

Sumário

Apresentação.....	9
Nota da editora	17
I	
Lamentações sobre meu velho robe ou Aviso a quem tem mais gosto que fortuna.....	21
<i>Denis Diderot</i>	
A relação geral entre produção, distribuição, troca e consumo	27
<i>Karl Marx</i>	
Consumo conspícuo	39
<i>Thorstein Veblen</i>	
Moda.....	55
<i>Georg Simmel</i>	
A vitória da mulher	75
<i>Werner Sombart</i>	
Ensaio sobre a dádiva	95
<i>Marcel Mauss</i>	
II	
Retórica da imagem	125
<i>Roland Barthes</i>	
A moral dos objetos: função-signo e lógica de classe	143
<i>Jean Baudrillard</i>	
A magia da propaganda	155
<i>Roy Wagner</i>	

<i>La pensée bourgeoise: a sociedade ocidental enquanto cultura.....</i>	167
<i>Marshall Sahlins</i>	
A ritualização da feminilidade	185
<i>Erving Goffman</i>	
Gostos de classe e estilos de vida.....	203
<i>Pierre Bourdieu</i>	
<i>Monique de Saint-Martin</i>	
Os usos dos bens.....	229
<i>Mary Douglas</i>	
<i>Baron Isherwood</i>	
III	
Televisão, publicidade e cultura para consumo	245
<i>Muniz Sodré</i>	
Publicidade e razão prática: uma discussão de produção e consumo ...	255
<i>Everardo Rocha</i>	
Unidades Diderot e efeito Diderot: aspectos culturais negligenciados do consumo	269
<i>Grant McCracken</i>	
Confusão conspícua? Uma crítica à teoria do consumo conspícuo de Veblen	291
<i>Colin Campbell</i>	
Marx vai às compras.....	309
<i>Daniel Miller</i>	
O mana da publicidade de massa.....	335
<i>William Mazzarella</i>	
É possível fazer história do consumo a partir da publicidade?	367
<i>Jacqueline Dussailant Christie</i>	
Antropólogos no consumo, marketing e publicidade	385
<i>Timothy de Waal Malefyt</i>	
Sobre os organizadores	407