

## Editorial

### *Editorial*

Michele de Lavra Pinto<sup>I</sup> , Sílvia Borges Corrêa<sup>II</sup> ,  
Tânia Maria de Oliveira Almeida Gouveia<sup>III</sup> ,  
Veranise Jacobowski Correia Dubeux<sup>IV</sup> , Denise Franca Barros<sup>V</sup> 

Nos dias 12 e 13 de agosto de 2021, o Grupo de Pesquisa Consumo e Sociabilidades, da Escola Superior de Propaganda e Marketing do Rio de Janeiro (ESPM Rio) e vinculado ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), promoveu a III Jornada de Pesquisa sobre Consumo e Sociabilidades. Em sua terceira edição, o evento foi atravessado pelo período pandêmico de COVID-19 e aconteceu em ambiente virtual. Ele contou com pesquisadores de diferentes áreas e instituições que estudam a temática. Participaram propostas de trabalhos de pesquisadores de instituições de ensino do Brasil e de Portugal, fato que sinaliza a pertinência do estabelecimento de novos espaços para a discussão de temas ligados ao consumo.

O consumo tem se revelado um aspecto dos mais relevantes na compreensão da sociedade contemporânea, seja pelo reconhecimento de novas e renovadas formas de sociabilidade que reconfiguram hábitos, práticas, narrativas e sentidos de consumo, seja em função do advento de novos e variados espaços, mercadorias e comportamentos de consumo que impactam nas relações sociais contemporâneas. Desde 2020, a pandemia em função da COVID-19 tem desafiado o mundo e modificado profundamente as práticas sociais. Os impactos sobre a saúde coletiva, os negócios, a tecnologia, as sociabilidades e as esferas da produção e do consumo são numerosos e ainda pouco explorados, em razão da recência do fenômeno.

Ainda no primeiro ano da pandemia, vivenciamos profundas transformações nas práticas de consumo resultantes das restrições impostas pelos governos: limitações nos serviços de transporte nas — e entre — cidades, exigência do uso de máscaras faciais, fechamento de espaços de lazer, limitação na lotação e/ou no horário de funcionamento de alguns espaços de consumo, entre outras. Ainda agora, passados mais de dois anos do início da pandemia, as transformações no mundo do consumo continuam a estimular a análise de tendências, a construção de cenários — por vezes, contraditórios — e a pesquisa sobre essas transformações.

Em artigo publicado em agosto de 2020, Trentmann sinalizava para a disrupção e para o abalo nos pilares sobre os quais a cultura de consumo se edificou nos últimos cinco

---

<sup>I</sup>Universidade Federal do Rio Grande do Sul – Porto Alegre (RS), Brasil.

<sup>II</sup>Escola Superior de Propaganda e Marketing – Rio de Janeiro (RJ), Brasil.

<sup>III</sup>Universidade do Estado do Rio de Janeiro – Rio de Janeiro (RJ), Brasil.

<sup>IV</sup>Universidade do Grande Rio – Rio de Janeiro (RJ), Brasil.

Recebido em: 28/06/2022. Aceito em: 11/07/2022

séculos, as dinâmicas de trocas e intercâmbios entre o local e o global, o privado e o público, a casa e a cidade. A pandemia estava reconfigurando essas dinâmicas de maneira intensa e transformando nossas atividades cotidianas e práticas de consumo, que já vinham sendo impactadas por questões específicas, como as tecnologias digitais. Mais recentemente, Greene *et al.* (2022) analisaram as mudanças nas rotinas dos lares de famílias que experimentaram o *lockdown* em cinco países europeus, mostrando como a pandemia afetou questões relacionadas à temporalidade e à organização das atividades domésticas e, conseqüentemente, o consumo realizado em casa.

As pesquisas apresentadas na III jornada foram de alguma forma afetadas pelo período pandêmico, fosse na sua execução, fosse na definição do tema de pesquisa ou dos procedimentos metodológicos. Para este dossiê, selecionaram-se alguns dos trabalhos apresentados no evento. Como nas edições anteriores, houve uma diversidade de temas e abordagens utilizadas, agrupadas em quatro sessões: “Consumo e COVID-19”, “Consumo, Alimentação e Saúde”, “Consumo, Sustentabilidade e Moda” e “Representações e Diversidade no Consumo”.

O artigo “Lá como cá: a ocorrência de *panic buying* em Portugal e no Brasil”, de Sibeles Aquino e Samuel Lins, traça uma comparação entre Portugal e Brasil, tangenciando os impactos do consumo no período da pandemia de COVID-19 e o fenômeno do *panic buying*, compras que usualmente os indivíduos não fariam se não fossem motivados, impulsionados pelo medo e pelo pânico. O artigo “Vulnerabilidade e resiliência: o consumidor de *whey protein* e a busca do corpo perfeito”, de autoria de Rosana Oliveira da Silva, Denise Franca Barros, Tânia Maria de Oliveira Almeida Gouveia e Robson Gomes André, busca identificar as principais pressões e eventos disparadores da vulnerabilidade dos consumidores de *whey protein* analisando a regulação de suplementos alimentares e verificando como agentes do mercado podem contribuir para a resiliência do consumidor. O artigo “Consumidores portugueses e garrafas reutilizáveis: uma análise sobre compra conspícua”, de Sílvia Rafaela Pinto Ribeiro, Samuel Lincoln Bezerra Lins e Luciane Albuquerque Sá de Souza, valendo-se de metodologia mista (qualitativa e quantitativa), trata do comportamento dos consumidores portugueses no tocante aos produtos sustentáveis (garrafas reutilizáveis), buscando compreender a relação atitudes-intenção de compra, observando se valores de consumo estético, conspícuo e utilitário e normas sociais têm efeito de moderação nessa relação. Os artigos “O bebê mediado e midiaticado: a vida encenada dos ‘pequenos Trumans’”, de Bianca Leite Dramali; “A feira e o viaduto: espaços de consumo após a reconfiguração da principal via de acesso a Madureira”, de Jorgiana Melo de Aguiar Brennand, e “FosfoBox no Porto Maravilha: sons e nomadismos da princesinha do mar”, de Alessandra de Figueredo Porto, abordam a diversidade de temas ligados ao consumo. No primeiro caso, trata-se de discutir a intensificação de midiaticação e mediação da vida dos bebês antes do seu nascimento. Ou seja, os bebês passam a existir como imagens, representações e objetos, sendo assim midiaticados. No outro artigo a autora, aliando pesquisa bibliográfica e

etnografia, aborda a reconfiguração do viaduto de Madureira, na zona norte do Rio de Janeiro (RJ), em espaço de consumo dotado de simbolismos, relações sociais e sociabilidades. O artigo que fecha este dossiê, de autoria de Porto, fala da reconfiguração de espaços e territórios, na cidade do Rio de Janeiro, tendo como passo de fundo a boate Fosfobox, inicialmente no bairro de Copacabana, e sua mudança para o Porto Maravilha, ocorrida após seu fechamento, em 2020, por causa da COVID-19.

Além dos artigos do dossiê Consumo e Sociabilidades, o volume 7, número 20 (2022), da revista conta com mais quatro artigos de temas livres. “A economia criativa como um caminho viável para a vinculação física e simbólica: o caso da Feira de Refugiados Chega Junto”, redigido por Conceição Souza, apresenta o estudo sobre uma estratégia viável para o desenvolvimento socioeconômico dos imigrantes-refugiados que fixaram residência na cidade do Rio de Janeiro, de maneira especial os que garantem sua subsistência por meio da produção e comercialização da gastronomia típica de seus países de origem. O lócus dessa pesquisa de observação é a Feira de Refugiados Chega Junto, uma parceria do Projeto Chega Junto e da Cáritas-RJ. O artigo “Museus de ciência como espaços de lazer: um estudo de caso”, de Luiza de Souza Lima Macedo e Diomira Maria Cicci Pinto Faria, busca ampliar a produção do conhecimento que relaciona museus e lazer, traçar o perfil socioeconômico das famílias mineiras com crianças e realizar um estudo comparativo com a literatura disponível ancorado na teoria de Pierre Bourdieu e em diálogo com conceitos de cultura, lazer e museus. O artigo “Arte e tecnologia nos mercados: questões para discussão e análise”, de Sandro Ruduit Garcia, analisa algumas questões de interesse sociológico que se vêm debatendo acerca das recentes transformações de mercados de artes e de bens e serviços culturais. Fechando este número, o último artigo de tema livre, “Inovação para professores e estudantes de cursos superiores da economia criativa”, de Silvio Duarte Domingos, compara as representações sociais de professores e estudantes da área da economia criativa a respeito de inovação por meio de uma pesquisa qualitativa realizada em uma universidade privada na cidade do Rio de Janeiro.

Desejamos uma proveitosa e prazerosa leitura.

## REFERÊNCIAS

GREENE, M.; HANSEN, A.; HOLOHAN, C.; SUBBAUER, E.; DOMANESCHI, L. Consumption and shifting temporalities of daily life in times of disruption: undoing and reassembling household practices during the COVID-19 pandemic. **Sustainability: Science, Practice and Policy**, v. 18, n. 1, p. 215-230, 2022. <https://doi.org/10.1080/15487733.2022.2037903>

TRENTMANN, F. The unequal future of consumption: how the COVID lockdown is reconfiguring the nexus of getting and spending. **The New Republic**, Helsinque, v. 251, n. 5044, p. 30-41, 2020. Disponível em: <https://newrepublic.com/article/158737/covid-lockdown-unequal-future-consumption>. Acesso em: 6 jun. 2022.

## Sobre as autoras

**Michele de Lavra Pinto:** pós-doutoranda em Epidemiologia pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

**Sílvia Borges Corrêa:** doutora em Ciências Sociais pelo Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais da Universidade do Estado do Rio de Janeiro.

**Tânia Maria de Oliveira Almeida Gouveia:** doutora em Administração pela Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas, da Fundação Getulio Vargas.

**Veranise Jacobowski Correia Dubeux:** doutora em Engenharia pelo Instituto Alberto Luiz Coimbra de Pós-Graduação e Pesquisa de Engenharia, da Universidade Federal do Rio de Janeiro.

**Denise Franca Barros:** doutora em Administração de Empresas pela Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas, da Fundação Getulio Vargas.

**Conflito de interesses:** nada a declarar – **Fonte de financiamento:** nenhuma.

**Contribuição das autoras:** Pinto, M. de L.: Conceituação, Escrita — Primeira Redação, Escrita — Revisão e Edição. Corrêa, S. B.: Conceituação, Escrita — Primeira Redação, Escrita — Revisão e Edição. Gouveia, T. M. de O. A.: Conceituação, Escrita — Primeira Redação, Escrita — Revisão e Edição. Dubeux, V. J. C.: Conceituação, Escrita — Primeira Redação, Escrita — Revisão e Edição. Barros, D. F.: Conceituação, Escrita — Primeira Redação, Escrita — Revisão e Edição.

