

Editorial

Desde 2013, o PPGCom-ESPM promove um intercâmbio acadêmico com a rede de pesquisa CRiCC – Critical Research in Consumer Culture, sediada na University of the Witwatersrand – Joanesburgo, África do Sul, que teve início em um contexto socioeconômico de crescimento tanto no Brasil como na África do Sul, caracterizado por uma relativa melhoria da qualidade de vida de grande parte de seus habitantes, cenário que potencializou os interesses de estudos, comparativos ou não, com foco nos variados aspectos das relações entre a sociedade do consumo e a mídia.

O dossiê que aqui apresentamos surgiu desse diálogo, intencionando a divulgação de perspectivas empíricas e teóricas desenvolvidas em pesquisas e reflexões mobilizando fenômenos e objetos circulantes entre países do Atlântico Sul, em especial Brasil e África do Sul.

Esta edição especial traz artigos sobre o tema Cultura do Consumo e Comunicação: contrapontos entre o Brasil e a África (do Sul). A coleção de artigos cobre uma variedade de orientações empíricas, do consumo de tecnologia ao turismo, da política racial transnacional ao gênero. Em todos os artigos, o elemento comparativo transnacional está presente, explícita ou implicitamente. Considerando a história do comércio de escravos entre a costa ocidental da África e o Brasil e a demografia étnica brasileira disso resultante, não é nenhuma surpresa que vários dos artigos se concentrem em aspectos étnicos específicos do consumo no país. Isso levanta perguntas fascinantes sobre quais práticas de consumo entre

grupos diaspóricos são inerentemente transnacionais e deveriam ser estudadas e teorizadas como resíduos de uma globalização muito mais antiga do que a cultura de consumo global contemporânea. Etnia tem o mesmo papel nos padrões de consumo e identidade nos contextos brasileiro e africano? E quando a etnia se cruza com o gênero, que imagens específicas e estereótipos da identidade de consumidor se forjam e circulam? Até que ponto as histórias da brutal opressão podem ter deixado traços nas formações contemporâneas de práticas e culturas do consumo?

De maneira interessante, muitas dessas perguntas são colocadas do ponto de vista das práticas tecnológicas. Junto com importantes pesquisas em andamento em diversos locais do hemisfério Sul sobre a relevância da tecnologia para o desenvolvimento (e a busca por uma vida melhor, na qual muitos dos pobres, em qualquer contexto, estão envolvidos), o telefone celular e outras formas de *hardware* e *software* são mobilizados como instrumentos e também como ícones. Possuir a tecnologia e usá-la representam duas dimensões do consumo de TICs que necessitam de mais teorização com vistas ao entendimento da interface entre os aspectos técnicos da comunicação e os elementos culturais do consumo. Embora muito louvada no desenvolvimento de estudos como uma solução para a pobreza, não deve ser esquecido que a disponibilidade de novas tecnologias também introduz imediatamente uma variedade de formas políticas de consumo, que são influenciadas por raça, gênero, classe e histórias do período colonial.

Sob os títulos “Vozes da África nos simbolismos da ficção: ecos do preconceito étnico-religioso em *Tenda dos Milagres*”, “Circulação de ideias e apropriações culturais na diáspora negra” e “Novas imagens da pombagira na cultura pop: símbolos, mitos e estereótipos em circulação”, os respectivos autores tratam dos sincretismos e relações culturais entre os dois continentes, das ressignificações das práticas culturais africanas na sociedade brasileira e do papel dos discursos e das representações na formação de subjetividades e identidades negras.

Na sequência, são apresentados resultados e reflexões no contexto das tecnologias digitais móveis, tratando dos desdobramentos das NTICs no

consumo e na cultura – em “Telefonia móvel e seus significados para os consumidores: uma análise comparativa entre angolanos e brasileiros” – ou, ainda, dos achados etnográficos sobre as conexões entre o uso das tecnologias móveis e a religiosidade “como expressão de fé entre evangélicos e umbandistas” e sobre “a diversidade cultural nos usos coletivos de tecnologia entre grupos populares”. No âmbito da atribuição de sentido e trocas sócio- históricas entre Brasil e África, o artigo “Usos sociais das TICs em dinâmicas de transnacionalismo e comunicação migrante em rede: uma aproximação à diáspora senegalesa no Sul do Brasil” explora “o processo de consumo das tecnologias da informação e comunicação por migrantes senegaleses em cidades gaúchas”.

Abordando o continente africano mais de perto, encontramos as práticas de consumo promovidas pelo transporte marítimo no estabelecimento de um “corredor cultural” regional entre cidades portuárias de Moçambique e da África do Sul. História do lazer, consumo e publicidade na África do Sul estão entre as temáticas desenvolvidas em “Consumo da costa africana: comunicações entre os portos turísticos sul-africanos do oceano Índico”.

Esta edição especial marca o princípio do que seguramente deve ser uma trajetória de pesquisa duradoura, destinada ao desenvolvimento de conversações empíricas e teóricas sobre comunicação e culturas do consumo em contextos e espaços em, por e entre o Atlântico Sul. Nesse espectro, damos ênfase às relações, históricas ou contemporâneas, culturais, políticas ou sociais, entre o Brasil e países africanos, tendo o consumo como tema primordial. Esse foco justifica-se pela atual posição socioeconômica e pelas relações históricas dessas regiões; pela necessidade urgente de melhoria do estilo de vida de grandes setores de suas populações, em contraste com os prazeres vividos por sua elite política e econômica; e pelo interesse nos fluxos discursivos, especialmente aqueles da mídia, devido ao movimento de inclusão no mercado de consumo global presente nesses países. Ao lado dos fluxos do capital neoliberal e da mídia que atravessam o Atlântico Sul, existem contrafluxos discursivos na comunicação e no espectro das culturas do consumo

que destacam os problemas da economia baseada no crescimento: esse é um modelo sustentável para produção da igualdade social e mobilidade (como expresso por meio do consumo e da comunicação) de um modo largamente abrangente, como se está afirmando pela debilitação da dinâmica de certas estruturas de mercado livre no hemisfério Norte? Esta edição especial começa a responder esses questionamentos, ao mesmo tempo que aumenta o desafio de pesquisas futuras que busquem ampliar e aprofundar nossa compreensão sobre os temas aqui tratados.

Marcia Perencin Tondato – ESPM

Mehita Iqani – University of the Witwatersrand

Editores convidados para o dossiê

Comunicação e Culturas do Consumo no Atlântico Sul