

Artesãs da nostalgia: entre a figura do connaisseur e possibilidades reinvenção do savoir faire em meio ao colecionismo digital

Artisans of nostalgia: between the figure of the connaisseur and the possibilities of reinventing savoir-faire amidst digital collecting

Morgana Machado

Universidade Federal de Santa Maria, Brasil
Santa Maria, RS
morganam.machado@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0003-4669-416X>

Thainá Saciloto Paulon

Universidade Federal de Santa Maria, Brasil
Santa Maria, RS
thainasaciloto@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-9392-897X>

Recebido em: 25 de janeiro de 2026

Aceito em: 12 de maio de 2026

Resumo:

Este artigo investiga as transformações no colecionismo e a reinvenção do *savoir-faire* na cultura de conectividade contemporânea. Sob uma perspectiva etnobiográfica, analisa a autorrepresentação de sujeitos por meio de trajetórias e memórias ligadas à cultura material. O estudo foca no cenário histórico de Santa Maria/RS, onde as trajetórias de Dona Eli (Época Antiguidades) e Diana (Acervo Polola) revelam o agenciamento de memórias e a resistência ao consumo de massa. A análise discorre sobre como os itinerários dessas “artesãs da nostalgia”, marcados por heranças familiares, são transpostos para plataformas digitais, configurando novas práticas de curadoria e experiencialidade. Propõe-se que o storytelling digital é uma performance biográfica perene que legitima a autoridade do *connaisseur* e atribui novos universos simbólicos aos objetos. Os resultados indicam que a experiência de consumo mediada pelo digital rearticula fronteiras entre materialidade sensorial e imaterialidade simbólica, revelando como histórias de vida moldam novos modos de saber-fazer e de estar no mundo.

Palavras-chave: Narrativas Biográficas. Colecionismo. Saber-Fazer; Experiencialidade. Curadoria Digital.

Abstract:

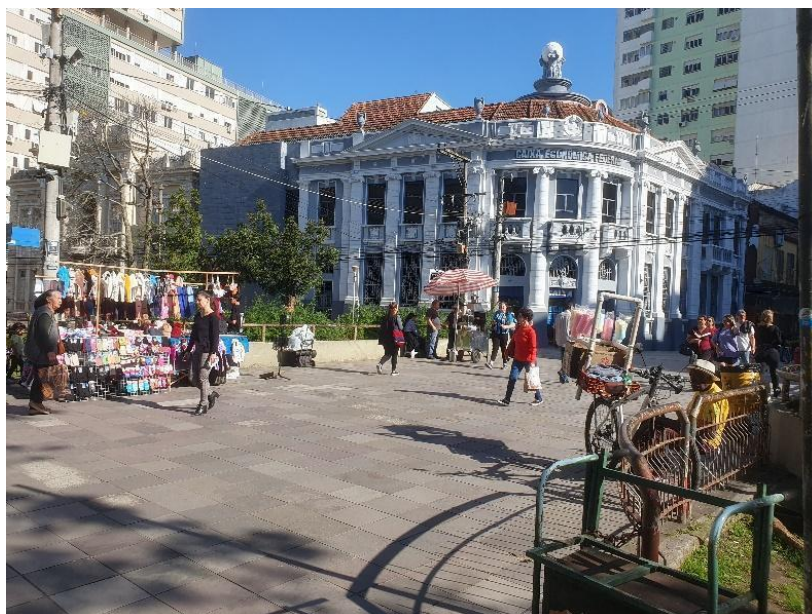
This article investigates transformations in collecting and the reinvention of *savoir-faire* within contemporary connectivity culture. From an ethnobiographical perspective, it analyzes subjects' self-representation through trajectories and memories linked to material culture. The study focuses on the historical setting of Santa Maria/RS, where the paths of Dona Eli (Época Antiguidades) and Diana (Acervo Polola) reveal the agency of memories and resistance to mass consumption. The analysis discusses how the itineraries of these “artisans of nostalgia,” marked by family heritage, are transposed to digital platforms, configuring new practices of curation and experientiality. It proposes that digital storytelling is a perennial biographical performance that legitimizes the *connaisseur*'s authority and attributes new symbolic universes to objects. The results indicate that the consumption experience mediated by the digital realm rearticulates boundaries between sensory materiality and symbolic immateriality, revealing how life stories shape new modes of know-how and ways of being in the world.

Keywords: Biographical Narratives. Collecting. Know-How. Experientiality. Digital Curation.

Introdução

Em uma das tardes frias do mês de um mês de julho, duas apreciadoras de um campo antropológico voltado para os estudos de consumo decidem realizar um “dever de casa” etnográfico para escrever este artigo. Assim, nosso ponto de partida é o Calçadão da Bozano (Figuras 1 e 2), localizado no centro da cidade. As inquietações iniciais partiram de reticências sobre o que teria feito o consumo estremecer no radar sociológico e antropológico. Em nossas práticas de consumo cidadinas, como as novas dinâmicas do viver *online* podem afetar nossas interpretações sobre esta matéria? Para duas mulheres que, cada uma a seu tempo, tem uma história com Santa Maria-RS, seu centro é um lugar emblemático de vivências consumistas. Voltar para o “conhecido” nos pareceu um bom lugar para começar a repensar e *estranhar*, verbo este tão presente na teoria antropológica. Para além do estranhar, observamos então que nosso ponto de partida talvez tivesse mudado. Nas dinâmicas de consumo nos dias de hoje vivem a profunda intervenção do *online* e o consumir é uma ação que nos parece pertencer bem mais à ordem da percepção e, portanto, da experiência e seus desdobramentos sobre sentidos, que classificamos entre sensoriais e simbólicos.

Figuras 1 e 2- sequência de imagens da entrada do Calçadão da Bozano, Centro de Santa Maria/RS.





Fonte: acervo das autoras, 2023.

Para começar nossa jornada, nós nos direcionamos ao café mais antigo da cidade do coração do Rio Grande do Sul, localizado no calçadão da Bozano – Confeitaria Copacabana (Figuras 3 e 4). Fazendo 102 anos de história, esta confeitaria é um espaço que “parou no tempo”, e não em um sentido necessariamente pejorativo. Entrar por suas grandes portas de vidro com arabescos é, de certa forma, adentrar à uma Santa Maria que não existe mais fora daquelas paredes. Entre nossos diálogos, lembramos de nossas infâncias e de quanto era clássico ou praxe, para ambas (ainda que de diferentes gerações), ir “para o centro pagar as contas e passar pela Copacabana”. Nunca vimos trabalhos de pesquisa sobre a história desta tradicional confeitaria, que traz nos quadros e nos grandes espelhos emoldurados em dourado as marcas das memórias de gerações de confeitores. No cardápio típico oferecido, no bule de chá, no clássico mil folhas e outros doces, e, mais recentemente produzidos pela geração atual de confeitadeiras formadas na Le Nòtre e na Le Cordon Bleu na França, nos *macarrons*, cuidadosamente feitos e que já são marcas de uma *pâtisserie* que se transnacionaliza. Um *savoir-faire* em torno da alimentação, em toda a sua antropologia, é uma das maiores marcas de um consumo material como experiência, efêmero por excelência e que mexe com nossa sensorialidade. Entretanto, naquele ambiente, percebemos a construção de um consumo

atual que vai além do possuir um objeto. Enquanto degustávamos um bom café com seus acompanhamentos, pesquisávamos sobre doces e seus estilos em nossos celulares, passando o dedo pelas telas entre uma mordida e outra do “melhor mil folhas da cidade”.

Figuras 3 e 4 - Sequência de imagens da Confeitaria Copacabana.





Fonte: acervo das autoras, 2023.

Depois daquele momento no café, decidimos circular, dialogando sempre a partir da ideia de uma etnografia da duração¹ proposta por Eckert e Rocha (2020). Observamos como o calçadão, em matéria de relevo e paisagem, sempre conservou uma certa “nostalgia do obsoleto” ou aquela velha denominação de estilo arquitetônico entre o “vintage” e o “retrô”. Segundo Fred Davis (1979), a nostalgia floresce como uma emoção essencialmente social, um suspiro da alma diante do ritmo vertiginoso das transformações culturais. Ela é, no cerne da sociologia, o cinzel que esculpe e ressignifica a memória: um fio invisível que entrelaça as vivências íntimas do indivíduo aos ecos compartilhados por uma nação, transformando recordações em patrimônios do espírito (Boym, 2001). Contudo, a nostalgia raramente é um espelho fiel; ela habita o território do simulacro. Mais do que uma janela para o que foi, ela se manifesta como uma arquitetura do desejo, uma reelaboração idealizada do passado que busca oferecer abrigo e propósito às incertezas do presente (Bauman, 2001).

¹ “Como ensinamos em etnografia da duração, trata-se, em princípio, de um lugar epistemológico de pesquisa a partir do qual aderimos ao pressuposto de que os seres humanos são habitados por imagens, se pensam através delas e enquadram o tempo e o mundo a partir de determinadas constelações de imagens” (Eckert; Rocha, 2020, p.17).

Nesse sentido, como bem define Boym (2001), a nostalgia ergue-se como uma “rebelião contra a ideia moderna de tempo”. É um manifesto poético contra a tirania do progresso e a linearidade da história, preferindo, em vez disso, o abrigo do mito e a beleza da história transfigurada em lenda. Assim, decidimos descer do Calçadão, passando pela Avenida Rio Branco (Figura 5), até chegar na Vila Belga (figuras 6 e 7), espaço ferroviário onde, historicamente, Santa Maria constituiu-se como cidade. “Eis que em plena Avenida Rio Branco, esteja um tão rico quão frágil acervo em Art Déco, movimento artístico que surgiu na Europa e chegou em Santa Maria na década de 1940. Rico porque se trata de imponentes imóveis em via contínua. Frágil porque nenhum dos 16 exemplares é tombado como patrimônio, inclusive o mais antigo deles, o Edifício Cauduro, sede do conhecido e extinto Hotel Jantzen.”, relata a matéria de um jornal local², observando ainda os patrimônios histórico-culturais da cidade, que envolvem O Sítio Ferroviário, que engloba a Vila Belga, a Gare, o Colégio Manoel Ribas e porção do entorno; o Instituto Estadual Educação Olavo Bilac o prédio da Sociedade Cultural Ferroviária Treze de Maio, dentre outros. Ao descer a Rio Branco, já encontramos o antiquário mais antigo da cidade, localizado na esquina com a Rua Vale Machado.

Figura 5 - Imagem do Antiquários Bric localizado na Av. Rio Branco (Santa Maria – RS).



Fonte: acervo das autoras, 2023.

² Disponível em:

https://diariosm.com.br/noticias/geral/santa_maria_a_cidade_que_estampa_o_expressivo_acervo_continuo_em_art_deco_a_celu_aberto.463969 Acesso em: 14 jan. 2025.

Essa região é uma espécie de “porta de entrada para a Vila Belga, lugar que, além de outras coisas, concentra-se um número significativo de antiquários ou acervos, onde, tipicamente, pessoas com o hábito de colecionar, frequentam, evidenciando ainda o que Magnani (2013) entende como mancha ou um “recorte” urbano que permitem identificar elementos socioculturais de um determinado espaço. O ato de colecionar, entendido como a reunião e organização sistemática de objetos de uma mesma tipologia, transcende a mera acumulação, constituindo um campo de saber-fazer, de construção de identidade e de sociabilidade. Ao longo da história, o colecionismo esteve intimamente ligado a espaços físicos, como gabinetes de curiosidades, museus e exposições, e à figura do *connoisseur* (Price, 2001), cuja autoridade era legitimada pelo conhecimento enciclopédico e pela posse de objetos únicos. No entanto, a proliferação de tecnologias digitais, e em especial das redes sociais, têm desafiado e reconfigurado essa tradição.

Figuras 6 e 7 - Imagens da Vila Belga (Santa Maria – RS)





Fonte: acervo das autoras, 2023.

Na estrutura inerente à estética da velha região enquanto patrimônio tombado, postes coloniais, com forte influência da arquitetura francesa na urbanização das cidades brasileiras durante a Belle Époque, remetem a um estilo eclético do final do século XIX e início do XX, sendo elementos de mobiliário urbano projetado para mimetizar os antigos lampiões a gás que iluminavam as cidades antes da eletrificação total. Lá, um poste não cumpre apenas um valor de uso, no que se refere à iluminação, mas possui um alto valor de troca simbólico, contribuindo para a atmosfera de autenticidade e elegância do bairro, em seu simbolismo ferroviário, em que os próprios postes podem funcionar como “âncoras temporais”, evocando o período de prosperidade da viação férrea e o imaginário do *flâneur* benjaminiano que caminha por ruas que “pararam no tempo”.

A história de Santa Maria é indissociável das ferrovias, tendo sua avenida principal iniciada na Estação da Gare. Esta região, que abrange a Vila Belga, é marcada por um “tempo suspenso”, onde casarões de época, briques e antiquários perfazem a

materialidade da cidade. Sobretudo, o reconhecimento desses espaços como patrimônio cultural e seu processo de tombamento são fundamentais para a manutenção da memória coletiva.

Aqui, a figura do *flâneur*, de Benjamin, encontra eco no Brique da Vila Belga, que ocorre aos domingos. O ato de caminhar sem pressa por esses espaços permite uma percepção estética da cidade que foge à lógica da produtividade acelerada. Essas iniciativas configuram uma estratégia de agenciamento que desafia a lógica burguesa tradicional de consumo. Diferente do consumo contemporâneo norteado por “tendências” efêmeras, os espaços da Vila Belga e arredores operam em uma lógica de reconstrução histórica. O consumo nesses lugares é guiado por sentidos como elegância e autenticidade, reconstruindo a história dos objetos no tempo. Bens duráveis (pratos, quadros) e efêmeros (roupas) ganham um novo universo simbólico. As roupas de “segunda mão” expostas nas portas dos brics e outros espaços de acervo deixam de ser descartes para se tornarem “garimpos afetivos” que carregam charme e sofisticação

Através das frestas da memória coletiva, estes espaços transcendem o mero comércio para se tornarem santuários de revalorização social e cultural; neles, o ato de adquirir deixa de ser um gesto mecânico para florescer como um ritual de preservação e um convite à sociabilidade. No entanto, essa geografia da memória é entrecortada por sutis fronteiras de classe, onde o nome dado ao lugar, seja “brechó”, “acervo”, “brick” ou “antiquário”, revela camadas do *habitus* de Bourdieu (2011). Nessas distinções, o colecionismo e a curadoria emergem como uma busca desesperada pela autenticidade e pela elegância atemporal, erguendo um bastião contra a tirania do efêmero que governa a moda contemporânea. Todavia, nem mesmo esses refúgios de nostalgia estão imunes às engrenagens do agora: a simbiose entre a economia global e o império tecnológico impõe uma dinâmica de vida febril, onde a existência parece reduzir-se a um ciclo ininterrupto de transações e mercadorias, transformando até o passado em um objeto de consumo veloz, o que exige uma readequação das práticas tradicionais de preservação e comércio de memória.

No cenário contemporâneo, o colecionismo de antiquários e acervos deixa de ser uma atividade meramente contemplativa para se tornar um campo de reinvenção do *savoir-faire* frente às plataformas digitais. Novas acessibilidades e uma capacidade de alcance global, em suas ferramentas de interação próprias das plataformas, criam um ambiente propício para a formação de comunidades de interesse, a troca de informações

e, de forma inédita, a monetização do hobby, reconfigurando a prática para o que entendemos como curadoria digital.

Neste contexto, propomo-nos a analisar como essas novas práticas digitais redefinem o *savoir-faire* do colecionador, investigando as maneiras pelas quais a curadoria digital, a sociabilidade online e a produção de conteúdo se tornam elementos centrais no processo de colecionar. Assim, historicamente, essa prática, que esteve ligada ao *connaisseur*, cuja autoridade era legitimada pelo conhecimento enciclopédico e pela posse de objetos únicos em espaços físicos, modificou-se, com proliferação das redes sociais, que oferecem um novo palco para essas práticas, transformando perfis em espaços de curadoria digital.

Por meio de uma abordagem etnográfica, com foco em uma análise e observação dos perfis das *connaisseurs*, além do olhar para as redes sociais, em especial o Instagram, nosso corpus de análise procurou observar espaços que se dedicam a colecionar, desde antiguidades diversas, como mobília, objetos de decoração, louças e itens colecionáveis em geral, até roupas, observando perfis que compartilham achados, dicas de garimpo e looks montados com peças de segunda mão. A coleta de dados consistiu também em uma observação sistemática de algumas publicações (*posts*, *stories*, *reels* e vídeos), bem como interações com seguidores (comentários e mensagens diretas). A análise de conteúdo (Bardin, ano) foi guiada por categorias temáticas, como: (a) a representação visual da coleção, (b) as narrativas construídas sobre os objetos, (c) as interações com a comunidade, (d) as estratégias de legitimação do conhecimento e (e) a monetização do conteúdo. Reiteramos ainda, que, no que diz respeito às entrevistadas cujos recortes de suas trajetórias que aqui traçamos, imagens e relatos foram coletados de forma espontânea, no que diz respeito aos termos de consentimento livre e esclarecido, procurando garantir questões éticas e autonomia em suas decisões de participação neste artigo.

Para tanto, esta observação etnográfica observa a transposição do meio físico para o digital, tomando como ponto de partida a cidade de Santa Maria/RS, marcada pela memória ferroviária e por espaços que resistem ao consumo de massa, como antiquários e brechós. Nesse contexto, destacamos figuras como Dona Eli, proprietária do antiquário Época Antiguidades, e Diana, proprietária do Acervo Polola, cujas trajetórias exemplificam o agenciamento de memórias e a reconfiguração, ou não, do mercado em meio às urbanidades digitais.

O artesão do passado: dos sentidos dos sentidos nostálgicos à profissionalização digital das práticas de coleção

E diante dos contextos de uma sociedade ocidental que não admite “parar” ou “andar para trás” e de seus cenários que mudam dinamicamente acelerados através do tempo, as novas cotidianidades urbanas fazem valer discursividades para nossas vivências sobre um “bem-estar”, entre o lazer e o prazer, instauradas por meio de lógicas mercadológicas cujo estandarte é alçado sobre o ato ou ação de experienciar. A experiência se transfigura enquanto prática que funciona como uma droga moderna balizadora dos mercados das sociedades capitalistas, e evoca duas polaridades que aqui se entrecruzam: sentidos sensoriais e simbólicos voltados para o consumo. De um lado, reconhecemos muitas abordagens materialistas, voltadas para as práticas em relação aos objetos. Nesta senda, entendemos a importância do corpo e seus sentidos perceptivos (Merleau-Ponty, 2011) inerente à ação de consumo. De outro, os estudos sobre consumo sempre buscaram reconhecer a arena simbólica que confere subjetividade ao consumidor em meio as suas escolhas. No vértice em que estes grandes campos se encontram, observamos o atravessamento da internet e seu aparato online, funcionando como uma espécie de mediador de sentidos, que, de certa forma, potencializa o próprio simbólico dentro daquilo que entendemos como experiências de consumo, urbanas e contemporâneas. Para ilustrar nossa linha de raciocínio, apresentamos o esquema abaixo (figura 8) com tópicos que devemos abordar no decorrer deste artigo:

Figura 8 - Esquema sobre processo de experiência de consumo.



Fonte: elaborado pelas autoras, 2023.

A partir da noção de experiência, buscamos reinterpretar vivências, novos vieses práticos que se instauram entre debates nos campos do consumo e dos sentidos, de certo modo, permeados processos simbólicos que fazem da experiência uma espécie de elo entre a percepção e o consumo, entre simbolicidade e sensorialidade que se engendram na relação corpo-objeto. Resta-nos indagar: como o consumo fala, hoje, sobre essa dualidade (materialidade e imaterialidade)? Como as teorias do consumo vem analisando a materialidade das coisas? Como os aspectos imateriais deveriam ser analisados neste processo? Como ficam as interlocuções ou interdisciplinaridades entre consumo e percepção, hoje tão imiscuídos nas práticas? Por conseguinte, nosso esforço aqui tenta contribuir para compreender os demais elementos presentes em uma cultura ocidental da experiência – enquanto material e imaterial, prática e simbólica, e, sobretudo, vivida.

Dessa forma, alçamos um novo olhar sobre a noção de experiência de consumo que, por sua vez, constitui-se, para nós, por meio de uma *experiencialidade*³ enquanto

³ Termo cunhado pelas autoras, com reflexões presentes neste artigo.

processo sensível inerente a toda e qualquer ação de consumo. Esta categoria pode ser entendida, aqui, como o processo sensível inerente à ação de consumo, encontra no “olhar profundo” da curadora e do *connaisseur* a sua expressão máxima de saber-fazer. Em um processo particular de transubstanciação, esse *connaisseur* reconstrói uma materialidade do objeto físico, intencionalmente, para servir a uma imaterialidade discursiva: o “garimpo afetivo”. Esta prática corrobora a noção de que o consumo contemporâneo é um sistema coordenado por processos perceptivos, onde o curador atua como o tradutor que torna o objeto “vivido” para o público digital.

Foi por essas andanças citadinas, que encontramos o espaço Época Antiguidades (Figuras 9 e 10). Antes localizado na Vila Belga, o antiquário, de propriedade de Dona Eli, professora aposentada de 77 anos, foi um projeto que começou no fundo de sua casa, com pequenas restaurações.

“Eu me aposentei muito cedo. Sempre fui apaixonada por antiguidades. Viajava para Montevideo todo ano e trazia de lá, porcelanas, móveis e todo tipo de objeto antigo de decoração. Junto com o Miguel meu marido, fui aprendendo a logística de um antiquário, sobre como avaliar um objeto em sua raridade e outros critérios. Mas também, aqui é um lugar de memória e apreciação, de heranças familiares e de acolhimento para pessoas. Cada objeto tem uma ‘história para contar’, mas esta história se torna também tua quando tu compras este objeto e leva para casa e passa a usá-lo, dando ‘alma à casa’” (Dona Eli, 77 anos, proprietária do Época Antiguidades.

Estabelecido hoje na Rua Coronel Niederauer, 913, no Bairro Bonfim, o espaço, com mais de 20 anos, carrega a delicadeza da dona. Desde o chazinho servido nas xícaras antigas para os clientes que chegam, cujas visitas sempre são demoradas, envoltas de conversas sobre história, memória e vida em seu dia-a-dia. O cliente lá, antes de tudo, é um apreciador, e como tal, frequenta estes lugares para apreciar.

Figuras 9 e 10 - Imagem do antiquário Época Antiguidades e Dona Eli.



Fonte: acervo das autoras, 2023.

Demonstrando que o *savoir-faire* tradicional da avaliação e raridade é transposto para um lugar de memória e apreciação, Dona Eli resiste aos *showrooms* modernos. Conservando uma certa reserva em relação às redes sociais e as novas possibilidades

digitais, Dona Eli transformou o que era um passatempo privado ou um sinal de possibilidades e acessos de classe em uma atividade profissional. Essas iniciativas configuram uma contramão da perspectiva burguesa tradicional (Marx, 2013), onde se compra o tempo e não apenas a mão de obra.

A percepção sensível de Dona Eli permite que cada objeto tenha sua história “reinventada”. Não se consome apenas o objeto em seu valor de uso, mas a experiência de um tempo suspenso, uma nostalgia legitimada pelo conhecimento enciclopédico e pelo cuidado manual. Reinventando-se nos meios digitais, o próprio *connaisseur*, em sua autoconstrução valorativa, representada pelos donos destes espaços, que por sua vez, atua como um artesão que vende sua mão de obra especializada e seu valor de troca, indo além do simples valor de uso do objeto. Tal prática pode ser percebida como uma estratégia de agenciamento (Ortner, 2007) que ressignifica a memória estética de bens duráveis e vestuário.

Contudo, em uma nova roupagem das práticas de colecionismo, antes um hobby solitário ou restrito a um círculo de *connaisseurs*, adquire uma dimensão comunitária e global. Nesta atividade, as redes sociais permitiriam a formação de grupos de interesse onde colecionadores trocam informações, dicas de aquisição e experiências. O saber-fazer é construído de forma colaborativa e distribuída. O colecionador legitima seu conhecimento não apenas pela posse de objetos raros, mas pela capacidade de engajar e liderar uma comunidade, responder a perguntas e participar de discussões. O *connaisseur* de garimpos de brechó, por exemplo, compartilha locais de achados e dicas de avaliação de peças, criando uma rede de conhecimento mútuo que subverte a exclusividade do saber tradicional.

Remodelado suas práticas, os *connaisseurs* proprietários de espaços como antiquários e acervos, passam a buscar, muitas vezes, a popularidade de perfis enquanto colecionadores, o que permite a monetização do próprio hobby através de patrocínios, publicidade, venda de produtos afiliados ou, até mesmo, a comercialização de itens da própria coleção. A habilidade de construir uma marca pessoal, criar conteúdo relevante e interagir com seguidores é um novo componente do saber-fazer do colecionador digital, trazendo uma nova dimensão ao *expert*. Essa profissionalização questiona a pureza do colecionismo como uma atividade puramente intelectual e desinteressada, misturando o prazer da posse com as lógicas do mercado digital.

O artesão do futuro: a curadoria digital como um novo *savoir-faire* de reconfiguração da raridade

Tradicionalmente, a curadoria, que se refere a um processo criterioso de classificar (Levi-Strauss, 1989), cuidar, pesquisar, organizar e interpretar coleções de objetos como antiguidades, obras de arte, etc. para espaços que procuram criar narrativas, que por sua vez, conectam o passado ao presente, garantindo que essas histórias sejam contadas de forma relevante e acessível ao público interessado. Uma coleção envolvia o conhecimento do objeto, a sua história, a sua proveniência e o seu valor. Nas redes sociais, essa prática é transposta para o ambiente digital e se reinventa como uma forma de curadoria digital. O colecionador não apenas adquire o objeto, mas também o seleciona para exibição online, fotografa-o de forma atraente, edita a imagem e o enquadra em uma narrativa visual. Isso requer um novo conjunto de habilidades, que inclui o domínio da fotografia, da edição de vídeo e da linguagem visual das plataformas. A coleção se torna um espetáculo digital, no qual o colecionador assume o papel de curador e produtor de conteúdo.

Assim, a própria curadoria se conecta ao *storytelling*, que pode ser entendido como uma espécie de arte de contar histórias utilizando uma estrutura narrativa, personagens (ou elementos), conflitos e resoluções para engajar o público e gerar uma conexão emocional. Ele transforma fatos e dados soltos em uma experiência memorável e de fácil assimilação, utilizando conteúdo curado para envolver o público de forma emocional, fazendo com que a mensagem seja mais impactante e memorável. Contudo, sem uma curadoria eficaz, o próprio *storytelling* pode carecer de substância ou credibilidade; sem o *storytelling*, a curadoria pode resultar em uma coleção de dados frios e desinteressantes.

A curadoria de uma coleção, antes restrita ao conhecimento histórico e à proveniência física do objeto, reinventa-se nas redes sociais sob uma “nova episteme” (Foucault, 1992), remarcando o papel do digital na transformação dos saberes (Machado; Paulon, 2025). O colecionador digital, aqui, assume um papel de produtor de conteúdo, onde o saber-fazer agora exige o domínio da fotografia, edição de vídeo e da linguagem visual das plataformas, utilizando o *storytelling*, agora digitalmente, como estratégia de comunicação para com seu público.

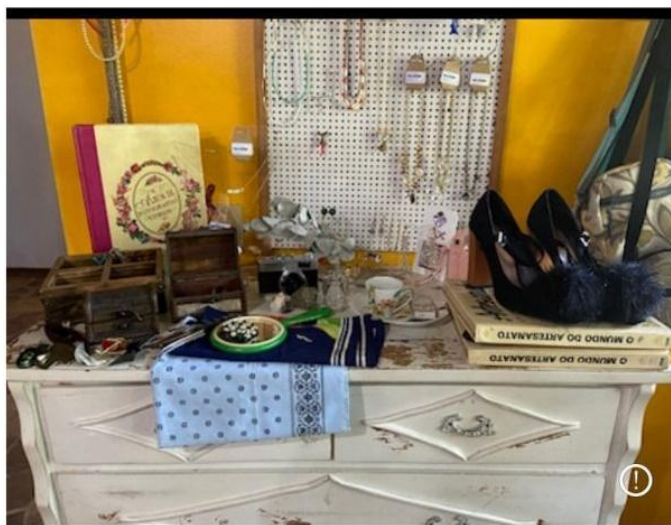
Nessa cartografia digital de afetos, cruzamos o caminho de Diana, de 42 anos, a alma por trás do Acervo Papola (Figuras 11 e 12), no coração de Santa Maria. O acervo, contudo, não nasceu de um plano de negócios, mas de uma herança adormecida nas mãos de sua avó, uma *maestra* (ou professora) de corte e costura no Uruguai que transformava tecidos em autonomia para si e para tantas outras mulheres.

Ideia do acervo nasceu de minha avó, que era ‘maestra’ de corte e costura no Uruguai e confeccionava suas próprias roupas e de clientes, ajudando ainda muitas mulheres a terem um ofício na época. Com o passar dos anos, desocupou um espaço que tinha em casa e transformou em um “second hand”, em que vendia roupas da família, inclusive. Em 2002, ela faleceu e tudo foi guardado pela família. Na pandemia, iniciei o Acervo Polola, de forma muito tímida, sempre buscando ressignificar roupas, em beleza, charme e sofisticação, destacando seus detalhes e o “feito à mão”, atrelados a estilos ‘vintage’ e ‘retrô’ como conexão, para ‘ganhar vida’ com pessoas.

(Diana, 42 anos, proprietária do Acervo Papola).

Após a partida da matriarca em 2002, o tempo pareceu suspender-se sobre o baú da família, guardando silêncios e costuras por quase duas décadas. Foi sob o isolamento da pandemia que Diana sentiu o chamado para despertar esses tecidos. O que começou de forma tímida floresceu como um exercício de ressignificação: onde o mundo via o antigo, Diana enxergava o atemporal. Através de um olhar que busca a beleza, o charme e a sofisticação nos detalhes do “feito à mão”, ela reconecta os estilos *vintage* e *retrô* ao presente, permitindo que cada peça ganhe uma nova vida. Assim, gera-se uma segunda existência para roupas, acessórios que mantêm vivo o fio que a *maestra* uruguaia começou a tecer há tanto tempo.

Figuras 11 e 12 - Imagem Acervo Papola quando ainda era um espaço comercial físico.



Fonte: acervo das autoras, 2023.

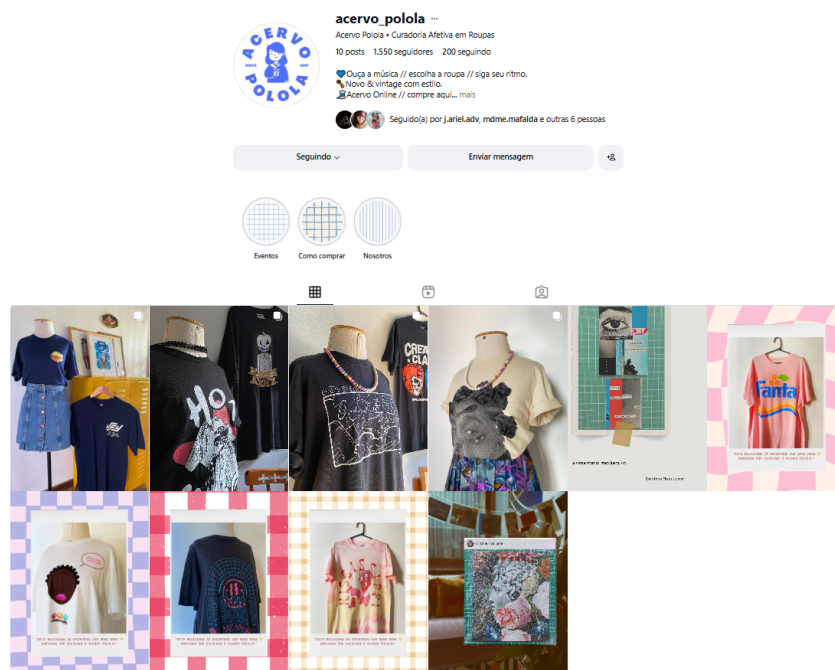
Na sala de sua casa, Diana montou seu ateliê. Após a incerteza gerada pela pandemia de COVID-19, o Acervo resistiu por dois anos como um baluarte físico de memórias que juntava a história da família materializada nas peças da avó de Diana, como também na curadoria cuidadosa feita pela proprietária. No entanto, a trajetória do espaço foi abruptamente alterada pela sombra da violência planejada; um assalto tornou-se o catalisador de uma transição dolorosa, mas necessária. Em uma tarde, Diana recebeu duas mulheres em seu ateliê. Uma das mulheres solicitou à Diana que buscasse uma peça e ficou tirando-lhe a atenção enquanto a outra roubava uma jaqueta jeans.

Onde antes havia o toque das texturas e o encontro presencial, o risco e a insegurança impuseram o fechamento das portas físicas, silenciando o eco dos passos no salão.

Ao abrir a sala de sua própria casa para abrigar o ateliê, Diana não ofereceu apenas um endereço, mas uma extensão. Transformar o lar em acervo significava que cada peça, desde as heranças de sua avó até as novas curadorias, estava ainda mais em sua intimidade, criando uma atmosfera onde o comércio se diluía em hospitalidade. Não havia balcões ou frieza institucional; havia o sofá, a luz da janela de casa e o convite ao café ou chá, transformando a cliente em visitante e o objeto em relíquia. No entanto, essa escolha trazia consigo uma entrega absoluta: o lar é também o refúgio pessoal, e ao permitir que o mundo entrasse em seu espaço sagrado, Diana colocava o coração da casa à mercê do olhar e, tragicamente, da má intenção do outro. A violação ocorrida no assalto, portanto, não foi apenas patrimonial; foi a profanação do espaço onde a vida privada e a paixão profissional floresciam em um único ecossistema.

Dessa ruptura, porém, nasceu também uma nova forma de presença. Diana transmutou a vulnerabilidade do aço e do vidro na fluidez do universo digital, transpondo a alma de seu acervo para a rede. Atendendo apenas com hora marcada e muito mais cuidados, sob o perfil @acervopapola (Figura 13), o lugar físico deu vez ao espaço infinito da tela, onde a curadoria continua a pulsar, agora liberta das barreiras geográficas e das fragilidades da matéria, reinventando a sociabilidade através do olhar e do clique em um novo capítulo de sua história.

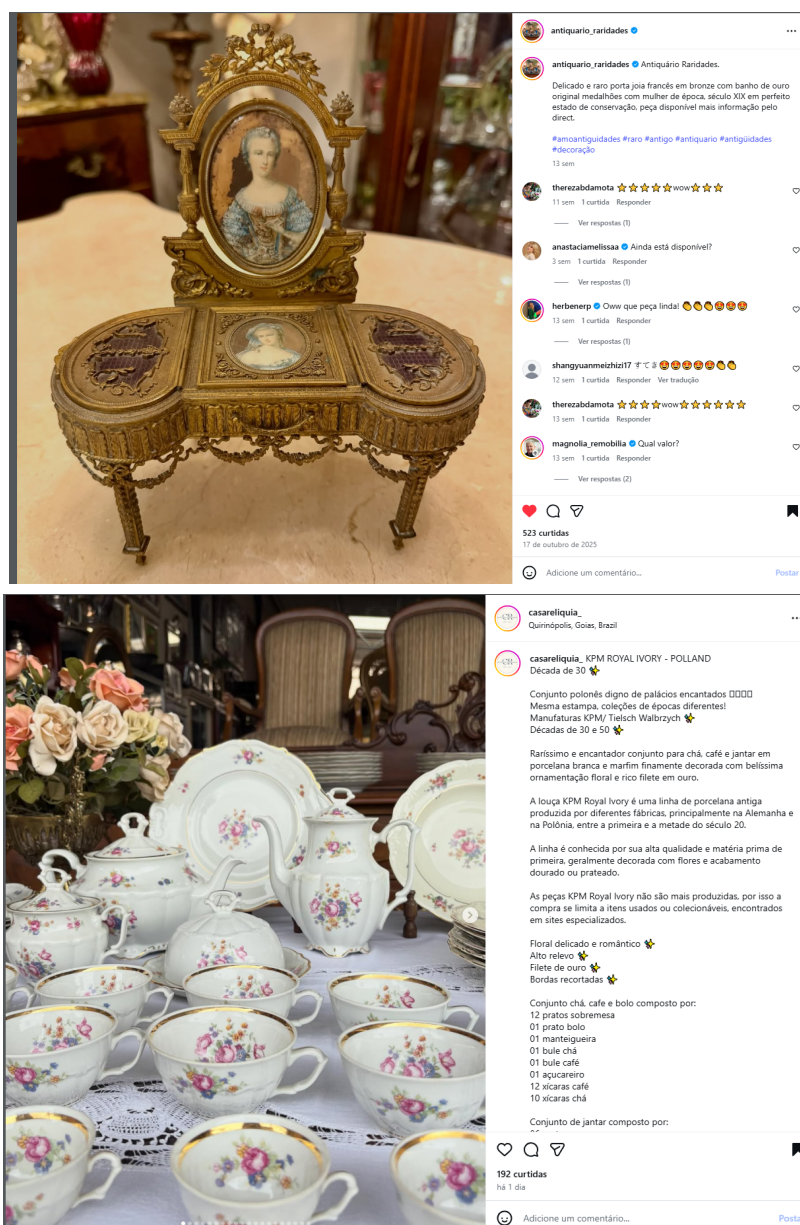
Figura 13 - Perfil digital @acervo_polola.



Fonte: Busca no Instagram
Acesso em: 21 jan. 2026

Nesse processo de transubstanciação do nostálgico para o digital, Diana, em sua curadoria para a o acervo, atua para além do “olhar profundo” e da seleção delicada de peças que carregam significados de beleza e sofisticação, transformando o “garimpo afetivo” em uma prática de mercado profissionalizada. Desenvolvendo uma curadoria digital, permite-nos entender que este trabalho não é apenas exibição, mas uma forma de conferir um novo universo simbólico aos objetos e abrir novos mercados em eras digitais. Como aponta Sally Price (2001), esses espaços legitimam práticas cotidianas da vida material como artísticas, construindo novos imaginários. O curador digital atua na validação da informação, selecionando o que deve ser lembrado e como deve ser consumido.

Figuras 14 e 15 - Prints de postagens em perfis de antiquários.



Fonte: Busca no Instagram
Acesso em: 21 jan. 2026

As imagens acima (figuras 14 e 15) demonstram essa transposição do *savoir-faire* tradicional para a curadoria digital. A análise revela que as postagens não são meros anúncios de venda, mas fragmentos de narrativas biográficas performadas no ambiente online. Seguindo os critérios de análise, as imagens utilizam uma estética que evoca o que o texto denomina “casa com alma de casa”. A composição visual não é asséptica como um showroom moderno; há um uso intencional de luz, sombras e

texturas que buscam remediar (Bolter; Grusin, 2000) a experiência sensorial do toque e da proximidade física.

Essa materialidade sensorial atua como o elo da experiencialidade, onde a imagem serve para “potencializar o imaginário” (Van Dijck, 2012), permitindo que o seguidor realize o “hedonismo imaginativo” proposto por Campbell. As legendas das postagens observadas não se limitam a descrever preços ou medidas. Elas constroem um *storytelling* que humaniza o objeto. Ao narrar a origem de uma peça ou o processo de garimpo, todo artesão da nostalgia confere aos itens uma “história reinventada”. Desta forma, o *storytelling* digital aqui atua como o “momento da expressão” ou performance de Victor Turner. Ele completa a experiência vivida, transformando o objeto em um símbolo de distinção e, de algum modo, entendemos que sempre foi praticado pelo *connaisseur*, de maneira que, no Instagram, ele apenas ganha uma escala de conectividade permanente (Hine, 2015).

Observando a atuação desse *connaisseur* na rede, bem como sua interação com a comunidade, nas postagens, observa-se que a legitimidade do antiquário é reforçada pelos comentários e diálogos. O saber-fazer é validado quando a curadora responde dúvidas técnicas, demonstrando autoridade sobre a raridade e o estilo. Essa dinâmica reflete a transição de uma “autoridade enciclopédica” para uma “autoridade de engajamento”. O colecionador digital torna-se um mediador (Martín-Barbero, 2008) entre o saber técnico e o desejo de consumo do seguidor. Ao classificar os itens como “acervo” ou “garimpo afetivo”, as publicações criam uma barreira simbólica contra o consumo fútil de massa.

Pensando ainda uma monetização que pode ocorrer não pela venda agressiva, mas pela oferta de uma “experiência única”, o “permitir-se” consumir uma peça de antiquário via Instagram pode ser entendida como uma performance de classe que une o “ser” ao “ter”, rearticulando a economia do luxo (Sombart, 2009) para o ambiente digital.

Sobretudo, a figura X comprova que o Instagram pode funcionar como um mediador da experiência. A análise de conteúdo revela que a experiencialidade dessas postagens reside na capacidade de transformar a materialidade sensorial, sobre o objeto antigo, em uma imaterialidade simbólica a partir de uma narrativa de vida. Assim, o antiquário no digital deixa de ser um depósito de coisas velhas para se tornar um “lugar de memória” performado em tempo real, onde o *savoir-faire* é a mercadoria mais

valiosa. Neste sentido, redes sociais tem permitido uma formação de “tribos” ou grupos de interesse onde o saber é construído de forma colaborativa. O colecionador deixa de ser uma figura isolada para se tornar um líder comunitário que compartilha dicas de avaliação e locais de achados, como ocorre no nicho de brechós. Essa dinâmica envolve reflexões de Simmel (2006) sobre novas formas de sociabilidade e a relação entre o indivíduo e a massa.

Uma transição do *hobby* privado para a atividade profissional é uma marca do colecionismo contemporâneo. A habilidade de construir uma marca pessoal e utilizar o *storytelling* torna-se essencial para a monetização por meio de publicidade ou comercialização direta. Diana, por exemplo, utiliza sua pesquisa de mercado sobre o “vintage” e o “retrô” para dar vida nova às peças, unindo a memória familiar à lógica do “*second hand*”. Essa profissionalização mescla o prazer da posse com as demandas do mercado digital. Nas plataformas digitais, o “olhar profundo” é mediado pela tecnologia. A própria experiencialidade transmuta-se em curadoria digital, onde o desafio é transmitir a sensorialidade da materialidade por meio de imagens. O colecionador reinventa o seu *savoir-faire* ao dominar a linguagem visual que permite ao seguidor “perceber” o objeto antes mesmo de possuí-lo.

Esta readequação das práticas pode ser observada em itinerários pessoais que unem a tradição à modernidade tecnológica. Enquanto o antiquário é mantido como um lugar de memória e acolhimento, onde cada objeto possui uma história reinventada e o *savoir-faire* reside na avaliação e no cuidado com o que é raro em oposição aos showrooms modernos, os acervos digitais permitem que um “garimpo afetivo” ganhe vida nova das redes sociais. A curadoria de roupas vintage exige um olhar profundo e pesquisa de mercado para que peças “feitas à mão” recuperem seu charme e sofisticação no ambiente online. Uma economia de conectividade permite que o colecionismo floresça em nichos antes invisibilizados, promovendo uma revalorização social, cultural e econômica. Através da memória coletiva e das interfaces sociais, os colecionadores constroem novos universos simbólicos que resistem à lógica do descarte. Dessa forma, a tecnologia não substitui o objeto físico, mas amplia sua potência como mediador de relações humanas e significados nostálgicos no contexto urbano e global.

Voltando a nossa passagem pela confeitaria e suas possibilidades de experiência em torno dos consumos alimentícios, observamos um jovem casal (com não mais do que 18 anos cada) namorando em uma mesa de entrada da “velha” Copacabana, em

meio a todos os idosos que frequentam a cafeteria pelas tardes. Discretamente, observamos que ambos com seus celulares em mãos, voltando sua atenção muito tempo às telas de seus *smartphones*, mais rolando dedos pelas plataformas do que na troca de carícias e beijos. Ainda assim, vivenciando aquele momento que pode se enquadrar dentro de uma ética romântica e critérios de implementação das práticas capitalistas (Campbell, 2001). Aquela cena nos permitiu também uma reflexão sobre como práticas e hábitos são replicados em meio a memória coletiva (Halbwachs, 2006), e, sobretudo, sobre o quanto as cidades sociais pelo consumo nos convidam às experiências tão própria das lógicas de sociabilidade⁴ simmelianas (2006). Evidentemente, dentro das lógicas de gosto e estilos de classe (Bourdieu, 2011), esta busca por experiências é enquadrada por meio de recortes de classe e suas particularidades.

A cidade torna-se um palco de rituais de consumo. O ato de “passear no centro para ver coisas” e depois comprá-las ou postá-las na internet demonstra como as materialidades urbanas (padarias artesanais, antiquários, comércios reinventados) são agora balizadas por negociações de classe e pela necessidade de performance ostentativa nas plataformas digitais. Para tanto, o consumo atual pode ser visto como uma prática cultural calcada na experiencialidade, onde o simbólico frequentemente se sobrepõe ao sensorial, e a vida é vivida como uma performance mediada continuamente pelo olhar do outro através das telas.

Unindo a tradição do *connaissanceur* à performance nas redes sociais., a figura do curador digital, em suas novas práticas de seleção e validação de informação na era da internet, reside em construir uma experiência compreendida entre algo “perfeito” (Turner, 1987) e “vivido”. Essa não é apenas mais uma narrativa, mas reflexo das pequenas apropriações da vida cotidiana. No ambiente digital, os sujeitos vão aprendendo a cuidar de suas performances particulares, transformando-se em uma espécie de “mercadoria humana fetichizada” (Marx, 2013) para negociar sentidos e visibilidade.

⁴ “Esta interação surge sempre a partir de determinados impulsos ou da busca por certas finalidades. Instintos eróticos, interesses objetivos, impulsos religiosos, objetivos de defesa, ataque, jogo, conquista, ajuda, doutrinação e inúmeros outros fazem com que o ser humano entre, com os outros, em uma relação de convívio, de atuação com referência ao outro, com o outro e contra o outro, em um estado de correlação com os outros. [...] tudo o que existe nos indivíduos e nos lugares concretos de toda a realidade histórica como impulso, interesse, finalidade, tendência, condicionamento psíquico e movimento nos indivíduos – tudo o que está presente nele do modo a engendrar ou mediatizar os efeitos sobre os outros, ou a receber esses efeitos dos outros” (Simmel, 2006, p.60).

Considerações finais

Compreendendo o *savoir-faire* não como algo abstrato, mas como um conhecimento construído ao longo da vida e reinventado nos caminhos digitais, entre Dona Eli e Diana, foi possível observarmos uma transição do físico para o digital, que, de alguma forma, pode ser narrada através das experiências sensíveis dessas “artesãs da nostalgia”. Ainda por meio de suas trajetórias, uma interdisciplinaridade entre consumo e percepção manifesta-se no ato de garimpar: um exercício de sensibilidade que busca, na contramão da efemeridade global, a autenticidade e a elegância. Um “olhar profundo” é, simultaneamente, uma técnica de mercado e um ato poético de preservação da memória material e imaterial da cidade, como nossa *flânerie* pela Vila Belga, transformando o consumo numa prática cultural rica em significados.

Por sua vez, a transição das práticas de colecionismo para o ambiente digital não é meramente uma mudança de meio, mas uma reinvenção profunda do próprio *savoir-faire* do colecionador. A autoridade, antes baseada na posse e no conhecimento enciclopédico, agora é construída através de habilidades de curadoria digital, de *storytelling* e de engajamento comunitário. As plataformas como Instagram e TikTok democratizam o acesso ao conhecimento sobre objetos colecionáveis e permitem que o colecionismo floresça em nichos antes negligenciados, como os garimpos de brechó, demonstrando que o valor de uma coleção pode estar tanto na sua raridade quanto na narrativa que a acompanha.

Contudo, as limitações de nossas interpretações incluem a natureza volátil e em constante mudança das próprias plataformas digitais. A internet e as redes sociais funcionam como motores de transformação contínua que, ao quebrarem barreiras geográficas e sociais, democratizam o acesso a objetos, mas também reconfiguram as noções de raridade e autenticidade. Assim, a figura do *connaisseur* ou colecionador moderno não apenas adquire o objeto; ele atua como um curador digital que fotografa, edita e enquadra a peça em uma narrativa visual atraente. Suas novas habilidades envolvem uma readequação que exige o domínio de linguagens visuais e técnicas de *storytelling* para transformar a coleção em um “espetáculo digital”. A autoridade do *connaisseur*, antes baseada exclusivamente na posse física e no conhecimento enciclopédico, agora é construída por meio do engajamento comunitário e da validação de informações na rede.

Contudo, o próprio *storytelling*, frequentemente tratado como um neologismo do marketing digital, é, em verdade, a roupagem contemporânea de uma prática inerente ao antiquariato e ao colecionismo desde os gabinetes de curiosidades: a atribuição de uma narrativa de proveniência. Como observa Dona Eli ao afirmar que “cada objeto tem uma história para contar”, o saber-fazer do *connaisseur* sempre envolveu a capacidade de verbalizar a alma do objeto. O que ocorre no digital é uma remediação (Bolter; Grusin, 2000): a narrativa que antes era restrita ao balcão do antiquário ou ao salão de colecionadores agora é performada por meio de vídeos e legendas, mantendo sua função primordial de agregar valor de troca simbólico. A essência do *connaisseur* não se perde, ela se performa. Sendo assim, o curador digital utiliza o *storytelling* enquanto performance para completar a experiência de consumo. O conhecimento enciclopédico tradicional agora é traduzido em curadoria digital, onde o “olhar profundo” é o que separa a peça de “brechó” (massa/descarte) da peça de “acervo” (curadoria/distinção).

Nesse sentido, o digital não substitui o *connaisseur*, mas exige que ele seja também um performer de seu próprio saber. A autoridade não emana apenas da posse do objeto, mas da capacidade de narrá-lo dentro de um contexto de experiencialidade que ressoe com o público. Para tanto, a manutenção dessa essência é uma estratégia de agenciamento contra a efemeridade do mercado global. Ao insistir na história, no detalhe e no “feito à mão”, o *connaisseur* no digital opera na contramão da lógica burguesa de produção em massa. Ele vende o seu “tempo de conhecimento” e a sua sensibilidade interpretativa. O *storytelling* digital, portanto, é a ferramenta que permite que o saber-fazer artesanal e a erudição do colecionador sobrevivam e sejam valorizados em uma economia da atenção, preservando o objeto como um “lugar de memória”.

Depois da caminhada, no final daquela tarde no centro da cidade, duas antropólogas enquanto *flâneurs*, ou seja, inspiradas no personagem baudelairiano para pensar suas memórias afetivas sobre a cidade e seus processos de consumo, voltaram para casa com inúmeras reflexões sobre dimensões e perspectivas da experiência para a percepção e o consumo. Estando lá, em meio ao ver a multidão que se entrecruza e performa seus consumismos no centro da cidade, território “onde misturam-se as almas e as coisas” (Eckert; Rocha, 2003, p.12), observamos, de perto, a *experiencialidade* calcada em um contexto sócio-histórico acontecer na nossa frente. Sobretudo, em se tratando da relação entre indivíduos e tecnologia e seus mediadores, observamos

peessoas entre os provadores de roupas das lojas escolhendo peças de roupa para “experimental”, ou em frente ao balcão de doces da Copacabana decidindo qual doce comer, consultando seus celulares. Além disso, a “imersão” de seus “*onlines*” particularizados em suas imagens e informações algoritmizadas no celular que, imediatamente fornece mil informações sobre aquele determinado perfume que está na mão da vendedora da Loja Renner, questionamo-nos se esta mesma *experencialidade* nos torna sujeitos ou objetos do consumo? Utilizando a imaginação com intenção, os indivíduos que constroem seus caminhos de consumo, tornam-se uma espécie de *bricoleur* (Lévi-Strauss, 1989), recortando artificialidades para compor suas classificações mentais íntimas, em busca da satisfação em cada ato de consumir.

Durante nossa estada na confeitaria, pedimos aos antigos atendentes (que toda uma vida trabalharam na confeitaria) um chá, um café passado, clássicos os mil folhas tão icônicos, as panelinhas de coco... permeadas pelas lembranças, e os recém-chegados *macarons* para levar. Observamos ao redor as pessoas compartilhando suas experencialidades que não eram só gastronômicas, envolvia sentimentos, diálogos e o consumo – não só de comida, mas de ambiente, relações e sensações (Ingold, 2000). Mesmo em uma era de consumo que se desloca da cultura material para o digital, as experencialidades precisam ser vivazes. Naquela tarde, pelas diversas experiências, entre imaterialidade e materialidade, articulamos nossa noção incipiente de uma *experencialidade* em contraponto ao “olhar profundo”, que é construído na figura do *connaisseur*, agora, curador digital. Entre um emaranhado de significados e referências, realizamos uma pequena reflexão sobre a construção sensível de novas experiências de consumir que oscilam sentidos de percepção em tempos tão digitais.

Referências

- BAUDELAIRE, Charles. *Sobre a modernidade*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1996.
- BAUDRILLARD, Jean. *O sistema dos objetos*. São Paulo: Perspectiva, 2008.
- BAUMAN, Sygmunt. *Modernidade líquida*. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 2001.
- BENJAMIN, Walter. *Passagens*. Belo Horizonte; UFMG, 2009.

- BOLTER, Jay David; GRUSIN, Richard. *Remediation: understanding new media*. Cambridge: The MIT Press, 2000.
- BOURDIEU, Pierre. *A distinção: crítica social do julgamento*. Porto Alegre, RS: Zouk, 2011.
- BOYM, Svetlana. *The future of nostalgia*. New York, NY: Basic Books, 2001.
- CAMPBELL, Colin. *A ética romântica e o espírito do consumo moderno*. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.
- Davis, Fred. (1979). *Yearning for yesterday: a sociology of nostalgia*. New York, NY: Free Press, 1979.
- ECKERT, Cornélia.; ROCHA, Ana Luiza de Carvalho. *Etnografia de Rua: Estudo de Antropologia Urbana*. ILUMINURAS, Porto Alegre, v. 4, n. 7, 2003. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/iluminuras/article/view/9160> Acesso em: 12 jul. 2024.
- ECKERT, C.; ROCHA, A.L. *A arte de narrar as (nas) cidades: etnografia de (na) rua, alteridades em deslocamento*. Revista Hawò, 2020, V.1. Disponível em: <https://revistas.ufg.br/hawo/article/view/63521> Acesso em: 13 jul. 2023.
- FOUCAULT, Michel. *As palavras e as coisas*. São Paulo: Martins Fontes, 1992.
- GEERTZ, Clifford. *A interpretação das culturas*. Rio de Janeiro: LTC, 2011.
- GONÇALVES, José Reginaldo Santos. *Antropologia dos objetos: coleções, museus e patrimônios*. In: BIB. São Paulo, n. 60, p. 5-25. 2005.
- HALBWACHS, Maurice. *A memória coletiva*. São Paulo: Ed. Revista dos Tribunais, 2006.
- HINE, C. *Ethnography for the Internet: Embedded, Embodied and Everyday*. Bloomsbury: Londres, 2015.
- INGOLD, Tim. *The perception of environment: essays of livelihood, dwelling and skill*. London: Rotledge, 2000.
- LÉVI-STRAUSS, C. *A Ciência do Concreto* In: O pensamento selvagem. Campinas: Papirus, 1989.

MAGNANI, José G. C. *Da periferia ao centro, cá e lá: seguindo trajetos, construindo circuitos*. Anuário Antropológico, v.38 n.2 | 2013. Disponível em: <https://journals.openedition.org/aa/526> Acesso em: 23 jan. 2026.

MACHADO, Morgana; PAULON, Thainá. *Epistemes de insurgência: desafio à norma e invenções do saber na era da inteligência artificial*. In: Epistemologias dissidentes [livro eletrônico]: desafio à norma e invenções do saber / [organização] Rafaela Oliveira Borges. -- 1. ed. -- Santa Maria, RS: Arco Editores, 2025.

MARTIN-BARBEIRO, Jesús. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2008.

MARX, Karl. *O Capital: crítica da economia política*. São Paulo: Boitempo, 2013.

MERLEAU-PONTY, M. *Fenomenologia da percepção*. São Paulo: Martins Fontes, 2011.

ORTNER, Sherry. *Subjetividade e crítica cultural*. Horizontes Antropológicos, Porto Alegre, ano 13, n. 28, p. 375-405, jul./dez. 2007. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ha/a/pjZf86ZNtHzDmh4QJtXNDGz/?lang=pt&format=pdf> Acesso em: 30 abr. 2023.

SAHLINS, Marshall. *Cultura e razão prática*. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.

SOMBART, Werner. *Lujo e Capitalismo*. Madrid: Ediciones Sequitur, 2009.

SIMMEL, Georg. *Questões fundamentais de sociologia*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006.

TURNER, Victor. *Anthropology of Performance*. New York: PAJ Publications, 1987.

VAN DIJCK, Jsose. *La Cultura de la Conectividad: una história crítica de las redes sociales*. Buenos Aries: Siglo Veintiuno, 2012.