

ROUPA E CONSUMO NUMA PRODUÇÃO SOCIOANTROPOLÓGICA

Clothing and Consumption in a Socio-Anthropological Production

Alves, Luanda dos Santos; Doutoranda; Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, luarural@gmail.com¹

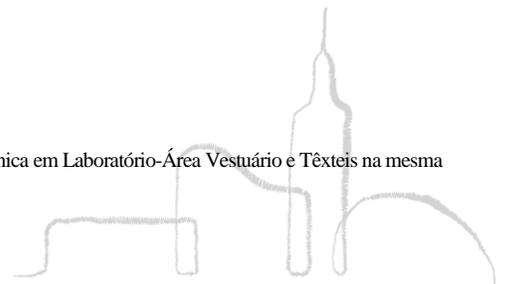
Resumo: Este trabalho trata de uma breve pesquisa bibliográfica acerca do direcionamento da prática do consumo numa perspectiva socioantropológica. Esboçando o surgimento da temática nas Ciências Sociais, a partir de Bourdieu e Sahlins, contrastando com as visões mais recentes expressas por Daniel Miller e Tim Ingold, com lógicas de consumo enquanto produção de si e de transformação, através da roupa enquanto materialidade.

Palavras chave: roupa e consumo; antropologia; reinvenção.

Abstract: This work deals with a brief bibliographical research on the direction of the practice of consumption from a socio-anthropological perspective. Outlining the emergence of the theme in Social Sciences, based on Bourdieu and Sahlins, contrasting with the more recent views expressed by Daniel Miller and Tim Ingold, with logics of consumption as self-production and transformation, through clothing as materiality.

Keywords: clothing and consumption; anthropology; reinvention.

¹Doutoranda no Programa de Pós Graduação em Ciências Sociais da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro. Técnica em Laboratório-Área Vestuário e Têxteis na mesma instituição de ensino, atuando, principalmente, junto ao curso de Graduação em Belas Artes.



Introdução

Na busca de uma compreensão da atual concepção do consumo nas Ciências Sociais, este trabalho propõe realizar apontamentos a partir de uma breve pesquisa bibliográfica acerca do direcionamento da prática do consumo numa perspectiva socioantropológica.

Partindo da segunda metade do século XX, com os trabalhos de Pierre Bourdieu (“Esboço de uma teoria da prática de 1972, tradução de 1994) e Marshall Sahlins (“Cultura e razão prática” de 1976, tradução de 2003), obras que introduzem um diálogo mais abrangente sobre consumo nas Ciências Sociais, apresentando lógicas diferentes para o consumo das coisas. Ante essas lógicas, apresento uma breve evolução conceitual destes estudos de objetos e suas relações com o ser humano numa dimensão antropológica, através do uso do conceito de “cultura material”, nas abordagens de Franz Boas e Bronislaw Malinowski, passando ao uso do termo “materialidades”, desenvolvido mais recentemente por Alfred Gell, Tim Ingold e Bruno Latour.

Ante o panorama teórico a ser descrito, é possível estabelecer uma reflexão onde o consumo é posto de em diálogo com o agenciamento do indivíduo, mas para além deste, atribuindo agenciamentos também aos objetos. Colocando assim, a relação entre roupa e consumo, num nível de subjetividades e entrelaçamentos possíveis de serem revelados e descritos, mas que requerem visão aguçada de pesquisador capaz de realizar reflexões e contextualizações sociais acerca das subjetividades imbricadas tanto no nível macro, quanto micro, tanto individual, quanto global. Nessa perspectiva, a Antropologia do Consumo vem estudando a complexidade do consumo buscando ampliar a visão sobre o lugar do consumo na sociedade moderna, ocupando-se com questões que abrangem o consumo individual e em massa, nas mais variadas formas de incorporação pelos consumidores em distintos contextos sociais.

Consumo nas abordagens de Mauss, Sahlins e Bourdieu

Começo por salientar que há muito a ação de consumir não está intrinsecamente relacionada à prática econômica, mas geralmente ao pensar consumo, imagina-se esse tipo de relação. Em “Ensaio sobre a dádiva”, Mauss (2003) traz, a partir de pesquisas em sociedades tribais uma lógica de contrato de consumo/trocas diferente, defendendo sua generalização, observando um sistema de dádivas que é explicitado pelo princípio comum que regula essas trocas: a relação de obrigação coletiva, não somente individual, entre dar, receber e retribuir. Relação que firma obrigação e reciprocidade que define e afirma a identidade do doador e do receptor. Obrigações fundamentais para a coesão social e a estrutura das sociedades, num sistema que o autor atenta ser possível de observar também nas sociedades ocidentais como um todo, não reduzindo-o a meros escambos, mas imbricando uma extensão moral capaz de dar sentido às relações sociais. Apresenta, por fim, a materialização da vida social

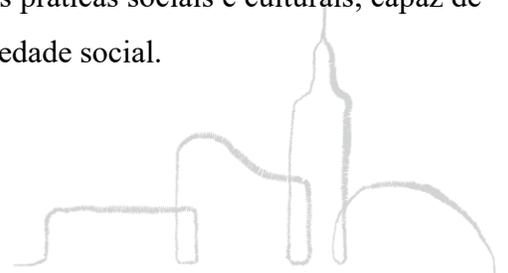
nas mais diversas dimensões, ante consumos também diversos que excedem a dimensão econômica. Nessa troca, circundam tanto de objetos quanto seres, festividades, sentimentos, capazes de gerar relações de aliança e comunhão entre as partes, o cerne da constituição das sociedades e das relações de poder. É através da dádiva que se estabelece a ordem social e se transforma a estrutura social.

Mauss (2003) observa que os bens em consumo são inseparáveis de seus proprietários, diferentemente dos objetos utilitários, atribuindo valor moral próprio às coisas, vinculado também ao doador, num ciclo de doação moral de trocas. Nessa perspectiva, presente não se reduz apenas ao objeto, mas se expande a uma expressão de valores culturais e sociais. Nessa direção, o autor critica as normas mercadológicas modernas, que enfatizando a troca mercantil e a propriedade privada, tende a subestimar a importância das relações sociais possíveis através das dádivas e presentes.

Apesar de apresentarem lógicas diferentes para o consumo das coisas, as abordagens de Sahlins (2003) e Bourdieu (2002) se balizam na perspectiva de Mauss – que distancia consumo de compra, tomando as práticas de troca, produção, vestuário, educação e lazer.

Num contexto de debates entre o marxismo e o estruturalismo, Sahlins desenvolve sua crítica interna à própria teoria antropológica, partindo do método do materialismo dialético inapropriado tanto à compreensão de sociedades tribais, quanto minimiza, a apreensão da sociedade ocidental burguesa. Em seus estudos sobre a cultura e a economia, enfoca como as práticas econômicas não são apenas respostas racionais às necessidades materiais, mas estão imersas em sistemas culturais que moldam o sentido e o valor das práticas econômicas; numa relação entre cultura, prática e consumo, onde o consumo se apresenta como um de afirmação e expressão individual e coletiva. Sahlins (2003) aponta o marxismo como limitante ao tomar a ideia de que a produção e o consumo estão naturalmente relacionados à necessidade, ou seja, a utilidade ou praticidade; não relacionando as representações simbólicas possíveis de estarem emaranhadas nessas ações.

Na abordagem de Sahlins (2003) a razão prática é o modo como a cultura direciona a ação econômica, não como um sistema de normas externas, mas como a expressão das práticas e crenças internas dos indivíduos. Nesse sentido, toma o consumo como expressão cultural ligada a construção de identidade, não influenciado apenas por necessidades materiais, mas também por significados culturais e sociais. Imbricado de significados e construção de identidade é que o consumo abarca posição central na transformação social, ao impactar a estrutura social e as relações de poder, através da reconfiguração de práticas e significados. Ou seja, consumo é tido por Sahlins (2003) como campo de negociação e redefinição do significado das práticas sociais e culturais, capaz de desafiar normas estabelecidas e criar novas formas de identidade e solidariedade social.



Na mesma direção de Mauss, Sahlins aponta que os objetos comunicam sentidos. Tais sentidos são reiterados no consumo e ressignificados na história. Numa dimensão onde trabalho/produto/objeto/consumo/sujeito/sociedade se relacionam numa constante produção, reprodução e transformação, refletindo em todo sistema cultural. No caso específico da organização da sociedade capitalista, a economia possui um lugar especial nessa relação, orientando através da utilidade as demais esferas da vida social; tendo como resultado formal uma sociedade com divisão de classes e hierarquias de poder.

Bourdieu (1994) destaca no consumo a relação entre suas práticas, gostos e as estruturas de classe, entendendo o consumo como uma forma de distinção social e um reflexo das disposições adquiridas por indivíduos dentro do campo social. Na visão do autor, o consumo participa ativamente da produção de individual, ao mesmo tempo que reflete e perpetua a estrutura social. Ele propõe que, embora pareça que o consumo oferece oportunidades de transformação social, ele tende a reproduzir e reforçar as desigualdades existentes, através da luta simbólica por distinção e do acesso desigual ao capital cultural. Nessa direção, os conceitos de “habitus” e “capital” trazidos pelo autor irão elucidar sua direção. Habitus se refere ao conjunto de disposições duradouras, hábitos e inclinações que orientam as práticas e percepções dos indivíduos, moldados por suas condições sociais de origem. Influencia o consumo, na medida em que os gostos e preferências de uma pessoa são reflexos das condições sociais e culturais em que ela se formou.

O consumo, nesse contexto, torna-se uma prática simbólica de autoconstrução e produção de identidade. Os indivíduos, ao consumirem determinados bens culturais (moda, arte, lazer, alimentação), estão de fato reafirmando seu pertencimento a uma determinada classe social ou, em alguns casos, buscando ascender socialmente, constituindo uma não neutralidade, uma subjetividade ao consumo, processo pelo qual as pessoas se definem, reafirmam seus valores e posicionam-se socialmente. Tal ação é mediada por diversas formas de capital, como discorre Bourdieu (1994), econômico, cultural, social e simbólico. Enquanto o capital econômico está diretamente relacionado a quantidade e valor do consumo, o capital cultural direciona ao consumo referente ao conhecimento, à educação e a familiaridade com formas “legítimas” de cultura, como a apreciação de obras de arte, música clássica, literatura erudita, entre outros. Nessa direção, Bourdieu demarca a distinção de classes, reforçando sua separação. Na sua percepção, dificilmente um indivíduo que conquiste um capital econômico favorável ao consumo, tenderá a consumir capital cultural, já que o habitus de seu grupo social não o leva a isso. Ele determina como hierarquicamente superiores formas “legítimas” de capital cultural obras de arte, música clássica, literatura erudita, dentre outros, discriminando, inferiorizando outras formas de capital cultural. Nesse estatuto, o autor consumir informa que consumir as formas “legítimas” de capital cultural não é apenas uma questão de gosto individual, mas uma forma de marcar a diferença social. Para Bourdieu, a produção de si através do consumo está intrinsecamente ligada ao desejo de se distinguir dos outros, sobretudo das classes sociais menos

privilegiadas. Consumir uma roupa de grife, em detrimento de uma peça de magazine, mais do que representar o atendimento a necessidade da norma de vestimenta, carrega simbolismo de distinção e poder. O autor informa que esse consumo "distintivo" reforça as fronteiras sociais e mantém a hierarquia de classes.

A análise de Bourdieu também envolve a ideia de luta simbólica, considerando que as classes sociais não apenas consomem de forma diferente, mas competem por reconhecimento e prestígio através das práticas de consumo. A transformação social ocorre à medida que as classes dominadas ou emergentes tentam adotar ou imitar os estilos de consumo das classes dominantes, enquanto as elites buscam continuamente novas formas de se distinguir. Essa dinâmica cria um processo constante de redefinição dos significados culturais associados ao consumo. Por não ocorrer de maneira estática, a luta simbólica, torna com o tempo bens ou práticas de consumo inicialmente exclusivos das classes superiores, populares entre as classes médias ou baixas, perdendo assim seu valor distintivo. Nessa direção, na visão de Bourdieu, o consumo tem um papel crucial na reprodução da estrutura social. Embora possa parecer que o consumo oferece a possibilidade de mobilidade social, na realidade ele tende a reforçar as desigualdades estruturais. Os gostos e práticas culturais que uma pessoa desenvolve ao longo de sua vida estão profundamente condicionados por sua origem social, o que limita suas escolhas e oportunidades de acesso a certos tipos de bens e experiências. Esse processo de difusão e apropriação cultural reflete as transformações sociais, mas também gera novas formas de distinção, perpetuando a lógica de reprodução social.

Por fim, Bourdieu também considera o consumo como uma forma de poder, à medida que a capacidade de consumir certos bens, de possuir certos conhecimentos confere poder simbólico aos indivíduos, permitindo que exerçam influência e se posicionem melhor dentro do campo social. Aqueles que detêm maior capital, seja econômico ou cultural, controlam, em grande medida, os padrões de consumo que são vistos como legítimos ou desejáveis, exercendo, assim, um tipo de controle simbólico sobre as demais classes sociais.

Consumo de coisas – “cultura material” x “materialidades”

Para um melhor entendimento da relação dos objetos com os seres humanos é necessário compreender as conceituações atribuídas aos termos “cultura material” e “materialidades” na antropologia, já que estas estão intimamente relacionadas à evolução dos estudos na área. Por mais que os dois termos pareçam similares, há nuances importantes que os diferenciam e ampliam sua compreensão, fazendo distinção nas abordagens teóricas dos autores que os empregam.

A cultura material é um conceito mais tradicional na Antropologia. Centrado no estudo dos artefatos físicos produzidos ou utilizados por sociedades humanas, observados como estáticos e representativos. Inclui todos os objetos tangíveis, de artefatos a utensílios, como ferramentas, roupas, construções, arte e utensílios, que refletem aspectos sociais, econômicos e simbólicos de uma sociedade. Esse enfoque começou com os primeiros

antropólogos, como Franz Boas e Bronislaw Malinowski, que viam os objetos como extensões das práticas culturais, econômicas e sociais. Tradicionalmente é considerada como algo exterior aos sujeitos, e os artefatos são analisados em termos de seu valor funcional e simbólico.

Conquanto não tenha utilizado especificamente o termo "cultura material", Franz Boas, tido como pai da Antropologia Moderna nos Estados Unidos, tratou da relação entre os aspectos materiais da cultura e seu contexto social e simbólico em várias obras, de grande influência no campo da antropologia cultural. Em "A mente do homem primitivo" de 1911, tradução de 2010, Boas sugere que os artefatos materiais (ferramentas, vestimentas, habitações) não podem ser compreendidos fora do seu contexto cultural e ambiental, já sinalizando uma indissociação entre o social e a produção. Enfatiza que as produções não se dão de forma isoladas, mas dependem do ambiente e das condições de vida dos indivíduos, como já descrito, conforme trazido mais elaborado depois por Sahlins.

Em "Arte Primitiva", de 1927, tradução de 2014, Boas examina as formas artísticas de diferentes sociedades e oferece uma análise mais profunda da relação entre cultura material e expressão simbólica. Argumenta que a forma dos artefatos materiais é tanto funcional, prática, quanto carregada de significado estético e simbólico, expressando valores e crenças culturais, para a sociedade específica que produziu.

Boas (2021), em "Antropologia e vida moderna", produção de 1928, traz reflexões sobre as implicações da Antropologia para o mundo moderno. Aborda a interrelação entre cultura material e mudança cultural, destacando que variação nos objetos materiais de uma cultura tendem a acompanhar as transformações mais amplas em sua organização social e pensamento.

Bronislaw Malinowski, apresenta enquanto antropólogo, importantes contribuições à teoria do funcionalismo na antropologia. Apesar de não se concentrar diretamente no conceito de "cultural material" da maneira como seria discutido por teóricos mais recentes ou dentro de uma abordagem materialista cultural, seu enfoque na importância das práticas culturais e na função das instituições sociais para a sobrevivência e o bem-estar dos indivíduos dentro de uma sociedade, trouxe considerações relevantes para esse contexto. Em "Argonautas do Pacífico", obra de 1922, tradução utilizada de 2018, Malinowski detalha a complexa rede de trocas econômicas e sociais entre os povos das Ilhas Trobriand, descrevendo como as práticas materiais, como o sistema de trocas de Kula², são centrais para a organização social e as relações interpessoais. Observa que objetos de troca, como os colares e braceletes Kula, são muito mais do que simples bens materiais, possuem profundo significado social e cultural, funcionando como veículos de status e poder.

² Malinowski define o Kula como um grande sistema de trocas de dádivas. Nele indivíduos de distintas comunidades melanésias trocam objetos cerimoniais específicos (vaygu'a). Tais como: colares longos de conchas vermelhas (soulava), braceletes de conchas brancas (mwali).



Já o conceito de materialidades, desenvolvido principalmente nas últimas décadas, vem ampliando o olhar sobre os objetos, incluindo as relações e agências que eles têm em sua interação com os humanos. Utilizado para desafiar a visão tradicional da cultura material como algo estático e simplesmente representativo, materialidades não se referem apenas aos objetos físicos e suas características próprias, primárias, que influenciam sua utilização, mas às propriedades e capacidades que esses objetos adquirem em diferentes contextos sociais. Nesse sentido, a materialidade de uma roupa, por exemplo, um vestido amplo e curto, não observará apenas o ato de vestir, cobrir, mas processos simbólicos e práticos, como a seleção da modelagem, do tecido, o local que será utilizado, horário, tipo de atividade que deverá realizar e muitos outros elementos que o indivíduo pode atribuir à escolha. Nessa dimensão, entra também o conceito de “agência dos objetos”, sugerindo que os artefatos não são meramente passivos, mas possuem um papel ativo nas interações sociais e na construção do mundo.

Alfred Gell, Tim Ingold e Bruno Latour, são alguns autores que inspiram a perspectiva das materialidades. Explorando como as coisas interagem com os humanos de maneiras dinâmicas, moldando e sendo moldadas por práticas, emoções e estruturas de poder.

Conhecido por suas contribuições à teoria da arte e à análise da materialidade dos objetos culturais, Alfred Gell, traz grandes contribuições de ideias à temática. Gell (2018), na obra "Arte e agência: uma teoria antropológica" de 1998, aborda a materialidade e o valor dos objetos de arte, explorando que são carregados de significados e valores culturais, indo além de suas propriedades materiais. O autor debate arte como um sistema de ação, onde a materialidade dos objetos não produz simplesmente como forma ou estética, mas também um veículo para a ação e a agência cultural. nessa direção, Gell (2018) argumenta que a materialidade dos objetos de arte está essencialmente relacionada à sua capacidade de influenciar e interagir com as pessoas. Nesse papel de influência e interação, os objetos são consumidos com um papel ativo na criação de significados e na mediação de relações sociais, não apenas por causa de suas propriedades materiais, mas também por causa da forma como esses objetos são utilizados em contextos culturais específicos.

Bruno Latour traz como principal e fundamental contribuição a Teoria Ator-Rede (ANT) e sua análise do papel da materialidade nas redes de atores sociais e não sociais. Em “Jamais fomos modernos”, obra de 1991, Latour (1994), argumenta que a modernidade nunca foi completamente moderna porque sempre envolveu uma mistura de elementos humanos e não humanos. Explora como os objetos materiais e as tecnologias estão entrelaçados nas práticas sociais e na construção do conhecimento. Aborda que a modernidade não é um estado puro de racionalidade e separação entre natureza e sociedade, mas uma rede complexa onde objetos materiais, tecnologias e seres humanos interagem e se influenciam mutuamente. Nessa direção, também é possível informarmos que, para Latour, o consumo está envolvido numa rede de significados e ressignificações. Conforme sua abordagem também em “Reagregando o social”, de 2005, onde Latour (2012) apresenta a ANT e discute

como os objetos materiais, ao lado dos seres humanos, são atores ativos na construção e na manutenção das redes sociais. Ele enfatiza que a materialidade é fundamental para a compreensão das relações sociais, ou seja, não há passividade nos objetos materiais, mas sim uma capacidade de influenciar e ser influenciados pelas relações sociais em que estão inseridos. O autor clarifica que na ANT os vínculos sociais da relação de um curso de ação raramente estão atrelados a relação entre humanos ou entre objetos, mas, mais certamente, zigzagueando entre umas e outras. Para o entendimento de tal relação é imprescindível abandonar a separação dicotômica entre objeto e sujeito, pois sua divisão é apenas um artifício, que não deve impedir de estabelecer uma relação efetiva, misturados numa mesma história. Em “Políticas da natureza: como fazer ciência na democracia” de 2004, Latour explora como a materialidade dos objetos e das práticas científicas está entrelaçada com a política e a tomada de decisões. Ele argumenta que entender a materialidade é crucial para a democracia e para a governança científica.

Ante a perspectiva de Latour, consumir materialidades implica informar que os objetos materiais são parte integrante das dinâmicas sociais e políticas, sendo componentes envolvidos em toda dinâmica de ações de agenciamentos e militâncias, possibilitada inclusive pelo viés da vestimenta.

Contemporâneo de Latour, Tim Ingold aborda materialidade na experiência humana e na cultura, examinando como as pessoas interagem com o mundo material e como essas interações moldam tanto a percepção quanto a prática cultural.

Em “Estar vivo: ensaios sobre movimento, conhecimento e descrição”, obra de 2011, tradução de 2015, Ingold investiga como o movimento e a interação com o ambiente material estão interligados, entendendo que a materialidade deve ser percebida como uma parte dinâmica e relacional da experiência humana, moldada pela forma como transitamos e agimos no mundo. Argumenta que o ambiente material não se apresenta como um simples fundo passivo para a experiência, mas um elemento ativo que molda e é moldado pela nossa interação e movimento através dele.

Em "Linhas: uma breve história", de 2007, Ingold (2022), explora as linhas, enquanto elementos materiais e simbólicos, capazes de preencher papel crucial na forma como entendemos e organizamos o mundo. Ele discute como a materialidade das linhas influencia tanto a percepção quanto a prática cultural. Informa que as linhas não devem ser concebidas como meros traços em um plano, mas traços de ação e de interação com o mundo material. Elas são formas de dar sentido e estrutura à nossa experiência, refletindo como nos relacionamos com os materiais e os espaços ao nosso redor, refletindo e traduzindo simbologias.

Em "Fazer: Antropologia, Arqueologia, Arte e Arquitetura", de 2013, tradução de também de 2022, Ingold Ingold examina o processo de fabricação e criação, destacando como a prática artesanal e a produção material são centrais para entender a relação entre o humano e o mundo material. Ele enfatiza a importância da prática manual e da experiência direta na formação do conhecimento sobre a materialidade, sendo uma maneira de estar em

sintonia com o mundo material, que não é fixo, mas que se revela e se transforma através das práticas e habilidades envolvidas na sua criação e uso.

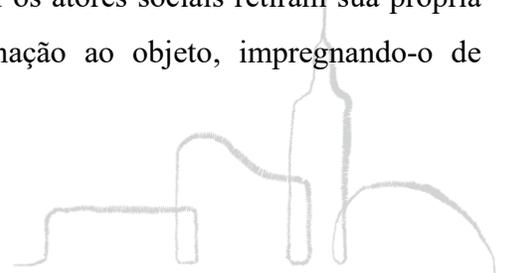
Nessa relação, entre as linhas, o fazer e estar vivo, Ingold inclui a percepção de todo o qualquer elemento, sendo consumido e consumindo, simultaneamente, numa interação constante, de profundo entrelaçamento com a prática, percepção e experiência humana, somente através dessa interação prática e do envolvimento direto com o mundo material é possível entender sua significação e impacto.

Por fim, trago a abordagem de Daniel Miller crítica a visão tradicional de alienação como uma condição negativa e essencialmente opressiva estabelecida por Marx, usando o conceito de "positividade" de Michel Foucault para oferecer uma perspectiva alternativa, numa visão mais articulada e positiva das relações entre poder, consumo e identidade, desafiando a visão tradicional da alienação e revelando o dinamismo e a complexidade das práticas sociais contemporâneas.

Em "A teoria das compras" de 1998, Miller (2002), utiliza o conceito de positividade para mostrar como o consumo não é apenas uma forma de alienação, mas uma prática através da qual os indivíduos criam e afirmam suas identidades. O poder do consumo reside em sua capacidade de criar significado e identidade dentro das estruturas sociais. o autor aborda as relações de significação que orientam as escolhas dos consumidores.

Em "Trecos, troços e coisas: estudos antropológicos sobre cultura material", de 2008, Miller (2013) aborda como os objetos de consumo e a prática de compra contribuem para o conforto e a estabilidade na vida cotidiana das pessoas, usando a perspectiva de Foucault para ilustrar como essas práticas são formas de engajamento positivo com o mundo social. O autor informa a contribuição dos objetos do cotidiano para o bem-estar emocional e a construção do sentido de lar, mostrando que os objetos têm um papel nas práticas de vida e nas relações interpessoais, com a materialidade conectada ao conforto e à estabilidade emocional. Assim, Miller (2013) destaca que os objetos contribuem para a experiência subjetiva e o sentimento de pertencimento, enfatizando a relação entre materialidade e bem-estar emocional.

Com a visão de um consumo menos alienante e mais positivo, Miller também está na direção de que as práticas de consumo moldam a experiência material e de que a materialidade é uma parte crucial da vida cotidiana, influenciando e sendo influenciada por práticas culturais e sociais. Nessa perspectiva, Miller propõe um agenciamento ante a sociedade de consumo, sendo, fazendo, sentindo e pensando através das relações pessoais com a cultura material e o consumo de massa. Na direção contrária da "imposição" falsamente estabelecida pela cultura de consumo este é, segundo o autor, o dispositivo através do qual os atores sociais retiram sua própria humanidade, com criatividade que abstrai alienação, incutindo inalienação ao objeto, impregnando-o de conotações específicas.



Considerações Finais

As abordagens mais recentes sobre o consumo apontam para uma perspectiva de indissociação entre sujeito e objeto. Ao abandonar conceituações utilitaristas do objeto, a produção socioantropológica é compreendida ante uma relação de múltiplos vínculos subjetivos que permeiam as práticas de consumo. Desta maneira, não é viável uma concepção compartimentada, separada, dividida entre natureza e sociedade. Mas uma visão prática de um consumo como produção totalizante de si e do social, imbricando possíveis práticas políticas, de militâncias e identidade.

Referências

BOAS, Franz. **Arte primitiva**. Rio de Janeiro: Ed. Vozes, 2014.

BOAS, Franz. **A mente do homem primitivo**. Rio de Janeiro: Ed. Vozes, 2011.

BOAS, Franz. **Antropologia e vida moderna**. São Paulo: Edições 70, 2021.

BOURDIEU, Pierre. **Esboço de uma teoria da prática**. In: ORTIZ, R. (org.). Pierre Bourdieu: sociologia. São Paulo: Ática, 1994.

GELL, Alfred. **Arte e agência: uma Teoria antropológica**. Tradução Jamille Pinheiro Dias. Coleção Argonautas. São Paulo: Ebu Editora, 2018.

INGOLD, Tim. **Linhas: uma breve história**. Rio de Janeiro: Ed. Vozes, 2022.

INGOLD, Tim. **Estar vivo: ensaios sobre movimento conhecimento e descrição**. Rio de Janeiro: Ed. Vozes, 2015.

INGOLD, Tim. **Fazer: antropologia, arqueologia, arte e arquitetura**. Rio de Janeiro: Ed. Vozes, 2022.

LATOUR, Bruno. **Reagregando o social**. Bahia: Edufba, 2012.

LATOUR, Bruno. **Jamais fomos modernos**. São Paulo: Editora 34, 1994.

LATOUR, Bruno. **Políticas da natureza: como fazer ciências na democracia**. Caxias do Sul: Editora Edusc, 2004.

MALINOWSKI, Bronislaw. **Argonautas do Pacífico Ocidental**. São Paulo: Ubu Editora, 2018.

MARX, Karl. **O capital – crítica da economia política**. Vol.1. São Paulo: Abril [Os economistas], 1983.

MAUSS, Marcel. **Ensaio sobre a dádiva. Sociologia e Antropologia**. São Paulo: Cosac & Naify, 2003.

MILLER, Daniel. **Teoria das Compras**. São Paulo: Ed. Nobel, 2002.



MILLER, Daniel. **Trecos, troços e coisas: estudos antropológicos sobre cultura material**. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

MOLES, Abraham A. **Teoria dos objetos**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1981.

SAHLINS, Marshall. **Cultura e razão prática**. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

SANTOS, Milton. **Técnica espaço tempo**. São Paulo: Hucitec, 1998.

