



Sociedade e Estado

ISSN: 0102-6992

revistasol@unb.br

Universidade de Brasília

Brasil

Santos, Gustavo Paulo

Marcas da percepção: um estudo sobre o uso de produtos falsificados

Sociedade e Estado, vol. 27, núm. 3, septiembre-diciembre, 2012, pp. 747-747

Universidade de Brasília

Brasília, Brasil

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=339930935021>

- Como citar este artigo
- Número completo
- Mais artigos
- Home da revista no Redalyc

redalyc.org

Sistema de Informação Científica

Rede de Revistas Científicas da América Latina, Caribe, Espanha e Portugal

Projeto acadêmico sem fins lucrativos desenvolvido no âmbito da iniciativa Acesso Aberto

Marcas da percepção: um estudo sobre o uso de produtos falsificados

Gustavo Paulo Santos

Orientador: Maria Angélica Brasil Gonçalves Madeira

Dissertação de Mestrado

Data da defesa: 30.03.2012

Este trabalho segue no esforço de investigar novos olhares lançados sobre aspectos culturais do consumismo contemporâneo e busca uma reflexão teórica acerca do consumo de mercadorias e seus usos na forma de expressão individual. Em termos práticos, consiste na ideia dos usos e construções da comunicabilidade dos objetos na sua forma de expressão intencional das individualidades – operações interpretativas do emissor/receptor – e seu papel socializador em jovens metropolitanos. O emissor-consumidor aparece sob a forma de jovens consumidores de uma Feira de Brasília. O receptor aparece, na pesquisa, na figura das tribos urbanas, na espécie de um “outro tipificado”, representando um importante fator de socialização dos jovens. Comparando as unidades conceituais na fala dos entrevistados, pode-se destacar a importância da escolha da mercadoria no desempenho de papéis sociais, especialmente no suprir das expectativas e no reivindicar do significado dentro de contextos de sociabilidade.

Palavras-chave: Antropologia dos Objetos, Economia Simbólica, Individualismo, Fenomenologia, Socialização, Juventude.