

III Encontro Nacional de Estudos do Consumo

Tempos e espaços do consumo em uma perspectiva comparada

Relação de Grupos de Trabalho

GT 1 – Consumo e identidade

Coordenador: Prof^a Dr^a Bianca Freire (FGV/CPDOC) - freiremed1@terra.com.br

	AUTORES	TITULOS DOS TRABALHOS
1	Ana Lúcia Gonçalves Maiolino	A construção do espaço de moradia: em cena o consumo na Favela do Canal da Tachas
2	Paulo Gracino Souza Jr.	Das Minas às Gerais: o comércio de bens simbólicos e o novo jeito de ser mineiro
3	Lavina Madeira Ribeiro	Cultura de consumo e identidade nacional: um estudo da TV fechada no Brasil
4	Carlos Eduardo Sarmento e Bianca Freire	Sarados, Ursos, Lolitos e Travestis: negociando identidades gay através de um canal por assinatura
5	Augustto de Oliveira	A auto-ajuda: considerações sobre o "consumo do eu"
6	Kátia Flores Pinheiro	Lazer: espaço e consumo na hipermodernidade
7	Sandra Rúbia da Silva	Cultura e consumo e (re)apropriações do global pelo local na construção de subjetividades: o caso dos telefones celulares
8	Julio Cesar Lemes de Castro	Modernidade, imaginário e consumo
9	Ana Paula Bragaglia	O consumo como afirmação ou ilusão de identidade na sociedade contemporânea - Confrontos teóricos à espera de comprovação empírica
10	Osvaldo Javier López Ruiz	O consumo como investimento: a teoria do capital humano e o capital humano como ethos

GT 2 – Espaços e deslocamentos do consumo

Coordenador: Prof. Eugênio Giglio (ESPM-RJ) - eugenio@espm.br

	AUTORES	TITULOS DOS TRABALHOS
1.	Marta Vilar Rosales	As coisas da casa: consumo, percursos e narrativas identitárias no contexto de uma migração de "retorno"
2.	Palloma Valle Menezes e Maria de Nazareth Eichler Sant'Angelo	Feira hippie de Ipanema: representações e usos da paisagem carioca nas lembranças da terra
3.	André Vouga	Os colecionáveis nos <i>sites</i> de leilões virtuais
4.	Marcelo Custódio da Silva	Comércio ambulante: o templo do fetiche do consumo

5.	Flávia Fernandes	Praia de Copacabana: a construção de um espaço de lazer e consumo da sociedade carioca pelas lentes da revista O Cruzeiro
6.	Walcler de Lima Mendes Jr.	Vitrines: as metamorfoses da mercadoria entre as categorias de consumo e cidadania
7.	Margareth da Luz Coelho	Caminho Niemeyer: Os "usos" da cultura em Niterói
8.	Silvia Borges	"Novas ondas" na praia carioca: comércio, trabalho e consumo num espaço de lazer
9.	Luiz André Soares	"Pessoal, estou aqui na Praia do Forte!": o litoral norte baiano como espaço de consumo turístico
10.	Patrícia dos Santos Franco	Consumo do turismo e a experiência do turista
11.	Carla Conceição Lana Fraga e Gabriel Jardim	A produção do espaço e do tempo em mercadoria de consumo: o turismo em Porto de Galinhas -PE
12.	Shirley Torquato e Eugênio Giglio	<i>Meeting Point</i> - o <i>shopping center</i> como mediador de sociabilidade

GT 3 – Responsabilidades e ação política na esfera do consumo

Coordenador: Prof^a Dr^a Fátima Portilho (UFRRJ/CPDA; UFF/NEMO/LACTTA) – faportilho@uol.com.br

	AUTORES	TITULOS DOS TRABALHOS
1.	Diene Ellen Tavares Silva e Ana Louise C. Fiúza	O consumo de produtos orgânicos como marcador de estilo de vida
2.	Diego M. Vieira e Fernando Bins Luce	O consumo socialmente irresponsável
3.	Norberto Ferreras	O consumo e seus usos na Formação da classe trabalhadora Argentina (1880-1920)
4.	Tania Maria Cezar Hoff e Luciane Lucas	Corpo e sustentabilidade sócio-cultural no discurso publicitário
5.	Aloísio Ruscheinsky	A possibilidade de consumo dos agentes sociais como uma ação política
6.	Lavínia Rangel Pessanha e Paulo Vicente Mitchell	Consumo e subconsumo alimentar e estratégias domiciliares: o caso de Santo Antônio de Pádua - RJ
7.	Eduardo João Moro e Julia Silvia Guivant	Perfil dos consumidores de alimentos orgânicos nos supermercados: estudo de caso em Florianópolis - SC
8.	Maria Medrado Nascimento	Do urbano ao rural: um estudo sobre valores e ação coletiva em uma comunidade alternativa
9.	Carolina Burle de Niemeyer	Via campesina e sua estratégia de revalorização do saber camponês: impactos e influência da Campanha Sementes na resistência global contra os transgênicos
10.	Joel Paese e Rodrigo Rossi Horochovski	Movimentos sociais e organismos geneticamente modificados

GT 4 – Consumo, tradição e religiosidade**Coordenador: Prof Dr José Sávio Leopoldi (confirmado) - jsleopoldi@uol.com.br**

	AUTORES	TITULOS DOS TRABALHOS
1	César Gordon	Consumo inflacionário em uma sociedade indígena: Os Xikrin (Kayapó) do Pará
2	Marilda Checcucci Gonçalves da Silva	O impacto da imigração europeia sobre a produção de alimentos no Vale do Itajaí - SC
3	Daniela Ojalvo Bercovitch e Sue Hemmings	O consumo visto como inerente atividade criativa. Consumo ativo versus consumo passivo
4	Rogéria Campos de Almeida Dutra	A modernidade do consumo da tradição.
5	Edilson S. Pereira e Alice Inês de O. e Silva	A santificação do consumo: ampliando fronteiras e espaços do consumo religioso
6	José Sávio Leopoldi	O consumo como prática religiosa
7	Wilmara A. Silva Figueiredo	Made in Maranhão: identidade étnica e consumo de artigos religiosos no tambor de mina (Terreiro Cazuá de Mironga - Seropédica, RJ)
8	Clara Lourindo	Entre interiores. Novos circuitos de circulação de artesanato
9	Renata Maciel Villanova e Alice Inês Oliveira e Silva	Consumo e artesanato em Ouro Preto - MG: modos de saber e fazer tradicionais, reprodução e kitsch

GT 5 – Consumo, marcas e estilos de vida**Coordenador: Prof^a Dr^a Letícia Veloso (IUPERJ; UFF/NEMO) - lveloso@iuperj.br**

	AUTORES	TITULOS DOS TRABALHOS
1	Miriam Silva da Fontoura	O poder da marca e uma construção de estilo de vida
2	Fernanda Martinelli	Bens originais e piratas: comunicação e sociabilidade nas práticas de consumo contemporâneas
3	Roberta Campos	As estratégias de singularização da mercadoria Coca-Cola por seus consumidores
4	Irina Aragão dos Santos	Jóias de afeto: usos e significados na sociedade fluminense na segunda metade do século XX
5	Maribel Suarez, Roberta Campos, Letícia Casotti	A beleza do cotidiano: o consumo de produtos de beleza no universo doméstico das mulheres cariocas de classe alta
6	Solange Riva Mezabarba	O luxo no armário das cariocas de classe média
7	Alessandra Mello da Costa	Cultura e consumo: buscando indícios de construção simbólica de barreiras sociais

GT 6 – Consumo, mídia e recepção**Coordenador: Profª Drª Lucienne Lucas (ESPM-SP) - lucas@terra.com.br; llucas@espm.br>**

	AUTORES	TITULOS DOS TRABALHOS
1	Ericson Saint Clair	O binômio consumo-valor e as similitudes sociais contemporâneas: espacialidades e temporalidades em perspectiva sociológica
2	Guilherme Nery Atem	A mídia de massa e a produção do consumidor
3	Silvia Pimenta Velloso Rocha	A publicidade, o consumo e a crença descafeinada
4	Ana Paula Celso Miranda e André Leão	Uma reflexão da trajetória da pesquisa de consumo
5	Carla Fernanda Pereira Barros	Consumo, hierarquia e mediação: um estudo antropológico no universo das camadas populares
6	Viviane Kraieski de Assunção	Mulheres do Morro da Caixa e Programas de Culinária: um estudo sobre a televisão, alimentação e consumo
7	Luciana Maldonado, Bianca O. de Ávila e Ana Maria F.Azevedo	A sociedade de consumo e o consumo de alimentos: análise de propagandas de alimentos veiculadas na TV durante o horário da programação infantil.
8	Elisa Reinhardt Piedras	"Sonho de consumo": o olhar do receptor sobre a relação entre a publicidade e o consumo

GT 7 – Consumo, música e tribos urbanas**Coordenador: Prof. Dr. João Freire Filho / Mônica Machado (UFRJ/ECO) - jofreirefilho@hotmail.com;****monicmachado@terra.com.br**

	AUTORES	TITULOS DOS TRABALHOS
1	Edson Farias	Fisionomia de uma economia simbólica no Brasil
2	Paulo Cordeiro	Felicidade não tem preço – A representação carnavalesca do consumo no desfile da G.R.E.S. Acadêmicos da Rocinha no desfile de 2006
3	Fábio de Oliveira Pavão	O comércio das tradições: poder e dinheiro no carnaval carioca
4	Paulo Henrique Barbosa Dias	Usos e modos de percepção – consumo e preferência musical
5	Fernanda Sansão Ramos	Estranho não... Estiloso! Usos e significados do look rock and roll entre adolescentes
6	Rejane Calazans e Julia Baker Valls Pereira	Punk-rock, hardcore é no Alto do Zé Pinho: música e identidade.
7	Mylene Mizrahi	O "figurino funk" e a sedução: a roupa, o corpo e a dança na esfera da festa
8	Angela Maria de Souza	A globalização do movimento hip hop: um estilo direcionador de consumo