



Ponto Urbe

Revista do núcleo de antropologia urbana da USP

4 | 2009
Ponto Urbe 4

Consumo, logo existo

Maria Luisa Célia E. de Dios



Edição electrónica

URL: <http://journals.openedition.org/pontourbe/1740>

DOI: 10.4000/pontourbe.1740

ISSN: 1981-3341

Editora

Núcleo de Antropologia Urbana da Universidade de São Paulo

Referência eletrónica

Maria Luisa Célia E. de Dios, « Consumo, logo existo », *Ponto Urbe* [Online], 4 | 2009, posto online no dia 31 julho 2009, consultado o 01 maio 2019. URL : <http://journals.openedition.org/pontourbe/1740> ; DOI : 10.4000/pontourbe.1740

Este documento foi criado de forma automática no dia 1 Maio 2019.

© NAU

Consumo, logo existo

Maria Luisa Célia E. de Dios

REFERENCES

Antropologia & Consumo: diálogos entre Brasil e Argentina.

Débora Krische Leitão, Diana Nogueira de Oliveira Lima & Rosana Pinheiro Machado (organizadoras). Editora Age. 2008, 211 p.



- 1 A obra **Antropologia & Consumo**, organizada por três antropólogas que realizam trabalhos na área do consumo, resulta do simpósio Consumo e Construção de Sujeitos e Bens no Mundo Contemporâneo, realizado no Primeiro Congresso Latino-Americano de Antropologia, em Rosário, Argentina, em 2005. A seleção dos textos e os assuntos abordados apresentam o consumo sob vários aspectos, mostrando o quanto tema é abrangente e como permeia a vida dos sujeitos inseridos numa sociedade urbana contemporânea.
- 2 Os trabalhos reunidos neste livro nos mostram como as questões do consumo se entranham na cultura brasileira, na cidadania, na saúde, nos diferentes estratos sociais e como mobiliza a formação, transformação e consolidação de identidades. As diferentes origens teórico-conceituais e experiências de campo dos quinze autores, brasileiros e

argentinos, resultam em uma obra rica, de temáticas diversificadas e surpreendentes. Os artigos denotam amadurecimento teórico, densidade etnográfica, características que fazem com que o leitor compreenda, através dos textos, de que modo discussões acadêmicas de ponta sobre consumo e as práticas investigadas se imbricam.

- 3 O livro está dividido em cinco capítulos. O capítulo I, Consumo e Cultura Brasileira, traz dois interessantes artigos que abordam o assunto de maneira inusitada. Com o sugestivo título de *O Luxo do povo e o povo do luxo: consumo e valor em diferentes esferas sociais no Brasil*, as autoras Krische Leitão e Pinheiro Machado, tendo como origem duas etnografias aparentemente opostas, investigam o significado da “pirataria” de marcas e griffes de luxo - símbolos de status e poder. E, em contrapartida, a apropriação de itens da cultura popular por profissionais da moda, questionando a democratização das práticas de consumo num país que, segundo as autoras, se pensa híbrido, cordial e aberto à fluidez e à permeabilidade. No segundo artigo *Mais feijoada e samba: notas sobre a cultura negra brasileira*, Rezende Gonçalves e Alves Ribeiro discorrem com ineditismo sobre a questão debatida e polêmica da cultura negra e da cultura brasileira - os limites tênues e inconstantes de ambas - problematizando o assunto por meio da feijoada e do samba, trazendo à tona e pondo em xeque algumas certezas sobre como o local e o global se engendram mutua e continuamente em suas historicidades.
- 4 Já no capítulo II, Consumo e Cidadania na Argentina, Ana Wortman, em seu artigo *Sociedade civil na Argentina pós-crise: a conformação de uma esfera pública paralela*, nos oferece uma excelente análise das complexas e invisíveis conexões da nova conformação cultural que emerge na Argentina (denominada por ela de esfera pública paralela), por meio de determinadas práticas e campos culturais - cinema, música e teatro. De maneira diversa, Pina e Arribas, atentas ao atual momento argentino, refletem sobre o significado e as perspectivas de uma categoria emergente: o cidadão consumidor. No texto *O cidadão consumidor: o nascimento de uma nova categoria*, as autoras versam sobre a intersecção das categorias consumidor e cidadão e como elas propiciam o consumo mais consciente, por meio da abertura de novos espaços reivindicatórios, consequência da implementação do Código de Defesa do Consumidor.
- 5 O tema Consumo e Saúde, do terceiro capítulo, prima pela singularidade com que é tratado pelos autores. O primeiro artigo o aborda por meio de uma etnografia sobre o consumo de imagens fetais numa clínica de ultrassonografia, descrito e analisado brilhantemente pela antropóloga Lílian Chazan. No segundo artigo, Rogério Lopez Azize instaura a discussão sobre os “medicamentos do bem-estar” e “da autoestima”, como são designados os fármacos Prozac, Viagra e Xenical, trabalhando com reportagens, discursos de usuários e de médicos que conceberam o uso desses medicamentos com estilo de vida, ressemantizando a dualidade saúde-doença.
- 6 O capítulo IV, Consumo e Classe Social, propõe-se a retratar o significado do consumo em esferas sociais opostas. O artigo de Sergio Castilho pondera sobre o consumo das classes ditas populares mostrando que, em vez de ser excludente, este é um fator de inclusão e pertencimento dos indivíduos estudados na sociedade envolvente, definindo identidades e dando a conhecer sua visão de mundo. O artigo apresenta dados e conclusões interessantes ainda que, por vezes, exagere no uso de estatísticas.
- 7 Ao ler o artigo de Patrícia Gomensoro, somos arremessados para o lado oposto dessa dimensão social. Etnografando um grupo de degustadores de vinho, Gomensoro, nos dá a conhecer até que ponto o exercício da degustação se torna um emblema que separa os *connaisseurs*, com “percepção esclarecida”, das pessoas comuns: é Bourdieu na prática.

- 8 Fechando a obra, o capítulo Consumo e Identidades Jovens, como o próprio título aponta, discute dimensões simbólicas de práticas dos jovens, relacionadas ao consumo musical em Buenos Aires e ao vestuário na cidade do Rio de Janeiro. A antropóloga argentina Cecília Benedeti traz à baila uma detalhada discussão sobre de que modo o *rock* argentino contemporâneo pode ser pensado como bem de consumo cultural e como espaço de sociabilidade. Ela também trata da resignificação dos valores nesse campo, mostrando como alguns sinais delimitam a identidade dita roqueira em certos grupos de jovens urbanos de Buenos Aires.
 - 9 Abordando o tema dos estilos de vida, Marcela Pias Andrade percorre centros culturais em determinados bairros da capital portenha onde investiga e caracteriza as práticas de consumo cultural desenvolvidas por grupos de jovens de estratos sociais médios. Ela analisa como estas práticas delimitam contornos de gosto, hábitos e estilos de vida.
 - 10 Cidade maravilhosa, morros cariocas, música *funk* e seus figurinos são elementos da temática escolhida por Mylene Mizrahi que etnografa um grupo de jovens participantes de bailes *funk* dos morros do Rio. A autora mostra como estes elementos se imbricam para construir uma identidade jovem urbana por ela denominada de “identidade funqueira”. A novidade introduzida pela autora no artigo reside em sublinhar a importância da análise das características materiais dos objetos, algumas vezes deixadas de lado ao empreendemos estudos sobre os significados simbólicos.
 - 11 Eis a questão: por que ler o livro? Porque nesta coletânea de artigos teórico-práticos, muito bem fundamentados, seus autores resgatam, pelo estudo de inusitadas (e, ao mesmo tempo, triviais) práticas de consumo, a alteridade, a diversidade e a produção de significados, demarcando a perspectiva cultural da construção dos grupos e dos indivíduos investigados; e ligando-os ao aspecto relacional desta construção. Assim, a obra captura os modelos alternativos, as possibilidades de inclusão, a negociação entre os sujeitos, a ressemantização e a cidadania que o consumo adquire na sociedade contemporânea.
-

AUTHOR

MARIA LUISA CÉLIA E. DE DIOS

Mestre em Antropologia Social pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Docente do curso de Design de Moda do Centro Universitário Metodista do IPA da Rede Metodista de Educação do Sul.