

A HISTÓRIA da Coca-Cola no mundo. **Coca-Cola Brasil**. [S.l.: s.n., 2001?a]. Disponível em: <http://www.cocacolabrazil.com.br/quemsomos/historia/mundo/coca-cola_mundo.pdf>. Acesso em: 5 jan. 2006.

A HISTÓRIA da Coca-Cola no Brasil. **Coca-Cola Brasil**. [S.l.: s.n., 2001?b]. Disponível em: <http://www.cocacolabrazil.com.br/quemsomos/historia/brasil/coca-cola_brasil.pdf>. Acesso em: 5 jan. 2006.

AMERICANA tatua site na testa por US\$ 10 mil. **Terra**, 30 jun. 2005a. Disponível em: <<http://noticias.terra.com.br/popular/interna/0,,OI574534-EI1141,00.html>>. Acesso em: 7 jan. 2006.

AOS 30, Playboy investe em nova área no Brasil. **Jornal Propaganda & Marketing**, São Paulo, 16 ago. 2005. Seção Publicidade & Propaganda. Disponível em: <<http://www.propmark.com.br/publique/asp/redirect.asp?sid=32&infoid=10413>>. Acesso em: 2 jan. 2006.

ARCANGELI, Cristiana. **Programa Manual**, n.13, 2003. Seção Moda – Nostalgia. Disponível em: <[http://www.programamanual.com.br/index.php?data\[id_materia\]=247&data\[id_programa\]=13&data\[id_secao\]=3](http://www.programamanual.com.br/index.php?data[id_materia]=247&data[id_programa]=13&data[id_secao]=3)>. Acesso em: 7 jan. 2006.

AUGRAS, Monique. “Mil janelas”: teóricos do imaginário. **Psicologia Clínica**, v.12, n.1: 107-131, 2001.

BERGER, Peter L.; LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade: tratado de sociologia do conhecimento**. 20.ed. Petrópolis: Vozes, 2001.

BOAS, Franz. Changes in bodily form of descendants of immigrants. In: MONTAGU, Ashley (Org.). **Frontiers of anthropology**. 1.ed. Nova York: G. P. Putnam's Sons, 1974.

BME: Body Modification Ezine. c1994-2006. Disponível em: <<http://www.bmezine.com/>>. Acesso em: 10 jan. 2006.

CAMPBELL, Colin. **A ética romântica e o espírito do consumismo moderno**. 1.ed. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.

CASTORIADIS, Cornelius. A criação histórica e a instituição da sociedade. In: _____. **A criação histórica**. 1.ed. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 1992. p. 81-101.

CERIONI, Eduardo. Rebelde sem causa? Não: harleyro agora é senhor de fino trato. In: Um século sobre duas rodas. **Estadao.com.br**, 2003. Seção Notícias. Disponível em: <<http://www.estadao.com.br/harley/noticias2.htm>>. Acesso em: 6 jan. 2006.

CERTEAU, Michel de. **A escrita da história**. 1.ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1982.

_____. Introdução geral. In: _____. **A invenção do cotidiano**: artes de fazer. vol 1. 9.ed. Petrópolis: Vozes, 2003. p. 37-53.

CORRÊA, Thomas Souto. Terceira parte de uma breve história das revistas. **Curso Abril de Jornalismo**, 2005. Seção Colunas. Disponível em: <http://cursoabril.abril.com.br/coluna/materia_97401.shtml>. Acesso em: 8 jan. 2006.

DA MATTA, Roberto. Vendendo totens: prefácio prazeroso para Everardo Rocha. In: ROCHA, Everardo. **Magia e capitalismo**: um estudo antropológico da publicidade. 3.ed. São Paulo: Brasiliense, 1995a. p. 7-18.

DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD, Baron. **O mundo dos bens**: para uma antropologia do consumo. 1.ed. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2004.

DURKHEIM, Émile. **O suicídio**: estudo de sociologia. 1.ed. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

ELE está oferecendo a testa outra vez para servir de mídia. **Blue Bus**, 10 jan. 2006. Disponível em: <<http://www.bluebus.com.br/show.php?p=1&id=66225>>. Acesso em: 10 jan. 2006.

FALK, Aaron. Mom sells face space for tattoo advertisement. **Deseret Morning News**, Estados Unidos, 30 jun. 2005. Seção Utah News. Disponível em: <<http://deseretnews.com/dn/view/1,1249,600145187,00.html>>. Acesso em: 8 jan. 2006.

FONTENELLE, Isleide. **O nome da marca**: McDonald's, fetichismo e cultura descartável. 1.ed. São Paulo: Boitempo, 2002.

FRANCO, Carlos. Barbie e Susi na era do celular. **Estadao.com.br**, 30 nov. 2004. Seção Link – Notícias – Gadgets. Disponível em: <http://www.link.estadao.com.br/index.cfm?id_conteudo=1535>. Acesso em: 5 jan. 2006.

GALVÃO, Diana. Nike em 'Brasil 5 Estrelas'. **Moda Brasil**, 2005. Disponível em: <http://www2.uol.com.br/modabrasil/rio_link/nike/index.htm>. Acesso em: 7 jan. 2006.

GISELE Bündchen: nua e tatuada em comercial de sandália. **AOL**, São Paulo, 9 set. 2005. Seção Moda e Beleza. Disponível em: <<http://www.aol.com.br/moda/fornecedores/rts/2005/09/09/0001.adp>>. Acesso em: 5 jan. 2006.

GOBÉ, Marc. **A emoção das marcas**: conectando marcas às pessoas. 1.ed. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

GOL investe em governança corporativa. **Terra**. [2004?]. Seção Responsabilidade Empresarial. Disponível em: <<http://cidadania.terra.com.br/interna/0,,OI432946-EI3453,00.html>>. Acesso em: 9 jan. 2006.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 3.ed. Rio de Janeiro: DP&A, 1999.

HARLEY USA – O início de tudo. **Harley-Davidson do Brasil**, 2005. Seção História. Disponível em: <<http://www.harleydavidson.com.br/article/view/14>>. Acesso em: 6 jan. 2006.

HERTZ, Robert. A preeminência da mão direita – estudo sobre a polaridade religiosa. **Religião e Sociedade**, Rio de Janeiro, n. 6: 99-128, nov. 1980.

KLEIN, Naomi. **Sem logo**: a tirania das marcas em um planeta vendido. 3.ed. Rio de Janeiro: Record, 2003.

KNAPP, Don. Even a free lunch has a price - tattoo for food pays off for San Francisco restaurant. **CNN**, Califórnia, Estados Unidos, 17 abr. 1999. Seção Food. Disponível em: <<http://www.cnn.com/FOOD/news/9904/17/food.tattoo.update/>>. Acesso em: 5 jan. 2006.

LARAIA, Roque de Barros. **Cultura**: um conceito antropológico. 17.ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2004.

LARRATT, Shannon et al. **Bmezine.com/glossary**. [S.l.], 2002. Disponível em: <<http://www.bmezine.com/glossary/index.html>>. Acesso em: 10 jan. 2006.

LE BRETON, David. **Adeus ao corpo**: antropologia e sociedade. 1.ed. Campinas: Papirus, 2003.

_____. **Anthropologie du corps et modernité**. Paris: PUF, 1992.

LEITE, Edmundo. Harley Davidson começou num barracão em Milwaukee. In: Um século sobre duas rodas. **Portal Estadão**, 2003. Seção História. Disponível em: <<http://www.estadao.com.br/harley/historia.htm>>. Acesso em: 6 jan. 2006.

LÉVI-STRAUSS, Claude. **O pensamento selvagem**. 3.ed. Campinas: Papirus, 2002.

LIMA, Hector. Testa leiloadada no eBay ganha anunciante. **Terra**, 26 jan. 2005. Seção Informática. Disponível em: <<http://informatica.terra.com.br/interna/0,,OI460838-EI553,00.html>>. Acesso em: 4 jan. 2006.

LOUD! Comemora 6 anos em edição especial. **Rio Festa**, Rio de Janeiro, 9 jan. 2005. Seção Agência Rio Festa – Notícia - A Boa. Disponível em: <<http://www.riofesta.com.br/agencia/noticias.asp?id=3456>>. Acesso em: 8 jan. 2006.

LUPETTI, Márcia. **Administração em publicidade**: a verdadeira alma do negócio. 1.ed. São Paulo: Thomson, 2003.

MAN auctions ad space on forehead. **BBC NEWS**, Reino Unido, 10 jan. 2005. Disponível em: <<http://news.bbc.co.uk/1/hi/technology/4161413.stm>>. Acesso em: 4 jan. 2006.

MARQUES, Toni. **O Brasil tatuado e outros mundos**. 1.ed. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

MARTINS, José. **A natureza emocional da marca**. 4.ed. São Paulo: Negócio Editora, 1999.

MAUSS, Marcel. **Sociologia e Antropologia**. vol.2., 1.ed. São Paulo: EPU/EDUSP, 1974.

MEIRELES, Clarisse. Memórias da praia: livro do poeta Chacal sobre o Posto Nove, em Ipanema, revê o Rio a partir de um fervilhante pedaço do litoral. **Isto É**, 23 dez. 1998. Disponível em: <<http://terra.com.br/istoe/comport/152517.htm>>. Acesso em: 10 jan. 2006.

MCCRACKEN, Grant. **Cultura e consumo**: novas abordagens ao caráter simbólico dos bens e das atividades de consumo. 1.ed. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.

MILLER, Daniel. **Teoria das compras**. 1.ed. São Paulo: Nobel, 2002.

MULHER tatua propaganda de site na testa. **Terra**, 30 jun. 2005b. Seção Tecnologia. Disponível em: <<http://tecnologia.terra.com.br/interna/0,,OI574837-EI4802,00.html>>. Acesso em: 8 jan. 2006.

NOYORI, Daniela. Tatuagens de henna. **Terra**, [2006?]. Seção Jovem. Disponível em: <<http://www.terra.com.br/jovem/especiais/tatuagem/henna.htm>>. Acesso em: 4 jan. 2006.

O NEGÓCIO da Coca-Cola no Brasil. **Coca-Cola Brasil**. [S.l.: s.n., 2001?c]. Disponível em: <<http://www.cocacolabrasil.com.br/quemsomos/negocio/negocio.pdf>>. Acesso em: 5 jan. 2006.

O QUE é a Loud!. LOUD!. Rio de Janeiro, [2002?]. Disponível em: <<http://www.loud.com.br/loud/>>. Acesso em: 8 jan. 2006.

PEREZ, Clotilde. **Signos da marca**: expressividade e sensorialidade. 1.ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.

POLHEMUS, Ted (Org.). **The body reader**. Estados Unidos: Pantheon, 1978.

RANDAZZO, Sal. **A criação de mitos na publicidade**: como os publicitários usam o poder do mito e do simbolismo para criar marcas de sucesso. 1.ed. Rio de Janeiro: Rocco, 1996.

ROCHA, Everardo. **Magia e capitalismo**: um estudo antropológico da publicidade. 3.ed. São Paulo: Brasiliense, 1995a.

_____. **A sociedade do sonho**: comunicação, cultura e consumo. 4.ed. Rio de Janeiro: Mauad, 1995b.

_____. Totem e consumo: um estudo antropológico dos anúncios publicitários. **Alceu: Revista de Comunicação, Cultura e Política**, Rio de Janeiro, v. 1, n. 1: 18-37, jul./dez. 2000.

_____. A mulher, o corpo e o silêncio: a identidade feminina nos anúncios publicitários. **Alceu: Revista de Comunicação, Cultura e Política**, Rio de Janeiro, v. 2, n. 3: 15-39, jul./dez. 2001.

_____. Cenas do consumo: notas, idéias, reflexões. **Semear**, Rio de Janeiro, n. 6: 69-91, jun. 2002.

_____. **O que é etnocentrismo**. 12.ed. São Paulo: Brasiliense, 2003.

ROCHA, Everardo; BARROS, Carla. Cultura, mercado e bens simbólicos: notas para uma interpretação antropológica do consumo. In: TRAVANCAS, Isabel; FARIAS, Patrícia (Org.). **Antropologia e Comunicação**. 1.ed. Rio de Janeiro: Garamond, 2003. p. 181-208.

RODRIGUES, José Carlos. **O tabu do corpo**. 3.ed. Rio de Janeiro: Achiamé, 1983.

_____. Os corpos na antropologia. In: CONGRESSO LATINO AMERICANO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E SAÚDE., 7., 2003, Angra dos Reis, RJ. **Fórum Latino Americano de Ciências Sociais e Saúde**. Rio de Janeiro: [s.n], 2003.

ROSA, Bruno. Gisele Bündchen estrela comercial, só de sandálias. **Jornal do Brasil**, Rio de Janeiro, 10 set. 2005. Economia & Negócios. Disponível em: <<http://jbonline.terra.com.br/jb/papel/economia/2005/09/09/joreco20050909006.html>>. Acesso em: 8 jan. 2006.

RUBENSTEIN, Steve. \$5.8 Million Tattoo - Sanchez family counts the cost of lunch offer. **San Francisco Chronicle**, Estados Unidos, 14 abr. 1999. Pág. A-18. Disponível em: <<http://www.sfgate.com/cgi-bin/article.cgi?file=/chronicle/archive/1999/04/14/MN76470.DTL>>. Acesso em: 8 jan. 2006.

SAHLINS, Marshall. **Cultura e razão prática**. 1.ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

_____. Estrutura e história. In: _____. **Ilhas de história**. 1.ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1990. p. 172-194.

SAMPAIO, Paulo. Outdoor ambulante. **Revista da Folha**, São Paulo, ano 14, v. 675, p. 16-17, 26 jun. 2005. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/revista/rf2606200510.htm>>, apenas para assinantes da Folha ou do UOL. Acesso em: 23 ago. 2005.

SAMPAIO, Rafael. **Propaganda de A a Z**. 3.ed. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

SANT'ANNA, Armando. **Propaganda teoria, técnica, prática**. 7.ed. São Paulo: Pioneira, 2002.

TATUAGEM serve para comunicar sentimentos. **Correio do Povo**, Porto Alegre, out. 2001. Seção Vitrine. Disponível em: <<http://www.correiodopovo.com.br/jornal/vitrine/N60/html/economia.htm>>. Acesso em: 4 jan. 2006.

THE RABBIT Head. **Playboy.com**. Seção The Playboy FAQ. 2005a. Disponível em: <<http://www.playboy.com/worldofplayboy/faq/rabbithead.html>>. Acesso em: 8 jan. 2006.

TRABALHE na Gol. **Gol Linhas Aéreas**. [2005?]. Disponível em: <http://www.elancers.com.br/frames/gol/frame_geral.asp>. Acesso em: 8 jan. 2006.

VOCÊ tem sede de quê?. **Coca-Cola Brasil**. [S.l.: s.n., 2001?d]. Disponível em: <<http://www.cocacolabrazil.com.br/nossasmarcas/sededeque/sededeque.asp>>. Acesso em: 6 jan. 2006.

WHAT is Playboy. **Playboy.com**. Seção The Playboy FAQ. 2005b. Disponível em: <<http://www.playboy.com/worldofplayboy/faq/what.html>>. Acesso em: 6 jan. 2006.

7 Anexo

Lista de figuras

- Figura 1 – Fischer e a tatuagem temporária da SnoreStop.
- Figura 2 – Tatuagem Airtoo na perna.
- Figura 3 – Cachorro tatuado temporariamente.
- Figura 4 – Jim e a sessão de quatro horas de tatuagem.
- Figura 5 – Radical relação entre corpo e consumo.
- Figura 6 – Kari Smith e o “pequeno sacrifício”.
- Figura 7 – Greg Tietz, freguês da Casa Sanchez.
- Figura 8 – Loud!: sinônimo de festa no *undergroud* carioca.
- Figura 9 – A tatuagem da marca Loud!, feita na perna.
- Figura 10 – Tatuagem e consumo: a marca é “para sempre”.
- Figura 11 – Material da campanha da Aliança Francesa.
- Figura 12 – Peça veiculada em revista.
- Figura 13 – Gisele tatuada no anúncio de TV.
- Figura 14 – Anúncio de revista para a sandália Ipanema.
- Figura 15 – Anúncio de jornal para a sandália Ipanema.
- Figura 16 – Harley-Davidson tatuada nas costas.
- Figura 17 – Variação da marca da Harley, na perna.
- Figura 18 – Radicalidade: Harley tatuada na careca.
- Figura 19 – O tatuado “calça” eternamente um Nike?
- Figura 20 – Coca-Cola na perna de um americano.
- Figura 21 – O “Sagrado Coração da Coca-Cola”.
- Figura 22 – Aproximação: consumo e significação religiosa.
- Figura 23 – Exemplo americano com a Playboy.
- Figura 24 – Coelho no quadril, segundo exemplo dos EUA.
- Figura 25 – Terceiro exemplo dos EUA, estampado nas nádegas.
- Figura 26 – A marca Playboy no quadril da informante brasileira.
- Figura 27 – Logomarca da boneca Susi.
- Figura 28 – A boneca Susi no braço de Suzi.
- Figura 29 – *Tattoo* “solta” no braço, segundo um informante.
- Figura 30 – Herbert e a tatuagem da Gol Linhas Aéreas.
- Figura 31 – Marca do Messenger.



Figura 1 – Fischer e a tatuagem temporária da SnoreStop.

Fonte: AP Photo / Crier Communications.



Figura 2 – Tatuagem Airtoo na perna.

Fonte: *site* da Airtoo.



Figura 3 – Cachorro tatuado temporariamente.

Fonte: *site* da Airtoo.



Figura 4 – Jim e a sessão de quatro horas de tatuagem.

Fonte: *site* da CI Host.



Figura 5 – Radical relação entre corpo e consumo.

Fonte: *site* da CI Host.



Figura 6 – Kari Smith e o “pequeno sacrifício”.

Fonte: Keith Johnson, Deseret Morning News.



Figura 7 – Greg Tietz, freguês da Casa Sanchez.

Fonte: San Francisco Chronicle / Brant Ward.



Figura 8 – Loud!: sinônimo de festa no *undergroud* carioca.

Fonte: *site* da Loud!.



Figura 9 – A tatuagem da marca Loud!, feita na perna.

Fonte: Andrei M. Scheiner, foto tirada no momento da entrevista.



Figura 10 – Tatuagem e consumo: a marca é “para sempre”.

Fonte: **CAROS AMIGOS**, São Paulo, n.25, set. 2005.



Figura 11 – Material da campanha da Aliança Francesa.

Fonte: Informante 5.

Todo
mundo
sabe
quem
fala o
Francês
da
Aliança

TV5
www.tv5.org

af

DIACM

Venha para a Aliança da sua cidade.

www.aliancafrancesa.com

af Alliance Française
O francês legítimo.

Figura 12 – Peça veiculada em revista.

Fonte: **BRÉSILscope**, Rio de Janeiro, ano 6, v. 42, abr. 2005.

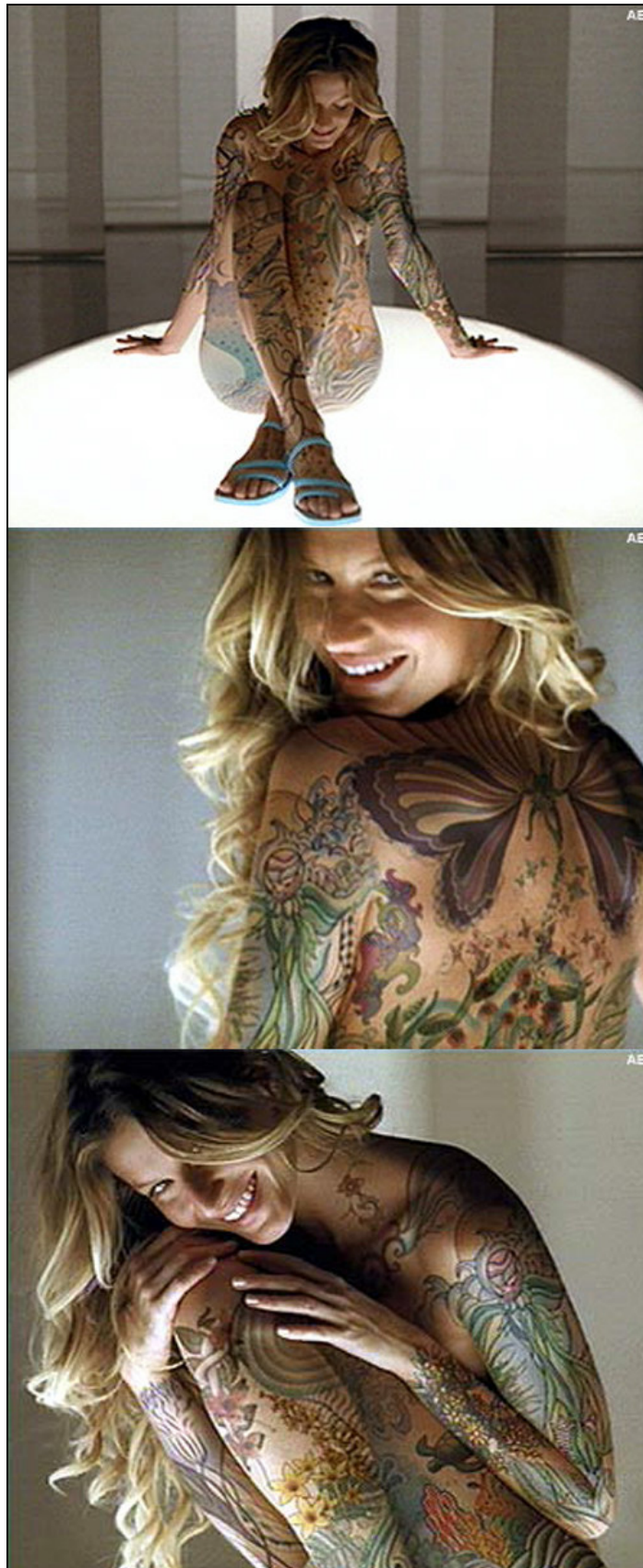


Figura 13 – Gisele tatuada no anúncio de TV.

Fonte: Agência Estado.



Figura 14 – Anúncio de revista para a sandália Ipanema.

Fonte: *blog* Perfect Gisele. Disponível em: <<http://www.perfectgisele.blogger.com.br>>.

Acesso em: 5 jan. 2006.



Figura 15 – Anúncio de jornal para a sandália Ipanema.

Fonte: *blog* Perfect Gisele.



Figura 16 – Harley-Davidson tatuada nas costas.

Fonte: BMEZINE.COM



Figura 17 – Variação da marca da Harley, na perna.

Fonte: BMEZINE.COM



Figura 18 – Radicalidade: Harley tatuada na careca.

Fonte: BMEZINE.COM



Figura 19 – O tatuado “calça” eternamente um Nike?

Fonte: BMEZINE.COM



Figura 20 – Coca-Cola na perna de um americano.

Fonte: BMEZINE.COM

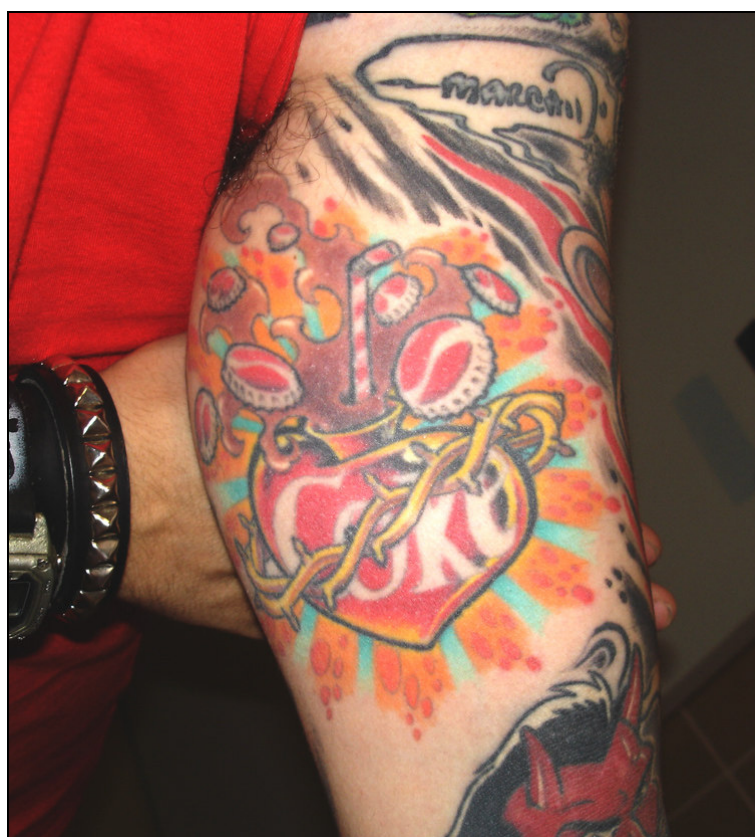


Figura 21 – O “Sagrado Coração da Coca-Cola”.

Fonte: Andrei M. Scheiner, foto tirada no momento da entrevista.



Figura 22 – Aproximação: consumo e significação religiosa.

Fonte: Andrei M. Scheiner, foto tirada no momento da entrevista.

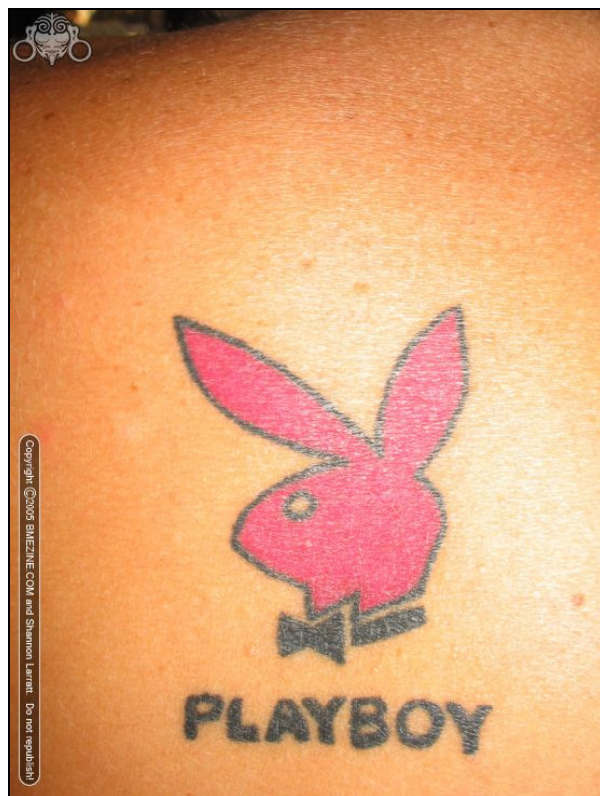


Figura 23 – Exemplo americano com a Playboy.

Fonte: BMEZINE.COM



Figura 24 – Coelho no quadril, segundo exemplo dos EUA.

Fonte: BMEZINE.COM



Figura 25 – Terceiro exemplo dos EUA, estampado nas nádegas.

Fonte: BMEZINE.COM



Figura 26 – A marca Playboy no quadril da informante brasileira.

Fonte: Andrei M. Scheiner, foto tirada no momento da entrevista.



Figura 27 – Logomarca da boneca Susi.

Fonte: *site* da Estrela S.A.



Figura 28 – A boneca Susi no braço de Suzi.

Fonte: Luciana Sarmento.



Figura 29 – *Tattoo* “solta” no braço, segundo um informante.

Fonte: Luciana Sarmento.

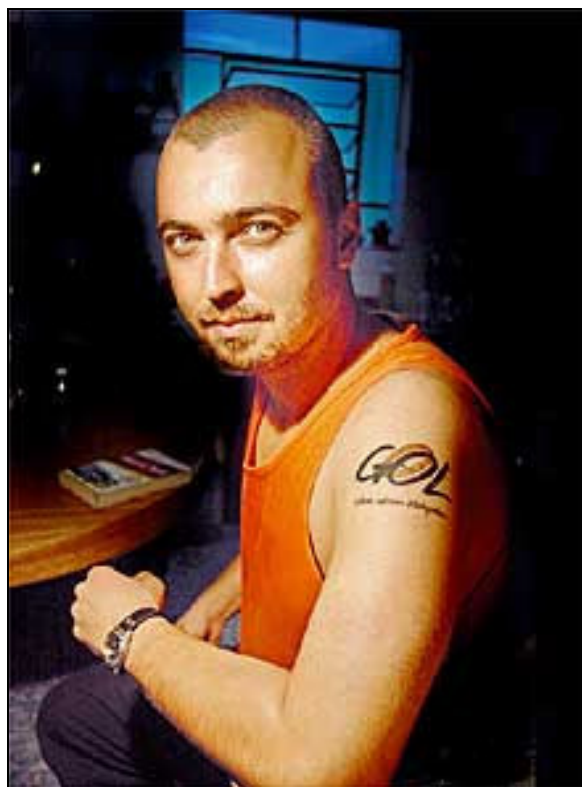


Figura 30 – Herbert e a tatuagem da Gol Linhas Aéreas.

Fonte: Folha Imagem / Karime Xavier.

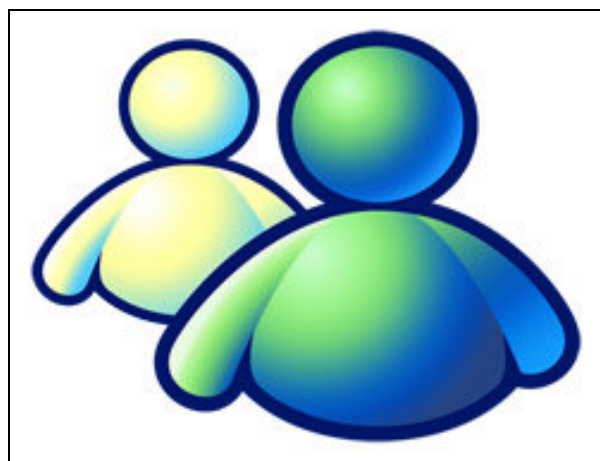


Figura 31 – Marca do Messenger.

Fonte: Microsoft Corporation.