



## Apresentação

### *Consumo e Subjetividade* *Consumption and Subjectivity*

Thais Alves Marinho

O Dossiê “Consumo e Subjetividade” reúne artigos, a partir de um ponto de vista interdisciplinar, que buscam superar as análises que tomam o consumo meramente por seu caráter hedonista, efêmero e promotor de desagregação social. O esforço conjunto dos(as) autores(as) é no sentido de compreender o fenômeno em suas múltiplas manifestações, privilegiando os significados sociais e os processos simbólicos acionados pelos indivíduos nessa atividade.

Os artigos buscam demonstrar a complexidade do fenômeno a partir do adensamento do saber técnico, que possibilita um ascendente processo de circulação de informações, pessoas, bens, signos e serviços que ultrapassa as fronteiras nacionais, a partir do advento da modernidade. Apesar da crença de que a atual configuração globalizada, que consolida as leis de valor do capitalismo de consumo, vem gerar uma homogeneização da cultura, os textos apresentados demonstram que o acesso aos saberes e aos bens se faz mediante uma processualidade histórica e hierarquizante, estabelecida por uma rede intrincada de controles sobre a cognição e a volição dos indivíduos. A partir desse enfoque, os artigos apresentam de forma convergente como o jogo do poder, por meio do consumo, gera um ambiente simbólico marcado tanto

pelas desigualdades sociais e simbólicas, por um lado, quanto pela diversidade cultural, por outro.

As análises apresentadas se valem de metodologias, enfoques e objetos diversos; e demonstram que o consumo se estabelece como uma rede de saber social e historicamente instaurado. No entanto, há certo consenso entre elas de que o consumo tem se tornado um fenômeno marcante na sociedade contemporânea e de grande relevância psicossocial, constatando a emergência não só de uma cultura do consumo, mas de uma sociedade do consumo, regulada pela lógica do mundo dos bens, a partir de um sistema de produção e circulação de objetos e bens simbólicos, que se auto-referendam nas identidades e subjetividades dos sujeitos, ao mesmo tempo que as moldam. Os autores e autoras dos textos são de origem geográfica distintas, dialogam com interlocutores nacionais e internacionais, alguns conhecidos dos pesquisadores brasileiros, e outros que não figuram com tanta frequência nos estudos sobre consumo e que merecem maior atenção.

No artigo “Da Terra à Mesa: Narrativas de Consumidores sobre Motivação para o Consumo de Alimentos em 2 Feiras Agroecológicas de Recife”, de autoria de Maria Elisa Tavares Moreira, Raquel Aragão Aragão Uchôa Fernandes e Marcelo Machado Martins,

\* Professora do Programa de Pós-Graduação em História e do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Religião da PUC Goiás – EMAIL: [thais\\_marinho@hotmail.com](mailto:thais_marinho@hotmail.com)



problematiza-se o consumo sustentável como promotor de melhorias na qualidade de vida. Para tanto, analisam o consumo fora da lógica da indústria cultural consumista, enquanto espaço de institucionalização de práticas sociais que pretendem instaurar novos hábitos nos consumidores ou reforçar a manutenção deles, incluindo uma relação de maior proximidade com os produtores.

O artigo intitulado “O Consumo Cultural de Jovens na Cultura *Hallyu*”, de Aline Gomes Santana, trata da apropriação da cultura *Hallyu* por jovens recifenses por meio do consumo de bens culturais, num movimento de reconversão identitária. O grande motor desse processo de atração às culturas transnacionais seria a interação proporcionada pela cultura digital.

O trabalho de Raquel Aragão Uchôa Fernandes, Maria Lygia Almeida e Silva Koike e Michelle Cristina Rufino Mac sobre “Encarceramento feminino, tráfico de drogas e maternidade: cotidianos subalternos, dentro e fora da prisão” problematiza como o consumo delimita as marcas de subalternidade do cotidiano das mulheres em situação de privação de liberdade no Estado de Pernambuco e seus desdobramentos para o exercício da maternidade.

O artigo intitulado “Jovens Universitários de Camadas Populares e suas Trajetórias Empreendedoras a partir da Vivência Acadêmica” - de Lidia Alice Medeiros e Patrícia da Rocha Gonçalves - identifica o consumo de bens duráveis e serviços, que antes era privilégio das classes médias e alta, como motor das disposições acionadas por universitários/trabalhadores de uma instituição de ensino superior privada da Cidade do Rio de Janeiro ao buscarem a mobilidade social e

profissional por meio da qualificação educacional e do empreendedorismo.

O artigo de Carolina Boari Caraciola, intitulado “A influência da Moda na Sociedade Contemporânea”, busca demonstrar como a moda tem se articulado historicamente aos elementos característicos da Sociedade de Consumo, fundada na efemeridade, na busca incessante por diferenciação e inovação, para se estabelecer enquanto atividade econômica e cultural. No entanto, inova ao realizar uma análise não-determinista da moda como catalisadora da diferenciação, em função de sua forte função comunicacional, por meio de uma lógica fundada na imitação, orientada pela estratificação social, particularmente delimitada a partir de cada contexto cultural.

O artigo intitulado “Cultura Material e Consumo no Município de Varginha-MG (1882-1920): Os Espaços Exteriores, os Objetos e as Habitações”, de Natânia Silva Ferreira, busca apreender, recorrendo a fontes históricas, como se estabelecem as transformações de uma organização social estruturada em torno da ruralidade, que passa a ser impulsionada pela elite para a modernização. O recorte temporal se dá na passagem para o século XX no município de Varginha, situado ao Sul de Minas Gerais. O impulso de diferenciação da elite não foi suficiente, no entanto, para superar as formas tradicionais e rústicas de lidar com o consumo e a cultura material de parte de seus habitantes, com destaque para os espaços exteriores, os objetos e as habitações.

O artigo de Mónica Gioconda Izurieta, intitulado “*Tejiendo relaciones campo y ciudad, conquistas de mujeres en procesos de producción, circulación y consumo*” busca apresentar a experiência



inovadora de transformação de espaços de consumo a favor de formas de produção e consumo solidárias, sustentáveis e biosseguras. O fenômeno descrito pela autora é fruto da união entre pesquisadores da Universidade Andina Simón Bolívar, junto às mulheres indígenas dos povos Kayambi e Tabacundo e movimentos de consumidores da cidade de Quito, que se posicionaram como protagonistas do processo coletivo de transição nas formas de consumo e produção. A abordagem busca superar as abordagens economicistas sobre o consumo, focando em como as subjetividades sociais dos processos de consumo são potenciais de transformação e capazes de fazer frente aos processos de urbanização acelerado e às agressivas estratégias de penetração do capital na vida cotidiana dos seres humanos e na natureza.

No artigo de autoria de Bianka Rodrigues de Oliveira e Thais Alves Marinho, com o título “A Sociedade do Consumo e o Movimento de Vanguarda: A contradição do Tropicalismo”, busca-se analisar as relações entre o Movimento Tropicália, entendido como expressão do neotribalismo de Maffesoli, e a sociedade de consumo. A abordagem inova ao perspectivar como a constituição identitária aciona necessidades de autocategorizações ontológicas, não supridas pela lógica do capitalismo moderno, promovendo, por um lado, a tendência para a formação das tribos urbanas e, por outro, alimentando a sociedade do consumo pelo acirramento do consumo de bens simbólicos identitários.

O artigo intitulado “A Presença dos Grupos Primários nas Escolhas de Consumo de Crianças e Adolescentes do Projeto de Apoio à Distância da ONG ‘De Mãos Dadas Pela Vida’”, de autoria de Alessandro Calidoni, busca promover uma reflexão sobre o universo de

constrangimentos institucionais que orientam as escolhas de consumo entre crianças e adolescentes da periferia da região metropolitana de Goiânia, no centro-oeste brasileiro.

Por fim, o artigo intitulado “Consumo e Subjetividade: Do Neotribalismo aos Círculos Viciosos do Consumo”, de autoria de Thais Alves Marinho e Paolo Totaro, procura identificar um marco teórico e metodológico para o consumo que seja capaz de compreender o fenômeno desde seu caráter hedonista, que possibilita a sociedade do consumo, até seu potencial de promover integrações sociais, que formalizam relações como as descritas no fenômeno do neotribalismo.