

The background of the cover is a photograph of an archaeological excavation site. It shows a grid of thin white lines on a dark, sandy ground. Numerous stones of various sizes and shapes are scattered across the site, some appearing to be part of a larger structure or arrangement. The lighting is bright, casting shadows on the sand.

AH

ARQUEOLOGIA & HISTÓRIA

Revista da Associação
dos Arqueólogos Portugueses
Volume 70

PALEOLÍTICO EM PORTUGAL
— NOVOS DADOS, NOVAS PERSPECTIVAS

Título

Arqueologia & História

13ª Série

Volume

70

Ano de Edição

2020

Ano Associativo AAP

2018

Edição

Associação dos Arqueólogos Portugueses

Largo do Carmo, 1200-092 Lisboa

Tel. 213 460 473 / Fax. 213 244 252

secretaria@arqueologos.pt

www.arqueologos.pt

Direcção

José Morais Arnaud

Coordenação

José Morais Arnaud e Andrea Martins

Design gráfico

Flatland Design

Fotografia da capa

Estrutura pétrea de Rôdo (Gomes *et al.* – artigo 6)

Impressão

Europress, Indústria Gráfica

Tiragem

300 exemplares

Depósito legal

73 446/93

ISSN

0871-2735

© Associação dos Arqueólogos Portugueses

Os artigos publicados nesta revista são da exclusiva responsabilidade dos respectivos autores.

ÍNDICE

5 Editorial

José Morais Arnaud

PALEOLÍTICO EM PORTUGAL – NOVOS DADOS, NOVAS PERSPECTIVAS

9 Análise comparativa entre o Acheulense de Grandes Lascas e o Acheulense “Tradicional” no Centro de Portugal

Alexandre Varanda

25 O aprovisionamento de matérias-primas líticas no centro da Península Ibérica no Paleolítico Médio – Estado da questão

Ana Abrunhosa, Belén Márquez, David M. Martín-Perea, Juan Luis Arsuaga, Alfredo Pérez-González, Enrique Baquedano

39 *Ground Stone Tools*: análise funcional quantitativa à escala macro e microscópica

Eduardo Paixão, João Marreiros

51 Cadeias operatórias do Paleolítico Médio da bacia do Arneiro

Nelson Almeida

75 Novos dados para a compreensão da ocupação humana na Fonte Santa (Torres Novas)

Luis Gomes

95 Contextos de descoberta e desafios do estudo dos sítios pré-históricos do Aproveitamento Hidroelétrico de Ribeiradio-Ermida

Sérgio Gomes, Lurdes Oliveira, Cristina Gameiro, Carmen Manzano, Alicia Ameijenda, Bárbara Costa, Sérgio Monteiro-Rodrigues, Alberto Gomes, Thierry Aubry, Henrique Matias

115 A Indústria lítica do Gravettense Médio do Vau (Médio Vouga): apresentação de dados preliminares

Carmen Manzano, Cristina Gameiro, Sérgio Gomes, Bárbara Costa, Alicia Ameijenda, Sérgio Monteiro-Rodrigues, Alberto Gomes, Thierry Aubry, Henrique Matias

133 Dinâmicas de vegetação no final do Pleistocénico e início do Holocénico no atual território português

Cláudia Oliveira, João Pedro Tereso

147 Contributos para a caracterização do período tardiglacial no Médio Vouga: a indústria lítica do Rôdo, Vau e Bispeira 8

Cristina Gameiro, Carmen Manzano, Barbara Costa, Alicia Ameijenda, Sérgio Gomes, Sérgio Monteiro-Rodrigues, Alberto Gomes, Thierry Aubry, Henrique Matias

171 Ensaçando interpretações para a arte de transição do Vale do Sabor

Sofia Soares de Figueiredo, Pedro Xavier

185 O povoamento humano durante o Tardiglacial na Bacia do Guadiana: revisão dos dados

Cristina Gameiro, Francisco Almeida

ARTIGOS

203 Artefactos cilíndricos de Vila Nova de São Pedro – a colecção do Museu Arqueológico do Carmo (Lisboa)

Andrea Martins, César Neves, Mariana Diniz, José Morais Arnaud

225 Pensar o consumo enquanto categoria de análise arqueológica: notas para uma abordagem social e cultural

Francisco B. Gomes

- 237 Arqueologia e a Sociedade Portuguesa: definições, papéis e perspectivas do Passado no Presente
Daniel Carvalho
- 255 Do Carmo a São Vicente – Parte I. Colóquio de Homenagem a Fernando E. Rodrigues Ferreira (1943-2014)
Mário Varela Gomes, Tânia Manuel Casimiro, Carlos Boavida
- 257 Manipulações cranianas da Gruta do Escoural (Montemor-o-Novo)
Mário Varela Gomes, Carlos Didelet Vasques
- 277 Os azulejos do Convento de Santana de Lisboa: primeira abordagem
Mariana Almeida, Rosa Varela Gomes, Mário Varela Gomes
- 295 Artefactos de azeviche do Convento de Santana de Lisboa
Mário Varela Gomes, Rosa Varela Gomes, Joana Gonçalves
- 313 A Batalha do Vimeiro numa perspectiva arqueológica
Rui Ribolhos Filipe
- 329 Fernando Rodrigues Ferreira e Conceição Machado: a propósito da questão da ocupação pré-portuguesa no arquipélago dos Açores
José Luís Neto

RELATÓRIOS

- 341 Associação dos Arqueólogos Portugueses. Relatório de Actividades da Direcção – 2018
José Morais Arnaud
- 347 Secção de Pré-História da AAP – Relatório de Actividades do Ano 2018
Mariana Diniz, César Neves, Andrea Martins
- 353 Secção de História da AAP – Relatório de Actividades do Ano 2018
João Marques, Teresa Marques, Carlos Boavida
- 357 Comissão de Estudos Olisiponenses – AAP. Relatório de Actividades do Ano 2018
Mário Varela Gomes, Tânia Manuel Casimiro, Carlos Boavida
- 365 Comissão de Arqueologia Profissional da AAP. Relatório de Actividades do Ano 2018
Jacinta Bugalhão, Rodrigo Banha da Silva, Miguel Lago
- 369 Comissão de Heráldica – AAP. Relatório de Actividades do Ano 2018
Pedro Sameiro, Lina Oliveira, João Portugal, Segismundo Pinto, Manuel Artur Norton
- 371 Vila Nova de São Pedro – de novo no 3º milénio (VNSP3000). Relatório de Actividades do Ano 2018
Andrea Martins, Mariana Diniz, José Morais Arnaud, César Neves

PENSAR O CONSUMO ENQUANTO CATEGORIA DE ANÁLISE ARQUEOLÓGICA: NOTAS PARA UMA ABORDAGEM SOCIAL E CULTURAL

Francisco B. Gomes

UNIARQ – Centro de Arqueologia da Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa / Fundação para a Ciência e Tecnologia / francisobjbgomes@gmail.com

Resumo

Desde os finais da década de 1970 a análise do consumo conheceu um desenvolvimento considerável no âmbito das Ciências Sociais. A visão tradicional, economicista, foi progressivamente substituída por leituras mais complexas que identificam o consumo como um fenómeno sociocultural com implicações na construção e representação da ordem social e das identidades individuais e colectivas. O impacto dessa renovação teórica na Arqueologia foi contudo reduzido, facto surpreendente considerando a sua relação com a cultura material e as virtualidades dos seus métodos analíticos para a delimitação de padrões e estratégias de consumo. O presente contributo recolhe um conjunto de reflexões sobre as vias a seguir para o desenvolvimento de análises arqueológicas vocacionadas para a análise do consumo, das suas lógicas e consequências.

Palavras-chave: Consumo, Arqueologia, Regimes de Valor, Padrões de Consumo, Identidade.

Abstract

Since the late 1970's the study of consumption has known a considerable development in the Social Sciences. A traditional, economy-centred analysis was progressively replaced by more complex approaches which identify consumption as a socio-cultural phenomenon with implications in the construction and representation of the social order and individual and collective identities. However, the impact of this theoretical renewal in Archaeology was limited, which is surprising given the discipline's relation to material culture and the ways in which its analytic methods are adapted to the identification of consumption patterns and strategies. This contribution presents some reflections on the ways by which an archaeological analysis focused on consumption, its logics and consequences, can be developed.

Keywords: Consumption, Archaeology, Regimes of Value, Consumption Patterns, Identity.

«*What was once a natural act becomes a social act entangled in history and politics, open to law and regulation, helping to define what it is to be human*» (Storey, 2017: 3).

1. PENSAR O CONSUMO: PORQUÊ E PARA QUÊ?

A presente contribuição recolhe um conjunto de reflexões expostas no encontro *Millennials em Arqueologia: novas metodologias, novas problemáticas*, organizado pela Associação dos Arqueólogos Portugueses. Em face do amável convite para participar nessas jornadas, e dada a tónica millennial do encontro, decidi abordar naquela ocasião um tema indissociável da vivência desta geração – o consumo.

Nas páginas que se seguem procurarei com efeito analisar brevemente as formas como o consumo foi tratado e conceptualizado nas Ciências Sociais em geral e na Arqueologia em particular. Caberia contudo, e antes de mais, colocar uma questão fundamental: porquê analisar as questões relacionadas com o consumo?

Este tema parece, à primeira vista, evidente e auto-explanatório: à partida, todos sabemos o que é o consumo e o que este acarreta. Este conceito assume hoje em dia um carácter quase omnipresente, no discurso político, claro está, mas também no discurso mediático, onde diariamente vemos repetida uma série de ideias feitas em relação ao consumo, à sociedade de consumo e ao consumismo.

Não obstante, mais do que esclarecer o tema, esses ubíquos chavões obscurecem as nuances das problemáticas relacionadas com o consumo, especialmente nas suas vertentes sociais, culturais e simbólicas (cf. McCracken, 1990; Bocock, 1993: 35). Com efeito, somos confrontados no nosso quotidiano com um conjunto de narrativas sobre o consumo apresentadas como discursos de sentido comum, desde as que vêm o consumo como algo positivo, que fomenta o crescimento económico e o bem-estar social, até às que o vêm como algo de profundamente negativo, já sejam elas inspiradas em for-

mas mais ou menos clássicas da crítica marxista ou no mais recente discurso ambientalista e ecologista.

No entanto, e apesar do carácter quase perverso destes discursos, o consumo permaneceu ao longo de boa parte da história das Ciências Sociais como uma categoria analítica sub-valorizada e sub-teorizada.

É certo que, de forma directa ou indirecta, o tema do consumo mereceu desde relativamente cedo a atenção de grandes vultos das Ciências Sociais, como Karl Marx (1993 [1941]; 2015 [1867]), Thorstein Veblen (2007 [1899]), Georg Simmel (2011 [1900]), Max Weber (2018 [1905]), Walter Benjamin (2012 [1936]) ou Norbert Elias (2006 [1939]), bem como de outras figuras menos valorizadas mas também elas relevantes, como Werner Sombart (1967 [1913]) ou Georges Bataille (1976 [1949]).

No entanto, e apesar dos contributos mais ou menos desenvolvidos destas luminárias, o consumo assumiu um carácter perfeitamente secundário como objecto de análise e de reflexão teórica face à produção e ao comércio/distribuição até momentos bastantes tardios do século XX, como veremos seguidamente.

2. A ANÁLISE DO CONSUMO NAS CIÊNCIAS SOCIAIS

As transformações ocorridas nos sistemas económicos ocidentais após a II Guerra Mundial deram origem, a breve trecho, ao desenvolvimento do chamado consumo de massas e da ideologia associada do consumismo (v. contudo Majewski & Schiffer, 2009). Estes fenómenos socioeconómicos de amplo alcance criaram as condições necessárias para um crescente interesse teórico pelo tema do consumo, que se impunha enquanto traço distintivo de uma nova etapa do desenvolvimento do capitalismo (Jameson, 1991; Paterson, 2006: 32).

No entanto, e num primeiro momento, a variável “consumo”, quando abordada, continuou a ser tratada de forma superficial, principalmente desde uma óptica economicista na qual é concebida como um epifenómeno relativamente evidente e auto-

-explanatório subordinado àquele que se considera ser o verdadeiro “motor da História” – a produção – ou, na análise económica mais recente, como um correlato da procura e da suposta racionalidade do consumidor, que busca a forma mais eficiente de suprir as suas necessidades (Friedman, 1994: 2; Fine, 1995; 2002).

No entanto, e desde muito cedo, esta perspectiva economicista e redutora conviveu com outras leituras que, apesar de serem também elas problemáticas, abordaram o consumo desde outra óptica, analisando sobretudo as suas dimensões socioculturais. Porventura a mais influente dessas leituras – sobretudo no âmbito da investigação arqueológica – corresponde à interpretação das práticas de consumo como parte de estratégias de emulação social (Simmel, 1904; Duesenberry, 1949; McKendrick, 1982) ou, nalguns casos, de emulação cultural (por exemplo em contextos coloniais).

Este modelo do consumo como meio de emulação tem evidentes debilidades que foram salientadas pela investigação posterior, tendo-se assinalado a sua incapacidade para explicar adequadamente a inovação e a inventividade, reduzidas a mecanismos de diferenciação desenvolvidos pelas classes dominantes como resposta à percolação social das suas práticas de consumo e dos seus elementos de cultura material (Fine & Leopold, 1990; Birmingham, 1995; Storey, 2017: 6-11). O modelo do “consumo-como-emulação” representa assim uma limitada visão *top-down* que, consciente ou inconscientemente, situa as elites sociopolíticas na vanguarda da História e de uma certa ideia de progresso (Fine & Leopold, 1990: 152).

O elitismo constituiu, de resto, um problema recorrente no âmbito destas primeiras leituras socioculturais das práticas de consumo (Storey, 2017: 19-32). O consumo – geralmente equacionado com o consumo de massas contemporâneo – foi frequentemente encarado, numa óptica conservadora, como factor de desvirtuação da cultura (Leavis, 1930) ou, numa óptica inspirada na análise marxista e epitomizada pela Escola de Frankfurt (Benjamin, 2012 [1936]; Adorno, 2003 [1974]; Marcuse, 2006

[1964]), como factor de alienação social, cultural e política (cf. Paterson, 2006: 29; Storey, 2017: 19-23, com bibliografia).

Esta situação de condenação moral do consumo enquanto prática e de secundarização do mesmo enquanto categoria analítica – situações que estão intimamente interligadas (Mullins, 2004: 195) – só se alterou no campo das Ciências Sociais com o advento do Estruturalismo (Barthes, 2012 [1957]; Sahlins 1976) e, sobretudo, das primeiras respostas críticas às limitações do quadro de análise desenvolvido no âmbito desta corrente teórica (v., p. ex., Baudrillard, 2008 [1970]).

Com efeito, os trabalhos que abriram caminho às perspectivas contemporâneas sobre o consumo só surgiram já em finais dos anos 1970. 1979, em particular, assistiu à publicação de duas obras que teriam um peso muito substancial na investigação posterior.

Por um lado, nesse ano Pierre Bourdieu publicou o seu clássico estudo sobre a Distinção (Bourdieu, 2010 [1979]), no qual evidencia através de uma exaustiva análise sociológica as formas como determinados padrões de consumo são utilizados para produzir, marcar e manter distinções sociais. A sua leitura do gosto como realidade social e ideologicamente construída e das funções da cultura material nas estratégias de classificação social continua ainda hoje a exercer uma influência substancial nos estudos sobre a cultura material e o consumo.

Por outro lado, nesse mesmo ano foi dado à estampa o clássico *The World of Goods*, da autoria da antropóloga Mary Douglas e do economista Baron Isherwood, justamente considerado como o texto fundacional da Antropologia do consumo. Nesse trabalho (Douglas & Isherwood, 1996 [1979]) procurou-se superar os constrangimentos das leituras de índole mais economicista, enfatizando o papel dos bens consumidos como parte de sistemas de informação (*idem*: 49). Nas suas próprias palavras,

«[i]nstead of supposing that goods are primarily needed for subsistence plus competitive display, let us assume that they are needed for making

visible and stable the categories of culture. (...) [T]he goods have another important use: they also make and maintain social relationships» (idem: 38-39).

Nesta perspectiva, que como veremos antecipa muitos dos desenvolvimentos posteriores, os actos de consumo e os padrões que conformam assumem um carácter simbólico, expressivo e comunicativo. Segundo afirmam, «[c]onsumption is an active process in which all the social categories are being continually redefined» (idem: 45).

Já em plenos anos 1980, estes trabalhos de alguma forma pioneiros foram sucedidos e complementados por uma nova vaga de trabalhos directa ou indirectamente dedicados ao tema do consumo. Entre estes, destaca-se o volume *The Social Life of Things*, editado por Arjun Appadurai (1986a), onde se desenvolve a problemática da circulação de bens entre âmbitos sociais e culturais diferenciados. O carácter activo e historicamente situado do consumo é posto em evidência em várias das contribuições recolhidas neste volume (esp. Kopytoff, 1986).

Neste volume introduz-se, além disso, o conceito de “*regimes de valor*” que, apesar de pouco desenvolvido neste contexto, conhecerá uma ampla difusão no âmbito das análises do consumo, em particular do consumo intercultural (cf. Myers, 2001: 6; 55); a ele voltaremos mais adiante nesta exposição.

É também por esta altura que o antropólogo Daniel Miller inicia um longo trajecto académico dedicado ao estudo do consumo na óptica da cultura material, com a publicação do volume *Material Culture and Mass Consumption* (Miller, 1987), que inaugura uma corrente particularmente profícua de estudos sobre o consumo desenvolvidos dentro do novo campo dos Estudos da Cultura Material (Miller, 1995a; 1997; 2002; 2006).

Porventura o aspecto mais saliente das perspectivas desenvolvidas por este investigador diz respeito às possibilidades oferecidas pelo consumo para a expressão da identidade individual e grupal; numa tentativa de superar o lastro negativo associado à prática do consumo, este é encarado como um re-

curso na construção activa e socialmente negociada de discursos de identidade e representação plurais (Miller, 1995b: 37).

Miller designa este processo como “objectificação”, afirmando que

«[c]onsumption is simply a process of objectification – that is, a use of goods and services in which the object or activity becomes simultaneously a practice in the world and a form in which we construct our understanding of ourselves in the world» (idem: 27).

Do ponto de vista da investigação arqueológica, é particularmente importante salientar a ênfase colocada por Daniel Miller e pela investigação que se desenvolveu a partir dos seus trabalhos nas materialidades do consumo.

A ideia de que a vivência humana é indissociável da cultura material que produz (e consome) (Miller, 2006: 347) e que essa cultura material, por seu turno, distribui e prolonga a agência humana, condicionando o devir social colectivo (Myers, 2001: 23) constitui um antídoto contra os excessos das abordagens simbólicas e semióticas desenvolvidas no quadro do Pós-Estruturalismo, e antecipa algumas visões recentes dos chamados *Novos Materialismos* (cf. *infra*).

Os desenvolvimentos ocorridos durante esta fase de emergência e consolidação do pensamento sobre o consumo no âmbito das Ciências Sociais foram já resumidos em três etapas fundamentais (Miller *et al.*, 1998):

- 1) Uma etapa pioneira, na qual se enfatiza a falta de estudos teóricos e empíricos e na qual se começa a valorizar a diversidade das relações sociais envolvidas no consumo;
- 2) Uma segunda etapa onde se observa uma disseminação do interesse pelo consumo nos vários âmbitos disciplinares das Ciências Sociais, sendo uma das tónicas fundamentais desta etapa o interesse pelos temas relacionados com a subjectividade, a identidade e a auto-identificação;
- 3) E finalmente uma terceira etapa, onde os es-

tudos do consumo buscam reintegrar a produção e a distribuição nos seus quadros analíticos; verifica-se igualmente nesta etapa uma cristalização do interesse pelas materialidades inerentes ao consumo e pela interacção dos sujeitos com os objectos, encarada numa óptica histórica, social e culturalmente situada (*idem*: 1; cf. Fine, 2002: 1-2).

Ao reincorporar a materialidade no seu discurso, as perspectivas desenvolvidas ao longo deste processo de evolução teórico-metodológica passaram a dar conta das tensões latentes entre as dimensões económicas e as dimensões sociais e culturais do consumo, reconhecendo que o valor dos objectos consumidos resulta de uma complexa interacção entre as propriedades físicas dos mesmos e as interpretações socioculturais que suscitam (Fine, 2002: 89; 104).

Não é possível neste contexto analisar com o detalhe desejável os diversos e multifacetados desenvolvimentos posteriores ao nível da análise do consumo no âmbito das Ciências Sociais (v. Storey, 2017). No entanto, parece importante reter alguns conceitos operativos com possíveis aplicações práticas para a investigação arqueológica sobre o consumo.

Em primeiro lugar, caberia tecer algumas considerações adicionais sobre a noção de “*regime de valor*” (Appadurai, 1986b), já afluída. Apesar de uma crónica falta de elaboração teórica, já assinalada (Myers, 2001: 55), este conceito pode desempenhar um papel operativo relevante na análise do consumo intercultural, isto é, da apropriação por parte de um grupo concreto de elementos de cultura material que, na sua circulação, atravessaram fronteiras culturais.

Neste tipo de situações, parece lógico que a aferição do valor dos elementos consumidos num contexto local não depende exclusivamente de um valor de intercâmbio atribuído pelo centro produtor ou pelos agentes responsáveis pela distribuição com base nos custos sociais de produção e de transporte.

Com efeito, ao incorporarem os elementos

consumidos nas suas práticas quotidianas, as comunidades consumidoras atribuem-lhe igualmente um valor de uso, pelo menos parcialmente independente do seu valor de intercâmbio, e que advém da interpretação local desses elementos (Fine, 2002: 89). Este pólo de valor resulta de um processo de negociação social e, por conseguinte, deve considerar-se historicamente situado e contextual.

Nesse sentido, os “*regimes de valor*” consignam sistemas culturalmente específicos de valor que ordenam os elementos de cultura material não apenas em função das suas propriedades e do seu custo social de produção/aquisição, mas também em função de interpretações social e culturalmente partilhadas sobre o significado desses objectos. Como afirmavam já Mary Douglas e Baron Isherwood,

«... *consumption activity is the joint production, with fellow consumers, of a universe of values. Consumption uses goods to make firm and visible a particular set of judgements in the fluid processes of classifying persons and events*» (Douglas & Isherwood, 1996 [1979]: 45).

A validade destes sistemas culturais de valor depende, portanto, da existência de uma espécie de comunidade interpretativa (v. Storey, 2017: 54) – uma *comunidade de consumo* – que comparte um código social através do qual interpretar o seu entorno material.

A dinâmica subjacente à construção destes “*regimes de valor*” pode abordar-se através da análise detalhada dos contextos sociais de uso da cultura material na medida em que estes regimes geram *padrões de consumo* específicos.

Estes padrões apresentam temporalidades e espacialidades concretas passíveis de caracterização e descrição. No entanto, para superar a mera descrição e estabelecer modelos explicativos operativos aplicáveis ao estudo do consumo, impõe-se igualmente uma abordagem às práticas sociais no contexto das quais os elementos consumidos se manipulam (Dietler, 2005; cf. *infra*).

Através dessa abordagem é possível inferir a

teia de significados sociais expressa através do consumo, restituir o papel da cultura material na construção, representação e reprodução de uma determinada ordem social e chegar a reconhecer os processos constitutivos dos discursos sociais da comunidade e dos indivíduos que a compõem relativamente à sua identidade, ao seu estatuto e à sua posição dentro do grupo (Paterson, 2006: 7).

É por outro lado importante salientar que esses discursos sociais não são meramente expressivos, mas efectivamente constitutivos da realidade social, funcionando como instrumentos na construção, manutenção e reprodução de regimes de diferenciação e não apenas como meros reflexos de diferenças pré-existentes decorrentes de factores apriorísticos (Bocock, 1993: 64).

A análise do consumo não pode por isso partir de uma concepção normativa da cultura. É certo que existem quadros sociais e culturais de partida, articulados em torno de regimes de valor específicos, que condicionam à partida as fórmulas e os *padrões de consumo* (Terrail, 1995: 194-195); contudo, o que a investigação recente do consumo demonstrou é que existe uma margem importante para variações e desvios dentro desses quadros socioculturais e desses regimes de valor, isto é, para o desenvolvimento por parte de sectores concretos de uma dada sociedade de *estratégias de consumo* particulares que permitem e potenciam a transformação social (Friedman 1994: 12).

Os regimes de valor e os padrões de consumo, enquanto reflexo de estruturas e discursos sociais em permanente devir, encontram-se também eles em fluxo, não podendo reificar-se nem isolar-se do seu contexto histórico concreto.

Finalmente, e antes de abandonar este apartado, importa reflectir brevemente sobre as perspectivas futuras da análise do consumo enquanto fenómeno sociocultural. O advento dos chamados “*Novos Materialismos*” em particular, e a viragem ontológica em curso no seio das Ciências Sociais (Coole & Frost, 2010; Dolphijn & van der Tuin, 2012), terão seguramente reflexos de monta nessa análise.

Em reacção aos excessos da abordagem

hermenêutica desenvolvida no quadro do Pós-Estruturalismo, esta nova corrente, de alguma forma enraizada no interesse pelo papel social da cultura material desenvolvido desde finais do século passado (cf. *supra*), abrange um leque multifacetado de abordagens que têm em comum a valorização da materialidade e da corporalidade enquanto aspectos definitórios da experiência colectiva humana, oferecendo igualmente reflexões radicais sobre a agência social dos objectos (Harris & Cipolla 2017: 141-146).

Ainda que estejam ainda por explorar em profundidade, as consequências dessas abordagens para a leitura do consumo são evidentes, e é expectável que a prazo se aprofunde a ideia do papel socialmente constitutivo dos actos de consumo enquanto *loci* privilegiados de interacção entre o homem e o universo material que o envolve.

3. O CONSUMO ENQUANTO CATEGORIA DE ANÁLISE ARQUEOLÓGICA

Exposta brevemente esta panorâmica histórica da análise do consumo no quadro das Ciências Sociais, caberia agora questionar que papel têm tido esses estudos no âmbito específico da Arqueologia.

À primeira vista, os estudos sobre o consumo marcaram sempre uma presença na agenda da nossa disciplina. Afinal de contas, e salvo alguns casos particulares, «[a]rcheologists (...) have always been studying the patterns generated most directly by consumption, rather than production or exchange» (Dietler, 2009: 208).

De facto, quando olhamos para a literatura arqueológica encontramos variadíssimos exemplos de estudos de «centros de consumo»; no entanto, se analisarmos mais aprofundadamente os objectivos e resultados da vasta maioria desses estudos, descobriremos que os «centros de consumo» são, afinal, laboratórios onde estudar os fluxos e refluxos da produção e dos centros produtores, e as lógicas e estratégias comerciais subjacentes à captação de mercados por parte desses centros e à distribuição dos seus produtos. A análise das lógicas e das estra-

tégias específicas de consumo em cada contexto é, portanto, apenas nominal (Mullins, 2011: 134-135).

O crescente interesse pelo tema do consumo nas Ciências Sociais, brevemente resenhado no apartado anterior, não conheceu um reflexo imediato, e muito menos profundo, no âmbito global da investigação arqueológica. Este facto poderá dever-se, por um lado, à existência de um entendimento acrítico mas muito enraizado do que é o consumo nessa investigação, que subordina este âmbito ao da produção e, sobretudo, ao do comércio (*idem*: 134).

Contudo, e por outro lado, não deve obviar-se o facto de que a maioria das reflexões teóricas antes comentadas explorou as problemáticas do consumo em contextos históricos recentes, muito frequentemente relacionados com a génese e expansão do capitalismo, em geral, e do consumo de massas do século XX em particular (Mullins, 2004: 197). O quadro teórico e conceptual que delas resulta não pode portanto transpor-se para a análise das sociedades do passado sem aplicar primeiro um importante critério crítico (Dietler, 2010: 58; Mullins, 2011: 142).

Por estas (mas talvez também por outras) razões, o interesse pelo consumo enquanto categoria específica de análise arqueológica só se desenvolveu muito tardiamente, em vários âmbitos geográficos e cronológicos (Mullins, 2004; 2011; Majewski & Schiffer, 2009), podendo contudo destacar-se o trabalho desenvolvido em torno aos diversos âmbitos de interacção colonial no Mediterrâneo Antigo.

Os trabalhos de Michael Dietler (1998; 2005; 2009; 2010), em particular, mas também os de uma série de outros investigadores que têm desenvolvido reflexões enquadráveis no âmbito da Arqueologia Pós-Colonial (van Dommelen, 1998; 2011; Hodos, 2006; Vives-Ferrándiz, 2008; Steel, 2013), têm permitido repensar este âmbito do consumo em Arqueologia, e em particular a questão da circulação de bens que cruzam fronteiras culturais no contexto de relações de índole colonial.

Neste âmbito teórico, o consumo deixa de ser encarado como um reflexo passivo da produção e do comércio para passar a ser considerado como

uma prática social e cultural activa, selectiva e significativa, «... a process of symbolic construction of identity and political relations with important material consequences» (Dietler, 2009: 215).

Deve considerar-se, por outro lado, que a Arqueologia, com a sua particular ênfase disciplinar na cultura material enquanto fonte de informação histórica e antropológica, oferece condições particularmente profícuas para o desenvolvimento de leituras sobre as dimensões socioculturais do consumo (Majewski & Schiffer, 2009; Mullins, 2011: 142).

Por outro lado, a profundidade cronológica oferecida pela análise arqueológica permite ilustrar de forma invulgarmente operativa o carácter histórica e culturalmente situado das práticas e estratégias de consumo, permitindo aferir que aspectos da experiência do consumo se podem considerar mais ou menos gerais e transversais frente àqueles que decorrem de factores conjunturais (Mullins, 2011: 135).

Assim, e desde que devidamente calibrada, a leitura do registo arqueológico permite desenvolver o tipo de análise contextual das práticas e dos padrões de consumo que acima se descreveu.

Michael Dietler, em particular, assinala quatro aspectos ou escalas fundamentais de análise que devem combinar-se para obter uma correcta aferição das estratégias de consumo a partir do registo arqueológico: 1) o contexto específico do consumo; 2) as associações dos objectos consumidos entre si e com outros elementos de cultura material; 3) a representatividade intra- e inter-sítio dos objectos consumidos; e 4) a distribuição espacial geral dos objectos consumidos numa dada área de estudo (Dietler, 2005: 66-67).

Os dois primeiros pontos são, porventura, aqueles que menos se têm valorizado na análise arqueológica do consumo em sentido lato, mas são precisamente esses os parâmetros que permitem compreender não apenas as lógicas de *aprovisionamento* de uma comunidade ou grupo de comunidades, mas as suas lógicas socioculturais de consumo.

Esta diferenciação, embora complexa e em certa medida arbitrária, entre *aprovisionamento* e

consumo parece particularmente necessária neste contexto, na medida em que ambos os conceitos apresentam importantes sobreposições ao nível dos seus usos na literatura arqueológica que podem gerar confusão.

Neste contexto específico, entende-se por *aprovisionamento* o processo de aquisição de recursos, matérias-primas e, em última análise, de bens e mercadorias necessários para suprir as necessidades – físicas e sociais – de uma determinada comunidade ou grupo de comunidades. O aprovisionamento insere-se preferencialmente, portanto, no domínio da produção e do comércio.

No processo de aprovisionamento podem contudo intervir processos de selecção baseados em normas e preceitos social e culturalmente determinados. Dentro de um universo limitado mas plural de possibilidades, as escolhas inerentes a esses processos de selecção sujeitam os recursos e bens acessíveis à comunidade ao filtro dos seus regimes de valor, classificando alguns deles como desejáveis e outros como neutros ou indesejáveis (Dietler, 2010: 58; 69-70).

Esse processo de selecção constitui um primeiro estágio de *consumo latu sensu*, na medida em que nele nos movemos da questão estrutural da *disponibilidade* de recursos e de bens para a questão social e culturalmente localizada das *necessidades* e, sobretudo, da *procura*, que pode entender-se como

«... a product of the variable interplay of embodied categories and tastes, strategic decisions about the potential deployment of goods in particular social roles, creative analogical interpretations of new instrumental or social uses, semiotic understandings about the relationship among goods in "systems of objects" (...) and other such factors» (Dietler, 2010: 66).

Passado este primeiro processo de selecção, os objectos consumidos passam a estar disponíveis para ser localmente mobilizados no contexto de estratégias e práticas de *consumo strictu sensu*, entendidas como

«... a process of structured improvisation that continually materializes cultural order by also dealing with alien objects and practices through either transformative appropriation and assimilation or rejection» (Dietler, 2009: 216).

Estes processos de *consumo latu sensu* e *strictu sensu* são complementares e interdependentes, retroalimentando-se mutuamente. A relação entre ambos expressa bem a tensão entre os factores estruturais e os factores socioculturais locais que determina o significado concreto dos bens consumidos (Mullins, 2011: 134-135).

Utilizando as escalas de análise propostas por Michael Dietler (2005: 66-67) é possível identificar e analisar estes estágios do processo de consumo no registo arqueológico, avaliando a forma como os mesmos se encadeiam e influenciam mutuamente e o papel que desempenham na emergência de padrões de consumo específicos. Esses padrões podem, por seu turno, e em função das suas características e dos traços que os distinguem de outros padrões contíguos, interpretar-se em função de fórmulas e discursos sociais concretos que relevam da agência individual e grupal e das estratégias mobilizadas na sua representação – e, nalguns casos, na sua contestação (Dietler, 2010: 65).

Por outro lado, a investigação arqueológica permite não apenas cotejar padrões de consumo contemporâneos e interpretar o seu significado em termos sincrónicos, mas também apreciar o desenvolvimento diacrónico desses padrões ao longo de períodos mais ou menos dilatados de tempo (Majewski & Schiffer, 2009: 193), o que – se as condições forem idóneas – permite restituir o impacto das estratégias de consumo na evolução do tecido social e analisar a adaptação das mesmas a conjunturas históricas particulares.

Nesta óptica, o consumo enquanto forma de materializar e expressar uma determinada ordem social pode ser encarado não apenas de um ponto de vista simbólico, discursivo e semiótico, mas efectivamente como uma prática social enraizada e condicionada pela economia política da comunidade e

pelas relações de poder entre grupos e dentro de cada grupo concreto (Mullins, 2004: 201; Dietler, 2009: 219; Dietler, 2010: 58).

4. ARQUEOLOGIA E CONSUMO: DESAFIOS E PERSPECTIVAS

Apesar das experiências e dos contributos dos investigadores citados nas páginas anteriores, a aplicação arqueológica dos quadros conceptuais derivados da investigação sobre o consumo no âmbito das Ciências Sociais ao longo das últimas décadas continua hoje a ser residual (Mullins, 2011).

Um dos principais entraves ao desenvolvimento de um maior interesse no tema do consumo enquanto fenómeno sociocultural prende-se com a tenacidade de uma série de visões “de sentido comum” sobre esse tema que, como vimos, se manifestam não só nas sociedades ocidentais em geral, mas também na investigação arqueológica em particular.

Importa por isso dar continuidade à problematização do conceito de consumo tal como se utiliza usualmente no discurso arqueológico e enfatizar o desenvolvimento de aplicações metodológicas especificamente arqueológicas para o quadro conceptual de referência brevemente resenhado nas páginas precedentes.

É igualmente importante salientar o potencial da Arqueologia, enquanto disciplina especialmente vocacionada para o estudo da cultura material, para o futuro desenvolvimento da investigação interdisciplinar sobre o consumo e os seus efeitos sociais, políticos e culturais.

Actualmente, e como ficou dito, parece viver-se ao nível das Ciências Sociais uma viragem ontológica, manifesta num renovado interesse pela materialidade e pelo carácter socialmente constitutivo do universo material.

O impacto dos *Novos Materialismos* na Arqueologia (cf. Harris & Cipolla 2017: 141-146) e o desenvolvimento de correntes teóricas que valorizam os objectos enquanto agentes sociais activos que participam e ajudam a moldar o devir histórico das comunidades humanas (Hodder, 2012; Olsen *et al.*,

2012; Olsen, 2013; Watts, 2013) terá certamente reflexos importantes para o estudo arqueológico do consumo.

As implicações destas novas perspectivas teóricas para o estudo arqueológico do consumo estão ainda, ao que julgo, por analisar, mas creio que existe aqui um grande potencial para continuar a desenvolver um campo de análise que continua a ser infelizmente restrito na prática arqueológica.

No entanto, e inversamente, esta é também uma oportunidade para valorizar a Arqueologia enquanto disciplina no seio das Ciências Sociais. As ferramentas metodológicas para abordar e interpretar a cultura material próprias da nossa disciplina podem, neste contexto, torná-la uma peça fundamental no desenvolvimento de novas linhas analíticas (Majewski & Schiffer, 2009).

Por outro lado, as práticas interdisciplinares que caracterizam a Arqueologia situam-na como uma interface privilegiada entre um campo das Ciências Sociais crescentemente interessado na materialidade e nas consequências sociais das propriedades físicas do mundo material e o campo das Ciências Exactas, que por natureza sempre centrou a sua atenção nessas mesmas propriedades.

A geração *millennial* tem seguramente um papel a desempenhar na resposta a estes desafios, mais que não seja por deter, enquanto geração, uma relação íntima não só com o consumo, mas sobretudo com o consumo *físico* de elementos de cultura material. Afinal de contas, o consumo tende a ser cada vez mais uma experiência imaterial, digital, e a relação com a cultura material dos *pós-millennials* que começam agora a sua integração no discurso académico – praticamente todos eles nativos digitais – será já necessariamente outra.

BIBLIOGRAFIA¹

ADORNO, Theodor W. (2003 [1974]) – *Sobre a Indústria da Cultura*. Coimbra: Angelus Novus.

APPADURAI, Arjun (ed.) (1986a) – *The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective*. Cambridge: Cambridge University Press.

APPADURAI, Arjun (1986b) – Introduction: commodities and the politics of value. In APPADURAI, Arjun, ed. – *The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective*. Cambridge: Cambridge University Press, pp. 3-63.

BARTHES, Roland (2012 [1957]) – *Mitologias*. Lisboa: Edições 70.

BATAILLE, Georges (1976 [1949]) – La Part Maudite. Essai d'économie générale, I. La Consumption. In BATAILLE, Georges, *Oeuvres Complètes*, VII. Paris: Gallimard, pp. 17-180.

BAUDRILLARD, Jean (2008 [1970]) – *A Sociedade de Consumo*. Lisboa: Edições 70.

BENJAMIN, Walter (2012 [1936]) – A Obra de Arte na Era da sua Reprodutibilidade Técnica. In BENJAMIN, Walter, *Sobre Arte, Técnica, Linguagem e Política*. Lisboa: Relógio d'Água, pp. 59-95.

BERMINGHAM, Ann (1995) – The Consumption of Culture: Image, Object, Text. In BERMINGHAM, Ann & BREWER, John, eds. – *The Consumption of Culture, 1600–1800: Image, Object, Text*. Londres: Routledge, pp. 1-20.

BOCOCK, Robert (1993) – *Consumption*. Londres: Routledge.

BOURDIEU, Pierre (2010 [1979]) – *A Distinção. Uma Crítica Social da Faculdade do Juízo*. Lisboa: Edições 70.

COOLE, Diana & FROST, Samantha (eds.) (2010) – *New Materialisms: Ontology, Agency, and Politics*. Durham: Duke University Press.

DIETLER, Michael (1998) – Consumption, Agency, and Cultural Entanglement: Theoretical Implications of a Mediterranean Colonial Encounter. In CUSICK, James G., ed. – *Studies in Culture Contact: Interaction, Culture Change, and Archaeology*. Carbondale: University of Southern Illinois, pp. 288-315.

DIETLER, Michael (2005) – The archaeology of colonization and colonization of archaeology: theoretical challenges from an an-

cient Mediterranean colonial encounter. In STEIN, Gil J., ed. – *The Archaeology of Colonial Encounters: Comparative Perspectives*. Santa Fe: School of American Research Press, pp. 33-68.

DIETLER, Michael (2009) – Consumption. In HICKS, Dan & BEAUDRY, Mary, eds. – *The Oxford Handbook of Material Culture Studies*. Oxford: Oxford University Press, pp. 207-226.

DIETLER, Michael (2010) – *Archaeologies of Colonialism: Consumption, Entanglement, and Violence in Ancient Mediterranean France*. Berkeley: University of California Press.

DOLPHIJN, Rick & van der TUIN, Iris (2012) – *New Materialism: Interviews & Cartographies*. Londres: Open Humanities Press.

DOUGLAS, Mary & ISHERWOOD, Baron (1996 [1979]) – *The World of Goods: Towards and Anthropology of Consumption*. Londres: Routledge.

DUESENBERY, James S. (1949) – *Income, Saving and the Theory of Consumer Behaviour*. Cambridge: Harvard University Press.

ELIAS, Norbert (2006 [1939]) – *O Processo Civilizacional*. Lisboa: Dom Quixote.

FINE, Ben (1995) – From Political Economy to Consumption. In: MILLER, Daniel, ed. – *Acknowledging Consumption. A review of new studies*. Londres: Routledge, pp. 125-162.

FINE, Ben (2002) – *The World of Consumption: The Material and the Culture Revisited*. Londres: Routledge.

FINE, Ben & LEOPOLD, Ellen (1990) – Consumerism and the Industrial Revolution. *Social History*. Londres. 15:2, pp. 151-79.

FRIEDMAN, Jonathan (1994) – *Consumption and Identity*. Reading: Harwood Academic Publishers.

HARRIS, Oliver J. T. & CIPOLLA, Craig N. (2017) – *Archaeological Theory in the New Millennium. Introducing Current Perspectives*. Londres: Routledge.

HODDER, Ian (2012) – *Entangled: An Archaeology of the Relationships between Humans and Things*. Londres: Wiley-Blackwell.

HODOS, Tamar (2006) – *Local responses to colonization in the Iron Age Mediterranean*. Londres: Routledge.

JAMESON, Fredric (1991) – *Postmodernism, or, the Cultural Logic of Late Capitalism*. Durham: Duke University Press.

KOPYTOFF, Igor (1986) – The cultural biography of things: commodization as process. In APPADURAI, Arjun, ed. – *The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective*. Cambridge: Cambridge University Press, pp. 64-94.

LEAVIS, Frank R. (1930) – *Mass Civilization and Minority Culture*. Cambridge: Minority Press.

¹ Para os trabalhos "clássicos" referenciados no texto indicouse, sempre que possível, uma edição portuguesa recente ou, alternativamente, uma edição considerada acessível. As datas originais de publicação são indicadas entre parêntesis rectos de forma a melhor situar cada trabalho na historiografia dos estudos sobre o consumo.

- MAJEWSKI, Teresita & SCHIFFER, Michael Brian (2009) – Beyond Consumption: Toward an Archaeology of Consumerism. In MAJEWSKI, Teresita & GAIMSTER, David, eds. – *International Handbook of Historical Archaeology*. Nova York: Springer, pp. 191-207.
- MARCUSE, Herbert (2006 [1964]) – *The One-Dimensional Man*. Londres: Routledge.
- MARX, Karl (2015 [1867]) – *O Fetichismo da Mercadoria e o seu segredo*. Lisboa: Antígona.
- MARX, Karl (1993 [1941]) – *Grundrisse. Foundations of the Political Economy of Critical Economy*. Londres: Penguin Classics.
- McCRACKEN, Grant (1992) – *Culture and Consumption*. Indianapolis: Indiana University Press.
- McKENDRICK, Neil (1982) – Commercialization and the Economy. In McKENDRICK, Neil, BREWER, John & PLUMB, John H., eds. – *The Birth of a Consumer Society*. London: Europa, pp. 9-19.
- MILLER, Daniel (1987) – *Material Culture and Mass Consumption*. Londres: Wiley.
- MILLER, Daniel (ed.) (1995a) – *Acknowledging Consumption. A review of new studies*. Londres: Routledge.
- MILLER, Daniel (1995b) – Consumption as the vanguard of History. A Polemic by Way of Introduction. In MILLER, Daniel, ed. – *Acknowledging Consumption. A review of new studies*. Londres: Routledge, pp. 1-52.
- MILLER, Daniel (1997) – *Capitalism – An Ethnographic Approach*. Oxford: Berg.
- MILLER, Daniel (2001) – *Consumption: Critical Concepts in the Social Sciences*. Londres: Routledge.
- MILLER, Daniel (2006) – Consumption. In: TILLEY, Christopher, KEANE, Webb, KUECHLER, Susanne, ROWLANDS, Michael & SPYER, Patricia, eds. – *Handbook of Material Culture*. Londres: Sage Publishing, pp. 341-354.
- MILLER, Daniel, JACKSON, Peter, THRIFT, Nigel, HOLBROOK, Beverly & ROWLANDS, Michael (1998) – *Shopping, Place and Identity*. Londres: Routledge.
- MULLINS, Paul (2004) – Ideology, Power, and Capitalism: the Historical Archaeology of Consumption. In MESKELL, Lynn & PEURCEL, Robert W., eds. – *A Companion to Social Archaeology*. Londres: Blackwell, pp. 195-211.
- MULLINS, Paul (2011) – The Archaeology of Consumption. *Annual Review of Anthropology. Palo Alto*, 40, pp. 133-140.
- MYERS, Fred R. (ed.) (2001) – *The Empire of Things: Regimes of Value and Material Culture*. Santa Fe: School of American Research Press.
- OLSEN, Bjørn (2013) – *In Defense of Things: Archaeology and the Ontology of Objects*. Lanham: Rowman Altamira.
- OLSEN, Bjørn, SHANKS, Michael, WEBMOOR, Timothy & WHITMORE, Christopher Lorne (2012) – *Archaeology: The Discipline of Things*. Berkeley: University of California Press.
- PATERSON, Mark (2006) – *Consumption and Everyday Life*. Londres: Routledge.
- SAHLINS, Marshall D. (1976) – *Culture and Practical Reason*. Chicago: University of Chicago Press.
- SIMMEL, Georg (2011 [1900]) – *The Philosophy of Money*. Londres: Routledge.
- SIMMEL, Georg (1904) – *Fashion. International Quarterly*. Nova York. 10:1, pp. 130-155.
- SOMBART, Werner (1967 [1913]) – *Lujo y Capitalismo*. Buenos Aires: Guillermo Dávalos Editor.
- STEEL, Louise (2013) – *Materiality and Consumption in the Bronze Age Mediterranean*. Londres: Routledge.
- STOREY, John (2017) – *Theories of Consumption*. Londres: Routledge.
- TERRAIL, Jean-Pierre (1995) – Consumo. In *Enciclopédia Einaudi*, Vol. 28. Produção-Distribuição. Excedente. Lisboa: Imprensa Nacional – Casa da Moeda, pp. 190-207.
- van DOMMELEN, Peter (1998) – *On Colonial Grounds. A Comparative Study of Colonialism and Rural Settlement in 1st Millennium B.C. West Central Sardinia*. Leiden: Universiteit Leiden.
- van DOMMELEN, Peter (2011) – Postcolonial archaeologies between discourse and practice. *World Archaeology*. Londres. 43: 1, pp. 1-6.
- VEBLEN, Torstein (2007 [1899]) – *The Theory of the Leisure Class*. Oxford: Oxford University Press.
- VIVES-FERRÁNDIZ, Jaime (2008) – *Negociando Encuentros. Situaciones coloniales e intercambios en la costa oriental peninsular (siglos VIII-VI a.C.)*. Barcelona: Universitat Pompeu Fabra.
- WATTS, Christopher (ed.) (2013) – *Relational Archaeologies: Humans, Animals, Things*. Londres: Routledge.
- WEBER, Max (2018 [1905]) – *A Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo*. Lisboa: Relógio d'Água.



ASSOCIAÇÃO
DOS ARQUEÓLOGOS
PORTUGUESES
1863-2020

www.arqueologos.pt