

REFLEXÕES SOBRE IDENTIDADE E CONSUMISMO NO CONTEXTO DA PÓS-MODERNIDADE

REFLECTIONS ABOUT IDENTITY AND CONSUMERISM IN THE POSTMODERNITY CONTEXT

Iago Ramon MÖLLER¹

Deise de Moura FRIZON²

RESUMO: O presente estudo objetiva refletir sobre como o consumismo impacta na formação da identidade dos sujeitos no contexto da contemporaneidade, propondo-se a definir os conceitos fundamentais à discussão da problemática por meio de uma revisão de literatura e relacionar as perspectivas de diferentes estudiosos da área, realizando inferências nesse processo, a fim de construir reflexões e apontar direções para a problemática exposta, seja no aprofundamento da questão, seja na busca de soluções. Ao fim da pesquisa, foi possível verificar a relação entre consumismo e identidade, uma vez que o consumo atua identificando os sujeitos e comunicando, principalmente em um contexto de deslocamento da sociedade sólido-moderna de produtores para a sociedade líquido-moderna de consumidores.

PALAVRAS-CHAVE: Identidade; Consumismo; Globalização; Pós-modernidade; Modernidade Líquida.

ABSTRACT: The present study aims to consider how consumerism impacts on the formation of the subjects' identity in the contemporaneity context, intending to define the fundamental concepts to discuss the problematic through a literature review and to relate the perspectives of different scholars in the area, making inferences on the process, in order to raise reflections and point directions to the exposed problem, either in deepening on the issue or in the search for solutions. At the end of the research, it was possible to verify the relationship between consumerism and identity, since consumption acts by identifying subjects and communicating, mainly in a context of displacement from the solid-modern society of producers to the liquid-modern society of consumers.

KEYWORDS: Identity; Consumerism; Globalization; Postmodernity; Liquid Modernity.

1 INTRODUÇÃO

A angústia do sujeito pós-moderno e as transformações sociais no contexto da pós-modernidade são objetos de estudo constantes nas pesquisas em ciências humanas. Nessas análises, é comum analisar as particularidades do modo de viver contemporâneo em uma sociedade globalizada e compará-las às características da sociedade moderna.

¹ Mestranda em Processos e Manifestações Culturais, Universidade Feevale (Novo Hamburgo/RS). E-mail: deisefrizon@feevale.br

² Graduando em Letras Português-Inglês, bolsista de Iniciação Científica e do Programa de Educação Tutorial – PET na Universidade Feevale (Novo Hamburgo/RS). E-mail: iagoramonmoller@gmail.com

As análises sobre a contemporaneidade, produzidas por intelectuais inseridos neste momento histórico, geralmente carregam perspectivas pessimistas em relação ao futuro, especialmente ao se olhar para os urgentes desafios criados pelos modos de agir, produzir, consumir e se relacionar da atualidade. Em contrapartida, movimentos de consumo consciente e de reflexão e crítica em relação às consequências da globalização e do consumismo sobre as relações sociais e o meio-ambiente, por exemplo, se configuram como uma resistência, uma “revolução silenciosa”.

O presente estudo se debruça, especificamente, sobre como o consumismo – mais especificamente, a sociedade de consumo – interfere na formação da identidade dos sujeitos, gerando um deslocamento do “ser” para o “estar” dentro de determinados grupos e da sociedade como um todo. Entende-se que o consumismo é um elemento-chave na compreensão da chamada modernidade líquida – termo alternativo à pós-modernidade cunhado por Zygmunt Bauman, referência central na revisão de literatura a seguir – e no processo de formação de identidades, o que justifica a delimitação da pesquisa.

Nesse sentido, objetiva-se explorar brevemente os conceitos fundamentais da presente discussão – identidade, consumismo, globalização e pós-modernidade – e relacionar os aspectos revelados pela revisão bibliográfica a fim de construir reflexões e apontar direções para a problemática exposta, seja no aprofundamento da questão, seja na busca de soluções.

2 IDENTIDADE E CULTURA

Ao construir uma revisão dos conceitos formulados por Harriet Bradley, Jeffrey Weeks e Bonny Norton, Rogério Tilio (2009) apresenta uma definição de identidade que diz respeito à forma que um indivíduo se percebe em relação ao mundo, percepção que contempla tanto aquilo que este indivíduo tem em comum com outras pessoas quanto o que o torna diferente delas. Essa formação de identidade ocorre no contexto de determinados grupos e, na chamada identidade social, dentro da sociedade em que se vive. Partindo dessa perspectiva, o autor defende que as identidades sociais não são “definidas biologicamente ou fixas” (TILIO, 2009, p. 111), enxergando-as como processos.

Nesse sentido, Stuart Hall (2016) aponta que a identidade é construída através do discurso, sendo percebida por diferentes linguagens – escritas, corporais, imagéticas, gestuais, midiáticas, entre outras – e atribuída aos diversos sujeitos sociais por meio de representações. O compartilhamento dos significados produzidos por estas representações dentre os mesmos grupos de uma sociedade, por sua vez, é chamado de cultura.

A linguagem é um dos “meios” através do qual pensamentos, ideias e sentimentos são representados numa cultura. A representação pela linguagem é, portanto, essencial aos processos pelos quais os significados são produzidos [...] a cultura diz respeito à produção e ao intercâmbio de sentidos – o “compartilhamento de significados” – entre os membros de um grupo ou sociedade. (HALL, 2016, p. 18)

De acordo com Kathryn Woodward (2012, p. 8), “identidades adquirem sentido por meio da linguagem e dos sistemas simbólicos pelos quais elas são representadas”. A partir dessa percepção, somada à noção de que a identidade é marcada pela diferença e formada pelas interações sociais, pode-se dizer que a identidade é relacional.

Podem-se descobrir os outros em si mesmo, e perceber que não se é uma substância homogênea, e radicalmente diferente de tudo o que não é si mesmo: eu é um outro. Mas cada um dos outros é um eu também, sujeito como eu. [...] Posso conceber os outros como uma abstração, como uma instância da configuração psíquica de todo indivíduo, como o Outro, outro ou outrem em relação a mim. (TODOROV, 2003, p. 3)

Conforme Woodward (2012, p. 14), “o social e o simbólico referem-se a dois processos diferentes, mas cada um deles é necessário para a construção e a manutenção das identidades”, complementando que estas “são diversas e cambiantes, tanto nos contextos sociais nos quais elas são vividas quanto nos sistemas simbólicos por meio dos quais damos sentido a nossas próprias posições” (WOODWARD, 2012, p. 32). Por estar em constante construção e transformação, sendo um processo que nunca se completa, a identidade pode ser múltipla e fragmentada.

Essa concepção aceita que as identidades não são nunca unificadas; que elas são, na modernidade tardia, cada vez mais fragmentadas e fraturadas; que elas não são, nunca, singulares, mas multiplamente construídas ao longo de discursos, práticas e posições que podem se cruzar ou ser antagônicas. As identidades estão sujeitas a uma historicização radical, estando constantemente em processo de mudança e transformação. (HALL, 2000, p. 108)

Os contornos da definição de identidade aqui apresentados se fazem essenciais em uma análise das relações entre identidade e consumo, especialmente no contexto de uma sociedade pós-moderna, globalizada. Para se chegar a esse objetivo, porém, é preciso também explorar este contexto e delimitar os conceitos de consumismo, pós-modernidade e globalização.

3 O SUJEITO PÓS-MODERNO

Entender a que se refere a noção de pós-modernidade se faz fundamental para a compreensão das identidades enquanto fragmentadas e impermanentes. Afinal, com base em

Hall (2006), pode-se dizer que a concepção aqui apresentada de identidade diz respeito não à do sujeito sociológico, mas à do pós-moderno, o que se traduz em distinções importantes. De acordo com o autor, a

noção de sujeito sociológico refletia a crescente complexidade do mundo moderno e a consciência de que este núcleo interior do sujeito não era autônomo e auto-suficiente, mas era formado na relação com “outras pessoas importantes para ele”, que mediavam para o sujeito os valores, sentidos e símbolos – a cultura – dos mundos em que ele/ela habitava. (HALL, 2006, p. 11)

Todavia, essa noção de identidade formada a partir da interação entre um “eu” e uma sociedade não dá conta das mudanças na atual sociedade, visto que, a partir do sujeito pós-moderno, as “identidades, que compunham as paisagens sociais “lá fora” e que asseguravam nossa conformidade subjetiva com as “necessidades” objetivas da cultura, estão entrando em colapso” e, conseqüentemente, o “próprio processo de identificação, através do qual nos projetamos em nossas identidades culturais, tornou-se mais provisório, variável e problemático” (HALL, 2006, p. 12). A principal diferença, nesse sentido, reside no fato de que, “à medida em que os sistemas de significação e representação cultural se multiplicam, somos confrontados por uma multiplicidade desconcertante e cambiante de identidades possíveis, com cada uma das quais poderíamos nos identificar – ao menos temporariamente” (HALL, 2006, p. 13).

Posto isso, cabe delimitar o conceito de pós-modernidade. Esta demanda do presente estudo, porém, encontra uma falta de consenso sobre tal definição como obstáculo. Conforme aponta Eloisio Moulin de Souza (2012), o mesmo momento contemporâneo é definido por meio de diferentes expressões dentro dos estudos sobre o tema, como modernidade tardia, capitalismo tardio, sociedade pós-industrial e modernidade líquida, esta cunhada pelo sociólogo Zygmunt Bauman.

As ideias expostas nos textos de Bauman sobre a contemporaneidade são pautadas na compreensão de que os tempos são fluidos e estão em constante mudança. Usando a metáfora do líquido, o autor compara o estado da matéria às relações sociais nos dias de hoje. A comparação é interessante, pois o líquido não tem forma definida e se molda ao recipiente que o contém, além de sofrer mudanças conforme a tensão à qual é submetido.

O conceito, sobretudo, não diz respeito a uma epistemologia, uma corrente teórica de pensamento, mas a um momento histórico que passa por tentativas de definição de sujeitos nele inseridos. Entende-se, a partir das análises de Bauman, que este momento é marcado por mudanças culturais, econômicas e sociais, desestabilizando paradigmas existenciais. Souza

(2012) sintetiza a perspectiva de Bauman sobre o mundo pós-moderno em *O mal-estar da pós-modernidade* a partir de quatro características:

(1) nova desordem no mundo, onde países e blocos econômicos anteriormente vistos como hegemônicos e detentores do poder global perdem prestígio e força, (2) desregulamentação global por meio de uma liberdade desatada concedida ao capital, à custa de todas as outras liberdades, com o despedaçamento de redes de segurança social e o repúdio de qualquer razão não econômica, (3) enfraquecimento de redes sociais oferecidas pela família e comunidade e (4) meios de comunicação cultural com mensagem de indeterminação e maleabilidade do mundo. (BAUMAN, 1998 apud SOUZA, 2012, p. 272)

Nessa perspectiva, entender o deslocamento do “ser” para o “estar” do sujeito pós-moderno passa por verificar a relação entre as transformações supracitadas, um mundo globalizado e o consumismo. A globalização, característica fundamental da sociedade pós-moderna, é definida, também na análise baumaniana, como um processo que opera na fragmentação e homogeneização do mundo, desvinculando ideias, indivíduos e objetos de suas origens. Trata-se, sobretudo, de uma condição irremediável e a qual todos os indivíduos estão presos de alguma forma, de um movimento que impacta diretamente a dinâmica de consumo. Cláudia Fuchs e Jenerton Arian Schütz (2017), ao refletirem acerca de identidade e globalização, apontam o papel da mídia nesse processo, especialmente em uma sociedade cada vez mais *on-line*.

Os indivíduos estão abrindo-se cada vez mais a favor das redes e dos infinitos espaços propostos pela globalização e seus meios de comunicação, das aventuras, dos mistérios e das infinitas possibilidades de libertação das amarras comunais que aprenderam a ignorar desde a tenra idade pelos discursos de sofrimento nostálgico dos seus pais e avós, em favor das milhares de possibilidades felizes expostas pelas mídias ou ainda pela internet. (FUCHS; SCHÜTZ, 2017, p. 42-43)

No que diz respeito à distinção entre consumo e consumismo, Bauman (2008, p. 41) compreende o primeiro como uma “característica e uma ocupação dos seres humanos” e o segundo como “atributo da sociedade”. Daí, no contexto pós-moderno, a utilização do termo “sociedade de consumo”, este aprofundado por Jean Baudrillard (1995). O sociólogo francês tece comparações entre a organização da vida cotidiana e a experiência de percorrer um grande *shopping center*, afirmando uma “homogeneização integral onde tudo está compreendido e ultrapassado na facilidade, enquanto translucidez de uma “felicidade” abstracta, definida pela simples resolução das tensões” (BAUDRILLARD, 1995, p. 20). Percebe-se, portanto, uma consonância entre as perspectivas de Bauman e Baudrillard na forma de compreender o consumo na sociedade contemporânea, o que fica explícito no texto

de Bauman (2008) em que se discute o deslocamento de uma sociedade sólido-moderna de produtores para uma sociedade líquido-moderna de consumidores.

Pode-se dizer que o "consumismo" é um tipo de arranjo social resultante da reciclagem de vontades, desejos e anseios humanos rotineiros, permanentes e, por assim dizer, "neutros quanto ao regime", transformando-os na principal força propulsora e operativa da sociedade, uma força que coordena a reprodução sistêmica, a integração e a estratificação sociais, além da formação de indivíduos humanos, desempenhando ao mesmo tempo um papel importante nos processos de auto-identificação individual e de grupo, assim como na seleção e execução de políticas de vida individuais. O "consumismo" chega quando o consumo assume o papel-chave que na sociedade de produtores era exercido pelo trabalho. (BAUMAN, 2008, p. 41)

Explicitadas tais conexões, torna-se possível discutir, especificamente, sobre como o consumismo opera na formação da identidade dos indivíduos dessa sociedade globalizada.

4 O CONSUMISMO NA FORMAÇÃO DA IDENTIDADE

No mundo líquido moderno, nada é feito para durar. Muitos bens de consumo, por exemplo, têm obsolescência programada e logo são substituídos. Essa liquefação se estende às relações sociais e, conseqüentemente, ao processo de formação de identidade. O momento pós-moderno produz uma sensação de liberdade e, ao mesmo tempo, desamparo. Nesse processo relacional, a identidade se forma e se deforma com o passar do tempo e sob a influência de inúmeros fatores políticos, sociais, econômicos etc.

No contexto econômico proporcionado com a ascensão do capitalismo, as pessoas compram conforme suas escolhas, estas, por sua vez, influenciadas pelo marketing. O que Bauman (2001) coloca é que os indivíduos são impulsionados pelo desejo de comprar e não pela necessidade.

[...] o *spiritus movens* da atividade consumista não é mais o conjunto mensurável de necessidades articuladas, mas o desejo – entidade muito mais volátil e efêmera, evasiva e caprichosa, e essencialmente não referencial que as “necessidades”, um motivo autogerado e autopropelido que não precisa de outra justificação ou “causa”. (BAUMAN, 2001, p. 90)

Cada vez mais, os bens de consumo estão sendo ofertados e substituídos por outros em um espaço de tempo progressivamente curto. Ao mesmo tempo que o indivíduo tem liberdade para comprar, ele é dependente desse modo de viver consumista. Os meios de comunicação de massa também expõem um varejo de posições e ideias a serem “vendidas”, onde os indivíduos desejam ser como as pessoas vistas na televisão ou nas redes sociais, ainda mais com o avanço do acesso à internet.

Stephen Bertman cunhou os termos "cultura agorista" e "cultura apressada" para denotar a maneira como vivemos em nosso tipo de sociedade. Termos de fato adequados, que se tornam particularmente úteis sempre que tentamos apreender a natureza do fenômeno líquido-moderno do consumismo. Podemos dizer que o consumismo líquido-moderno é notável, mais do que por qualquer outra coisa, pela (até agora singular) renegociação do significado do tempo. (BAUMAN, 2008, p. 45)

A globalização, por meio da produção de identidades novas e globalizadas e do acesso às informações pela mídia cada vez mais rápido e facilitado, é elemento-chave desse processo. Essas mudanças no cenário político e econômico colocam em questão as causas pela defesa da identidade. Mandarino (2009) expõe a problemática ao colocar a globalização como um movimento de apagamento da identidade:

Nesse mundo em constante transformação, os limites territoriais expandem-se, fazendo com que surja um grande território comumente denominado de aldeia global, segundo a chamada era dos media. Nessas aldeias globais, novas identidades são construídas e novas práticas levam o indivíduo a abandonar sua história, suas tradições, seus lugares. (p. 60)

Pode-se pensar no consumismo não só em termos de bens materiais, mas também de estilos de vida. Como Bauman (2001) coloca sobre a modernidade líquida, o estilo de vida almejado é o que se vê nas telinhas (se referindo à televisão, podendo, em uma leitura atual, abranger as redes sociais da internet). Esse fator contribui para as chamadas crises identitárias. Woodward (2012) partilha da mesma posição em relação aos conflitos de identidade:

As identidades em conflito estão localizadas no interior de mudanças sociais, políticas e econômicas, mudanças para as quais elas contribuem. As identidades que são construídas pela cultura são contestadas sob formas particulares no mundo contemporâneo – num mundo que se pode chamar de pós-colonial. (WOODWARD, 2012, p. 24)

A questão identitária sofre com o movimento ambivalente da sociedade líquida moderna. A dialética das identidades expõe um quadro instável de autointerpretação do indivíduo, que oscila entre o prazer na liberdade da construção do seu “eu” e o temor do fardo de ter que justificar seus argumentos. Partindo da presente exploração, em especial da concepção de Todorov (2003), que nos traz a identidade construída pela diferença, ou seja, o eu constituído pela diferença em relação ao outro, percebe-se quão conflituosa pode ser a questão da identidade atualmente.

Nesse sentido, retomando as distinções de consumo e consumismo já expostas e complementando com as colocações de Lara Cristina Vollmer e Márcia Perencin Tondato (2018, p. 2), é fundamental compreender que as “práticas de consumo regem o sistema de reprodução social”, que “consumir é (se) comunicar, é (se) identificar”. É por esse motivo que,

especialmente no contexto da sociedade de consumo, “[s]ignos e significações dão valor aos produtos e transcendem o custo real de produção, transformando sujeitos em identidades sociais elaboradas” (VOLLMER; TONDATO, 2018, p. 2).

Também é conflituosa a questão da diferença. Devido à globalização e ao acesso à informação, as pessoas tendem a comprar o que o outro compra, a possuir o que o outro possui e a ter o que o outro tem, incorporando o jeito de ser e agir de outros. O paradoxo é a perspectiva de que, nesse movimento da busca pela diferença, os indivíduos se igualam uns aos outros. Um movimento que, cabe questionar, pode partir da busca da aceitação, de valor medido por meio das posses. Não estaria o consumismo, nesse processo, apagando a identidade do sujeito? Nessa perspectiva, cabe ressaltar, o consumismo não é visto apenas em termos de coisas materiais, mas também de pessoas, de relações sociais.

Em resumo, a globalização tende a firma-se desse modo, de forma verticalizadora, transformadora, impositiva e viscosa. As transformações se mostram lentas aos olhos desatentos, no entanto, olhando com mais atenção é possível ver mudanças significativas na constituição da identidade, nas relações de consumo, nas relações sociais, nos modelos de vida, em relação ao trabalho e ao uso do tempo livre, além de ver nua e friamente as mesmas práticas, as mesmas queixas, os mesmos produtos, os mesmos modelos de consumo, de falar e relacionar em toda parte, salvo exceções que tendem a se rarefazer deveras. (FUCHS; SCHÜTZ, 2017, p. 44)

Bauman (2001), ao discorrer sobre a modernidade líquida, expõe um sujeito que se dilui, adquirindo várias formas para a sua identidade. Hall (2000) vai ao encontro dessa percepção ao explorar o conceito de múltiplas identidades, que diz respeito aos sujeitos se enquadrarem em vários contextos ao mesmo tempo. O sujeito, através das mídias e do consumismo, é constantemente estimulado e exposto a tudo num processo que gera uma demanda cíclica de desejos e, conseqüentemente, uma insatisfação recorrente.

No fim, esse movimento vai trazer, para o sujeito, uma sensação nada agradável de profunda desorientação e insegurança. A ambivalência da questão identitária se encontra exatamente nesse ponto. Ao mesmo tempo em que a identidade tem o seu objetivo vindo do desejo de segurança e pertencimento, ela agora se fragiliza em seu próprio fundamento de existência. Todo esse inconveniente produz uma considerável carga de angústia e ansiedade nas pessoas, pois cria-se um questionamento constante em relação ao caminho que se deve tomar diante das infinitas possibilidades.

Essa imposição globalizante, todavia, não impossibilita aos indivíduos movimentos de reflexão e resistência. Dentre estes, pode-se citar a tendência de *lowsumerism*³, expressa pela

³ Não-consumo.

busca de indivíduos por um modo de viver do passado em que o “fazer” sobrepunha (talvez por falta de opção) o “ter” e o “ser” (VOLLMER; TONDATO; 2018, p. 7). Esse sujeito, conforme descrição das autoras, olha para momentos históricos anteriores a ele para responder aos urgentes desafios do presente, “tais como superpopulação, desigualdade social, aquecimento global e fome, entre tantos outros” (VOLLMER; TONDATO; 2018, p. 10).

Este novo sujeito parece não querer trocar a liberdade pelo emprego fixo, nem o tempo pelo dinheiro. Não demonstra interesse pela televisão, celular ou outros eletrônicos. Não frequenta shoppings. Ele tende a buscar o sentido e o prazer da vida no cuidado direto com a casa e os afazeres domésticos, no zelo pelo bem-estar e a saúde da família, com o natural e a com natureza – aliás, tem consciência de que é de fato parte dela, e de que, portanto, precisa preservá-la. É crítico. Procura informações reais sobre os fatos e não parece medir esforços em suas buscas. Suas escolhas tendem a ser movidas por uma visão de mundo, algo maior do que a ilusão material ou virtual podem oferecer. Ele entende que qualidade de vida está diretamente associada ao “aqui e agora”, o “tempo” para curtir a família, descansar ou fazer algo que lhe dá prazer. Consome menos produtos industrializados e carnes vermelhas, e valoriza as produções locais e produtos orgânicos e frescos. Aprecia tudo o que é *handmade*, e se interessa por cursos e informações que permitam uma maior independência quanto a serviços ou outras necessidades rotineiras para o que normalmente dependeria de terceiros. De forma mais ampla seu consumo parece ser mais comedido, até mesmo hesitante. (VOLLMER; TONDATO; 2018, p. 7)

Essa tendência, todavia, parece indicar menos uma negação completa ao consumo e a tudo que decorre da revolução digital e da globalização, e mais uma relação consciente, crítica e saudável dos indivíduos com o modo de viver contemporâneo. Nessa esteira de iniciativas de uma comunidade supostamente consciente, muitas delas possibilitadas por progressos tecnológicos inseridos na problemática da pós-modernidade, as autoras destacam

movimentos de desaceleração, como o *Slow Movement* – que engloba o *Slow Food* e o *Slow Parenting* –; feiras, lojas e mercados orgânicos ou veganos; trocas de brinquedos; vendas de garagem; brechós; *carpooling* (carona solidária); troca ou aluguel de imóveis direto com os proprietários, (a ex. do Airbnb); turismo ecológico; espaços de *coworking* entre tantas outras ações. (VOLLMER; TONDATO; 2018, p. 8)

Tais tendências vão ao encontro das soluções possíveis ao problema da fragmentação do eu nas sociedades globalizadas e de consumo apontadas por Fuchs e Schütz (2017, p. 49), as quais consistem na tentativa de “ressignificar o passado, para que este sirva de suporte no processo de constituição das futuras gerações enquanto sujeitos” e de “articular de modo saudável e seguro os elementos da globalização, consumo, tecnologia”, configurando comunidades, pois, na perspectiva das autoras, “somente a existência de um “nós” constitui a existência de um mundo comum”.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao fim da revisão de literatura e da discussão dos aspectos colocados, em especial, por Bauman (na definição de modernidade líquida e na descrição de seus aspectos), Baudrillard (ao conceituar sociedade de consumo) e Hall (por explorar a questão da formação das identidades no contexto da pós-modernidade), foi possível verificar a relação entre consumismo e identidade, uma vez que o consumo atua identificando os sujeitos e comunicando, principalmente em um contexto de deslocamento da sociedade sólido-moderna de produtores para a sociedade líquido-moderna de consumidores.

As definições, brevemente aprofundadas, foram fundamentais para o percurso lógico do estudo e, em uma perspectiva otimista, podem dissipar equívocos na interpretação desses conceitos em futuros estudos. Entende-se, nesse sentido, que o objetivo central da pesquisa – apontar caminhos para novas discussões e soluções à problemática – foi atendido com êxito. Isso, todavia, não exclui o fato de que os conceitos e as análises aqui abordados encontram, como desafio, a falta de consenso dentre intelectuais que se dedicam a tais estudos. Sendo assim, faz-se necessário reforçar que a pesquisa constituiu um pequeno recorte do complexo debate sobre a contemporaneidade.

A tendência de *lowsumerism* também foi abordada, o que explicitou a potencialidade de novos estudos sobre esse movimento enquanto uma resposta ou mesmo revolução (ainda que silenciosa) frente aos desafios criados pela globalização e pelo consumismo na atualidade.

REFERÊNCIAS

- BAUDRILLARD, J. *A sociedade de consumo*. Lisboa: Edições 70, 1995.
- BAUMAN, Z. Individualidade. In: BAUMAN, Z. *Modernidade líquida*. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.
- BAUMAN, Z. *Vida para consumo*. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.
- FUCHS, C.; SCHÜTZ, J. A. Identidades em construção (?): reflexões acerca da globalização. *Revista Missioneira*, Santo Ângelo, v. 19, n. 2, p. 39-50, jul./dez. 2017. Disponível em: <http://srvapp2s.santoangelo.uri.br/seer/index.php/missioneira/article/view/2392>. Acesso em: 1 dez. 2020.
- HALL, S. *A identidade cultural na pós-modernidade*. 11ª ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.
- HALL, S. *Cultura e representação*. Rio de Janeiro: Editora Puc-Rio, 2016.
- HALL, S. Quem precisa de identidade? In: SILVA, T. T. *Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais*. Petrópolis: Vozes, 2000.
- MANDARINO, G. A. A. Supermodernidade: cultura do poder e do consumismo. In: VIEIRA, J. A. (Org.). *Olhares em análise de discurso crítica*. Brasília: www.cepadic.com, 2009.
- SOUZA, E. M. Pós-modernidade nos estudos organizacionais: equívocos, antagonismos e dilemas. *Cadernos EBAPE.BR*, Rio de Janeiro, v. 10, n. 2, p. 270-283, jun. 2012. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1590/S1679-39512012000200003>. Acesso em: 30 nov. 2020.
- TILIO, R. Reflexões acerca do conceito de identidade. *Revista Eletrônica do Instituto de Humanidades*, v. 8, n. 29, p. 109-119, abr./jun. 2009. Disponível em: <http://publicacoes.unigranrio.edu.br/index.php/reihm/article/view/529/530>. Acesso em: 30 nov. 2020.
- TODOROV, T. A descoberta da América. In: TODOROV, T. *A Conquista da América: a questão do outro*. 3ª ed. São Paulo: Martins Fontes, 2003.
- VOLLMER, L. C.; TONDATO, M. P. Lowsumer: identidade e pertencimento em um novo estilo de vida e padrão de consumo. In: *Comunicon 2018: Congresso Internacional em Comunicação e Consumo*, 7º Encontro de GTS de Pós-Graduação, 2018, São Paulo. Anais [...]. São Paulo: ESPM, 2018. p. 1-14. Disponível em: <http://anais-comunicon2018.espm.br/encontroPos.aspx>. Acesso em: 1 dez. 2020.
- WOODWARD, K. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. In: SILVA, T. T. (Org.). *Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2012.