

Eu, minhas casas e minhas coisas: articulações entre consumo e segurança ontológica de expatriados brasileiros

Ana Luisa Menna Barreto Amil

João Felipe João Felipe Rammelt Sauerbronn

Programa de Pós-Graduação em Administração

Universidade do Grande Rio – Unigranrio – Rio de Janeiro

RESUMO

A desmobilização de espaço e lugar, vivenciada por expatriados - definidos como pessoas pertencentes a organizações internacionais ou expatriados autoiniciados, isto é, pessoas com qualificação profissional, em alguns casos no início de carreira, insatisfeitos com aspectos políticos, econômicos ou relacionados à segurança no seu país, que decidem por conta própria buscar um novo cenário profissional, uma oportunidade no exterior em busca de uma nova vida, de uma realização pessoal e profissional - traz no pacote um impacto de contrastes, tanto cultural quanto social. Algumas vezes, este desencaixe e reencaixe pode ser vivenciado com mais dificuldade, relacionado ao nível de adaptação e grau de confiança vivenciados pelo expatriado. No aspecto relativo à adaptação, foram verificadas variações, determinadas pelo desarranjo emocional vivenciado pela falta de rotinas familiares, lugares e coisas íntimas, o que pode ser justificado pela insegurança ontológica do sujeito. O objetivo desta pesquisa é investigar como o consumo colabora no ajustamento das identidades do expatriado e que aspectos de segurança ontológica foram revelados nas experiências vivenciadas. A base teórica da pesquisa é apoiada na teoria apontada por Giddens (1991), na qual todas as pessoas buscam um referencial de segurança ontológica de alguma espécie, baseada na manutenção da sua narrativa biográfica, em aspectos relacionados a familiaridade de lugares, em relações de confiança, nas escolhas de consumo, em crenças que minimizem a ansiedade, em tradições e rotinas cotidianas. Na etapa de campo, foram realizadas nove entrevistas individuais, com homens e mulheres, brasileiros, com idades entre 24 e 63 anos, no período de Julho de 2019 a Novembro de 2019, que já vivenciaram ou estão vivendo em outro país atualmente. A abordagem de pesquisa é qualitativa, de cunho exploratório. O consumo, nesse contexto, não só trouxe um lugar de distensão como favoreceu a construção de relações significativas, revelando um sujeito que faz suas escolhas de consumo, alinhado ao seu novo projeto de vida em outro país como expatriado, apoiado em atributos que constituem a sua identidade, escolhas de consumo que carregam sentido, trazem confiança e minimizam as carências sentidas em outro país.

Palavras-chave: expatriado, identidade, nível de confiança, consumo e segurança ontológica.

ABSTRACT

The demobilization of space and place, experienced by expatriates - defined as people belonging to international organizations or self-initiated expatriates, that is, people with professional qualifications, in some cases at the beginning of their careers, dissatisfied with political, economic or security-related aspects. his country, who decide on their own to seek a

new professional scenario, an opportunity abroad in search of a new life, of personal and professional fulfillment - it brings in the package an impact of contrasts, both cultural and social. Sometimes, this disengagement and resettlement can be experienced with more difficulty, related to the level of adaptation and degree of confidence experienced by the expatriate. In the aspect related to adaptation, variations were verified, determined by the emotional breakdown experienced by the lack of family routines, places and intimate things, which can be justified by the subject's ontological insecurity. The objective of this research is to investigate how consumption contributes to the adjustment of expatriate identities and what aspects of ontological security are revealed in the experiences. The theoretical basis of the research is supported by the theory pointed out by Giddens (1991), where all people seek a referential of ontological security of some kind, based on the maintenance of their biographical narrative, in aspects related to the familiarity of places, in relationships of trust, in consumption choices, in beliefs that minimize anxiety, in traditions and daily routines. In the field stage, nine individual interviews were carried out, with men and women, Brazilians, aged between 24 and 63 years old, from July 2019 to November 2019, who have already experienced or are currently living in another country. The research approach is qualitative and exploratory. Consumption, in this context, not only brought a place of relaxation but favored the construction of meaningful relationships, revealing a subject who makes his consumption choices, aligned with his new life project in another country as an expatriate, supported by attributes that constitute their identity, consumption choices that carry meaning, bring confidence and minimize the needs felt in another country.

Keywords: expatriate, identities, confidence level, consumption and ontological security.

1 - INTRODUÇÃO

O ambiente globalizado, com amplo e rápido acesso a informações, internacionalização de organizações e intenso fluxo de pessoas por todo o mundo, estimula a necessidade de entender a mobilidade internacional demandada por expatriados. Entendendo que Giddens (1991) define a globalização como o avivamento das relações sociais em escala mundial, corporações transnacionais têm um papel relevante neste cenário, operando sem se limitar às suas fronteiras, influenciando processos globais e transformando a distribuição internacional do trabalho. Acabam, com isso, repercutindo em novas formas de viver e em novas experiências de expatriação.

Nesse contexto, vemos profissionais de empresas globais, em muitos momentos, saindo de seus casulos para se encaixarem em novos ambientes, iniciando uma nova história, tendo que estar preparados para construir não só novas relações, como novos casulos. Porém, a expatriação também ocorre por escolha própria, quando o sujeito decide deixar seu país para buscar condições melhores de vida, oportunidades profissionais ou acadêmicas.

Levantamentos realizados pela Fundação Alexandre de Gusmão, vinculada ao Ministério das Relações Exteriores do Brasil, para a V Conferência “Brasileiros no Mundo”, dão conta de que 3.083.216 brasileiros vivem fora do Brasil (MINISTÉRIO DAS RELAÇÕES EXTERIORES, 2016). Dentre vários motivos para emigração apontados na conferência, a principal justificativa para os brasileiros deixarem o país está relacionada a aspectos econômicos, ainda que na decisão de partir entrem em linha de conta, de forma consciente ou não, outros fatores de ordem cultural ou mesmo psicológica. A nova inserção social desses

emigrantes varia segundo a escolha do país, e nessa escolha já estão geralmente incorporados muitos condicionamentos do novo modo de vida.

A complexidade exigida neste tipo de mobilidade traz para discussão a questão do reencaixe levantado por Giddens (2002), não somente relacionado aos lugares, como também às novas rotinas e relações sociais, muitas vezes dificultadas pelas diferenças culturais e pelo desconforto; pelo que não é familiar.

O lugar atua como palco das narrativas, como espaço de práticas sociais que nos caracterizam e com as quais nossas identidades estão ligadas. Nele, estabelecemos vínculos e vivemos experiências que contribuem para as nossas narrativas identitárias. Lugares contribuem, de alguma forma, para a nossa segurança ontológica (GIDDENS, 2002), por já serem familiares. Construimos identidades ligadas a lugares, escolhemos relacionamentos e criamos hábitos que nos caracterizam e nos fazem sentir bem.

No momento anterior à expatriação, planos são traçados baseados na crença pessoal de cada expatriado, revela-se onde a sua confiança está depositada, características presentes quando a decisão é tomada antes de iniciar uma experiência em outro país. Para continuar se sentido bem ou, usando o conceito de Giddens (1991), para proteger sua segurança ontológica, como se estivesse em seu país de origem, o expatriado buscará todos esses atributos, visando construir uma nova narrativa que atenda ao seu projeto de vida.

Para Giddens (1991), segurança ontológica tem relação com "ser" ou, nos termos da fenomenologia, "ser-no-mundo". Refere-se a um fenômeno emocional ao invés de cognitivo, e está arraigado no inconsciente do ser humano. O expatriado buscará atributos que facilitem sua adaptação e, que contribuam para a sua segurança ontológica quando estabelecer suas relações sociais, escolhas de consumo e de um modo de vida que lhe traga confiança e familiaridade dentro de um novo ambiente.

Nesse sentido, o expatriado buscará meios de se adequar a um novo lugar, a novas pessoas e coisas para se sentir no controle do plano da sua vida. O papel do consumo como um facilitador, a medida em que resgata valores, revela significados pessoais e permite reviver experiências que colaboram para a sua segurança ontológica.

O consumo tem muito a dizer sobre a pessoa, a cultura e a sociedade. Para Canclini (1999), a escolha dos bens é uma forma de demonstrar publicamente o que é valioso para o consumidor, comunicando um sentido social. Giddens (2002, p. 160) diz que as "pessoas, através do consumo, buscam produzir a aparência de um eu socialmente valorizado".

A identidade com seu caráter múltiplo, mutável e relacional será adaptada conforme a interação social e escolhida a partir da narrativa reflexiva do sujeito.

Segundo Giddens (2002, p. 79), as "pessoas buscam a auto realização caracterizada no estilo de vida escolhido e traduzido num conjunto de práticas que atendem às suas necessidades utilitárias". O estilo de vida determina uma narrativa particular, definida por um conjunto de hábitos e orientações que produzem uma percepção de continuidade da segurança ontológica.

Dessa forma, explorando as experiências vividas pelos expatriados e como se caracterizam as práticas de consumo e a forma como se conectam à sua segurança ontológica, esse trabalho objetivou investigar e descrever como o expatriado utiliza o consumo em busca da segurança ontológica, em especial no que diz respeito as formas de manifestação da segurança ontológica vivenciadas por expatriados enquanto fora do seu país de origem e como o consumo se articula.

2 – FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 – Segurança Ontológica

“Todos os indivíduos desenvolvem um referencial de segurança ontológica de alguma espécie, baseado em vários tipos de rotinas” (Giddens; A.,2002, p.47). Para o autor, “ser ontologicamente seguro é ter, no nível do inconsciente e da consciência prática, respostas para questões existenciais fundamentais que toda vida humana, de certa maneira, coloca”. Giddens (2002) entende que a ansiedade, confiança e as rotinas cotidianas estão, de tal modo, relacionadas entre si, e que podemos considerar as práticas da vida diária como um mecanismo de enfrentamento. Para o autor, o indivíduo, através de um projeto reflexivo do “eu”, contribui mantendo suas narrativas biográficas coerentes e continuamente revisadas.

Na vida social moderna, a noção de estilo de vida assume um significado particular. Quanto mais a tradição perde seu domínio, e quanto mais a vida diária é reconstituída em termos do jogo dialético entre o local e o global, tanto mais os indivíduos são forçados a escolher um estilo de vida a partir de uma diversidade de opções. (GIDDENS, 2002, p.12 e 13).

De acordo com Giddens (2002), na pluralidade de ambientes promovida pela vida social moderna, de diversificações no mundo privado e no público, as pessoas poderão se sentir desconfortáveis, sendo motivadas ou não a se aprofundarem nesses ambientes, direcionadas pelas escolhas de estilos de vida. Segundo o autor, a reflexividade e o seu caráter de observação contínua do fluxo da vida social permitem ao sujeito um posicionamento, relacionado diretamente com a continuidade das práticas, traduzido na incorporação rotineira de conhecimentos ou informações novas em situações, as quais serão reconstituídas ou reorganizadas (GIDDENS, 2009).

Apesar de muitos aspectos da vida social terem se tornado mais seguros, resultado do desenvolvimento global, as pessoas têm a consciência de que as práticas correntes moldam o seu futuro. Desta feita, moldar sua identidade refletidamente num projeto reflexivo do eu, direcionando a sua trajetória, mediando referências externas, caracterizará uma narrativa com maior autonomia.

Giddens (2002) trata também das inquietações vivenciadas pelo ser humano e que muitas vezes podem ser satisfeitas através do seu projeto biográfico, da constituição de identidades; trazendo a responsabilidade e o compromisso de repensar o plano de vida. Um exemplo desses momentos de inquietação é a quebra de rotinas, acompanhada de dilemas morais e existenciais, diagnosticados como crises existenciais. As rotinas precisam, pois, ter significados morais e não devem ser, somente, práticas vazias.

A confiança, a segurança ontológica e o sentimento de continuidade das coisas e pessoas permanecem ligados entre si, na personalidade adulta, de acordo com Giddens (2002). O autor cita a confiança pessoal como um projeto a ser trabalhado pelas partes envolvidas, tendo que ser conquistada através de cordialidades demonstráveis. Sendo assim, através do exercício da confiança são tecidos os relacionamentos, o que também acarreta um processo mútuo de auto revelação.

Diante disso, compreendemos que expatriados têm suas confianças abaladas quando vivenciam processos de deslocamentos para novos cenários culturais e de informação,

acarretando desencaixes das relações sociais, de contextos locais, trazendo a necessidade de reestruturação, buscando uma adaptação que pode ser facilitada pelas escolhas de consumo.

Relações de confiança, constância de ambientes e a continuidade da autoidentidade são aspectos que contribuem para a segurança ontológica, o ser no mundo. Para a sua reinserção em novos cenários culturais, seus encaixes serão facilitados (Giddens, 1991). Esses reencaixes, segundo Giddens (1991), exigem a reapropriação das relações desencaixadas. O reencaixe em novos contextos espaço-temporais é oportunidade para novas relações sociais e trocas de informações.

Segundo Pustrello (2011), o ambiente interfere diretamente na segurança ontológica do sujeito, quando, citando Giddens, fala de constância de ambientes e na confiança gerada na continuidade das relações com pessoas e coisas ao redor.

Ao situar o sujeito no contexto das sociedades pré-modernas e modernas, Giddens (1991) nos remete ao ambiente considerado como de segurança, relacionado a diversos fatores de influência. Ele caracteriza o ambiente de confiança e segurança, situando os fenômenos no tempo ao definir que nas sociedades pré-modernas, o ambiente de segurança ontológica é constituído por relações de parentesco, na busca do que é familiar na comunidade local, nas crenças religiosas e na preservação das tradições, como meio de conectar presente e futuro.

No ambiente de segurança, nas sociedades modernas, o autor traz novas características em substituição àquelas da pré-sociedade, como a busca de relações de confiança agora relacionadas a amigos e em relações íntimas, aos sistemas abstratos presentes em suas rotinas, como o uso da *internet*, o mercado global de estilos e lugares e pelo pensamento orientado para o futuro, como modo de se conectar e estabelecer segurança. Acreditando que ainda podemos encontrar essas características da pré-sociedade, esses fatores serão analisados como categorias de análise nesta pesquisa.

2.2 – Confiança e Identidade

A continuidade nas relações de confiança e a constância de ambientes procuradas pelas pessoas são componentes para sua segurança ontológica num mundo de incertezas e imprevisibilidade e reveladas em suas identidades, geralmente contingentes, sendo tolerantes com a inconsistência ou contradição (BAUMAN, 2005). Do mesmo modo, Slater (2001) define que as identidades são circunstanciais, quando o sujeito deve escolher, manter, interpretar ou negociar, para que ele possa exibir quem ele quer ser ou parecer. Os recursos materiais e simbólicos presentes nas escolhas de consumo contribuem neste sentido.

Segundo Giddens (2002, p.49): “Ser ontologicamente seguro é ter, no nível do inconsciente e da consciência prática, “respostas” para questões existenciais fundamentais que toda vida humana de certa maneira coloca”.

Desde os primeiros dias de vida, tanto a manutenção dos hábitos como as rotinas desempenham um papel importante na elaboração das relações estabelecendo conexões com sentimentos de segurança ontológica no decorrer da vida da pessoa. Giddens (2002) nos diz que essa disciplina nos hábitos e rotinas cria um referencial para sua existência, semeando um sentido de “ser”, e o “não-ser”, que é um componente da segurança ontológica.

Identidades são mediadas e reconfiguradas para atender a uma demanda de segurança ontológica e maior confiança, as identidades são produzidas para atender a vários contextos sociais, com o fim de estabelecer relações de confiança, se adaptar aos riscos relacionados a novos ambientes, elaborar novas rotinas relacionadas a maior confiança nos planos futuros.

O modo de vida compartilhado nas identidades escolhidas é comunicado pelo sujeito para a sociedade, através dos modelos culturais adotados e suas representações, revelando aspectos de significação pessoal e autoestima. Slater (2008) define como a falta de ordem social estável, a razão das pessoas terem que fazer suas escolhas de identidade, no sentido de que a identidade não é atribuída e sim escolhida.

De acordo com Giddens (2002), as inseguranças presentes no indivíduo impactam na sua identidade e no sentimento de continuidade biográfica; e o consumo se revela como um fator que colabora para manutenção da sua biografia, quando ele faz suas escolhas de consumo.

Segundo Hall (2006), o sujeito Pós-Moderno, não apresenta mais identidade fixa, essencial ou permanente, mas transformada continuamente nas suas interações nos sistemas culturais e sociais em que participa. Uma identidade definida factualmente e não mais herdada naturalmente.

Giddens (2002) nos faz entender que quanto maior a instabilidade da identidade no mundo pós tradicional, maior deve ser o envolvimento no que ele chama de projeto reflexivo do eu. Um projeto reflexivo que envolve autoexames, autofiscalização, planejamento ininterrupto em todos os componentes da vida, a fim de combiná-los com vistas a uma narrativa coerente, chamada “o eu”.

O autor define como autoidentidade o “eu” compreendido reflexivamente pela pessoa em termos de sua biografia, na capacidade de manter em andamento uma narrativa particular. na busca de um sentido à sensação de continuidade biográfica, capaz de captar reflexivamente e, em maior ou menor medida, comunicar a outras pessoas. A autoidentidade é, então, forjada na interação com o mundo externo.

Ao participar das escolhas no modo de vida, realizadas pelo sujeito na definição de seu plano de vida, ele está apoiado em crenças e/ou tradições, harmonizando suas relações de confiança, elaborando suas rotinas e dando continuidade ao seu projeto de vida.

Para se sentir ontologicamente seguro, o sujeito também busca nos ambientes uma forma de filtrar ou se adaptar aos riscos e introduzir ou manter relacionamentos que traduzam confiança.

Um estilo de vida pode ser definido como um conjunto mais ou menos integrado de práticas que um indivíduo abraça, não só porque essas práticas preenchem necessidades utilitárias, mas porque dão forma material a uma narrativa particular da auto-identidade. Giddens (2002, p.79)

Os estilos de vida escolhidos contribuem para compor a identidade do indivíduo, nesse processo as escolhas de consumo participam ativamente, conforme o seu plano de vida é processado e escolhas são realizadas.

Adams e Van de Vijver (2015) analisaram em suas pesquisas que o caráter ajustável da identidade é um facilitador no ajustamento psicossocial e do bem-estar do sujeito expatriado. Os autores também argumentam que pode ocorrer um outro tipo de ajuste, chamado superficial, no qual o sujeito absorve menos e mantém suas características, sendo o contexto em que está inserido encarado como um colaborador, neste quesito.

A identidade pessoal engloba os aspectos intrapessoais como: valores, metas e crenças do indivíduo, que o caracterizam como único e distinto, este exposto a vivenciar problemas relacionados aos aspectos pessoais, como preferências e hábitos. Na dimensão relacional, com destaque para o papel social do indivíduo, no contexto das relações interpessoais, em que os sujeitos precisam negociar o status social dentro deste novo contexto.

Por último, os aspectos relacionados à identidade, na dimensão social, seriam percebidos através da adesão a grupos sociais específicos. Isto se explica pela necessidade de construir relações que facilitem as relações gerais fora do grupo, na interação com outras culturas. Cada dimensão de identidade sustentando e mantendo um sentido coerente de si mesmo.

As nossas identidades são comunicadas na nossa vida diária; esta que se resume no desenrolar de rotinas, que desembocam em práticas habituais, sendo em hábitos, no consumo, nas relações sociais e nas escolhas de lugares, que são capazes de divulgar nossas intenções subjetivas e comunicar valores que vão além do aspecto econômico, revelando também aspectos emocionais, características estas presentes nas nossas escolhas de consumo, conseqüentemente no projeto de vida.

2.3 – Consumo, Identidade e Segurança Ontológica

O consumo cultural, como estruturador de valor, colabora para que as identidades sejam construídas, se revelando como uma forma de expressão, de se relacionar e mediar relações, de pertencer, de se diferenciar e compartilhar significados. Por meio das identidades, comunicam-se significados e símbolos que são identificados e traduzidos em categorias culturais e princípios culturais.

O consumo faz parte das rotinas elaboradas pelo expatriado, sendo estas um referencial para a segurança ontológica. Trazendo aspectos relacionados à cultura, Laraia (2001) nos faz enxergar que o homem resulta do meio cultural, onde interage cultural e socialmente. Faz parte desta construção, um acúmulo de informações recebidas pelas gerações que o antecederam, o que reflete nas experiências adquiridas, somadas às suas próprias ações criativas. Partindo desta construção em movimento, o autor nos mostra que o ser humano não permanece definido em sua genética, ele resulta de adaptações e aprendizados por meio da cultura. As culturas são produtos resultantes do modo de vida e de ver o mundo.

O consumo moderno, segundo Slater (2001), trata de como as necessidades humanas se relacionam com as coisas que o mundo disponibiliza. Essas necessidades podem ser satisfeitas através da busca de significados ou em experiências materiais. Nesse sentido, todo consumo é cultural, porque envolve significados e traduz um modo de vida escolhido. Nesse contexto, o autor conceitua que a cultura de consumo define um acordo social, no qual interagem recursos sociais e materiais simbólicos, traduzidos em modos de vida significativos (SLATER, 2011). Essa interação é mediada pelo mercado em contextos sociais específicos.

O consumo na sociedade contemporânea, segundo Barbosa (2004), oferece o significado e a identidade que buscamos, e, é através dessa atividade que descobrimos quem somos e colaboramos para a nossa segurança ontológica.

A segurança ontológica como fonte e papel elaborador das identidades, o sujeito elabora suas identidades partindo de um plano de vida escolhido reflexivamente e de fatores que contribuem para segurança ontológica segundo Giddens (2002). As identidades construídas se relacionam nos ambientes: social, cultural e profissional, de acordo com o plano definido pelo sujeito. O consumo se relaciona como um instrumento disponível a estas identidades, para colaborar nas suas construções, aliviar as tensões e comunicar significado.

De acordo com Giddens (2002), os atributos que contribuem para a geração da segurança ontológica são constituídos durante toda a vida do indivíduo, fala das suas convicções,

sua história e experiências vividas, seus valores, a confiança construída nessas experiências, o equilíbrio e a base para a construção de uma narrativa pessoal, uma personalização da sua autoidentidade. Atributos como estilos de vida rotinizados, sensação de confiança, tradições, ambientes seguros, crenças, hábitos, conexões significativas, uma narrativa reflexiva, de acordo com o autor estarão relacionados à segurança ontológica do sujeito.

Para Giddens (2002), a escolha de um plano ou estilo de vida contempla escolhas de consumo, hábitos e orientações que são importantes para a segurança ontológica e que trazem um senso de continuidade. Ao fazermos nossas escolhas de consumo, colaboramos na construção das identidades e das relações sociais, segundo Slater (2001). Os objetos de consumo sempre foram utilizados para reproduzir, culturalmente, identidades sociais.

A cultura do consumo, segundo Slater (2001), nos revela um acordo social, no qual as partes envolvidas são: a cultura vivida, os recursos sociais e materiais simbólicos e os modos de vidas significativos; sendo todos estes mediados pelo mercado. Ao mudar o consumo de uma cultura são negociadas, também, as identidades.

Segundo Barbosa (2004), consumir e utilizar elementos da cultura material para construir e afirmar identidades é uma prática universal. O consumo contribui para a reconstrução de uma realidade social, na medida em que o consumidor pode agir ativamente no cenário, fazendo suas escolhas. Por meio das atividades de consumo, o sujeito se expressa e colabora na legitimação da sua identidade. Esse estudo compreende cultura como um processo dinâmico, na geração de hábitos de consumo que comunicam, fazem sentido, dão segurança à novas formas de vida e colaboram para o fortalecimento das identidades.

2.4 - FLUXOS CULTURAIS E EXPATRIADOS

Adams e Van de Vijver (2015), retratam que nesta interação de culturas vivenciadas pelos expatriados, ocorrem ajustes que podem ser a nível psicológico, traduzido em bem-estar, tanto subjetivo como sociocultural de natureza comportamental, que revelam o quanto o sujeito está experimentando de conforto, imerso nesse novo contexto cultural. Para os autores, nesse processo de fluxos culturais, envolve-se a adoção de valores e normas da nova cultura e modificações na cultura de origem. Verificaram em suas pesquisas, que orientações variaram tanto para a manutenção da cultura de origem quanto do cruzamento de culturas (ADAMS; VAN DE VIJVER, 2015).

No estudo com expatriados, Adams e Van de Vijver (2015) perceberam que os mesmos possuem mais liberdade para ajustar e negociar suas identidades, pelo motivo de suas migrações temporárias, sendo que para gerirem de forma satisfatória suas identidades, precisam encontrar meios de lidar com as incertezas associadas ao novo ambiente, o que nos remete a segurança ontológica apontada por Giddens.

Nos tempos em que vivemos, chamado por Giddens (2002) de Modernidade, passamos por adaptações no modo de viver, em que somos afetados de várias formas, o que se verifica também na vida dos expatriados, quando é necessário uma adaptação de vida e os valores pessoais são visitados nas suas decisões, como a confiança em sistemas abstratos, como pré-requisito para lidar com o distanciamento tempo-espaço. Para Giddens (2002, p.9) “A reorganização do tempo e do espaço, somada aos mecanismos de desencaixe, radicaliza e globaliza traços institucionais preestabelecidos da modernidade; e atua na transformação do conteúdo e da natureza da vida social cotidiana”.

Segundo Giddens (2002), a relação com os alimentos que comemos, aos remédios que tomamos, aos prédios que habitamos, às formas de transporte que usamos e muitos outros fenômenos, como a forma de consumir, serão sentidos no novo modo de vida escolhido dos expatriados.

Oportuno trazer um esclarecimento quanto a natureza de ser um imigrante ou um expatriado, Adams e Van de Vijver (2015) dizem que o imigrante tem a característica de mudar de país por força de circunstâncias externas, como motivos políticos, guerras e outras tensões não provocadas pelo próprio, enquanto o expatriado realiza a experiência de migração por vontade própria, normalmente motivado pela sua escolha ou seu planos de vida, demandada por trabalhar numa empresa global ou também pela busca de aprimoramento profissional.

Os enfoques teóricos explorados neste trabalho, em torno da temática do consumo, contribuem para a construção de um conhecimento que investiga o sentido mais amplo do consumo, extrapolando conceitos preestabelecidos sob o viés do consumo somente como atividade de compras, como valor simbólico e cultural, mas como uma forma de colaborar na segurança ontológica do sujeito.

3 - PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Com o objetivo de explorar o consumo dos expatriados brasileiros, foi necessário adotar a perspectiva da pesquisa qualitativa, de cunho exploratório. A característica fundamental da pesquisa qualitativa é, segundo Martins e Bicudo (2005), o fato de que busca uma compreensão particular daquilo que estuda, já que o foco de sua atenção é dirigido para o específico, o individual, aspirando à compreensão dos fenômenos estudados que somente surgem quando situados.

Os dados foram coletados com base em entrevistas em profundidade realizadas a distância com nove expatriados brasileiros que vivem em sete diferentes países. A entrevista em profundidade é, essencialmente, uma técnica para estabelecer ou descobrir que existem perspectivas ou pontos de vista sobre os fatos, além daqueles que o entrevistador espera. Assim, o objetivo de investigação é acessar a visão do entrevistado, o que envolve experiências, ideias, valores e estrutura simbólica desse indivíduo.

As entrevistas foram realizadas com a utilização do método de análise de conteúdo, método que permitiu analisar as histórias de vida e a reconstrução dos acontecimentos sociais, preservando a espontaneidade do entrevistado (DELLAGNELO; SILVA, 2005). As entrevistas foram transcritas e analisadas com base na análise de conteúdo clássica (BAUER; GASKELL, 2003). Os dados foram coletados entre os meses de julho e novembro de 2019. Os sujeitos da pesquisa foram escolhidos por indicação, inicialmente foram contatadas pessoas de conhecimento da pesquisadora e através delas foram indicados outros brasileiros expatriados, este método é conhecido por amostragem bola de neve (VINUTO, 2016).

Como produto das entrevistas realizadas foi analisado como o consumo pode contribuir para a segurança ontológica do expatriado, como foram realizadas suas escolhas de consumo e como suas identidades foram reconfiguradas nesse sentido, de forma a atender ao seu projeto de vida, traduzindo confiança relatada através de seus hábitos de consumo.

As categorias de análise utilizadas neste trabalho foram temas considerados como relevantes no estudo baseado na teoria de Giddens (1991), que contribuem para a análise dos aspectos comportamentais e emocionais do sujeito da pesquisa, servindo de base tanto para a

elaboração do roteiro de entrevistas quanto para analisar o campo. Possibilitando então uma análise temática de categorias a priori, isto é, categorias construídas com base na teoria de Giddens(2002).

Ao todo foram realizadas 09 (nove) entrevistas individuais, com expatriados brasileiros, com experiências que variaram no tempo de expatriação de 1 ano a 18 anos fora do país de origem.

O foco da análise foi identificar e descrever a forma como as práticas de consumo se articulam, na busca de sensações que remetam ao que Giddens (2002) chama de segurança ontológica. Os bens, serviços e ações de consumo identificados nas narrativas foram desmembrados por temáticas, classificando e dividindo as significações do discurso em categorias.

4 - ANÁLISE DOS DADOS

Neste tópico serão abordadas as análises, a partir das entrevistas realizadas com os expatriados, segmentando as categorias de análises separadamente, segmentando os conteúdos das entrevistas realizadas.

Importante trazermos como análise, como o consumo, direta ou indiretamente se relaciona com a segurança ontológica, fazendo uma relação direta ou indireta. Podemos chamar de relação direta quando a segurança ontológica está relacionada diretamente ao consumo de produtos ou serviços que gerem segurança ontológica, ou da impossibilidade do consumo gerar a insegurança ontológica. Já a relação indireta seria representada por atitudes tomadas que, no fim, buscam a segurança ontológica, revelando pontos de apoio, por exemplo, na participação ou adesão a uma comunidade que se utiliza de um tipo de consumo e, dessa forma, o consumo seja acessado.

A primeira categoria de análise a ser trabalhada será a de crenças, em que Giddens (1991) prevê apenas um tipo de crença geradora de confiança no ser humano, a crença religiosa, porém durante a pesquisa de campo surgiram outros tipos de crença, como a crença no país destino e a crença em si mesmo.

4.1 - Crenças

Segundo Giddens (1991), algumas crenças pessoais são baseadas em elementos de confiança, o que cria um sentido de segurança ontológica dentro da qual as pessoas criam o seu sistema de crenças pessoal. A crença religiosa e o relacionamento com a comunidade representaram um consumo buscado que colaborou com a segurança ontológica facilitando a adaptação cultural do país. A continuidade desta rotina em outro país foram hábitos que trouxeram uma relação familiar, uma narrativa identitária.

A confiança foi revelada como um fator decisivo para o expatriado, na decisão de ir para outro país, quando baseada na fé cristã, o que trouxe um lugar de segurança ontológica. O apoio na fé também trouxe características de orientação para um futuro com a garantia.

Também identificamos uma outra forma de crença, distinta da religiosa – a crença no país - mediada pelo consumo, acreditando que a mudança para outro país promoveria uma vantagem no consumo de bens e serviços, definindo uma nova forma de vida, com segurança ontológica. A expatriação motivada por maior segurança e um consumo de maior qualidade.

Percebemos também que a crença pode estar apoiada no próprio sujeito e não em crenças religiosas ou no país destino, mas numa confiança em si mesmo, para viver a experiência de expatriado e garantir a sua segurança.

4.2 -Narrativa Identitária

Segundo Giddens (1991), manter narrativas biográficas passa pelo projeto reflexivo do eu, na manutenção de narrativas coerentes, revisadas, escolhidas, na reconstituição da vida diária num estilo de vida, num planejamento de vida reflexivamente organizado.

A identidade cultural, caracterizada em algumas narrativas, fala dos hábitos de consumo. Percebemos no campo como os aspectos do consumo alimentar têm características específicas de um país para o outro e o consumo alimentar bem como a manutenção dele surgiram como colaboradores para a segurança ontológica do expatriado. O expatriado buscou formas de adaptar seu consumo à sua identidade cultural e trazendo também a cultura do país destino, trazendo maior segurança ontológica, sendo o consumo um facilitador na sua adaptação, como por exemplo, a escolha de uma fruta similar a uma outra consumida no Brasil.

A importância do consumo como uma opção para buscar aceitação e quebrar códigos de conduta, vimos relatos onde o consumo foi uma forma de responder as inseguranças e de ter uma aprovação da sua identidade, como uma característica adaptável a partir das suas escolhas.

A confiança foi revelada em vários fatores, principalmente no consumo, quando o expatriado revelou que a sua decisão foi apoiada na confiança no país destino de sua expatriação, como por exemplo num ensino de melhor qualidade para os filhos.

O consumo foi revelado como uma referência, um ponto de apoio para expatriados que buscaram consumir blogs de viajantes expatriados e vídeos realizados por brasileiros, como ponto de partida em informações fornecidas, alinhando as escolhas de consumo feitas por alguém de seu país, buscando maior segurança.

Observamos em alguns relatos que o “tempo” foi um fator que contribuiu para a segurança ontológica. O tempo precisou ser processado ou consumido para que trouxesse a segurança ontológica, funcionou como um aliviador da pressão gerada pelas inseguranças.

Partindo para uma outra categoria de análise, veremos quais são os tipos de riscos que surgiram e como foram enfrentados pelos expatriados.

4.3 - Adaptação ao risco

Segundo Giddens (2002), “reconhecer a existência de um risco ou conjunto de riscos é aceitar não só a possibilidade de que as coisas possam sair erradas, mas que esta possibilidade não pode ser eliminada”. O enfrentamento foi uma forma encontrada para lidar com as inseguranças, em alguns casos, lidando com a dor, com suas emoções e como risco de não conseguir se expressar na língua do país anfitrião, quando por exemplo uma expatriada relatou a sua ida a um dentista no Canadá e todas as suas inseguranças reveladas nesta experiência.

As escolhas são forçadas para uma adaptação, o que expõe o expatriado a lidar com os riscos que não podem ser eliminados, ele aprende a conviver com eles. O consumo algumas vezes não pôde colaborar; forçando uma maior adaptação, apoiando a sua segurança ontológica na sua escolha e no apoio da família e dos amigos mais próximos, como no caso da expatriada que revelou a vontade de estar com a família do Brasil, em momentos como o Natal.

Os riscos que estão incluídos na escolha de um país fazem parte de uma rotina que não pode ser mudada, eles apenas existem, apesar de não necessariamente se manifestarem. Vimos que a manifestação da insegurança ontológica pode estar relacionada a escolha do país, como relatado, numa suposição de guerra no país e a necessidade de se deixar o país, a não conquista de nacionalidade apesar de viver muitos anos no país, o bloqueio de chamadas por vídeo pelo país etc.

Os riscos que surgiram nos relatos dos expatriados também demonstraram características inerentes à expatriação, como por exemplo a preocupação com o expatriado em relação a sua saúde e os aspectos relacionados em ser um estrangeiro, o que colaborou para sua insegurança ontológica, podendo ser remediado com o consumo de serviços de cuidado do corpo, porém adaptados a uma nova rotina no país.

As relações de confiança e o consumo da comunidade brasileira tiveram um papel importante na administração da estabilidade emocional demonstrado em relatos analisados.

Achamos relevante analisar separadamente o que entendemos ser categorias de análise a posteriori: a questão da adaptação à língua estrangeira, porque em muitos relatos de expatriados percebemos o quanto o não domínio ou a não intimidade com a língua foi um fator de insegurança, o que poderia ter comprometido a sua experiência como expatriado.

4.3.1 Adaptação a língua estrangeira

A barreira encontrada no domínio da língua estrangeira comprometeu a liberdade de relacionamento de alguns expatriados entrevistados. O bloqueio gerado por não dominarem a língua do país trouxe características que comprometeram as suas identidades e a segurança ontológica. Podemos verificar que para um expatriado com pouco tempo de expatriação, apesar de enxergar o consumo como uma válvula de descompressão para sua adaptação, esbarrou com a dificuldade de se expressar na língua do país, trazendo componentes novos para a sua adaptação ao país.

O não domínio da língua estrangeira foi um limitador nas características da personalidade, na capacidade de se relacionar, desenhando um comportamento diferenciado, de acordo com relatos.

Na categoria de análise seguinte, podemos verificar orientações que trouxeram um certo conforto no presente, quando o expatriado estava focado no porvir, ele se permitiu vivenciar inseguranças focado no seu plano futuro, o que pôde aliviar as inseguranças surgidas e facilitar o processo de adaptação.

4.4 - Orientação para o futuro

O processo de adaptação se efetua continuamente durante a experiência da expatriação. O expatriado passa por uma fase inicial considerada mais difícil, na qual estavam em foco todas as suas necessidades: físicas, financeiras, psicoemocionais e de consumo, bem como suas indecisões, inseguranças e impulsos. Todo esse processo foi facilitado quando seu foco não estava somente no presente, mas em processar seu plano também para o futuro. Vimos isso sendo relatado em alguns casos onde apesar de viver experiências de uma expatriação recente, o consumo foi programado de forma planejada, seus sonhos de consumo adiados administrando melhor a sua insegurança.

Quando o expatriado conseguiu planejar os seus desejos de consumo, se permitiu privações de consumo, porém no propósito de um consumo planejado, vivenciou melhor suas privações e inseguranças surgidas.

A próxima categoria de análise a ser abordada será a categoria de Relações de Confiança, tendo que, segundo Giddens (1991), o ser humano precisa das relações de confiança para sua segurança ontológica. As escolhas das relações de confiança foram processadas no decorrer da experiência de expatriação, sendo um processo de escolha entre a continuidade das relações familiares ou de amigos em substituição nas relações de confiança. Essa substituição foi um processo necessário, de acordo com relatos.

4.5 -Relações de Confiança

A falta de convivência com amigos e parentes que ficaram no Brasil foi apontada por expatriados como algo que necessitava de uma substituição. Apesar do significado dado à família e aos amigos brasileiros, a necessidade de se relacionar pessoalmente, vivenciando e compartilhando experiências, foi um ponto importante para colaborar para segurança ontológica.

As relações de confiança, nas condições sociais modernas, saem do âmbito familiar, compensadas por laços construídos em substituição.

Sabe-se que não se estabelece relações de confiança de um dia para o outro, porém novas relações de confiança trouxeram familiaridade, de acordo com os relatos.

O convívio com a comunidade brasileira e o consumo cultural do seu país pôde ser visto como um fator que contribui para a segurança ontológica, substituindo a falta de convívio de familiares e amigos do Brasil, revelando maior equilíbrio emocional.

4.6 - Mercado Global

Quando a cultura global e local se misturam, o acesso a uma cultura global passa tanto pela manutenção da cultura de origem quanto pela absorção da cultura do país de destino.

Foram analisadas dentro da categoria mercado global, três categorias a posteriori: desencaixe, preferência pelo consumo na cultura origem, e a preferência pelo consumo local, facilitado pelo acesso, o consumo diferenciado.

4.6.1 Desencaixe

O desencaixe foi ocasionado pela alteração no referencial de segurança ontológica do sujeito nas práticas da vida diária, quando ocorreu a necessidade de uma reestruturação e o expatriado não teve total confiança no novo projeto de vida, provocando o estranhamento e um processo que exigiu maior capacidade de adaptação ao local e/ou às novas rotinas.

Achamos importante destacar que, nitidamente, o processo de desencaixe ocorreu relacionado ao lugar e quando as suas escolhas de plano de vida sofreram uma interferência, traço este caracterizado por Giddens (1991), como um fator que afeta a segurança ontológica.

Sendo o desencaixe uma manifestação da insegurança ontológica, o consumo de referência foi a forma encontrada para colaborar na adaptação e na segurança ontológica, onde num relato, a expatriada buscou a manutenção dos hábitos de consumo cruzando fronteira entre países, o que colaborou com a sua segurança ontológica.

O desencaixe também ocorreu no processo de repatriação. Diante de um longo tempo de expatriação, ocorreu o choque cultural e social entre os dois países, tornando difícil a readaptação ao seu país de origem.

4.6.2 - Preferência pelo consumo brasileiro

Segundo Giddens (1991), o local e o global se tornaram entrelaçados. Podemos verificar que a comunidade brasileira foi uma forma de facilitar a adaptação, orientando o consumo e colaborando para a segurança ontológica, através do uso das redes sociais, por exemplo.

A música brasileira trouxe para alguns expatriados, uma característica do que era familiar, do lugar seguro, da zona de conforto, isso foi percebido em alguns relatos, sendo o hábito mantido apesar de já viver há muito tempo fora do Brasil.

O consumo de produtos brasileiros representou a continuidade de hábitos, um conforto que traduziu em segurança ontológica. Em alguns casos, por mais que o expatriado tivesse acesso a um consumo diferenciado, demonstrava a preferência pelo consumo brasileiro, o que também trazia junto com esta escolha, uma significação, um símbolo, como por exemplo, a manutenção no uso das sandálias havaianas ou de um biquini brasileiro.

As escolhas de consumo, nesse caso, garantiram uma habitualidade, uma continuidade na sua narrativa identitária.

A próxima análise de categoria a posteriori, chamamos de acesso a um consumo diferenciado, que define o expatriado que usou o consumo do mercado global como um artifício, ou forma encontrada para sua segurança ontológica, pela facilidade de acesso a produtos globais e pela qualidade dos produtos oferecidos.

4.6.3 - Acesso a um consumo diferenciado

O acesso aos diferentes fluxos culturais permeia uma identidade traduzida pela adaptação, o que pode ocorrer em níveis diferentes e caracterizar um consumo diferenciado por absorção da nova cultura. Ocorreu quando o expatriado conseguiu manter hábitos de consumo brasileiros, sendo que adaptado, por meio do uso de produtos não brasileiros e desta forma contribuiu para sua segurança ontológica.

A adaptação ao consumo global trouxe características de uma identidade mais global, mais adaptada. Analisamos que algumas escolhas de consumo diferenciado, tenham sido também uma forma encontrada para facilitar a adaptação e trazer maior segurança ontológica.

O acesso ao consumo diferenciado associado as facilidades encontradas em outro país e a qualidade oferecida superior aos produtos brasileiros também colaboraram para a segurança ontológica. Especificamente para o expatriado, que teve dificuldade de adaptação provocada pelo não domínio total da língua, o consumo funcionou como um incentivo.

O processo de adaptação passou por entender que era necessário que uma nova identidade fosse elaborada, permitindo a adaptação a novos hábitos de consumo, pela adoção de novas rotinas, outros hábitos foram abandonados, devido a impossibilidade de mantê-los em outro país, novas relações de confiança foram buscadas, para suprir a ausência de laços familiares. Uma nova identidade foi elaborada, dentro um plano de vida adaptado ao novo contexto da expatriação.

A próxima categoria a ser analisada é a categoria chamada rotina, em que foi explorado o caráter do consumo que revela uma constância de hábitos, a sua previsibilidade, que contribui para a segurança ontológica.

4.7 Rotina

Os hábitos de consumo revelam uma preferência, uma constância que traz sentido, da segurança às novas formas de vida, às novas narrativas, reforçando identidades, amenizando ansiedades e inseguranças trazidas por tudo que é novo, ao lugar novo, aos costumes do lugar. Segundo Giddens (1991), segurança ontológica e rotina estão intimamente vinculadas, através da influência difusa do hábito.

A rotina e as particularidades oferecidas pelo local foram vistas como conforto, quando replicou a facilidade que o expatriado tinha no Brasil, na forma de consumir, sendo a dificuldade em conseguir consumir um produto atribuída a uma manifestação que abalaria a sua segurança ontológica.

Os hábitos de consumo colaboraram para trazer sentido, como a escolha das rotinas e a sua repetição geraram um lugar seguro, experiências muito pessoais como a manutenção do hábito de assistir ao programa “Fantástico” do Brasil, ou em um outro relato que o expatriado adquiriu um aparelho chamado “Apple TV”, para manter o vício de acompanhar os jogos de futebol do Brasil.

4.8 Tradição

A última categoria a ser analisada é a categoria de tradição, que fala daquele hábito que tem mais do que o aspecto de continuidade, mas também traz significados relacionados a experiências vivenciadas em família ou com pessoas com laços fortes. Conforme visto na teoria de Giddens (1991), a tradição contribui para a manutenção da segurança ontológica, fazendo o vínculo entre passado, presente e futuro.

O resgate de tradições trazidas do Brasil pôde ser percebido como um lugar de segurança, um ponto de apoio que remeteu a este lugar seguro já vivenciado em família ou com amigos mais chegados.

Hábitos alimentares participaram com uma grande fatia quando as tradições foram reveladas, o que pode ser tratado em outra pesquisa, mas verificamos nos relatos dos expatriados, que o consumo de alimentos brasileiros, algumas vezes adaptado, contribuiu para a sua adaptação e para a sua segurança ontológica.

O resgate de marcas de consumo como referência também contribuiu para a manutenção de uma tradição, marcas que remeteram para aquilo que já era conhecido.

5 - CONCLUSÃO

Essa pesquisa teve o propósito de analisar como os expatriados brasileiros vivenciaram suas experiências, pelo ponto de vista da (in)segurança ontológica e de que forma conviveram com as inseguranças surgidas, refazendo projetos de vida, construindo novas motivações. Renovando confiança em si ou depositando essa mesma confiança fora de si, algumas vezes no país destino, outras numa crença em si ou numa religião, outras num projeto de vida idealizado

para si e para sua família, mesmo que com isso, tenha sido necessário realizar alguns sacrifícios, mediados por troca de valor, substituições, como o acesso ao consumo diferenciado.

A qualidade de vida embutida nesse consumo, em produtos de qualidade com custos mais acessíveis, no ensino de qualidade para os filhos, em casas mais confortáveis, nas aquisições de sonho, como bons carros, no custo baixo para realizar viagens, turismo global, em prazeres que o consumo proporcionou e de alguma forma suplantou os desejos mais íntimos, como saborear a fruta predileta do seu país, ir na padaria do bairro, estar em família, compartilhar suas intimidades com aquele amigo de infância, que não pôde ser substituído por outras relações de confiança, apesar de que em alguns relatos termos visto que isso aconteceu.

A teoria de Giddens utilizada como base desta pesquisa e o conceito de segurança ontológica utilizado fundamentou e constituiu quase que 100% do que foi verificado na etapa de campo, uma vez que foram utilizadas categorias de análise a priori, permitindo verificar e validar a teoria através dos relatos dos entrevistados.

A identidade com seu caráter múltiplo, surgiu em muitos relatos, quando foi necessária uma adaptação a novos cenários, novas narrativas foram construídas, interação com pessoas foram escolhidas, riscos foram compensados através de metas, apoiadas no projeto reflexivo do eu, daquilo que foi visto como o lugar de conforto, alimentando sua segurança ontológica.

Surgiram durante o campo algumas categorias de análise a posteriori, como a dificuldade com a língua estrangeira no processo de adaptação e fez todo o sentido em relação a (in)segurança ontológica, por exemplo, em alguns relatos do campo foi revelado como a confiança em si mesmo ficou abalada, o emocional, isto é, os aspectos da personalidade foram afetados pela falta de domínio da língua.

A comunidade brasileira no país, foi uma forma encontrada para aliviar ou compensar esta insegurança, como trazido por Giddens, na busca do que é familiar na comunidade local ou na busca de relações de confiança.

Trazer ou manter alguns hábitos de consumo do seu país, também foi uma forma encontrada pelos expatriados, que buscaram familiaridade num ambiente onde o novo prevalecia, os hábitos de consumo eram diferentes, uma cultura diferente.

À vista do que foi observado no campo vimos que o consumo foi buscado muitas vezes, na intenção de compensar a experiência do novo, a falta de familiaridade, as carências trazidas em cada relato expressado, sendo o consumo relacionado com a segurança ontológica, quando o expatriado fez suas escolhas de consumo reforçando as características da sua identidade, facilitando as suas relações sociais e reproduzindo o seu plano de vida, através de uma resignificação apoiada nos recursos sociais e materiais disponíveis, colaborando num estilo de vida significativo para o expatriado.

Esperamos que o presente trabalho possa servir para incentivar outros pesquisadores a ampliarem a compreensão a respeito de questões relacionadas à segurança ontológica e ao consumo. No processo de campo, surgiram informações que acreditamos ser relevantes para serem tratadas em pesquisas futuras, não pertencentes ao escopo desta pesquisa, como explorar a presença marcante da cultura do país de origem, no aspecto da alimentação no processo de adaptação do expatriado.

Referências bibliográficas

ADAMS, B. G., VAN DE VIJVER, F. J. R. The many faces of expatriate identity. *International Journal of Intercultural Relations*, v.49, p.322-31, 2015.

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011. Tradução: Luiz Antero Reto, Augusto Pinheiro

BARBOSA, L. **Sociedade de consumo**. ZAHAR, 2004. ISBN 9788571108134 Disponível em <https://books.google.com.br/books?id=qPn_PcnZR88C>. acesso em 05/07/18.

BAUMAN, Z. **Entrevista a Benedetto Vecchi**. Rio de Janeiro: ZAHAR, 2005. ISBN 9788537807736 Disponível em < <https://books.google.com.br/books?id=qOov0K59CtgC>> acesso em 04/05/18

BAUER, M. W., GASKELL, G. **Pesquisa Qualitativa com Texto, Imagem e Som: Um Manual Prático**. Editora Vozes, 2003. ISBN 9788532656193. Disponível em <https://books.google.com.br/books?id=tR46DwAAQBAJ>> acesso em 03/07/18.

BICUDO, M. A. V. **Fenomenologia: Confrontos e Avanços**. Cortez, 2000. ISBN 9788524907586. Disponível em < <https://books.google.com.br/books?id=71jEAAAACAAJ>> acesso em 18/08/18

CAMPBELL, C. GAMA, M. **A Ética Romântica e o Espírito do Consumismo Moderno**. Editora Rocco, 2001. ISBN 9788532512789. Disponível em < [m.br/books/about/A_Ética_Romântica_e_o_Espírito_do_Con.html?id=wwvIzWEEACAAJ&source=kp_book_description&redir_esc=y](https://books.google.com.br/books/about/A_Ética_Romântica_e_o_Espírito_do_Con.html?id=wwvIzWEEACAAJ&source=kp_book_description&redir_esc=y)> acesso em 10/08/18

CANCLINI, N. G. **Consumidores e Cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ. 1999. ISBN 9788585781019. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?id=5o1VAAAAMAAJ>. acesso em 04/06/18

CANDAU, J. **Memória e Identidade**. São Paulo: Contexto, 2012. ISBN 9788572446471. Disponível em:< <https://books.google.com.br/books?id=07qiZwEACAAJ>> acesso em 11/06/18

DELLAGNELO, E. H. L., & Silva, R. C. Análise de conteúdo e sua aplicação em pesquisa na administração. In: VIEIRA, M. M. F.; ZOUAIN, D. M. (Orgs.). **Pesquisa Qualitativa em Administração: Teoria e Prática** (pp. 97-118). Rio de Janeiro: FGV, 2005.

DETIENNE, M.; SCHEIBE, F. **A Identidade nacional, um enigma**. Belo Horizonte: autêntica editora, 2013. ISBN 9788582171257. Disponível em: < <https://books.google.com.br/books?id=fxCdCgAAQBAJ>> acesso em 23/04/18.

GIDDENS, A. **Modernidade e Identidade**. Rio de Janeiro: ZAHAR, 2002. ISBN 85.3780.878.8.

GIDDENS, A. **As Consequências da Modernidade**. São Paulo: UNESP,1991. ISBN 85.7139.022.5.

GIDDENS, A. **A Constituição da Sociedade**. WMF Martins Fontes, 3ª edição: 2009. ISBN 85.7827.068.1.

GRINSTEIN A.; WATHIEU L. Happily (mal)adjusted: Cosmopolitan identity and expatriate adjustment. **International Journal of Research in Marketing**, v. 29, p. 337-345, 2012. Disponível em: < <https://ideas.repec.org/a/eee/ijrema/v29y2012i4p337-345.html>>. acesso em 20/05/2019.

HALL, S. **A Identidade Cultural na Pós-Modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2006. ISBN 9788574904023. Disponível em: < <https://books.google.com.br/books?id=4TcuzSIYB9cC> >. acesso em 15/04/19.

JENKINS, R. **Identidade Social**. Terceira edição Routledge:Taylor & Francis group, 2008.

LARAIA, R. D. B. **Cultura: Um Conceito Antropológico**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001. ISBN 8571104389.

MCCRACKEN, G. **Cultura & Consumo**. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.

MINAYO, M.C.S., **Amostragem e saturação em pesquisa qualitativa: consensos e controvérsias**. Revista Pesquisa qualitativa, v.5, p.12. 2017. Disponível em < <https://editora.sepq.org.br/index.php/rpq/article/view/82/59>> acesso em 14/06/18

MINISTÉRIO DAS RELAÇÕES EXTERIORES. **V Conferência Brasileiros no Mundo** – elaboração, 2016.

OLIVEIRA, J.A.; GONZALÉS, J.M.R., **Perspectivas Teóricas sobre a Adaptação do Expatriado: uma Abordagem Multidimensional**. EnANPAD 2011 – XXXV Encontro do ANPAD. Disponível em <<http://www.anpad.org.br/admin/pdf/GPR130.pdf>>. acesso em 11/05/18.

OSWALD, L. R. **Culture swapping: consumption and the ethnogenesis of middle-class haitian immigrants**. Journal of Consumer Research, v.25, p.303-318, 1999.

PUSTRELO, A.D., **Confiança e Segurança Ontológica na Sociedade de Risco**. Revista do Laboratório de Estudos de Violência da UNESP/Marília. 2011. ed.7-Junho/2011

SLATER, D. **Cultura do Consumo & Modernidade**. São Paulo: Nobel, 2001.

VINUTO, J. **A Amostragem em Bola de Neve na Pesquisa Qualitativa**. Disponível em <<https://www.semanticscholar.org/paper/A-AMOSTRAGEM-EM-BOLA-DE-NEVE-NA-PESQUISA-UM-DEBATE-Vinuto/cd8e3ecb215bf9ea6468624149a343f8a1fa8456>>acesso em 04.02.20.