

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES - CCHLA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ESTUDOS DA MÍDIA - PPGEM**

**"Vínculos de sentidos entre marcas e consumidores: uma trajetória
teórico-metodológica no campo comunicacional"**

Docente Responsável: Prof. Dr. Eneus Trindade (ECA-USP)

Carga horária: 12h (3 encontros)

Ementa: comunicação e consumo e seus caminhos epistemológicos; objetos e métodos para o estudo das interações marcas e consumidores e seus vínculos de sentidos. Estudo das tipologia dos rituais e dos vínculos de sentidos como dispositivos midiáticos.

Justificativa: a evidente mediação e mediatização do consumo tem manifestado significativos contornos dos sentidos da vida social, isto é, a relação pessoa-objetos/mercadorias vem mediada e mediatizada por marcas e publicidade na vida cotidiana que participam de processos de co-fabricação das realidades de consumo. Os rituais de consumo seriam conforme (McCracken, 2003) os articuladores de transferências de significados simbólicos do mundo da produção para a vida dos indivíduos, mantendo ou alterando os valores dos contextos em que tais interações se dão. Torna-se premente estudar a mediatização dos consumos pelas marcas e sistema publicitário, considerando os vários setores da vida material e suas marcas de produtos e serviços, para descortinar as micro-relações que dão sentido ao sistema macro de valores de um dado contexto social e seus sujeitos.

Objetivo: discutir os delineamentos epistemológicos dos estudos da comunicação e consumo, a partir de uma deontologia da investigação entre marcas e consumidores.

Conteúdo dos encontros

1 - A comunicação no encontro dos fundamentos da pesquisa semi-discursiva e antropológico-cultural;

2 - A questão do ritual de consumo e sua articulação como dispositivo midiático do sistema publicitário;
Os vínculos de sentidos signícos-materiais e signícos-simbólicos entre outros vínculos;

3 - Caminhos para os estudos dos vínculos de sentidos entre marcas e consumidores.

Bibliografia utilizada:

AGAMBEN, Giorgio. **O que é o contemporâneo? E outros ensaios**. Chapecó: Argos, 2010.

BAUMAN, Z. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

BRAGA, José Luiz. Interação como contexto da Comunicação. In **Revista Matrizes**. Revista do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da USP. São Paulo: ECA/USP. v. 6. n. 1 jul-dez, 2012. pp.25-42.

_____. Sobre “mediatização” como processo interacional de referência. In **Anais XV Encontro Nacional da Compós**. Bauru: PPGCOM-UNESP/Compós. pp.1-16. Grupo de Trabalho comunicação e sociabilidade.

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

CASAQUI, Vander. Por uma teoria da publicização: transformações no processo publicitário. In: XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2011, Recife. **Anais do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. São Paulo/Recife: Intercom/UNICAP. v. 1, 2011. pp. 1-15.

CAVALCANTI, Maria Laura Viveiros de Castro. Drama social, notas sobre um tema de Victor Turner. **Cadernos de Campo**. Revista dos alunos de Pós-Graduação em Antropologia Social da USP. São Paulo: FFLCH/USP, v. 16, n.16. dez, 2007. pp. 127-138.

DA MATTA, Roberto. Apresentação. In VAN GENNEP, Arnold. **Os Ritos de Passagem**. 2ed. Petrópolis: Ed. Vozes. Trad. Mariano Ferreira, 2011. pp. 9-20.

_____. **Ensaio de antropologia estrutural**. Petrópolis: Vozes, 1973.

_____. **Carnavais, malandros e heróis**. Rio de Janeiro: Zahar Editor, 1979.

_____. **Individualidade e liminaridade: considerações sobre os ritos de passagem e a modernidade**. Mana: Estudos de Antropologia Social. Rio de Janeiro, v. 6, n. 1. abr, 2000. p. 7-29

_____. Conversa com Roberto Da Matta. Entrevista por Carmen Rial e Lia Zanota Machado. In: Reunião Brasileira de Antropologia, 25. 2006. Goiânia. **Conferências e diálogos: saberes e práticas antropológicas**. Goiânia: Nova Letra, 2007. pp. 259-281.

DAWSEY, Jonh Cowart. Victor Turner e a antropologia da experiência. **Cadernos de Campo**. Revista dos alunos de Pós-Graduação em Antropologia Social da USP. São Paulo: FFLCH/USP, v.14, n. 13, 2005. pp. 163-176.

- DE CERTEAU, Michel. **A invenção do Cotidiano**. Petrópolis: Vozes, 1994.
- _____. GIARD, Luce e MAYOL, Pierre. **A invenção do Cotidiano 2**. Petrópolis: Vozes, 1996.
- DI NALLO, Egéria. **Meeting Points**. Marketing para uma sociedade complexa. São Paulo: Cobra. 1999.
- FAUSTO NETO, Antônio. Nas Bordas da circulação... In **Revista Alceu**. Rio de Janeiro: PPGCOM/PUC-RJ, v. 10, n. 20, jan/jun, 2010. pp. 55 a 69.
- FOUCAULT, Michel. **Microfísica do poder**. 25 ed. São Paulo: Graal, 2012.
- FREYRE, Gilberto. **Os escravos nos anúncios de jornais brasileiros do século XIX**. 4ed. São Paulo: Global. 2010. Originalmente publicado em Recife: Ed. Imprensa Universitária, 1963.
- HJARVARD, Strig. Mdiatização: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural. In **Revista Matrizes**. Revista do Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação da USP. São Paulo: ECA/USP. v. 5, n. 2. Jan/Jun, 2012. pp. 53-92.
- LEACH, Edmund Ronald. **Repensando a antropologia**. São Paulo: Perspectiva. 1974. Originalmente publicado com o título Rethinking Anthropology. London: Ed. Robert Cunningham and Sons Ltd, 1961.
- LEOPOLDI, José Sávio. **Escola de samba, ritual e sociedade**. Petrópolis: Vozes, 1978.
- MAGGIE, Yvonne. **Guerra de orixá: um estudo de ritual e conflito**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.
- MALINOWSKI, Bronislaw. **Argonautas do Pacífico Ocidental**. São Paulo: Abril Cultural, 1976.
- McCRACKEN, Grant. **Cultura e Consumo**. Rio de Janeiro: Mauad. Trad. Everardo Rocha, 2003. Coleção Cultura e Consumo.
- McKENDRIK, N. et al. **The birth of a consumer society: the commercialization of eighteenth-century England**. London: Europa, 1982
- MOORE, Sally e MYERHOFF, Barbara. **Secular Ritual**. Amsterdam: Ed. Van Gorcum, Assen, 1977.
- MUKERJI, Chandra. **From graven images: patterns of modern materialism**. Nova Iorque: Columbia University Press, 1983.
- PEIRANO, Mariza. **Rituais ontem e hoje**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

PEREZ, Clotilde; BARBOSA, Ivan (org.). **Hiperpublicidade 1**. São Paulo: Cengage, 2007.

_____. **Signos da Marca: expressividade e sensorialidade**. São Paulo: Thomson Learning/Cengage, 2004

SILVA, Rubens Alves. Entre “artes” e “ciências”: as noções de performance e drama no campo das ciências sociais. **Horizontes Antropológicos**. v. 11, n. 24, 2005. pp. 35-65.

TRINDADE, Eneus; PEREZ, Clotilde. vínculos de sentidos do consumo alimentar em São Paulo: publicidade e práticas de consumo. In **Anais XXI Encontro da Compós**. Juiz de Fora: UFJF/Compós, 2012. pp-1-16. Grupo de Trabalho [Recepção: processos de interpretação, uso e consumo midiáticos](#).

TURNER, Victor. Dewey, Dilthey and Drama: An Essay in the Anthropology of Experience. In Turner, Victor W. & Bruner, Edward M. (eds.) **The Anthropology of Experience** Urban and Chicago:University of Illinois Press, 1986. pp. 33-44.

_____. **O processo ritual. Estrutura e antiestrutura**. Petrópolis: Vozes, Trad. Nancy Campi de Castro, 1974.

_____. **Dramas, Fields, and Metaphors: Symbolic Action in Human Society** (1974). Cornell University Press. 1975.

_____. **The anthropology of performance**. New York: PAJ, 1987.

_____. **Schism and continuity in an African society**. Manchester: Manchester University Press, 1957.

_____. **La selva de los símbolos**. Madrid: Siglo XXI, 2005.

_____. **Dramas, Campos e Metáforas**. Rio de Janeiro: Eduff, 2008.

VAN GENNEP, Arnold. **Los ritos de paso**. Madrid: Alianza Editorial, 2008.

_____. **Os ritos de Passagem**. 2ed. Petrópolis: Vozes, Trad. Mariano Ferreira, 2011.