

Disciplina: PGCT2024 - Tópicos Especiais em Comunicação e Territorialidades VII

Recorte temático: Consumo e cultura material

Nível: Mestrado e Doutorado

Obrigatória: Não

Linha de Pesquisa: Linha 2 (Estéticas e Linguagens Comunicacionais)

Carga Horária: 60h

Créditos: 4

Horário: Sextas-feiras, das 14h às 18h

Semestre: 2025/2

Professora: Lívia Silva de Souza – livia.souza.37@ufes.br

Currículo Lattes: <http://lattes.cnpq.br/9579821848792166>

EMENTA:

As relações entre cultura material, consumo e comunicação. Os objetos e as práticas de consumo como sistemas simbólicos. Teorias clássicas e contemporâneas sobre materialidade, consumo e cultura midiática. O consumo em abordagens interdisciplinares: Comunicação, Antropologia, Sociologia e Estudos Culturais.

OBJETIVOS:

1. Analisar criticamente as teorias sobre cultura material e consumo no contexto da comunicação.
2. Explorar metodologias de pesquisa sobre objetos e práticas de consumo.
3. Aplicar o método antropológico na pesquisa sobre cultura material, consumo e processos comunicacionais, na perspectiva das territorialidades.

METODOLOGIA:

Aulas expositivas dialogadas; Discussão de textos e análise de casos; Seminários temáticos com apresentação de pesquisas pelos alunos.

AVALIAÇÃO:

1. Participação em debates e seminários (3,0).
2. Resenha crítica de textos (2,0).
3. Trabalho final: ensaio sobre um tema da disciplina (5,0).

CONTEÚDO PROGRAMÁTICO:

A disciplina será constituída por quatro módulos:

Módulo 1 – Cultura material e consumo: fundamentos teóricos

Módulo 2 – Consumo e Comunicação

Módulo 3 – Temas contemporâneos

Módulo 4 – Metodologias de pesquisa em cultura material e consumo

CRONOGRAMA:

Aula 1: 15/08

Apresentação da disciplina, conteúdo programático e critérios de avaliação. Módulo 1: Fundamentos teóricos. 1.1: Cultura material: conceitos e abordagens.

Textos:

APPADURAI, Arjun. **A vida social dos objetos.**

BAUDRILLARD, Jean. **O sistema dos objetos.** São Paulo: Perspectiva, 2012.

Aula 2: 22/08

Módulo 1: Fundamentos teóricos. 1.1: Cultura material: conceitos e abordagens.

Textos:

MILLER, Daniel. **Trecos, troços e coisas.** Capítulo 2.

MILLER, Daniel. **Consumo como cultura material.**

Aula 3: 29/08

Módulo 1: Fundamentos teóricos. 1.2: Teorias do consumo. Consumo como prática cultural.

Textos:

DOUGLAS, Mary e ISHERWOOD, Baron. **O mundo dos bens.**

BOURDIEU, Pierre. **A distinção:** crítica social do julgamento.

Aula 4: 26/09

Módulo 1: Fundamentos teóricos. 1.2: Teorias do consumo. Consumo e identidade.

Texto: CAMPBELL, Colin. **A ética romântica e o espírito do consumismo moderno.**

Aula 5: 03/10

Módulo 1: Fundamentos teóricos. 1.2: Teorias do consumo. Rituais do consumo.

Textos:

MCCRACKEN, Grant. **Cultura e Consumo.**

PEREZ, Maria Clotilde. **Há limites para o consumo?**

Aula 6: 10/10

Módulo 1: Fundamentos teóricos. 1.2: Teorias do consumo. Estratégias e táticas do consumo.

Distribuição dos temas para os seminários.

Texto: CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano.**

Aula 7: 17/10

Módulo 2: Consumo e comunicação. 2.1: Publicidade, marcas e cultura material. A construção simbólica das mercadorias. Marcas e vínculos de sentidos na sociedade midiaticizada.

Texto: TRINDADE, Eneus; PEREZ, Maria Clotilde. **O consumidor entre mediações e midiaticização.**

Aula 8: 24/10

Módulo 2: Consumo e comunicação. 2.2: A midiaticização do consumo no cinema, TV e redes sociais. Seminário 1.

Aula 9: 31/10

Módulo 3: Temas contemporâneos. Consumo sustentável e críticas ao consumismo. Discursos sobre sustentabilidade e . Seminário 2.

Aula 10: 07/11

Módulo 3: Temas contemporâneos. Discursos anticonsumo e minimalismo como estética. Seminário 3.

Aula 11: 14/11

Módulo 3: Temas contemporâneos. Consumo, identidade e interseccionalidades. Seminário 4.

Aula 12: 21/11

Módulo 4: Metodologias de pesquisa. O método antropológico nos estudos do consumo. Apresentação da proposta para os trabalhos finais.

Aula 13: 28/11

Roda de conversa: compartilhamento dos temas dos trabalhos finais e discussão em sala.

Aula 14: 05/12

Orientação dos trabalhos finais.

Aula 15: 12/12

Finalização e entrega dos trabalhos finais.

Aula 16: 19/12

Encerramento da disciplina. Devolutivas dos trabalhos. Avaliação geral sobre o aproveitamento da disciplina.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

APPADURAI, Arjun. **A vida social das coisas**: as mercadorias sob uma perspectiva cultural. Niterói: Editora da Universidade Federal Fluminense, 2008.

BARBOSA, Livia. **Sociedade de Consumo**. São Paulo: Ed. Zahar, 2010.

BAUDRILLARD, Jean. **O sistema dos objetos**. São Paulo: Perspectiva, 2012.

DOUGLAS, Mary e ISHERWOOD, Baron. **O mundo dos bens**. Para uma antropologia do consumo. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2013. 2a Ed.

MCCRACKEN, Grant. **Cultura e Consumo**: novas abordagens ao caráter simbólico dos bens e das atividades de consumo. 2ed. São Paulo: Mauad, 2010.

MILLER, Daniel. **Trecos, troços e coisas**. Estudos antropológicos sobre a cultura material. Rio de Janeiro: Zaar, 2013.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTAR:

BAUDRILLARD, Jean. **La société de la consommation**. Sés mythes, sés structures. Editions Denoel, 2012.

BOURDIEU, Pierre. **A distinção**: crítica social do julgamento. São Paulo: Edusp, 2007.

CAMPBELL, Colin. **A ética romântica e o espírito do consumismo moderno**. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.

CANCLINI, Néstor García. **Consumidores y ciudadanos**. Conflictos multiculturales de la globalización. México, Grijalbo, 1995.

CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano**. 1. Artes de fazer. Petrópolis: Vozes, 2014, 22a edição.

MILLER, Daniel. . **Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, ano 13, n. 28, p. 33-63, jul./dez. 2007. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ha/v13n28/a03v1328.pdf>.

PEREZ, Maria Clotilde. **Há limites para o consumo?** Barueri: Estação das Letras e Cores, 2020.

TRINDADE, Eneus; PEREZ, Maria Clotilde. . **Revista FAMECOS**, [S. l.], v. 26, n. 2, p. e32066, 2019. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/revistafamecos/article/view/32066>.