

A PRODUÇÃO DE SENTIDO DO CONSUMO

Eneus Trindade (USP)

eneustrindade@usp.br

Inserida nas discussões sobre as linguagens, sentidos e discursos, a produção do sentido do consumo é aqui vista dentro do critério de pertinência teórica dos estudos da representação, como forma legítima de conhecer a realidade.

Isso significa afirmar que o estudo das mediações sógnicas do consumo sobre a realidade que vivemos, explica aspectos significativos da nossa existência. Nesta oportunidade, especificamente, abordaremos a produção de sentido do consumo a partir de um estudo exploratório, com fundamento etnográfico, sobre três famílias de extratos sociais distintos, buscando observar os vínculos de sentido ou sógnicos entre a recepção da publicidade e as práticas de consumo que se estabelecem nos universos pesquisados. A recepção da publicidade e as práticas de consumo são vistas na lógica da enunciação da recepção publicitária em ambiente doméstico ou familiar, considerando-se suas produções de sentidos em aspectos subjetivos, temporais e espaciais, conforme os pressupostos da enunciação de base lingüística.