

# **I ENCONTRO VIRTUAL DO CONPEDI**

## **DIREITO, GLOBALIZAÇÃO E RESPONSABILIDADE NAS RELAÇÕES DE CONSUMO**

**LITON LANES PILAU SOBRINHO**

**MARIANA RIBEIRO SANTIAGO**

**ROBERTO SENISE LISBOA**

Todos os direitos reservados e protegidos. Nenhuma parte deste anal poderá ser reproduzida ou transmitida sejam quais forem os meios empregados sem prévia autorização dos editores.

#### **Diretoria – CONPEDI**

**Presidente** - Prof. Dr. Orides Mezzaroba - UFSC – Santa Catarina

**Vice-presidente Centro-Oeste** - Prof. Dr. José Querino Tavares Neto - UFG – Goiás

**Vice-presidente Sudeste** - Prof. Dr. César Augusto de Castro Fiuza - UFMG/PUCMG – Minas Gerais

**Vice-presidente Nordeste** - Prof. Dr. Lucas Gonçalves da Silva - UFS – Sergipe

**Vice-presidente Norte** - Prof. Dr. Jean Carlos Dias - Cesupa – Pará

**Vice-presidente Sul** - Prof. Dr. Leonel Severo Rocha - Unisinos – Rio Grande do Sul

**Secretário Executivo** - Profa. Dra. Samyra Haydêe Dal Farra Napolini - Unimar/Uninove – São Paulo

#### **Representante Discente – FEPODI**

Yuri Nathan da Costa Lannes - Mackenzie – São Paulo

#### **Conselho Fiscal:**

Prof. Dr. João Marcelo de Lima Assafim - UCAM – Rio de Janeiro

Prof. Dr. Aires José Rover - UFSC – Santa Catarina

Prof. Dr. Edinilson Donisete Machado - UNIVEM/UENP – São Paulo

Prof. Dr. Marcus Firmino Santiago da Silva - UDF – Distrito Federal (suplente)

Prof. Dr. Ilton Garcia da Costa - UENP – São Paulo (suplente)

#### **Secretarias:**

##### **Relações Institucionais**

Prof. Dr. Horácio Wanderlei Rodrigues - UNIVEM – Santa Catarina

Prof. Dr. Valter Moura do Carmo - UNIMAR – Ceará

Prof. Dr. José Barroso Filho - UPIS/ENAJUM – Distrito Federal

##### **Relações Internacionais para o Continente Americano**

Prof. Dr. Fernando Antônio de Carvalho Dantas - UFG – Goiás

Prof. Dr. Heron José de Santana Gordilho - UFBA – Bahia

Prof. Dr. Paulo Roberto Barbosa Ramos - UFMA – Maranhão

##### **Relações Internacionais para os demais Continentes**

Profa. Dra. Viviane Coêlho de Séllos Knoerr - Unicuritiba – Paraná

Prof. Dr. Rubens Beçak - USP – São Paulo

Profa. Dra. Maria Aurea Baroni Cecato - Unipê/UFPB – Paraíba

#### **Eventos:**

Prof. Dr. Jerônimo Siqueira Tybusch (UFSM – Rio Grande do Sul)

Prof. Dr. José Filomeno de Moraes Filho (Unifor – Ceará)

Prof. Dr. Antônio Carlos Diniz Murta (Fumec – Minas Gerais)

#### **Comunicação:**

Prof. Dr. Matheus Felipe de Castro (UNOESC – Santa Catarina)

Prof. Dr. Liton Lanes Pilau Sobrinho (UPF/Univali – Rio Grande do Sul)

Dr. Caio Augusto Souza Lara (ESDHC – Minas Gerais)

**Membro Nato** – Presidência anterior Prof. Dr. Raymundo Juliano Feitosa - UNICAP – Pernambuco

---

D597

Direito, globalização e responsabilidade nas relações de consumo [Recurso eletrônico on-line] organização CONPEDI

Coordenadores: Liton Lanes Pilau Sobrinho; Mariana Ribeiro Santiago ; Roberto Senise Lisboa – Florianópolis: CONPEDI, 2020.

Inclui bibliografia

ISBN: 978-65-5648-036-7

Modo de acesso: [www.conpedi.org.br](http://www.conpedi.org.br) em publicações

Tema: Constituição, cidades e crise

1. Direito – Estudo e ensino (Pós-graduação) – Encontros Nacionais. 2. Assistência. 3. Isonomia. I Encontro Virtual do CONPEDI (1: 2020 : Florianópolis, Brasil).

CDU: 34



# **I ENCONTRO VIRTUAL DO CONPEDI**

## **DIREITO, GLOBALIZAÇÃO E RESPONSABILIDADE NAS RELAÇÕES DE CONSUMO**

---

### **Apresentação**

É com grande satisfação que introduzimos o grande público na presente obra coletiva, composta por artigos criteriosamente selecionados, para apresentação e debates no Grupo de Trabalho intitulado “Direito, Globalização e Responsabilidade nas Relações de Consumo”, durante o I Evento Virtual do CONPEDI, ocorrido entre 23 e 30 de junho de 2020, sobre o tema “Constituição, Cidades e Crise”.

Os aludidos trabalhos, de incontestável relevância para a pesquisa em direito no Brasil, demonstram notável rigor técnico, sensibilidade e originalidade, em reflexões sobre o tema das relações de consumo. De fato, não se pode olvidar que as questões da contemporaneidade implicam num olhar atento para a matéria, mas, ainda, extrapolam tal viés, com claro impacto nos segmentos ambiental, social e econômico, envolvendo as figuras do Estado, do consumidor e da empresa, demandando uma análise integrada e interdisciplinar.

Os temas tratados nesta obra mergulham na eficácia dos negócios jurídicos da internet, no consumidor no ambiente virtual, na problemática do superendividamento, nos contratos eletrônicos no mercado secundário, na relação entre consumo e imigração, na rotulagem frontal de alimentos, na responsabilidade civil, nos casos de hipervulnerabilidade do consumidor, nas especificidades do arrependimento na compra de passagem aérea, nas exigências sobre a performance do Poder Judiciário, na desconsideração da personalidade jurídica no âmbito das relações de consumo, na análise econômica do desvio produtivo, no consumo colaborativo, nos desafios impostos ao consumidor em tempos de pandemia etc.

Em sua abordagem, nota-se que os autores utilizaram referenciais teóricos refinados sobre a sociedade de consumo, sociedade de risco, sociedade da informação, sociedade do cansaço, globalização, dialogo das fontes etc., o que realça o aspecto acadêmico do evento.

Nesse prisma, a presente obra coletiva, de inegável valor científico, demonstra uma visão lúcida e avançada sobre questões do direito das relações de consumo, suas problemáticas e sutilezas, pelo que certamente logrará êxito junto à comunidade acadêmica. Boa leitura!

Prof. Dr. Liton Lanes Pilau Sobrinho (Universidade do Vale do Itajaí / Universidade de Passo Fundo)

Profa. Dra. Mariana Ribeiro Santiago (Universidade de Marília)

Prof. Dr. Roberto Senise Lisboa (Pontifícia Universidade Católica de São Paulo)

Nota técnica: Os artigos do Grupo de Trabalho Direito, Globalização e Responsabilidade nas Relações de Consumo apresentados no I Encontro Virtual do CONPEDI e que não constam nestes Anais, foram selecionados para publicação na Plataforma Index Law Journals (<https://www.indexlaw.org/>), conforme previsto no item 8.1 do edital do Evento, e podem ser encontrados na Revista de Direito, Globalização e Responsabilidade nas Relações de Consumo. Equipe Editorial Index Law Journal - [publicacao@conpedi.org.br](mailto:publicacao@conpedi.org.br).

## CONSUMO X IMIGRAÇÃO: A INFLUÊNCIA CONSUMERISTA NO RECONHECIMENTO DO IMIGRANTE

### CONSUMPTION X IMMIGRATION: THE CONSUMERIST INFLUENCE ON THE RECOGNITION OF IMMIGRANTS

Carime Tagliari Estacia <sup>1</sup>  
Pablo Prates Teixeira <sup>2</sup>

#### Resumo

O modelo capitalista intensificou o processo de globalização, incentivou o consumo e a exploração dos países subdesenvolvidos. A migração surge como um fator decorrente desse cenário. O imigrante, na busca de melhores condições de vida, enfrenta dificuldades de reconhecimento nos países de destino. Para neutralizar sua identidade, o imigrante consome o modelo de vida proposto pelo capital. O objetivo do trabalho é ponderar o consumo como forma de inserção social do imigrante. Os resultados insinuam que o consumo colabora para o imigrante dissipar sua identidade, mas não efetiva seu reconhecimento. O trabalho é norteado pelo método dedutivo.

**Palavras-chave:** Capitalismo, Globalização, Consumo, Imigração, Reconhecimento

#### Abstract/Resumen/Résumé

The capitalist model intensified the globalization process, encouraged the consumption and exploitation of underdeveloped countries. Migration emerges as a factor resulting from this scenario. The immigrant, in search of better living conditions, faces difficulties in recognition in the destination countries. To neutralize their identity, the immigrant consumes the life model proposed by capital. The objective of the work is to consider consumption as a way of immigrant's social insertion. The results suggest that consumption helps the immigrant to dissipate their identity, but does not effectively recognize it. The work is guided by the deductive method.

**Keywords/Palabras-claves/Mots-clés:** Capitalism, Globalization, Consumption, Immigration, Recognition

---

<sup>1</sup> Mestranda em Direito pela Universidade de Passo Fundo (UPF). Especialista em Direito Civil e Processo Civil pelo Complexo de Ensino Superior Meridional. Graduada na Universidade de Passo Fundo (UPF). Advogada.

<sup>2</sup> Mestrando em Direito pela Universidade de Passo Fundo. Especialista em Direito Público pela Fundação do Ministério Público/RS. Bacharel em Direito pela Universidade da Região da Campanha, campus São Gabriel. Advogado.

## Introdução

Prevalece hoje no mundo, o sistema econômico fundamentado pelo capital e sustentado pelo consumo. Esse modelo fomentou grandes alterações e mudanças nos países desenvolvidos, reformulando os conceitos de produção e consumo, bem como, influenciando as relações entre os Estados, a política e a sociedade, impactando diretamente a vida dos cidadãos.

Não obstante, grandes consequências também puderam ser percebidas em razão da adoção do capitalismo consumista nos países subdesenvolvidos; quanto ao ponto, vale lembrar que “o capitalismo é um sistema *parasitário*” (BAUMAN, 2010, p. 8). Este modelo financeiro tem por objetivo a acumulação de capital e da propriedade privada por meio da produção e do consumo com fins lucrativos, que por decorrência promove a exploração de países pobres em busca de mão de obra barata e de recursos naturais, a fim de diminuir os custos e aumentarem seus rendimentos.

O processo de globalização, produto desse modelo, avança ainda mais esse cenário, que ao mesmo tempo em que promove desenvolvimento, evolução, pesquisas, tecnologia e informação, torna o mundo cada vez mais conectado e com fronteiras terrestres cada vez mais questionáveis e permeáveis. Contudo, esse movimento agrega, igualmente, um grande número de Estados falidos e suas populações sedentas por uma vida digna e pela possibilidade de usufruírem dos bens de consumo por eles manufaturados; tudo com o intuito de desfrutar do modo de vida idealizado pelas propagandas do capitalismo, que dissemina a ideia de liberdade e felicidade através do consumo.

É nesse sentido, que acompanhamos hoje um forte movimento migratório que circula por todo o globo. Embora, a imigração não seja um fenômeno recente na história da humanidade (BAUMAN, 2017, p. 9), dado que a movimentação humana em nome da liberdade, da fuga por perseguições políticas e religiosas ou por terras produtivas sempre esteve presente, a mobilidade apresenta um novo viés, pois o principal motivo migratório é hoje relacionado com a busca de melhores condições de vida; a qual, segundo a propaganda capitalistas, limita-se a inserção dos indivíduos no mercado de consumo: *consuma e seja feliz!*

Contudo, essa condição está intimamente relacionada ao modelo de sociedade de consumidores, a qual efetivamente é usufruída por uma pequena parte da população mundial (BAUMAN, 2008, p. 23). Esses cidadãos são moradores de países dados como desenvolvidos, lhes sendo acessíveis uma condição de vida digna (nos padrões capitalista de consumo) e inúmeras outras possibilidades promovidas pelo modelo de capital. Dessa forma, os nacionais

de países periféricos, a margem dos países desenvolvidos ou em desenvolvimento, são como que hipnotizados pela propaganda capitalista e notadamente sugados por esse parasita; estas pessoas, deslocam-se até esses territórios para que também possam ter acesso a prometida qualidade de vida, a condições dignas e para que também possam usufruir desse mercado de produtos e desejos, cravejado como um modelo de vida dito ideal.

Dentro dessa intercessão, entre suas causas e consequências, quando o imigrante chega ao novo território, depara-se com tensões geradas diante de uma sociedade culturalmente já preestabelecida, que geralmente diverge bastante da sua. Por conseguinte, após sua chegada ao país de destino, esse imigrante começa uma nova jornada, qual seja, a busca por ser reconhecido pelos cidadãos originários, o que necessariamente passa pelo ato de ingressar no mercado de consumo de bens e produtos; para tanto, o imigrante inclusive aceita alterar seu modo de ser e parecer, como uma das formas de se sentir integrado nesse meio, que agora passa a ser sua nova comunidade (ENNES; RAMOS, 2017, p. 2).

À vista disso, o objetivo do presente trabalho é analisar as interfaces do capitalismo, da imigração e do consumo como uma das expressões do sentimento de pertencimento e de reconhecimento. O trabalho será norteado pelo método dedutivo, partindo de uma análise macro do sistema econômico do capitalismo, da estrutura de exploração de países não desenvolvidos e a migração desses povos na busca por melhores condições de vida e na inserção no mercado de consumo, tendo como principal referencial teórico Zygmunt Bauman.

A análise se perfaz quando da relação entre o imigrante e sua chegada no novo território e da indigência do consumo como forma de reconhecimento. Conclui-se que o reconhecimento não se perfaz com a simples integração do imigrante no mercado de consumo, contudo, o ele passa a utiliza dessa ferramenta como forma de neutralizar suas características pessoais e seu comportamento, para assim facilitar seu reconhecimento.

## **1 O cenário da imigração no contexto mundial**

Com o advento da ordem econômica organizada a partir da busca pelo capital, é inquestionável que em pouco tempo grandes avanços relacionados com o desenvolvimento de novas tecnologias de informações e de comunicação, na mobilidade, e ainda no incremento de pesquisas e em melhorias na área da saúde, na qualidade e na comodidade na vida das pessoas puderam ser acompanhadas.

A II Guerra Mundial e os anos seguintes são considerados o grande marco dessa evolução do capitalismo. A criação do modelo fordista possibilitou a produção em escala a

partir da invenção da linha de montagem, a qual tinha como finalidade reduzir ao máximo os custos de produção e assim baratear os produtos, aumentando exponencialmente o número de consumidores e o lucro das empresas (SILVA, 2018, p. 40).

A partir do século XX a cultura da produção de mercadorias em larga escala, somado ao consumo em massa mudou estruturalmente a sociedade. As pessoas passaram a ser bombardeadas com propagandas sobre um modelo de vida nutrido por necessidades criadas, as quais tinham de ser satisfeitas por meio do consumo. Os Estados e os mercados se tornaram grandes aliados para gerir esses meios de produção, aumentar a lucratividade e dividir as responsabilidades sobre os trabalhadores (SILVA, 2018, p. 31).

O panorama que era antes apresentado a partir de um Estado sólido, com fronteiras definidas, teve que se adequar ao novo cenário, o qual foi sistematizado, organizado e desenvolvido pela nova ordem econômica, que passou a influenciar as políticas públicas no Mundo inteiro. Como bem explica Bauman: “Para preservar sua capacidade de policiar a lei e a ordem, os Estados tiveram que buscar alianças e entregar voluntariamente pedaços cada vez maiores de sua soberania” (BAUMAN, 1999, p. 8).

Nessa nova dinâmica, além dos Estados, seus projetos econômicos e políticos foram alterados e submetidos a vontade das empresas e do mercado de capital, decompondo a ideia de fronteiras e de soberania, que cada vez se tornavam mais tolerantes e permissivas. A competição irrestrita provocada pelo mercado do capital, que está fortemente vinculada ao sucesso da economia estatal fez com que mercados, Estados e organizações se interligassem com o objetivo de se fortalecerem, expandirem e baratearem custos da produção (KESSELRING, 2007, p. 157-158).

Não obstante, o capitalismo, com seu poderio econômico, incentivou o consumo e fortaleceu seus domínios, na mesma proporção que se infiltrou nos poderes públicos, dominando as gestões dos mais diversos governos e instituições públicas. Nessa lógica, nos últimos anos a econômica política e a dinâmica financeira passaram a determinar e condicionar as políticas de governos, colocando a margem qualquer propósito relacionado ao cumprimento das necessidades humanas, seja das mais básicas, as mais complexas (SUBIRATS, 2011, p. 13).

Hodiernamente, os poderes públicos visam satisfazer as imposições dos mercados financeiros e proporcionar o desenvolvimento do sistema capitalista, de tal forma, que os Estados reduzem e moldam suas políticas a fim de não comprometer a dinâmica do capital. Neste sentido, objetivo primordial de um Estado, qual seja, de proteger e auxiliar seus cidadãos, tornou-se uma política cada vez menos capaz de gerenciar suas próprias instituições e seus



mecanismos para harmonizar, ou ao menos, compensar esse combate, pois a influência e superioridade financeira ganham essa luta (SUBIRATS, 2011, p. 20-21).

A analogia feita por Baumann expressa nitidamente como o desenvolvimento desse sistema econômico se deu ao redor do mundo:

[...] o capitalismo é um sistema *parasitário*. Como todos os parasitas, pode prosperar durante certo período, desde que encontre um organismo ainda não explorado que lhe forneça alimento. Mas não pode fazer isso sem prejudicar o hospedeiro, destruindo assim, cedo ou tarde, as condições de sua prosperidade ou mesmo de sua sobrevivência (BAUMAN, 2010, p. 8-9).

O dano colateral, do capitalismo e do incentivo ao consumo, é a exploração de países subdesenvolvidos e de seus povos, pois o capital, após desfrutar e utilizar dos benefícios daqueles países, os abandonam; deixando, apenas, o ilusório encantamento de uma cultura consumerista e realizadora de desejos, para aqueles que permanecem privados desse modelo de vida. Esses acontecimentos se dão em esfera mundial, em razão do crescente número de países em situação de falência e de pobreza, com leis ineficazes e/ou sem aplicação, marcados por guerras, conflitos internos, corrupção e desastres naturais, o que invariavelmente deixam seus povos à mercê de uma vida indigna e os instigam a procura novas alternativas em prol do bem-estar (BAUMAN, 2017, p. 11-13).

Importante considerar, que primeiro objetivo de um imigrante, que foge de um país em guerra ou assolado por desastres naturais, é obviamente se salvar e buscar uma condição de vida mais digna. Todavia, a promessa consumista, certamente influencia os imigrantes na escolha do país a que se vai buscar abrigo, os quais invariavelmente acabam sendo os países ocidentais ditos de primeiro mundo.

Ainda, é preciso considerar a globalização como um dos elementos relevantes para a propulsão da imigração. Hoje os sistemas econômico, político, cultural e social são interligados e interdependentes, e passam a ser influentes e influenciados em todo campo internacional (CATAFESTA, 2013, p. 453). Não podemos escapar desse processo que envolve a vida de todos, seja de forma benéfica ou perversa.

Nesse sentido, é inegável que esse modelo econômico, baseado no capital e no consumo, foi um dos grandes propulsores da desigualdade social, da pobreza e da exploração da mão de obra humana, além de ter contribuído e potencializando o processo migratório no mundo (BRITO, 2013, p. 80).

Quanto ao ponto, vale referir que “grande parte da população não é afetada diretamente pela globalização, ou fica totalmente excluída de todo o processo” (TYBUSCH, J.; TYBUSCH,

F., 2018. p. 452). Por conseguinte, a movimentação mundial e os benefícios gerados por ela são usufruídos por uma ínfima parte de cidadãos que vivem em países chamados de “primeiro mundo”.

A partir das dificuldades enfrentadas quanto aos déficits sociais e econômicos, observa-se uma tendência humana para a busca de um melhor padrão de vida (BAUMAN, 2017, p. 12). Nesse sentido, países desenvolvidos como os Estados Unidos, os países da Europa e os em desenvolvimento, como o Brasil, tornam-se interessantes destinos em razão do número de possibilidades e da potencialidade de crescimento (TEDESCO; MELLO, 2015, p. 135).

Importante lembrar, que a trajetória da imigração acontece, na maior parte das vezes, de forma muito precária e temerária, uma vez que, os imigrantes arriscam suas vidas em travessias perigosas promovidas por aliciadores que lucram com as economias familiares e com à venda de esperança de uma vida digna.

Contudo, quando da chegada do imigrante no destino os desafios são grandes. Questões relacionadas a legalização da permanência no país, a regularização de documentos e questões de moradia, saúde e alimentação são demandas de ordem pública que envolvem a sua segurança e o acesso à direitos fundamentais. Apesar da ocorrência dessas adversidades de ordem mais burocrática, também existem as tensões geradas quando da chegada em um novo modelo social já estruturado e com uma cultura diferente e preestabelecida. Essa acaba sendo uma tarefa ainda mais árdua porque o choque cultural e a presença dos imigrantes trazem diferentes reações na população local.

A diferenciação entre nacionais e estrangeiros sempre esteve evidente na história da humanidade. Esse tipo de caracterização ocorre para a delimitação do conceito de um povo, e conseqüentemente, de Estado; uma vez que por meio de características comuns, tais como a cultura, a língua, as tradições, as práticas sociais e até mesmo econômicas, exteriorizadas em determinadas localidades, que é possível identificar determinado Estado e seu povo, os diferenciado dos estrangeiros (OLSEN, 2015, p. 123-124).

Contudo, sempre se estabeleceu um processo de hibridação entre esses povos, o qual “nacionais convivem com os estrangeiros a partir do fenômeno da imigração, como um processo através do qual uma nação passa a incorporar o diferente, e quem sabe, tentar assimilá-lo, transformando-o em nacional” (OLSEN, 2015, p. 123-124). Mas, sabemos que esse processo é penoso para aqueles que divergem de determinado padrão e modelo social, pois as práticas culturais e religiosas, forma de vestimenta e, muitas vezes, até o estereótipo dos imigrantes são fatores impeditivos do reconhecimento social, de direitos e da incorporação do imigrante na sociedade nacional (OLSEN, 2015, p. 124).

Os seres humanos na sua essência e suas limitação, possuem um premente medo de perder o que possuem ou o que julgam ter conquistado. Esse medo sempre nos persegue, mesmo que de forma inconscientes: “na maior parte do tempo, então, nós sofremos, e durante todo o tempo nos acossa o temor do possível sofrimento ocasionado pelas permanentes ameaças que pairam sobre nosso bem estar” (BAUMAN; DESSAL, 2017, p. 15).

Esse medo, leva os seres humanos a afastar o novo e tudo aquilo que modifica e difira de sua realidade usual e cotidiana; com os estrangeiros não é diferente, a reação inicial da população local é de repulsa e afastamento do que não é comum, em especial, diante do contraste cultural que agora passa a se delinear e compartilhar o mesmo território (BAUMAN, 2017, p. 16).

Neste sentido, o processo inicial é de negação da presença do imigrante que se exclui do contexto social, formando grupos minoritários localizados à margem dos centros, nas periferias das cidades. Essas circunstâncias embaraçam e bloqueiam ainda mais o reconhecimento dos estrangeiros, impedido qualquer tipo de integração com os cidadãos locais, pois afasta-os do convívio social e promove divisibilidade coletiva, mingando ainda mais quaisquer formas de oportunidades, sejam elas de trabalho ou de integração (TEDESCO; MELLO, 2015, p. 220).

Todavia, não podemos encarar essa situação a partir de uma ótica simplista de tolerar o diferente, o estrangeiro. As sociedades, progressivamente, tornar-se-ão cada dia mais multiculturais, e a visão individualista de apenas tolerar o diferente não é mais aceitável, em especial, considerando que essa mudança é, em verdade, provocada pela vida moderna usufruída por aqueles que excluem. A passividade é aliada da indiferença e, nesse momento, precisamos tratar de aceitar e efetivamente reconhecer o diferente, não apenas tolerar: “o reconhecimento da plenitude de direitos passa, inexoravelmente, pela incorporação do estrangeiro e sua transformação em nacional” (OLSEN, 2015, p. 124).

Nessa perspectiva, na angustia e necessidade de ser admitido e reconhecido no convívio social, os imigrantes, como forma de amenizar as diferenças e neutralizar a sua presença, agarram-se a diferentes estímulos e a utilizam de elementos que permitam a infiltração e aceitação na sociedade. Esses subsídios percorrem a suavização de sua identidade, seja por meio da alteração da vestimenta, de traços físicos, ou de comportamentos sociais. Contudo, de certa forma, essas alterações estão estritamente ligadas a adoção do modo de vida desses nacionais que, geralmente, está relacionado ao modelo consumerista imposto pelo mercado de capital.

## **2 Transformação das pessoas e do consumo: a desorientação dos conceitos**

Vivemos em um mundo globalizado, tecnológico e também cada vez mais dinâmico, que se transforma muitas vezes e em pouco tempo, multiplicando o número de possibilidades e aumentando a complexidade do ambiente.

Todos esses processos propagaram a aceleração das relações sociais e promoveram uma nova forma de relação entre o convívio interpessoal e com a fixação em determinado espaço físico, abalando o ideal que tínhamos sobre o significado de estabilidade dessas relações. Presenciamos também um momento de transição do modelo das instituições e das organizações em escala mundial e, nesse novo cenário, caberá igualmente aos Estados se adaptarem a mobilidade humana, reorganizando e reestruturando seu papel de forma coerente e robusta (CRUZ, 2009, p. 5).

Neste sentido, ante a volatilidade e o dinamismo do mundo moderno, as pessoas se tornaram cada vez mais individualistas e determinadas a satisfazerem seus desejos, sejam eles particulares ou criados e impostos pelo mercado de consumo, independentemente do que custar e a quem custar. Esses desejos, permitem que seres humanos sejam transformados em tarefas e algoritmos, incumbidos apenas de realizarem determinadas tarefas e de serem responsáveis por suas consequências (BAUMAN, 2001, p. 40).

Por conseguinte, “o outro lado da individualização parece ser a corrosão e a lenta desintegração da cidadania” (BAUMAN, 2001, p. 46). Ou seja, a partir do momento em que o interesse é voltado para si, os ideais humanos, sociais e coletivos são abandonados e essa mentalidade acaba se refletindo na forma com que os imigrantes são tratados, desde as suas chegadas e durante as suas estadas nesses países.

Notadamente, a partir do processo de globalização e do modelo de vida baseado no capital e no consumo, o mundo reestruturou suas relações econômicas, políticas e sociais. Mudanças essas, que alteraram consideravelmente a ordem das coisas e a maneira como vemos nosso planeta, uma vez que, as ordens de hoje são fluídas e as informações são transnacionais, influenciando o saber, o comportamento e a moda em todos os continentes (CANCLINI, 1997, p. 61).

Tal qual mencionamos, a perspectiva de uma forma de vida linear e bem organizada, com fases “pré-definidas” e estruturas a serem seguidas, que por muitos anos predominou no mundo, foi, diante de um mundo globalizado e dinâmico, definitivamente quebrada e alterada. Nos dias que correm, com o aumento da tecnologia e dos meios de comunicação, somos bombardeados com notícias e propagandas (BAUMAN, 2008, p. 74), as quais promovem uma

transformação bastante significativa na forma como vivemos, como nos relacionamos e como compreendemos os fatos e acontecimentos.

Nessa nova realidade, refere Baumann, a sociedade passa a ser representada por um modelo líquido-moderno, ou seja, acaba por haver uma “renegociação do significado do tempo” (BAUMAN, 2008, p. 45-47). Vivemos em uma cultura aonde o agora tem um peso muito relevante, o tempo é pontilhado, fazendo com que os processos sejam abertos e maleáveis, possibilitando e apresentando variar caminhos, objetivos e perspectivas, em um mundo que autoriza e estimula o ir e vir com uma facilidade nunca antes vivenciada (BAUMAN, 2008, p. 45-47).

Esse mundo globalizado, dinâmico e que estimula o consumo sem medidas promove inúmeros possibilidades e alternativas, o que a primeira vista pode soar interessante. No entanto, essa percepção de vida é devorada por um desperdício insensato, afetando o dia a dia dos homens em prol de um consumo e de uma competição exacerbada, que aniquila qualquer sentimento de solidariedade e empatia social. Os acontecimentos de hoje, tais como a imigração em massa, são apenas uma representação das condutas e do trato diário do ser humano com outras pessoas, do individualismo, da ganância e do desprezo.

Além disso, para instigar ainda mais esse modelo de capital, o sistema conta com um arcabouço de meios onde o consumo passa a ser “a propensão natural para a felicidade” (BAUDRILLARD; FERREIRA, 2007, p. 47), o sistema no qual as mercadorias passam a ser símbolos, que representam coisas, hierarquias sociais e a satisfação de desejos. Desejos esses que não são naturais e nem primordiais, mas sim criados por propagandas e marketing que se tornam irresistíveis.

Todas estas mudanças, ao fim e ao cabo, buscam fortalecer o capitalismo e estimular o consumo, fundamental em uma sociedade consumista; no entanto, há de se fazer uma breve, mas necessária, distinção entre o ato natural de consumir e sua ressignificação após a revolução consumista.

O ato de consumir é uma condição natural humana, intrínseca e atemporal, pois a sobrevivência da espécie humana sempre dependeu do ato de consumir (sem consumir alimentos, água, e vestimentas não sobrevivemos). Todavia, em um dado momento da história, chamado de revolução paleolítica, o homem ao lascar a pedra conseguiu manufaturar ferramentas que lhe permitiram iniciar uma produção incipiente, deixando os homens de serem meros coletores; a partir daí, os atos de produzir e de consumir passaram a adquirir autonomia, um em relação ao outro (BAUMAN, 2008, p. 41-43).

Milênios depois da revolução paleolítica, experimentamos a chamada revolução consumista, oportunidade em que nossos desejos (mesmo que fabricados pelo mercado) e anseios de experimentar emoções e novidades (também ofertadas e estimuladas pelo mercado – viagens, festas, gastronomia, bebidas, drogas, etc.) passaram efetivamente a sustentar a economia mundial; todos estes fatos, marcam a passagem do consumo, já separado do ato de produzir, para o consumismo (BAUMAN, 2008, p. 38-39).

A revolução consumistas, efetivamente ocorreu quando o consumo passou a ter maior relevâncias do que o trabalho, o qual era atributo da sociedade de produtores; a sociedade sólida moderna de produtores era orientada pela segurança, buscava um ambiente confiável, havia uma padronização e uma rotinização do comportamento individual, os bens não eram destinados para o consumo imediato e sim serviam como uma reserva para o futuro, por isso os bens deveriam ser duráveis e imunes ao tempo, consumia-se por necessidade e não por mero desejo (BAUMAN, 2008, p. 71).

Por outro lado, na contemporânea sociedade líquido moderna de consumidores, o consumo passou ter maior relevância que o trabalho. A atual sociedade caracteriza-se pela instabilidade de desejos, pela insaciabilidade das necessidades, pela busca da felicidade imediata, pela obsolescências programada dos bens do consumo (produtos programados para perecer), pela renegociação do significado do tempo (o qual deixa de ser linear e passa a ser pontilhado, podendo ir e vir a qualquer momento); efetivamente, caracteriza-se por uma cultura agorista, que não pode esperar, uma sociedade que promove o desperdício, que enfraquece os vínculos afetivos (BAUMAN, 2008, p. 45-52).

Na sociedade consumista, que vivenciamos, o consumo tem relevante importância, passando inclusive a identificar e a definir o *status* social dos indivíduos: *você é o que você consome*. Todas as significações, padrões e conceitos são baseados e interpretados pelo consumo ou pelo potencial de consumo, tudo é menos importante, do que a satisfação dos desejos e sensações:

A “sociedade de consumidores”, em outras palavras, representa o tipo de sociedade que promove, encoraja ou reforça a escolha de um estilo de vida e uma estratégia existencial consumista, e rejeita todas as opções culturais alternativas. Uma sociedade em que se adaptar aos preceitos culturais de consumo e segui-los estritamente é, para todos os fins e propósitos práticos a única escolha aprovada de maneira incondicional. Uma escolha viável e, portanto, plausível – e um condição de afiliação (BAUMAN, 2008, p. 71).

Logo, a exigência deste comportamento padrão da sociedade consumista (que desorienta, ressignifica e altera os conceitos), efetivamente também influencia os movimentos

migratórios no mundo. Em todos os cantos do planeta a propaganda consumista invade os lares de praticamente todos os seres humanos, através dos diversos meios de comunicação disponíveis (televisão, jornais, internet, etc.), especialmente nos provocando desejos e estimulando sensações, com a promessa de uma vida feliz e promissora.

Notadamente, essa propaganda consumista contribui decisivamente nos movimentos migratórios, influenciando diversos cidadãos do mundo, sobretudo de países pobres a, muitas vezes, arriscar a própria vida em busca do sonho de uma vida ideal e feliz, como a vislumbrada em seus televisores e smartphones.

Entretanto, a chegada dos imigrantes nos países almejados lhes apresenta outro desafio, também imposto pelo mercado de consumo, qual seja, a necessidade de se integrar ao estilo de vida da nova sociedade, que, como vimos, se padroniza pelo consumo; ainda, não basta ter um estilo de vida idêntico aos dos nativos, também se deve parecer com eles.

Neste contexto, além da necessidade de ingressar no mercado de consumo, na sociedade de consumidores o corpo também faz parte da construção social, pois todos precisam ser e devem ser consumidores com aptidão. “Os membros da sociedade de consumidores são eles próprios mercadorias de consumo, e é a qualidade de ser uma mercadoria de consumo que os torna membros dessa sociedade” (BAUMAN, 2008, p. 76).

Destarte, a revolução consumista trouxe o consumo para o foco de importância social, transformando, ressignificando conceitos (como o tempo) e alterando prioridades; inclusive, transformando e ressignificando a identidade individual de pessoas e grupos, os quais também passaram a ser vistos como próprias mercadorias de consumo, ante a necessidade de se identificar com o mercado consumidor. De maneira especial, os imigrantes também são afetados por este modelo de sociedade consumista, pois são como que hipnotizados pela promessa de uma vida melhor e feliz, longe de suas querências, e obrigados a se enquadrar a um modelo (a um padrão), a fim de serem reconhecido pela sociedade consumista; o que trataremos no próximo capítulo.

### **3 O consumo como reconhecimento**

Os desafios que agora entroncam essas questões, diz respeito ao choque da diversidade cultural dos imigrantes, da população local e do mercado de consumo como forma de amenizar ou de influenciar a aceitação desses novos moradores.

O mundo globalizado favoreceu a formação de uma sociedade heterogênea. A multiculturalidade acrescida de grande individualização fez com a sociedade contemporânea se

tornasse fortemente fragmentada, retratando a deserção da ideia de dignidade humana e social, aonde objetivos e ganâncias pessoais suplantam os gritos daqueles que se tornaram invisíveis; caímos na indiferença universal.

Apesar da tentativa, em escala mundial, de impedir a imigração, com a construção de obstáculos e barreiras físicas, burocráticas ou psicológicas, nada disso gerou resultados (BAUMAN, 2017, p. 9-10); pois, diuturnamente, estamos acompanhando um significativo aumento na comunidade de refugiados e imigrantes ao redor do mundo. Ocorre, que a reação inicial para aqueles que já tem suas vidas estabelecidas naquela comunidade é de estranhamento e repulsa a aqueles que deixam de ser similares ao usual, provocando animosidade entre as pessoas e, muitas vezes, até condutas racistas e xenofóbicas (BAUMAN, 2017, p. 16).

Neste sentido, vale lembrar que a questão migratória é tratada em muitos países desenvolvidos como um problema de segurança nacional, sendo estimulado e potencializado o medo ao diferente. É como que se os estrangeiros, por suas peculiaridades e característica físicas, culturais e religiosas fossem colocar em risco a economia, os empregos e a incolumidade pública dos nacionais. Bauman demonstra bem a realidade discriminante vivencia por jovens imigrantes:

[...] Cerca de um milhão de jovens muçulmanos vive atualmente em cidades francesas, mas dentre eles apenas cerca de mil foram registrados, apesar de imensos esforços da polícia e das forças de segurança, como suspeitos de conexão com terroristas. Da mesma forma, na opinião pública francesa, todos os muçulmanos – e, entre eles, particularmente os jovens – são vistos como cúmplices de crimes cometidos sem a sua presença: são considerados culpados antes que qualquer crime tenha sido cometido – [...] – independentemente de suas próprias intenções e dos valores que possam ter escolhido, bem como da honestidade e do entusiasmo de seu desejo de se tornarem franceses, e de como trabalhem par isso, mais que o sentido formal de portarem um passaporte correspondente (BAUMAN, 2017, p. 42).

Essa movimentação de aversão e ojeriza contra os imigrantes, seja pelo fenótipo distinto, pelas tradições culturais, religiosas, hábitos e formas de vestimenta, obstaculizam a inserção deste cidadãos na nova sociedade que, apesar de ser multicultural, ao fim e ao cabo (influenciada pelo mercado e pelo capital), acabam por homogeneizar e padronizar o comportamento social das pessoas.

Entretanto, os indivíduos, como comportamento padrão, deveriam inicialmente aceitar que vivemos em uma sociedade globalizada e que somos dependentes do conjunto das pessoas que compõem está sociedade. Logo, pelo simples motivo de sermos “nós” e não “eu”, devemos ser reconhecidos, tanto na nossa individualidade, como nas nossas diferenças. (BAUMAN, 2001, p. 202).



Ocorre que, ante a falta de empatia e compreensão do conceito de sociedade global, os diferentes grupos de imigrantes acabam invariavelmente sendo discriminados e excluídos da sociedade para qual imigraram. Todavia, o desejo de se sentir acolhido e reconhecido faz com que esses novos grupos acabem se caracterizando, moldando seus hábitos e indumentária de acordo com os padrões aceitos pela sociedade local.

Esses são os efeitos colaterais da globalização estruturada em um mundo capitalista sustentado pelo consumo, o qual induz os indivíduos a reformularem suas identidades, a fim de se adequarem aos padrões do mercado. Neste sentido “as identidades locais estão sendo remodeladas a partir de matrizes globais” (CANCLINI, 1997, p. 150). Notadamente, a sociedade de consumo vem regulamentando que a estética e a aparência deixaram de ser superficiais ou secundárias, pois hoje as identidades são formadas também pelo corpo e pelas suas expressões (ENNES; RAMOS, 2017, p. 13).

Ainda que o imigrante deva ser reconhecido sob um duplo panorama: como sujeito possuidor de direitos mínimos e como detentor da sua identidade e individualidade própria; o sujeito contemporâneo também usa o corpo como uma representação da sua identidade. Logo, o imigrante, entusiasmado pelo modelo de consumo e influenciado pela fisionomia vendida como padrão de aparência externo, cede aos encantos do consumo.

Explica Marcelo Ennes:

Por um lado o corpo possui uma dimensão inexorável. Ele existe. Mas por outro, sua existência é fruto de sua vivência no mundo. É por meio do corpo que o indivíduo se faz social, que constrói e estabelece vínculos com outros indivíduos. Esta problemática nos remete ao debate sobre a relação entre corpo e identidade que tem vários sentidos de conexão (ENNES; RAMOS, 2017, p. 14).

Logo, na contemporaneidade, o reconhecimento do sujeito como parte do grupo está fortemente vinculado com o que ele significa, representa e aparenta ser dentro do contexto social, ao qual está inserido. Logo, as características externas dos indivíduos produzem interações com o grupo, o que efetivamente os leva a produzirem alterações (físicas e comportamentais) para uma melhor assimilação e aceitação pela nova comunidade (ENNES; RAMOS, 2017, p. 13).

A sensação de estar e pertencer dentro de um grupo de referências e o sentimento da aprovação, está relacionado com a construção daquilo que apresentamos a sociedade (BAUMAN, 2008, p. 107). A nossa aparência é uma interseção entre o indivíduo e o grupo, que expressa um modelo de vida e as relações sociais com a comunidade (ENNES; RAMOS, 2017, p. 15).

Hoje, somos influenciados pelo consumo e por motivos sociais e culturais, aceitamos inclusive alterar nossos corpos; efetivamente, nos alteramos fisicamente para transgredir algumas fronteiras culturais e sociais preestabelecidas (ENNES; RAMOS, 2017, p. 16). Dessa forma, o imigrante, busca o reconhecimento na comunidade e a sua aceitação no grupo social, tudo como objetivo de se sentir naturalizado e pertencente a nova sociedade para qual imigrou, ainda mais, considerando que o que é estético e visual causa certa aceitabilidade e aprovação pelo novo grupo.

Assim, refere ainda Ennes, que “características corporais compõem o quadro de referências identitárias por meio das quais produz a visibilidade ou a invisibilidade das pessoas no meio social no qual vivem” (ENNES; RAMOS, 2017, p. 19). Portanto, esse processo de aceitação do imigrante ocorre de forma mais aprazível quando este adota o modelo da sociedade de destino.

É necessário destacar ainda, que essa nova expressão adotada pelo imigrante é resultado também da manifestação da sociedade de consumo, que impõem determinadas características físicas, a amenização de traços culturais, religiosos e de papéis sociais a fim de que os imigrantes se enquadrem dentro de marcos pré-estabelecidos pelo consumo e por seus mecanismos de coerção (ENNES; RAMOS, 2017, p. 20).

Notadamente, são vários os fatores que levam o indivíduo, imigrante ou não, a modificar e ou alterar seus corpos, tais como expressões de tensões psicológicas, sociais econômicas e culturais (ENNES; RAMOS, 2017, p. 20). Entretanto, nos indivíduos pertencentes a etnias minoritárias, como no caso de muitos imigrantes, há o desejo de aceitação e de pertencimento a nova sociedade, o que os estimula a mudar seus corpos para parecerem, ou sentirem-se aceitos pelos nacionais do país para o qual imigraram (ENNES; RAMOS, 2017, p. 17).

Efetivamente, a decisão de mudar o corpo para extirpar ou alterar características físicas que os estigmatizam, ou seja, que possam identificar o indivíduo como imigrante é, como dissemos no capítulo anterior, influenciada pela propaganda consumista. Ante a liquidez e a volatilidade da sociedade contemporânea, caracterizada pela busca da satisfação dos desejos e sensações, pela insaciabilidade das necessidades, pela cultura do agora, pelo inadvertido desperdício. Enfim, uma sociedade focada na busca da felicidade pelo consumo, uma felicidade momentânea, efêmera, que se pode apalpar, mas que logo se esvai, ou que verdadeiramente nunca chega acontecer, não passando de uma mera promessa.

Ocorre, que mesmo diante da possibilidade de mudar o corpo para se integrar a nova sociedade, os imigrantes ainda passam por uma gama de questões complexas, que os impedem

de efetivamente se sentirem acolhidos ou pertencentes a sociedade para qual imigraram; pois, há outras questões sociais, econômicas e culturais que os estigmatizam, como por exemplo a religião, a herança dos pais – ou a falta de reconhecimento desta herança (você é filho de quem?) (ENNES; RAMOS, 2017, p. 19).

Estas questões, diversas ao consumismo, que influenciam no reconhecimento ou na aceitação dos imigrante nas sociedades para as quais imigraram, merecem uma ponderação; haja vista, que em países com grande miscigenação de povos e etnias, como o Brasil, podem não ser tão influentes, mas certamente serão potencializadas em países ou regiões com população não dão miscigenadas.

Contudo, o alcance da propaganda capitalista, do incentivo ao consumo, ultrapassa fronteiras, limites geográficos, sociais e culturais, e efetivamente influencia os indivíduos, inclusive os imigrantes, de todos os cantos do mundo, a comportarem-se como verdadeiras mercadorias, adaptando-se aos desejos efêmeros e supérfluos programados pelo mercado de consumo; mesmo que para isso seja necessário mudar seus corpos, tudo com objetivo de serem aceitos e reconhecidos pela sociedade consumista.

## **Conclusão**

O modelo capitalista, presente em grande parte do mundo, proporcionou o surgimento de um mercado de consumo cada vez mais forte, o qual por sua vez levou o ato de consumir para o centro de importância do sistema econômico e social, tanto que hoje o foco principal da economia global é o consumo.

Neste contexto, inadvertidamente os indivíduos utilizam de todos os subterfúgios para se inserirem no modelo ideal proposto pelo mercado; inclusive, os indivíduos aceitam a condição de verdadeiras mercadorias, pois se deixam influenciar pelas propagandas do mercado, acreditando nos desejos e necessidades fabricadas. Tudo isso, com o mero intuito de alcançar a felicidade prometida, tão efêmera e impossível quanto a existência de uma vida sempre plena e feliz.

Este padrão de vida traçado pelo mercado e potencializado com a revolução consumista, notoriamente influenciou e influencia pessoas de países pobres ou periféricos a procurarem, longe de seus lares, a promessa de uma vida feliz e plena. Quanto ao ponto, há de fazer um ressalva, de maneira especial aos imigrantes que fogem de conflitos e desastres naturais, que por óbvio buscam uma melhor qualidade de vidas; no entanto, a promessa

consumistas, inadvertidamente, acaba por influenciar a decisão pelo país a que se vai buscar abrigo.

Entretanto, além do desafio de chegar ao país almejado, os imigrantes ainda se deparam com o desafio de serem aceitos e integrados a nova sociedade. A aceitação pelos nacionais do país de destino nunca é fácil e, invariavelmente, os imigrantes são discriminados, estigmatizados e excluídos, tudo em razão de possuírem características físicas, religiosos, culturais e sociais diferentes.

Diante destas dificuldades, os imigrantes buscam de todas as formas a aceitação pelos nacionais; uma destas formas é a inserção no mercado consumidor, o que se dá inclusive com a mudanças de suas características físicas, tudo para se enquadrar e se padronizar ao estilo consumista, especialmente das sociedade ocidentais; aliás, um estilo de vida que influenciou a escolha por estes países.

No entanto, ainda que o imigrante mutile seu corpo, esqueça suas origens, e transforme-se em uma verdadeira mercadoria – com intuito de se integrar ao mercado consumidor, para alçar a promessa de felicidade – ainda assim, passará por dificuldades de reconhecimento e aceitação pelos nacionais do país de destino, pois as questões envolvidas são muito mais complexas que a simples aceitação pelo mercado.

Destarte, a promessa do mercado do consumo, de uma vida plena e feliz, verdadeiramente influencia os imigrantes na escolha dos países de destino e induz ao consumo para diluir suas características pessoais, adaptando desde a sua vestimenta até seu comportamento ao contexto social ao qual encontra-se inserido. Isso tudo, para parecer, se reconhecer e ser reconhecido como pertencente ao novo grupo do qual precisa se sentir fazendo parte.

No entanto, a aceitação destes imigrantes nos países de destino (os quais em sua maioria estão inseridos no modelo capitalista de mercado e consolidados por uma sociedade consumista) encontra diversos empecilhos, não ocorrendo com a simples integração do imigrantes no mercado de consumo, mesmo que estes imigrantes mutilem seus corpos e abandonem as características que os individualizam; as questões que envolvem a aceitação do estrangeiro são muito mais complexas do que a mera integração ao mercado de consumo.

## Referências

BAUDRILLARD, Jean; FERREIRA. **A sociedade de consumo**. Lisboa: Edições 70, 2 ed, 2007.

BAUMAN, Zygmunt. **Capitalismo parasitário: e outros temas contemporâneos**. Rio de Janeiro: J. Zahar, 2010.

\_\_\_\_\_. **Estranhos à nossa porta**. Rio de Janeiro: J. Zahar, 2017.

\_\_\_\_\_. **Globalização: as consequências humanas**. Tradução de Marcus Penchel. Rio de Janeiro: Zahar, 1999.

\_\_\_\_\_. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2001.

\_\_\_\_\_. **para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria**. Rio de Janeiro: J. Zahar, 2008.

\_\_\_\_\_; DESSAL, Gustavo. **O retorno do pêndulo: sobre a psicanálise e o futuro do mundo líquido**. Tradução Joana Angélica d'Avila Melo. 1.ed. Rio de Janeiro: J. Zahar, 2017.

BOFF, Leonardo. **Ethos mundial: um consenso mínimo entre os humanos**. Rio de Janeiro: Record, 2009.

BRITO, Fauto. A politização das migrações internacionais: direitos humanos e soberania nacional. **Revista Brasileira de Estudos de População**, Rio de Janeiro, v. 30, n. 1, jan./jun, 2013, p. 77-97. ISSN 0102-3098

CANCLINI, Néstor García. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. 3. ed. Rio de Janeiro: Universidade Federal do Rio de Janeiro 1997.

CATAFESTA, Sérgio Ribeiro. Transnacionalismo: estado de direito laico e equilibrado. **Justiça do Direito**, Passo Fundo, v. 27, n. 2, p. 448-463. Jul./dez. 2013. DOI: <https://doi.org/10.5335/rjd.v27i2.4682>

CRUZ, Paulo Márcio. **Repensar a democracia**. Revista Jurídica/FURB: Blumenau, v. 13, n. 25, 2009, p. 03-22.

ENNES, Marcelo; RAMOS, Natália. **Interculturalismo, consumo e imigração: modificações corporais entre imigrantes**. In: XXXI Congresso ALAS, Montevideo, 2017 - "Las encrucijadas abiertas de América Latina [Em linha]: la sociología en tiempos de cambio: atas". Montevideo: ALAS, 2017. ISBN 978-9974-8434-7-9. p. 1-23

KESSELRING, Thomas. **Ética, política e desenvolvimento humano: a justiça na era da globalização**. Caxias do Sul: Universidade de Caxias do Sul, 2007.

OSLEN, Ana Carolina Lopes. Imigração e reconhecimento de direitos: o desafio do Brasil na era da (in)tolerância. **Revista de Direito Econômico e Socioambiental**, Curitiba, v. 6, n. 2, p. 122-155, jul./dez. 2015. ISSN 2179-8214.

SILVA, Filipe Prado Macedo da. **Economia política**. Porto Alegre: Sagah, 2018. Recurso online. ISBN 9788595024083.

SUBIRATS, Joan. **Otra sociedade, ¿Otra política? De “no nos representan” a la democracia de lo común**. Barcelona: Icaria Editorial, 2011.

TEDESCO, João Carlos; MELLO, Pedro Alcides Trindade de. **Senegaleses no Centro-Norte do Rio Grande do Sul: imigração laboral e dinâmica social**. Porto Alegre: Letra & Vida, 2015.

\_\_\_\_\_; \_\_\_\_\_. **Senegaleses no Centro-Norte do Rio Grande do Sul: imigração laboral e dinâmica social**. Porto Alegre: Letra & Vida, 2015.

TYBUSCH, Jerônimo Siqueira; TYBUSCH, Francielle Benini Agne; OLIVEIRA, Rafael Santos de. “Crise migratória” e a criação do imaginário social: a necessidade de desconstrução de abordagens midiáticas a luz da nova lei de migração. **Justiça do Direito**, Passo Fundo, v. 32, n. 2, p. 448-475. Maio/ago. 2018. ISSN 1413-7038.