriundos, principalmente, da Teoria Crítica. Ao contrário, buscaremos uma abordagem mais complexa e recente sobre o fenômeno do consumo, incluindo a dimensão culturalmente produtiva (produz e reproduz) do ato de consumir. Na esfera do consumo, os objetos da cultura material adquirem sentido; nesta esfera são produzidos e reproduzidos sentimentos de distinção social, identidade e hostilidade cultural, além de sociabilidades e formas de autonomia, resistência, cidadania e participação política.

Um dos focos do curso é, portanto, pensar os diversos usos sociais do consumo e, entre eles, terá destaque seu uso político: em tempos de destradicionalização, globalização e alta reflexividade social, o campo do consumo tem sido percebido e usado como forma de ação política e de materialização de valores éticos e ecológicos, acompanhado por um debate sobre os limites e possibilidades desse uso.

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

Módulo I – O estudo do consumo nas Ciências Sociais – duas aulas

- Introdução aos Estudos do Consumo nas Ciências Sociais
 - Abordagens clássicas e contemporâneas sobre a sociedade de consumo
 - O viés produtivista das Ciências Sociais
 - Cultura de consumo ou sociedade de consumo?
- O surgimento da Sociedade de Consumo
 - A precedência da Revolução do Consumo sobre a Revolução Industrial

Módulo II – A genealogia do consumidor moderno – duas aulas

- Como, quando e porque (ou por que não) passamos a nos identificar como “consumidores”?
- A construção da identidade do consumidor
- Movimentos de consumidores

Módulo III – Abordagens contemporâneas sobre as sociedades e culturas de consumo – duas aulas

- Pierre Bourdieu – Gosto de classe e distinção social
- Mary Douglas – O uso dos bens
- Arjun Appadurai, Kopytoff e Tim Ingold – Biografia social das coisas
- Daniel Miller – Consumo, cultura material e teoria das compras
- Alan Warde e Elisabeth Shove – Práticas sociais de consumo

Módulo IV – A politização do consumo

- Néstor Garcia Canclini – Consumo e cidadania
- Michele Micheletti, Roberta Sassateli, Gert Spaargaren – Consumo e ação política

METODOLOGIA DAS AULAS:

- Aulas expositivas
- Debates com base nas leituras obrigatórias
- Seminários de alunos

FORMA DE AVALIAÇÃO:

- Pontualidade, presença e participação nas aulas
- Resenhas dos textos lidos
- Monografia final baseada nos temas e bibliografias abordados no curso

BIBLIOGRAFIA:

- APPADURAI, Arjun. Introdução: mercadorias e a política de valor. In: APPADURAI, A. (org.). *A vida social das coisas – as mercadorias sob uma perspectiva cultural*. Niterói, EdUFF, 2008, pp. 15-88.
- _____. The Thing Itself. *Public Culture*. Winter 18.1, 2006, pp. 15-21.
- _____. Materiality in the Future of Anthropology. In.: *Commodification: Things, Agency and Identities. (The Social Life of Things Revisited)*. BINSBERGEN, Wim van and GESCHIERE, Peter (Eds.). Berlin/Munster: LIT Verlag, 2005.
- (<http://www.shikanda.net/ethnicity/commodif.htm>);
- (http://www.shikanda.net/topicalities/Commodification_Introduction_Wim_van_Binsbergen.pdf)

- BARBOSA, Livia. *Sociedade de consumo*. Coleção Ciências Sociais Passo a Passo. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editor, 2004.
- BARBOSA, Livia & CAMPBELL, Colin. O estudo do consumo nas ciências sociais contemporâneas. In: Barbosa, L. & Campbell, C. (orgs.). *Cultura, consumo e identidade*. Rio de Janeiro, FGV, 2006, pp.21-44.
- BARBOSA, L.; PORTILHO, F.; DUBEUX, V. & WILKINSON, J. Trust, participation and political consumerism among Brazilian youth. *Journal of Cleaner Production* (2013).
<http://dx.doi.org/10.1016/j.jclepro.2013.08.044>.
- BENJAMIM, Walter. A obra de arte na era da reprodutibilidade técnica. *Magia e Técnica, Arte e Política: ensaios sobre literatura e história da cultura*. São Paulo: Brasiliense, 1994.
- BOSTRÖM, Magnus; MICHELETTI, Michele and OOSTERVEER, Peter (Eds.). *The Oxford Handbook of Political Consumerism*. Oxford, Oxford University Press, 2018.
- BOURDIEU, Pierre. *A distinção: crítica social do julgamento*. Porto Alegre, Zouk, 2008.
- BREWER, John. The error of our ways: historians and the birth of consumer society. *Cultures of Consumption Programme* (ESRC-AHRB) - Working Paper Series N.12, June 2004 (<http://www.consume.bbk.ac.uk/publications.html>)
- CAMPBELL, Colin. *A ética romântica e o espírito do consumismo moderno*. Rio de Janeiro, Rocco, 2001.
- _____. Consumption and the theories of need and want. *Journal of Design History*, v, 11, n. 3. 1998, p. 235-46.
- _____. Eu compro, logo sei que existo: as bases metafísicas do consumo moderno. In: Livia Barbosa & Colin Campbell (Orgs.). *Cultura, Consumo e Identidade*. Rio de Janeiro: FGV Editora, 2006, p.47-64.
- CERTEAU, Michel de. *A invenção do cotidiano – Vol 1 – Artes de fazer*. Petrópolis, Vozes, 1994, p.38-53.
- COCHOY, Franck. Por uma sociologia da embalagem. *Antropolítica – Revista Contemporânea de Antropologia e Ciência Política*. Niterói, PPGA/PPGCP, n. 17, 2004, pp.69-96.
- CANCLINI, Néstor García. *Consumidores e cidadãos - conflitos multi-culturais da globalização*. Rio de Janeiro, UFRJ, 1996.
- COHEN, M. & MURPHY, J. (eds.). *Exploring sustainable consumption: environmental policy and the social sciences*. Oxford, Elsevier Science: 2001.
- CROSS, Gary. *An all-consuming century – why commercialism won in modern America*. New York, Columbia University Press, 2000.
- DOUGLAS, Mary & ISHERWOOD, Baron. *O mundo dos bens – Para uma antropologia do consumo*. Rio de Janeiro, EdUFRJ, 2006. (rever caps para leitura – 3, 4, 5 e 6)
- DOUGLAS, Mary. In defence of shopping. In: FALK, P & CAMPBELL, C. *The shopping experience*. London, SAGE: 1997, pp.15-30.
- EDWARDS, Tim. *Contradictions of consumption – concepts, practices and politics in consumer society*. Buckingham, Open University Press: 2000.
- FALK, Pasi & CAMPBELL, Colin (eds.). *The shopping experience*. London, SAGE: 1997.
- GOMES, Laura Graziela. Madame Bovary ou o consumo moderno como drama social. In: Livia Barbosa & Colin Campbell (Orgs.). *Cultura, Consumo e Identidade*. Rio de Janeiro: FGV Editora, 2006, p.65-88.
- HALKIER, Bente. Consequences of the politicization of consumption: the example of environmentally friendly consumption practices. *Journal of Environmental Policy and Planning*. 1:25-41, 1999.
- HOBSON, Kersty. Bins, bulbs, and shower timers: on the techno-ethics of sustainable living. *Ethics Place and Environment*, 9(3): 2006, 317-336.

- HUNT, Alan. *A governance of the consuming passions. A history of sumptuary law*. New York, St. Martin's Press, 1996.
- INGOLD, T. Trazendo as coisas de volta à vida: emaranhados criativos num mundo de materiais. *Horizontes Antropológicos*, Porto Alegre, v. 18, n. 37, 2012, p. 25 – 44.
- KOPYTOFF, Igor. *A biografia cultural das coisas: a mercantilização como processo*. In: APPADURAI, A. (org.). *A vida social das coisas – as mercadorias sob uma perspectiva cultural*. Niterói, EdUFF, 2008, pp. 89-121.
- LEE, Martyn J. *Consumer culture reborn – the cultural politics of consumption*. London/New York, Routledge: 1993.
- _____. (ed.). *The consumer society reader*. Oxford, Blackwell: 2000.
- MARX, Karl. O fetichismo da mercadoria: seu segredo. *O Capital. Crítica da economia política. Livro Primeiro: O Processo de produção do Capital*. Rio de Janeiro, Ed. Civilização Brasileira, 1998.
- MCCRACKEN, G. *Cultura & consumo – Novas abordagens ao caráter simbólico dos bens e das atividades de consumo*. Rio de Janeiro, Mauad, 2003.
- MENASCHE, Renata & WEDIG, Josiane Carine. Entre o campo e a cidade: o lugar do consumo na mobilidade material e simbólica de jovens rurais. In: PINTO, Michele de Lavra & PACHECO, Janie K. (orgs.). *Juventude, consumo e educação*. Número 2. Porto Alegre, ESPM, 2009, pp.95-112.
- MICHELETTI, Michele. *Political virtue and shopping: individuals, consumerism, and collective action*. New York: Palgrave, 2003.
- MICHELETTI, M.; FOLLESDAL, A. & STOLLE, D. (eds.). *Politics, products, and markets: exploring political consumerism*. New Brunswick/London, Transaction Publishers, 2006.
- MILLER, Daniel (Ed.). *Acknowledging Consumption: A Review of New Studies*. London: Routledge, 1995.
- _____. (ed.). *Material cultures – why some things matter*. Chicago, The University of Chicago Press, 1998.
- _____. *Teoria das compras*. São Paulo: Editora Nobel, 2002.
- _____. Consumo como cultura material. *Horizontes Antropológicos*, Porto Alegre, ano 13, n. 28, p. 33-63, jul./dez. 2007.
- _____. *Consumption and Its Consequences*. John Wiley & Sons, 2013.
- PORTILHO, Fátima. *Sustentabilidade ambiental, consumo e cidadania*. São Paulo, Cortez, 2005.
- _____. Self-attribution of responsibility: consumers of organic foods in a certified street market in Rio de Janeiro/Brazil. *Etnográfica*, 14(3), Outubro de 2010, pp. 549-65.
(Disponível em: <http://www.scielo.oces.mctes.pt/pdf/etn/v14n3/v14n3a08.pdf>).
- _____. Novos atores no mercado: movimentos sociais econômicos e consumidores politizados. *Revista Política e Sociedade*. Dossiê Sociologia Econômica. Vol. 8, No 15, 2009, p.199-224.
(Disponível em: <http://www.periodicos.ufsc.br/index.php/politica/article/view/11799>)
- PORTILHO, Fátima and MICHELETTI, Michele. Politicizing Consumption in Latin America. In: BOSTRÖM, Magnus; MICHELETTI, Michele and OOSTERVEER, Peter (Eds.). *The Oxford Handbook of Political Consumerism*. Oxford, Oxford University Press, 2018, p. 539-557.
- ROCHA, Ângela da & SILVA, Jorge Ferreira da (orgs.). *Consumo na base da pirâmide – Estudos brasileiros*. Rio de Janeiro, Mauad, 2009.
- SAHLINS, Marshall. *Cultura e razão prática*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Ed., 2003.
- SCHOR, Juliet B. & HOLT, Douglas B. *The consumer society*. New York, The New Press, 2000.
- SHOVE, Elizabeth. *Comfort, Cleanliness and Convenience: the Social Organization of Normality*. Berg, Oxford, 2003.
- _____. Beyond the ABC: climate change policy and theories of social change. *Environment and Planning*

- A. 42, 6, pp. 1273-1285, 2010.
- _____. Social theory and climate change: questions often, sometimes and not yet asked. *Theory, Culture and Society*. 27, 2-3, p. 277-288, 2010.
- _____. Putting Practice into Policy: reconfiguring questions of consumption and climate change. *Contemporary Social Science*. 2013, 15 p.
- SHOVE, Elizabeth; PANTZAR, Mika and WATSON, Matt. *The Dynamics of Social Practice: Everyday Life and how it Changes*. SAGE, 2012.
- SCHUDSON, Michael. Citizens, consumers and the good society. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*. 611, May, 2007, pp. 236-249.
- SIMMEL, Georg. Questões fundamentais da sociologia. Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 2006. (Cap. 2 – O nível social e o nível individual - pp. 39 a 58)
- _____. *Filosofia da moda e outros escritos*. Lisboa, Texto e Grafia, 2008. (Caps. Introdução e Filosofia da moda – pp. 09 a 57)
- SLATER, Don. *Cultura do consumo e modernidade*. São Paulo: Editora Nobel, 2001.
- SPAARGAREN, Gert. Theories of practices: Agency, technology, and culture. Exploring the relevance of practice theories for the governance of sustainable consumption practices in the new world-order. *Global Environmental Change* 21 (2011) 813–822.
- STOLLE, D.; HOOGE, M. & MICHELETTI, M. Politics in the supermarket: political consumerism as a form of political participation. *International Political Science Review* 2005. 26 (3): 245-269.
- TRENTMANN, Frank. Beyond consumerism: new historical perspectives on consumption. *Journal of Contemporary History*, 39(3) (2004), pp.373-401.
- TRENTMANN, Frank (ed.). *The making of the consumer: knowledge, power and identity in the modern world*. Oxford/New York, Berg, 2006.
- TRENTMANN, Frank. The modern genealogy of the consumer: meanings, identities and political synapses. In: TRENTMANN, Frank & BREWER, John (eds.). *Consuming cultures, global perspectives: Historical trajectories, transnational exchanges*. Oxford/New York, Berg, 2006.
- TRENTMANN, Frank (org.). *The Oxford Handbook of the History of Consumption*. Oxford, Oxford University Press, 2012.
- TRENTMANN, Frank. *The Empire of things – How we became a world of consumers, from the fifteenth century to the twenty-first*. New York, Harper Perennial, 2016.
- VEBLEN, Thorstein. *A teoria da classe ociosa: um estudo econômico das instituições*. São Paulo, Nova Cultural, 1987. (Caps. I a IV - pp. 13 a 64).
- WARDE, Alan. Introduction to the sociology of consumption. *Sociology*. Special Edition: The sociology of consumption). Vol. 24, Nº 1, February 1990, pp.01-04.
- _____. Consumption and theories of practice. *Journal of Consumer Culture*. Vol. 5(2): 131-53, 2005.
- _____. Consumers, Identity and Belonging – Reflections on some Theses of Zygmund Bauman. In Keat, R., N. Abercrombie and N. Whitely (eds). *The Authority of the Consumer*. Routledge, 1994, London.
- WILKINSON, John. *Contemporary consumers: an interdisciplinary gaze on current debates*. Não publicado.
- ZELIZER, Viviana A. Beyond the polemics on the market: establishing a theoretical and empirical agenda. *Sociological Forum*. v. 3, n. 4, 1988, p. 614-34.
- _____. Multiple markets: multiple cultures. In: SMELSER, Neil & ALEXANDER, Jeffrey (eds.). *Diversity and its discontents: cultural conflict and common ground in contemporary American society*. Princeton, Princeton University Press, 1999.
- _____. *The purchase of intimacy*. Princeton, Princeton University Press, 2005a.
- _____. Culture and consumption. In: SMELSER, Neil & SWEDBERG, Richard (eds.). *The handbook of*

economic sociology. New York, Russel Sage Foundation/Princeton University Press, 2005b, p. 331-54. (Críticas ao modelo de análise da cultura de consumo via teorias da americanização/globalização para descrever a cultura material contemporânea (citado por Trentmann p. o2 e 14).