



15, 16 e 17 de setembro de 2010
Auditório da
Escola Superior de Propaganda e Marketing/ESPM
Rio de Janeiro/RJ

PROGRAMAÇÃO GERAL

<u>15 de setembro – Quarta-feira</u>	
08:30 – 09:00	Credenciamento e Recepção
09:00 – 10:00	Mesa de Abertura: Instituições Promotoras e Comissão Organizadora
10:00 – 13:00	Conferência de Abertura: Os legados ideológicos do consumo: império, nação e cidadania no mundo moderno Palestrante: Frank Trentmann (University of London) Coordenador: John Wilkinson (CPDA/UFRRJ)
12:45 – 14:00	Almoço
14:00 – 18:00	Grupos de Trabalho GT 1 - Politização e ambientalização do consumo GT 2 – Inclusão social, consumo e a “nova classe média” GT 4 – Globalização e circulação de bens e pessoas GT 6 – Consumo, comunicação e marketing GT 9 – Publicidade, cultura e consumo

<u>16 de setembro – Quinta-feira</u>	
09:00 – 12:00	Mesa Redonda: Tendências e ideologias do consumo no mundo contemporâneo Palestrantes: Lívia Barbosa (CAEPM/ESPM) – Consumo político John Wilkinson (CPDA/UFRRJ) – Consumo, mercados e valores: novas configurações Laura Graziela Gomes (PPGA/UFF) – Consumo e mundo digital: as novas configurações do mercado e do trabalho Coordenadora: Fátima Portilho (CPDA/UFRRJ)
12:00 – 14:00	Almoço
14:00 – 17:00	Grupos de Trabalho GT 1 – Politização e ambientalização do consumo GT 3 – Cultura Material, cosmologias e sociabilidades GT 4 – Globalização e circulação de bens e pessoas GT 5 – Consumo alimentar: ideologias e movimentos GT 6 – Consumo, comunicação e marketing GT 7 – Consumo do ciberespaço e no ciberespaço GT 9 – Publicidade, cultura e consumo

17 de setembro – Sexta-feira

09:00 – 12:00	Mesa Redonda: Estudos do consumo no Brasil e em Portugal: perspectivas comparativas Palestrantes: Fátima Portilho (CPDA/UFRRJ) Marta Rosales (FCSH/CRIA/UNL) Coordenadora: Livia Barbosa (CAEPM/ESPM)
12:00 – 14:00	Almoço
14:00 – 17:00	Grupos de Trabalho GT 1 – Politização e ambientalização do consumo GT 3 – Cultura Material, cosmologias e sociabilidades GT 5 – Consumo alimentar: ideologias e movimentos GT 7 – Consumo do ciberespaço e no ciberespaço GT 8 – Mercados informais, ilícitos e “alternativos”

PROGRAMAÇÃO DOS GTs

GT1 – POLITIZAÇÃO E AMBIENTALIZAÇÃO DO CONSUMO

Coordenação: Fátima Portilho (CPDA/UFRRJ) e Gisela Black Taschner (FGV-SP)

Sessão 1 - 15/09 (quarta-feira) - 14:00 às 18:00 hs

Título do trabalho	Autores
O Fenômeno Consumerista e os Movimentos Sociais no Brasil	Djalma Eudes dos Santos
O Novo Consumidor: consumerismo e ação individual	Alexandre Gouveia Ladeira Djalma Eudes dos Santos
Utopias em Consumo	Liana Ribeiro dos Santos
Consumo Consciente no Ambientalismo Empresarial	Valeria da Vinha Tiago Melo Bahia
Proposta de Instrumento de Identificação e Mensuração do Perfil de um Futuro Consumidor de Moda Sustentavelmente Consciente	Carla Cristina da Costa P. Morais Cristina Carvalho
Em Busca da Simplicidade: investigando o comportamento de um novo grupo de consumidores	Renata Céli Moreira da Silva Marie Agnes Chauvel T.Diana L. van Aduard de M. Soares
Votando com o “Carrinho”: a politização do consumo na América Latina	Fabian Echeagaray Paula Goerg

Sessão 2 - 16/09 (quinta-feira) - 14:00 às 18:00 hs

Título do trabalho	Autores
O Espaço do Consumo na Construção Midiática do Discurso da Sustentabilidade	Antonio Helio Junqueira
Ambientalização e Politização do Consumo: nexos de fazeres e dizeres das práticas de compra de alimentos orgânicos	Marcelo Castañeda
Anticonsumo no Contexto Brasileiro: investigando a percepção dos anticonsumidores de carne vermelha	Liana Ribeiro dos Santos Renata Céli Moreira da Silva Marie Agnes
Sustentabilidade e Consumo na Base da Pirâmide	Maria Angeluce Soares Perônico Anderson Moebus Retondar I

Jovens e sustentabilidade ambiental: um estudo sobre as perspectivas e as práticas de consumo ambientalmente de jovens universitários	Veranise Dubeaux Sílvia Borges
Veganismo, Modos de Subjetivação e Práticas de si: narrativas da transformação do <i>self</i> em uma comunidade virtual	Taiane Linhares

Sessão 3 - 17/09 (sexta-feira) - 14:00 às 18:00 hs

Título do trabalho	Autores
Consumidores Institucionais Politizados: a reciclagem como novo desafio	Jucimara Martins dos Santos
O Consumidor Político como Indutor da Qualidade Industrial	Marcia Andreia da Silva Almeida
Preocupação Ambiental no Supermercado: como se comportam e o que pensam as mulheres de camadas médias de Florianópolis	Maria Elisabeth Goidanich Carmen Sílvia Rial
Consumo de Água: relação contraditória entre a sociedade e o ambiente em Caxias do Sul/RS	Claudia Maria Hansel Aloísio Ruscheinsky
Feira de Economia Solidária: reflexões sobre a relação consumo e cidadania	Holgonsi Soares Gonçalves Siqueira Felipe da Luz Colomé
Movimento das Donas de Casa de Minas Gerais: um estudo sobre educação para o consumo e participação nas esferas pública e privada	Talita de Oliveira Trindade Eduardo Ayrosa

GT2 – INCLUSÃO SOCIAL, CONSUMO E A “NOVA CLASSE MÉDIA”

Coordenação: Letícia Veloso (UFF/PPGSD/NEMO) e Bianca Freire Medeiros (CPDOC/FGV-RJ)

Sessão 1 - 15/09 (quarta-feira) - 14:00 às 18:00 hs

Título do trabalho	Autores
Nova classe média, luxo e consumo: o significado social do consumo entre classes emergentes na cidade de João Pessoa/PB	Anderson Retondar Maria Angeluce Barbotin

“Ainda não sou ‘ <i>moneysquad</i> ’, mas vou ser, quer dizer que vou ser rico”: Consumo, classe social e estratégias de posicionamento de um grupo de jovens migrantes em Lisboa	Marta Vilar Rosales Vanessa Cantinho de Jesus
Por que o grupo pertencente à Classe C, e melhor posicionado no campo em relação ao grupo da Classe D, se endivida mais?	Anna Pereira Pinto Berquó
Devo não nego. Pago quando puder - Um estudo sobre consumo, endividamento e moral dos endividados	Shirley Torquato
O que buscam os fora-da-estrada? Uma análise sociológica dos consumidores de carros pseudo off-roads	Eduardo Vicente Gonçalves

GT3 – CULTURA MATERIAL, COSMOLOGIAS E SOCIABILIDADES

Coordenação: Rose de Melo Rocha (PPGCOM/ESPM-SP)

Sessão 1 - 16/09 (quinta-feira) - 14:00 às 18:00 hs

Título do trabalho	Autores
Consumos e Produções Culturais: Contributo para a avaliação da gestão de identidades entre jovens adultos migrantes portugueses em Amesterdão	Vanessa Cantinho de Jesus
Engamento comunicacional e novas práticas de consumo juvenil: trajetórias de sociabilidade urbana e virtual dos Straight Edges	Denise de Paiva Costa Tangerino
De afetos e de memórias: o consumo do telefone celular como “tecnologia afetiva”	Sandra Rubia da Silva
“É bom porque é ruim!”. Considerações sobre produção e consumo de cultura <i>trash</i> no Brasil	Mayka Castellano

Sessão 2 - 17/09 (sexta-feira) - 14:00 às 18:00 hs

Título do trabalho	Autores
Cultura material e felicidade: o desvelo da sociedade de hiperconsumo	Wellington Fontes Menezes
Consumo e Magia: transformando profano em sagrado Aspectos mágicos, simbólicos e rituais em nossa sociedade contemporânea	Bianca Leite Dramali
A vinculação entre humanos e imagens na convergência de três	Daniel B. Portugal

lógicas contemporâneas: midiática, de consumo e de estetização	
Sociabilidades contemporâneas: encontrando e fazendo amigos no supermercado	Heloisa Afonso Ariano
Algumas considerações sobre as fronteiras teóricas sobre a diferenciação de grupos de consumidores de queijo e o mercado de qualidade do produto no Brasil	Marie Anne Najm Chalita
Ouro tradicional Português: o seu consumo e a sua carga simbólica e social	Lídia da Conceição da Silva Guedes

GT4 – GLOBALIZAÇÃO E CIRCULAÇÃO DE BENS E PESSOAS
Coordenação: Marta Rosales (CRIA/FCSH/UNL – Portugal)

Sessão 1 - 15/09 (quarta-feira) - 14:00 às 18:00 hs

Título do trabalho	Autores
Alfama chorou: elementos para uma cartografia da presença musical brasileira em Portugal	Tiago José Lemos Monteiro
Relações musicais e de consumo entre Brasil e Portugal: o Rap de Quebrada (Grande Florianópolis/Brasil) e o Rap Crioulo (Grande Lisboa/Portugal)	Angela Maria de Souza
“É dos produtos brasileiros que os clientes gostam”: as <i>rabidantes</i> e a rota comercial entre Brasil e Cabo Verde	Andréa Lobo
“Você tem uma moto ou uma Harley?” Uma etnografia da marca Harley Davidson em São Paulo	Fatima Toledo
Brasileiros em Boston: as mudanças no cenário da oferta de alimentos e o fluxo transnacional de produtos nas redes sociais	Viviane Kraieski de Assunção

Sessão 2 - 16/09 (quinta-feira) - 14:00 às 18:00 hs

Título do trabalho	Autores
Hibridização cultural da marca global: os modelos de lojas de McDonald's como diálogo entre suas estratégias de comunicação e as culturas locais	Viviane Riegel
O futuro dos novos nômadas: ao encontro de uma nova identidade cultural pelo design dos bens materiais	Ana Helena Luz Gonçalves Grácio

Produção e consumo de vinhos casher: preservação da cultura judaica	Geni Satiko Sato
Consumo no masculino: entre o mundo rural e o mundo urbano	Carla Susana Rodrigues
Imigração européia, hotelaria e restauração no Rio de Janeiro no século XIX	Almir El-Kareh
Consumo e identidade cultural: o papel do designer na preservação da sua cultura e tradições perante um mundo globalizado	Lidia da Conceição da Silva Guedes

GT5 – CONSUMO ALIMENTAR: IDEOLOGIAS E MOVIMENTOS
Coordenação: Livia Barbosa (CAEPM/ESPM-SP) e John Wilkinson (CPDA/UFRRJ)

Sessão 1 - 16/09 (quinta-feira) - 14:00 às 18:00 hs

Título do Trabalho	Autores
Consumo de fast foods: um caminho para a obesidade na adolescência?	Jucimara Martins dos Santos Maria de Lourdes Marques Camargo Nathália Soares de Queiroz
Publicidade de alimentos para crianças e seus impactos na cultura alimentar	Tamara Amoroso Gonçalves
As configurações das categorias confiança, segurança e risco nas teorias sociais contemporâneas e o diálogo com o consumo alimentar	Patrícia Gonçalves Flávia Galindo Camila Carneiro
A alimentação na Universidade Federal do Rio de Janeiro	Maria Eliza Assis Passos Nilma Morcef Paula
Resignificando as práticas de consumo: as Feiras Agrocológicas do Agreste da Borborema?PB	Angela Maria Cavalcanti Ramalho Jaqueline Guimarães Santos Sandra Sereide Ferreira da Silva
Desnaturalizando o gosto: uma discussão sobre a obra “A distinção – Crítica social do julgamento”, de Pierre Bourdieu	Amanda Costa Reis de Siqueira

Sessão 2 - 17/09 (sexta-feira) - 14:00 às 18:00 hs

A emergência dos alimentos orgânicos: relações com as tendências da alimentação contemporânea	Marcelo Castañeda
---	-------------------

Os movimento nos mercados: a formação dos circuitos agroecológico e orgânico	Felipe José Comunello
O mercado informal dos produtos coloniais na região Oeste de Santa Catarina	Clovis Dorigon
Vegetarianismo além da dieta: ativismo vegano na Região Metropolitana de São Paulo	Ernesto Luiz Marques Nunes
O Programa Nacional de Certificação da Cachaça: uma estratégia política para o consumo	Janaína T. G. S. B. de Oliveira Maria Luiza Costa Martins
Movimentos sociais: caminho para a exigibilidade do direito humano à alimentação adequada	Juliana Arruda Raphaella Santos de Souza Giuliano da Silva Ribeiro
Consumo agroecológico: religando produtor e consumidor	Moacir Roberto Darolt Hadrien Constanty
Novas e costumeiras práticas de consumo alimentar: consumidores distantes e próximos, diferentes motivações para a valorização de produtos tradicionais	Renata Menasche Fabiana Thomé da Cruz
Cozinha italiana em São Paulo: encontros e desencontros entre o rural e o urbano	Janine Helfst Leicht Collaço

GT6 – CONSUMO, COMUNICAÇÃO E MARKETING

Coordenação: Carla Barros (ESPM-RJ, PUC-RJ E UFF) e Eduardo Ayrosa (FGV-RJ)

Sessão 1 – 15/09 (quarta-feira) - 14:00 às 18:00 hs

Título do trabalho	Autores
O que devo comer? Influência da cultura no comportamento de consumo de alimentos por gestantes	Bruna Suemy Pena Fernanda Gabriela de A. Coutinho Olga Maria Coutinho Pépece
Processo de compra de cirurgias plásticas estéticas por jovens mulheres da classe A de Porto Alegre/RS	Camila Barcelos Fossá Marise Ugalde
Motivações hedônicas de consumidores em experiências de não compra	Fábio Manoel F. de Albuquerque Maura Carneiro Maldonado
Desejos do luxo, possível prazer ou ostentação ofensiva?	Maura Carneiro Maldonado

	Gabriela Maroja Jales de Sales Fábio Manoel F. de Albuquerque
Análise do Comportamento do Consumidor Inovador	Aline do Nascimento Zanardo Maria Cristina Dadalto
Viva o lado Coca-cola da vida: estudo de recepção do discurso de politização da marca entre jovens consumidores	Monica Machado

Sessão 2 – 16/09 (quinta-feira) - 14:00 às 18:00 hs

Título do trabalho	Autores
Literatura ou entretenimento? O que leva os jovens a ler a série Crepúsculo	Caroline Agne Vanzellotti Thiago Gomes de Almeida
Deslocamentos na esfera do consumo feminino: reflexões a partir da imagética publicitária	Flávia Mayer dos Santos Souza Flávia Meneguelli Ribeiro Setúbal Maria Cristina Dadalto
O processo de transferência de significados: um estudo sobre o consumo simbólico de lingerie por mulheres de baixa renda	Zuleica Gomes Cruz Cleicle Albuquerque Augusto Francisco Giovanni David Vieira Domingues Michelatto Natt
Antiquários da rua do Lavradio e ateliês da rua Dias Ferreira: um estudo sobre as relações de consumo em duas ruas de comércio do Rio de Janeiro	Sílvia Borges
“Quem não gosta de samba, bom sujeito não é: consumo e apropriação cultural”.	Thiago A. de Oliveira Sá
A marca Harley-Davison no Brasil: o “sonho” e os entraves à reprodução de uma estratégia de sucesso	Bonnie Moraes Manhães de Azevedo Marcella Maria Custodio Nunes de Araujo
FIAT MIO: um carro para chamar de seu? Reflexões sobre comunicação e hábitos de consumo na sociedade em rede	Ana Cirne Paes de Barros Cândida Nobre

GT7 - CONSUMO DO CIBERESPAÇO E NO CIBERESPAÇO

Coordenação: Laura Graziela Gomes (PPGA/NEMO/UFF) e Tânia Martins de Freitas (UFRN)

Sessão 1 - 16/09 (quinta-feira) - 14:00 às 18:00 hs

Título do trabalho	Autores
Novas configurações do consumo em rede: dissipação e criação de valor	Francisco Coelho dos Santos e Cristina Petersen Cypriano
A Rede Social como instrumento de Análise pós-consumo de produtos de moda-vestuário: um estudo exploratório	Maria Alice Vasconcelos Rocha
Internet e mercado erótico: notas etnográficas sobre X-sites	Carolina Parreiras
Cultura (I)material: o mundo dos bens na internet 3D (Second Life)	Laura Graziela Gomes

Sessão 2 - 17/09 (sexta-feira) - 14:00 às 18:00 hs

Título do trabalho	Autores
Retaliação e vingança no ciberespaço: comportamento de consumidores em comunidades virtuais antimarca	Fábio de Albuquerque
Resistência à Rede Globo: uma análise do movimento em comunidades virtuais	Tatiana Maria Bernardo da Silva
Os <i>tutoriais free</i> e o estímulo à demanda	Silvana Zibetti
Papéis da escrita na era da escrita sem papel: migrações internacionais, blogs e etnografia virtual	Tânia Freitas

GT8 - MERCADOS INFORMAIS, ILÍCITOS E “ALTERNATIVOS”

Coordenação: Rosana Pinheiro Machado (ESPM-RS)

Sessão 1 - 17/09 (sexta-feira) - 14:00 às 18:00 hs

Título do trabalho	Autores
A legitimidade identitária no mercado do (i)legítimo em Belo Horizonte: o consumo de bens falsificados no Shopping Oiapoque	Cristina Aparecida Vilas Boas
Consumo em um mercado “informal”: três modalidades e uma lógica	Douglas de Toledo Piza
Política, economia e mediação simbólica: notas etnográficas sobre a	Moisés Kopper

experiência de transição a partir do Camelódromo de Porto Alegre/RS	
A questão da informalidade nas políticas públicas para a informatização das classes populares	Lucia Mury Scalco
Responsabilidade socioambiental e pirataria: uma reflexão crítica	Alexandre Gouvêa Ladeira
“Gato” de energia elétrica: do público ao privado, do “jeitinho” ao crime	Hilaine Yaccoub
“Isso não é um cachimbo”: notas etnográficas acerca da relação entre usuários de crack e seus utensílios	Taniele Rui
Produção e consumo de pirataria no Brasil	Rosana Pinheiro Machado

GT9 - PUBLICIDADE, CULTURA E CONSUMO
Coordenação: José Carlos Durand (FGV-SP)

Sessão 1 - 15/09 (quarta-feira) - 14:00 às 18:00 hs

Título do trabalho	Autores
O "novo homem": incluindo o masculino na esfera do consumo	Claudia Ribeiro
Objecto de adorno: o consumo no masculino	Carla Suzana Mendes Silva Rodrigues
Construções do corpo: a busca pela forma masculina e viril entre leitores da revista Men's Health	Rebeca Bruno Fátima Perurena
Processos de subjetivação na articulação entre sujeito, mídia e consumo ante o entretenimento	Katia Flores Pinheiro
Construções retóricas na publicidade imobiliária brasileira contemporânea: encantamento e cinismo frente às aspirações do morar bem	Antonio Helio Junqueira
O consumo como simbólico	Amanda Ferreira

Sessão 2 - 16/09 (quinta-feira) - 14:00 às 18:00 hs

Título do trabalho	Autores
Vida a crédito: consumo, prazer e dívidas. A publicidade de cartões de crédito na construção de um imaginário consumista	Viviane Fernandes Ricardo Freitas
Quando o produto é o dinheiro: perspectivas econômica e simbólica do consumo na narrativa publicitária do segmento bancário”	Bianca Leite Dramali
A literatura de auto-ajuda financeira e o capitalismo de consumo	Jean Marlos
Consumo da publicidade: quando a narrativa do consumo passa a ser o	Bianca Leite Dramali

produto consumido	
Publicidade, consumo e infância: impactos e conseqüências dessa relação e o papel da educação	Lais Fontenele
Sustentabilidade na comunicação publicitária: persuadir ou conscientizar?	Nilton Marlucio
O consumo, cultura material, comunicação e marketing: O que o design tem a haver com isto?	Paulo Roberto Silva

INSTITUIÇÕES PROMOTORAS

Grupo de Estudos do Consumo

Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM-RJ/SP)

CAEPM – Centro de Altos Estudos em Propaganda e Marketing

Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ)

CPDA - Programa de Pós-Graduação de Ciências Sociais em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade
Núcleo de Pesquisa Redes, Mercados e Valores

Universidade Federal Fluminense (UFF)

PPGA - Programa de Pós-Graduação em Antropologia
NEMO - Núcleo de Estudos da Modernidade

Universidade Nova de Lisboa (UNL)

FCSH - Faculdade de Ciências Sociais e Humanas
CRIA – Centro em Rede de Investigação em Antropologia

APOIO

Governo Federal
CAPES
Governo Estadual
FAPERJ

COMISSÃO ORGANIZADORA

Fátima Portilho (CPDA/UFRRJ)
Flávia Galindo (CPDA/UFRRJ)
John Wilkinson (CPDA/UFRRJ)
Laura Graziela (PPGA/NEMO/UFF)
Lívia Barbosa (CAEPM/ESPM-SP)
Marcelo Castañeda (CPDA/UFRRJ)
Marta Rosales (CRIA/FCSH/UNL - Portugal)
Veranise Dubeux (CAEPM/ESPM-RJ e PUC-RJ)

Produção: Jurubeba Produções (logo)

COMITÊ CIENTÍFICO

Bianca Freire Medeiros (CPDOC/FGV-RJ)
Carla Barros (ESPM-RJ, UFF e PUC-RJ)
Eduardo Ayrosa (FGV-RJ)
Fátima Portilho (CPDA/UFRRJ)
Gisela Black Taschner (FGV-SP)
Gisela Castro (ESPM-SP)
John Wilkinson (CPDA/UFRRJ)
José Carlos Durand (FGV-SP)

Laura Graziela Gomes (PPGA/NEMO/UFF)
Letícia Veloso (UFF/PPGSD/NEMO)
Lívia Barbosa (CAEPM/ESPM-SP)
Marta Rosales (CRIA/FCSH/UNL - Portugal)
Rosana Pinheiro Machado (ESPM-RS)
Rose de Melo Rocha (PPGCOM/ESPM-SP)
Tânia Martins de Freitas (UFRN)
Veranise Dubeux (ESPM-RJ/CAEPM)