



A questão da *estética do consumo* no mundo contemporâneo emerge como uma temática de fundamental importância para o campo da comunicação e para as ciências sociais. A ressignificação do humano passa hoje pela discussão de suas relações com o mundo que o cerca e que o afeta, e pensar os processos da subjetivação exige pensar, também, o objeto, em suas novas dimensões desmaterializadas, híbridas e envoltas em espectros publicitários, bem como o papel que o corpo assume no momento atual.

Tanto o objeto quanto o corpo vão participar ativamente de uma reconfiguração da subjetividade progressivamente privada de ficções e fundamentos e inscrita num cenário de visibilidade e aceleração máximas. O sujeito perde progressivamente o lugar privilegiado contemplativo que possibilitava a determinação do belo, do bom e do verdadeiro a propósito do outro e do objeto. Vai-se a distância ótima que possibilitava o discernimento e a classificação.

O trajeto parece implicar, portanto, uma mudança do pólo da representação para o pólo das sensações, e é a crise deste distanciamento que se busca considerar diante dos novos impactos das tecnologias comunicacionais, biológicas e da sociedade de consumo, cujas modificações contínuas tornam a sociedade, os corpos e a subjetividade formas abertas em perene ressemantização.

Assim, tendo em vista a relevância do tema no contexto atual e os resultados obtidos no seminário intitulado “Comunicação/Est-éticas do Consumo” – promovido pelo Núcleo de Pesquisa Ethos<sup>1</sup> no Campus da UFRJ em outubro de 2006 e que envolveu não só investigadores do Programa de Pós-Graduação da ECO/UFRJ, mas também de outros importantes centros de pesquisa do país –, organizou-se e elaborou-se esta seção *Dossiê* intitulada **Estética do Consumo nos Circuitos Urbanos**.

O leitor encontrará nesta seção cinco artigos que enfocam a temática do consumo de diferentes perspectivas. Contudo, podemos identificar que há um primeiro conjunto de artigos que estão mais centrados em discutir a crucial relação entre corpo e consumo e um segundo conjunto de ensaios que problematizam tensões geradas por algumas modalidades de consumo no espaço urbano.

No primeiro bloco, abrindo a seção, Villaça avalia algumas das articulações entre corpo e moda no discurso da comunicação contemporânea, considerando as novas tecnologias e as transformações sociopolíticas atuais. Depois, Castilho e Martins em seu artigo consideram a passarela como uma espécie de mídia e analisam a continuidade na maneira da moda contemporânea se relacionar com o corpo. Em seguida, Goldenberg analisa a construção social do corpo em uma cultura na qual os corpos são aprisionados em modelos inalcançáveis de masculinidade e feminilidade.

E, fechando este primeiro conjunto de artigos, Garcia faz uma releitura das representações hegemônicas que associam consumo e corpo hoje.

Na segunda parte desta seção, primeiramente, temos um artigo em que Caiafa problematiza o consumo do transporte coletivo e os riscos de se transformar o usuário em cliente nas sociedades atuais. E, fechando o *Dossiê* deste número, Iório avalia o consumo das narrativas de violência veiculadas intensamente pela mídia.

Ainda relacionado à temática do consumo, o leitor encontrará: na seção *Nota de Conjuntura*, um pequeno ensaio em que Santos faz uma crítica da sociedade atual marcada pelo hiperconsumo e pela idéia de alegria como “norma”; duas *Resenhas*, uma primeira em que Moreno analisa os argumentos de Ballard – sugeridos provocativamente em um romance – de que os consumidores insatisfeitos poderiam vir a se converter em “terroristas” na sociedade atual e, uma segunda, em que Coelho avalia uma coletânea organizada por Freire Filho e Herschmann dedicada a analisar os impactos da espetacularização do consumo e da vida social hoje; um artigo – na seção *Perspectivas* – em que Dias analisa o lugar da “crueldade” na produção e consumo artístico contemporâneo; e, finalmente, na seção *Entrevista*, um depoimento dado por Rocha, um dos pesquisadores pioneiros na análise do consumo no Brasil, avaliando a expansão e a institucionalização dos estudos de consumo no país.

Abordando outras temáticas, temos ainda neste número da revista *ECO-PÓS*: na seção *Portfólio*, Lissovsky e Jaguaribe repensando – a partir de material fotográfico no período Vargas – as relações entre fotografia e o imaginário construído na modernidade no Brasil; na seção *Perspectivas*, o leitor encontrará ainda, primeiramente, um artigo em que Mazetti problematiza o “agir político” na sociedade atual, tomando como referência algumas intervenções urbanas e, fechando esta seção, Melo analisa comparativamente a cobertura jornalística do famoso seqüestro do ônibus 174 (que ocorreu no Rio de Janeiro com ampla divulgação na mídia) e o documentário *Ônibus 174*; e, na seção de *Resenhas*, fechando este volume, Silva comenta o último livro lançado pelo filósofo e semiólogo italiano Paolo Virno.

*Nízia Villaça e Micael Herschmann*

Editores

---

1 O grupo ETHOS: Comunicação, Comportamento e Estratégias Corporais está vinculado ao Programa de Pós-Graduação da Escola de Comunicação da UFRJ. Coordenação Nízia Villaça