

Constituição das identidades sociais na contemporaneidade

Constitution of the social identities in the contemporaneity

Rosemeri Leane Knebel

Faculdade Sagrada Família

<https://orcid.org/0000-0003-0106-5204>

João Carlos Dias de Oliveira

Faculdade Sagrada Família

<https://orcid.org/0000-0001-5551-3055>

Resumo: Este artigo se propõe a realizar uma revisão de literatura com o intuito de analisar a composição das identidades sociais na atualidade. Trata-se de uma pesquisa bibliográfica em que foram selecionados autores que discutem a formação das identidades sob o aspecto da transnacionalidade, da fluidez e da hibridização. O objetivo desta análise é entender de que forma as identidades estão acomodadas dentro da sociedade capitalista e globalizada atual e como esse contexto acaba influenciando na construção e reconstrução dessas identidades.

Palavras-chave: Identidade. Consumo. Informacionalismo. Fluidez. Transnacionalização da cultura.

Abstract: This article proposes to accomplish a literature review in order to analyze the composition of social identities today. This is a bibliographical research in which authors who discuss the formation of identities under the aspect of transnationality, fluidity and hybridization were selected. The objective of this analysis is to understand how identities are accommodated within the current capitalist and globalized society and how this context ends up influencing the construction and reconstruction of these identities.

Keywords: Identity. Consumption. Informationalism Fluidity. Transnationalization of culture.

1. INTRODUÇÃO

O conceito de identidade tem sido amplamente discutido nestas primeiras décadas do século XXI. Obviamente que essa não é uma discussão nova, mas a ideia de transnacionalismo, tão presente na contemporaneidade, suscitou a possibilidade que as identidades, pelo menos da forma que eram conhecidas, se esvaíssem.

A noção de identidade, até então ligada a um estado nacional, foi deslocada para uma identidade híbrida, que mistura elementos tanto do regional quanto do global. E isso é possível devido às inúmeras descobertas das tecnologias de informação, fator que transformou a forma de interação social.

Entretanto, se por um lado os conceitos identitários se ampliaram, por outro foram ficando cada vez mais fluídos, pois as relações sociais tornaram-se mais superficiais. O que predomina, então, é a incerteza, a insegurança de indivíduos insatisfeitos, que constantemente buscam por um sentido, que pode ser encontrado no consumismo, grande mola propulsora do meio de produção vigente, o capitalismo industrial.

O objetivo deste artigo, então, é entender de que forma as identidades estão acomodadas dentro do capitalismo transnacional contemporâneo, como são construídas e reconstruídas dentro desse contexto e de que maneira as novas tecnologias de informação e o consumo as afetam. Os autores citados ao longo deste trabalho compreendem que outros fenômenos afetam a construção da identidade, como relações interpessoais, local de fala ou educação formal. Para essa análise optou-se, então, por uma revisão bibliográfica, considerando-se os conceitos de identidade, consumo, informacionalismo, fluidez e mundialização da cultura.

Para a fundamentação desses conceitos e as consequentes conclusões, foram escolhidas bibliografias que analisam as identidades contemporâneas como híbridas, fluídas e em constante reconstrução. Essa análise se justifica porque em um momento de paroxismo identitário é importante decompor os fatores que moldam as formas que os indivíduos se identificam socialmente.

2. ASPECTOS METODOLÓGICOS

O propósito deste artigo é apresentar uma análise bibliográfica acerca da formação e reformulação das identidades na contemporaneidade, a partir dos conceitos já apontados. Para isso, entre inúmeras alternativas elegeu-se algumas obras que apresentam em comum uma discussão que se volta à hibridização e à fluidez das identidades neste contexto contemporâneo.

Tomando como parâmetro as palavras-chave ‘identidade’, ‘consumo’, ‘informacionalismo’, ‘fluidez’ e ‘transnacionalização da cultura’, foram selecionadas bibliografias que entendem que neste momento as identidades estão em constante reconstrução. Esse processo de reformulação está ligado à sociedade informacional,

o que demanda em uma mundialização cultural. A consequência disso é a formação de identidades voláteis e marcadas pela forma do consumo material, o que as torna, como em um movimento cíclico, cada vez mais fluídas.

A revisão de literatura aqui apresentada, permitiu entender a constituição e a constante reconstituição das identidades contemporâneas sob a ótica de múltiplos territórios culturais formados pela evolução tecnológica, especialmente a informática.

3. FLUIDEZ IDENTITÁRIA NA CONTEMPORANEIDADE

O século XX foi o tempo das mudanças e afirmações ideológicas, das transformações tecnológicas constantes, da irrupção de informações, da quebra simbólica das fronteiras, dos grandes genocídios, do avanço da medicina, das eras espacial e nuclear, das revoluções culturais, da ascensão e queda do socialismo, do fortalecimento do capitalismo e, conseqüentemente, da sociedade do consumo. É impossível enumerar todos os fatores que marcaram tal centenário. Então, parafraseando Hobsbawm (1995), dirá-se que foi a “Era dos Extremos” ou, para Sader (2001), a era do imperialismo e do capitalismo norte-americano. Já Sevcenko (2001) afirma que esses 100 anos podem ser comparados a uma montanha-russa¹.

O século XXI teve início em meio à aceleração das muitas inovações do século anterior, sendo a sequência das últimas décadas do século passado. Assim como, na segunda metade do período secular antecessor, há uma predominância de sucessivas descobertas tecnológicas, entre elas as de informação, que podem ser consideradas fator primordial para o sucesso do processo de globalização.

Sevcenko (2001) divide o século XX em antes e depois da Segunda Guerra Mundial. A primeira parte foi marcada pela industrialização e pela revolução científico-tecnológica. Do final do século XIX até meados do século XX houve uma intensa corrente de mudanças que abalaria todas as estruturas sociais. Amparadas pelo advento das revoluções Industrial e Tecnológica, que levaram a economia mundial a um novo patamar, essas transformações afetaram, inclusive, as hierarquias sociais.

¹ "A montanha-russa produz a vertigem no corpo, de tal modo que oblitera os sentidos e mal se pode observar ou apreender o mundo ao redor". (SEVCENKO, 2001, p. 73).

Já a segunda parte se caracterizou pela aceleração das modificações iniciadas no primeiro período, principalmente por causa das descobertas e da adaptação de materiais bélicos para fins sociais diversos. Tal intensificação se deveu especialmente às descobertas da informática, da física atômica e da biotecnologia. "Foi nessas condições que se desenvolveram, por exemplo, os radares, a propulsão à jato, novas famílias de plásticos, polímeros e cadeias orgânicas, a energia nuclear e a cibernética." (SEVCENKO, 2001, p. 25). Houve, nesse momento, um desenvolvimento dos setores de serviços e comunicações.

Para se ter uma idéia da amplitude e densidade dessas mudanças tecnológicas, consideremos alguns dados relativos ao século XX. Se somássemos todas as descobertas científicas, invenções e inovações técnicas realizadas pelos seres humanos desde as origens da nossa espécie até hoje, chegaríamos à espantosa conclusão de que mais de oitenta por cento de todas elas se deram nos últimos cem anos. Dessas, mais de dois terços ocorreram concentradamente após a Segunda Guerra. Verificaríamos também que cerca de setenta por cento de todos os cientistas, engenheiros, técnicos e pesquisadores produzidos pela espécie humana estão ainda vivos atualmente, ou seja, compõem o quadro das gerações nascidas depois da Primeira Guerra. A grande maioria deles, ademais, não apenas ainda vive, como continua contribuindo ativamente para a multiplicação e difusão do conhecimento e suas aplicações práticas. (SEVCENKO, 2001, p. 24).

Todas as mudanças ocorridas irão afetar a sociedade inteiramente. A população, principalmente a urbana, passa a ser controlada por uma rotina tecnológica, o que acaba se refletindo nos comportamentos. Da mesma forma que em uma grande cidade, tudo passa a ser muito rápido, inclusive, as relações sociais. Como consequência, os indivíduos não terão tempo para impressões profundas acerca de seus semelhantes. O que, então, formará a individualidade ou a identidade de cada indivíduo? Aquilo que ele consome (SEVCENKO, 2001).

A identidade formada a partir do consumo, pós Segunda Guerra Mundial oferecia uma intencionalidade unidimensional de comportamento e inserção social (MARCUSE, 1973). Esta intencionalidade oferecia as formas de produção e consumo como dadas e não oferecia diferentes alternativas. Ainda naquele período já se vislumbrava novos paradigmas a partir de movimentos de contracultura, especialmente dos jovens das décadas de 1960 e 1970 que buscavam a construção de novas formas de liberdade, para além do sistema social construído anteriormente. Para Marcuse (1969), havia espaço físico e mental para a construção de liberdades

e buscas de novas ordens. O que seria possível a partir da construção de um modelo diferente, rompendo com o tradicional e imutável, seja nos relacionamentos pessoais e sociais, seja em uma relação diferente com o próprio mundo.

For the world of human freedom cannot be built by the established societies, no matter how much they may streamline and rationalize their dominion.[...] Such a practice involves a break with the familiar, the routine ways of seeing, hearing, feeling, understanding things so that the organism may become receptive to the potential forms of a non-aggressive, non-exploitative world. (MARCUSE, 1969, p. 7).

No tocante ao consumo, Canclini (1999) afirma que no decorrer do século XX essa prática passou a ser um dos principais motivadores sociais. Com a hegemonia do capitalismo norte-americano, as sociedades que mantiveram um contato mais estreito com os Estados Unidos da América (EUA) passaram a medir a participação social mais pelo consumo do que pelo exercício próprio da cidadania. E isso passou a se acentuar mais a partir da segunda metade do século XX, especialmente a partir da globalização.

"O consumo é o conjunto de processos socioculturais em que se realizam a apropriação e os usos dos produtos" (CANCLINI, 1999, p. 77). Para o autor, o fato de consumir não deve ser visto simplesmente como um ato de compulsão irracional, onde o mercado manipula e a massa se deixa levar. É preciso analisar com mais profundidade e se perguntar: "O que significa consumir? Qual é a razão – para os produtores e os consumidores – que faz com que o consumo se expanda e se renove incessantemente?" (CANCLINI, 1999, p. 76).

As respostas, para Canclini (1999), se encontram em vários estudos contemporâneos que demonstram que o consumo representa todo o processo de produção capitalista. E é a organização desse modo de produção quem determina o que deve ser consumido, assim como quem deve consumir. Dessa forma, não são as necessidades ou os gostos de cada um que definem o que deve ser consumido.

O modo como se planifica a distribuição dos bens depende das grandes estruturas de administração do capital. Ao se organizar para prover alimento, habitação, transporte e diversão aos membros de uma sociedade, o sistema econômico "pensa" como reproduzir a força de trabalho e aumentar a lucratividade dos produtos. (CANCLINI, 1999, p. 77).

Identities viewed from definitions of consumption have been the focus of the producer system in the turn of the century. Advertising and marketing perceived the existence of different individuals, viewed as consumers. According to Campo (2007), the publics of mass communication vehicles, especially advertising, were named in different ways, with terms like mass, market or consumer, but now, in this beginning of the century, they are losing space, due to greater segmentation.

La búsqueda de públicos segmentados de género, de grupos de edad, poblacionales, psicográficas, etc. no permitió, a lo largo de la historia, que la publicidad reconociera a una gran parte de la población, no solo muchas minorías, sino también muchas mayorías que hizo invisibles en sus mensajes. (CAMPO, 2007, p.66).

As Bauman (2008) affirms that contemporary society is not only permeated by the culture of consumption, but is a context where people are transformed into commodities. Within this logic, the author suggests that social and cultural orientations of individuals are constantly shaped by the act of consuming. As commodities, subjects are in constant reformulation. On the contrary, by market rules, they can be excluded from the system. "The 'subjectivity' of the subject, and most of what that subjectivity enables the subject to reach, is concentrated in an effort without end for her to become, and remain, a marketable commodity." (BAUMAN, 2008, p. 20).

Still according to Bauman (2008, p. 108), in a society permeated by consumption, what binds individuals is the "market of goods of consumption". The sense of belonging or identification with this society comes, then, from the fact of following trends or established models, forming sociocultural groups that identify themselves with the products they consume. In this way, it is understood that contemporary patterns of human behavior are shaped and reshaped according to the consumer market. And, for this reason, identities are also grounded, also, in the need for the new, in the constant search for pleasure that the act of consuming provides, substituting other needs and social values.

A busca por prazeres individuais articulada pelas mercadorias oferecidas hoje em dia, uma busca guiada e a todo tempo redirecionada e reorientada por campanhas publicitárias sucessivas, fornece o único substituto aceitável – na verdade, bastante necessitado e bem-vindo – para a edificante solidariedade dos colegas de trabalho e para o ardente calor humano de cuidar e ser cuidado pelos mais próximos e queridos, tanto no lar como na vizinhança (BAUMAN, 2008, p. 154).

Assim, pode-se afirmar que através do consumir há um processo de identificação e, ao mesmo tempo, de diferenciação dos indivíduos entre si. A partir do momento que todas as classes de uma sociedade compartilham os sentidos dos produtos, materiais ou imateriais, presentes em um agrupamento social, o valor econômico e, conseqüentemente, simbólico agregado a esse produto destaca o grupo que o consome. Um determinado produto pode até ser mais ou essencialmente consumido por determinada classe social, mas ele só diferencia os indivíduos dessa classe dos demais, porque todos conhecem seu significado. (CANCLINI, 1999). Ou seja, possuir um automóvel Ferrari não dá apenas status entre aqueles que podem comprar um produto de altíssimo valor como esse. Mesmo quem não tem condições materiais para comprá-lo, pode conhecer seu valor e saberá, assim, o quanto o outro se distingue economicamente. O sentido de pertencimento ou exclusão social só existe por conta de tal característica.

Corroborando com essa idéia, Pollak (1992, p. 5), afirma que a identidade social é criada segundo a imagem que o indivíduo tem "de si, para si e para os outros". As pessoas constroem suas autoimagens em função dos outros. Assim, pode-se afirmar que a identidade pessoal é um fenômeno negociado com o outro, pois depende da aceitabilidade e da credibilidade dos demais indivíduos do grupo ao qual se pertence. E, nesse sentido, a capacidade de consumo pode ser vista como uma das formas de aceitabilidade, pois pode criar um sentimento de pertencimento ou de exclusão em relação a determinado grupo social.

Consumir faz parte de um ritual. E é através dos rituais que os indivíduos tornam público o que é socialmente valioso. (CANCLINI, 1999). Nesse caso, o consumismo não só dá seqüência à manivela que move o sistema capitalista, como dá sentido à vida dos indivíduos.

Muitos psicólogos analisam o consumo obsessivo como uma válvula de escape para as insatisfações pessoais. Para Canclini (1999), isso pode ser ampliado para a insatisfação dos significados sociais.

Comprar objetos, pendurá-los ou distribuí-los pela casa, assinalar-lhes um lugar em uma ordem, atribuir-lhes funções na comunicação com os outros, são os recursos para se pensar o próprio corpo, a instável ordem social e as interações incertas com os demais. Consumir é tornar mais inteligível um mundo onde o sólido se evapora. (CANCLINI, 1999, p. 83).

A pergunta que cabe aqui é: por que os indivíduos estão cada vez mais insatisfeitos? Por que as pessoas cada vez mais procuram por um sentido?

Para muitos cientistas, no decorrer do século XX, principalmente a partir da segunda metade, as identidades tornaram-se cada vez mais tênues, pois as relações entre os membros das comunidades foram ficando cada vez mais superficiais. Conseqüentemente, o que predomina na contemporaneidade é a fluidez dos valores, dos comportamentos.

Para Bauman (2001), nesse contexto cabe o conceito de fluidez, pois tanto os líquidos quanto os gases, ambos fluídos, têm a capacidade de mudar sua forma constantemente, além de não se fixarem com rigidez a um determinado espaço. Os fluídos não podem ser facilmente reprimidos. Eles têm a capacidade não só de contornar obstáculos, como de alterar sólidos que encontram em seu caminho. E isso acontece com as identidades contemporâneas. Ou seja, elas têm se moldado de acordo com as inúmeras mudanças ocorridas no final do século XX e início do XXI. Nesse sentido, Bauman (2001) afirma que o processo de fluidez começou com a modernidade, pois nessa conjuntura os sólidos foram destruídos e novos sólidos foram postos em seu lugar.

Lembremos que tudo isso seria feito não para acabar de uma vez por todas com os sólidos e construir um admirável mundo novo livre deles para sempre, mas para limpar a área para *novos e aperfeiçoados sólidos*, para substituir o conjunto herdado de sólidos deficientes e defeituosos por outro conjunto, aperfeiçoado e preferivelmente perfeito, e por isso não mais alterável. (BAUMAN, 2001, p. 9).

Hoje, os novos sólidos da modernidade estão mais uma vez sendo substituídos. Os padrões, os códigos e as regras não são mais dados. Além de se apresentarem numa grande variedade, esses padrões hoje são socialmente

classificados. Mas isso não transformou a sociedade em algo mais coletivo, pelo contrário, criou uma individualidade maior a partir do momento que o indivíduo passou a ter o poder de escolha e, quando a faz, pode acertar ou errar. Ou seja, as vitórias e, principalmente os fracassos, são de responsabilidade dos indivíduos.

Resumidamente, a 'individualização' consiste em transformar a 'identidade' humana de um 'dado' em uma 'tarefa' e encarregar os atores da responsabilidade de realizar essa tarefa e das consequências (assim como dos efeitos colaterais) de sua realização. (BAUMANN, 2001, p. 40).

Posto dessa forma, conclui-se, então, que a individualidade não passou a ser uma escolha. Pelo contrário, os indivíduos se moldam ao que está posto e com isso moldam também suas identidades. E isso gera um contra senso, pois, ao mesmo tempo que predomina uma representação de maior individualidade e, conseqüentemente, maior liberdade, se tem uma gama de conseqüências que vem juntamente com esse aparente livre-arbítrio. Nesse sentido, diz Bauman (2011, p. 47),

A individualização chegou para ficar; toda elaboração sobre os meios de enfrentar seu impacto sobre o modo como levamos nossas vidas deve partir do reconhecimento desse fato. A individualização traz para um número sempre crescente de pessoas uma liberdade sem precedentes de experimentar – mas (*timeo danaos et dona ferentes*²...) traz junto a tarefa também sem precedentes de enfrentar as conseqüências. O abismo que se abre entre o direito à autoafirmação e a capacidade de controlar as situações sociais que podem tornar sua autoafirmação algo factível ou irrealista parece ser a principal contradição da modernidade fluida – contradição que, por tentativa e erro, reflexão crítica e experimentação corajosa, precisamos aprender a manejar coletivamente.

Relacionando a fluidez das identidades contemporâneas com os valores da sociedade de consumo, Bauman (2008) diz que, na atual conjuntura consumista, os indivíduos tendem a estarem constantemente insatisfeitos com o que possuem e, conseqüentemente, assíduos por adquirir novos produtos. E o mercado consegue isso promovendo, vendendo e, logo em seguida, desvalorizando os produtos. Para Bauman (2008, p. 112),

Consumidores plenos não ficam melindrados por destinarem algo para o lixo; [...]. Como regra, aceitam a vida curta das coisas e sua morte predeterminada com equanimidade, muitas vezes com um prazer disfarçado, mas às vezes com alegria incontida da comemoração de uma vitória.

² Temo aos gregos, mesmo quando trazem presentes... (sem tradução no original).

O que se depreende disso, então, é que as consequências das livres decisões individuais, por vezes, podem trazer frustrações aos indivíduos. E essas frustrações precisam ser sanadas. Os hábitos de consumo, nesse sentido, acabam se revelando como uma referência à inserção social, à interação, à realização pessoal e à consumação do prazer.

4. IDENTIDADES HÍBRIDAS: TECNOLOGIA E TRANSNACIONALISMO

O início do século XXI é marcado por uma série de mudanças tecnológicas. A era informacional, permeada por tecnologias de informação e comunicação (TICs), possibilita uma multiplicidade de acesso ao conhecimento e à informação, especialmente através do virtual.

Confirmando esse pensamento, Castells (2000a, 2000b), afirma que de fato um dos processos responsáveis por tantas transformações foram as descobertas nas tecnologias da informação ocorridas nas últimas décadas do século XX. Esse fator tem transformado a forma de interação social. O ritmo está extremamente acelerado, as economias estão interdependentes, a cultura tornou-se virtual, o capitalismo foi reestruturado e se transformou em informacional. Ou seja, o mundo se transfigurou em uma rede global. "Admirável ou não, trata-se na verdade de um mundo novo". (CASTELLS, 2000b, p. 18).

Da mesma forma Ortiz (2002) afirma que, embora de contorno desigual, o início do século XXI está vivenciando um processo de mundialização em todos os setores. Tomando como parâmetro a questão espacial, o autor afirma que a mundialização da cultura quebra com o paradigma de fronteiras definidas. O que predomina, então, é uma desterritorialização, o que vem a ser o desvio das relações sociais de um território fechado para um contexto global.

E é então que as identidades passam a ser "transterritoriais e multilinguísticas". (CANCLINI, 1999, p. 59). Para Canclini (1999), as identidades nacionais, por muito tempo, foram formuladas por museus e livros didáticos. E, nesse sentido, eram estabelecidos acontecimentos fundadores onde se encontravam narrativas heroicas, eventos coletivos que homogeneizavam o que

seria uma identidade nacional. Também aí eram estabelecidos os costumes, os gostos e a vestimenta comuns a todos.

No século XX o rádio e o cinema vieram se somar a essa homogeneização. Por sua característica de comunicação à distância, os diferentes e por vezes distantes grupos de um mesmo país puderam se reconhecer como algo único dentro do contexto nacional. Isso foi um fator decisivo para a identidade nacional. (CANCLINI, 1999). Com o advento da televisão, especialmente na segunda metade do século XX, pode-se afirmar que esse fator se intensificou ainda mais.

A partir dos anos 1980, com a internacionalização da economia, as culturas nacionais foram perdendo sua importância. As identidades não podiam mais ser vistas como algo homogêneo, mas sim como um conjunto de fatores híbridos, uma mescla de várias culturas. "Quando a circulação cada vez mais livre e frequente de pessoas, capitais e mensagens nos relaciona cotidianamente com muitas culturas, nossa identidade já não pode ser definida pela associação exclusiva a uma comunidade nacional" (CANCLINI, 1999, p. 166).

Por outro lado, isso não significa que as identidades nacionais tenham sido substituídas por uma global. "As nações e as etnias continuam existindo" (CANCLINI, 1999, p. 172). As identidades regionais estão se reconstruindo em um processo de hibridização. Para Ortiz (2002) a desterritorialização não significa que não existam mais fronteiras, mas sim a criação de novas linhas que determinam as manifestações culturais.

É inegável que o estado-nação, que antes era o fator determinante das identidades e, por isso, chamadas de nacionais, perdeu essa exclusividade. As manifestações locais, que antes não estavam inseridas nesse processo identitário, se tornaram mais expressivas com a globalização, a partir do momento que as forças dominadoras nacionais se enfraqueceram.

O que forma as identidades contemporâneas? Um dos fatores constituintes da identidade ainda é a memória. Segundo Pollak (1992), há uma ligação grande entre a memória herdada e a identidade. E, nesse sentido, o autor destaca três elementos que define como essenciais para a construção de um sentimento identitário. O primeiro é o sentimento de unidade física, isto é, a percepção de

pertencimento a determinado grupo, a determinada coletividade, o que se configura em uma fronteira física. O segundo se refere à continuidade física, moral ou psicológica dentro do tempo, ou seja, o indivíduo se percebe dentro do grupo e sabe que ali poderá permanecer. E o terceiro relaciona-se com o sentimento de coerência de unificação dentro de determinado grupo, o que significa que, mesmo os grupos não sendo homogêneos, há características que unificam os indivíduos que a ele pertencem.

Castells (2000b) afirma que as identidades não são construídas em cima de vazios. O contexto onde o indivíduo está inserido é o principal fator de construção identitária. Toda a memória coletiva é repassada e processada e em cima dela os significados sociais individuais são construídos. Assim, as identidades, apesar de construídas pelo próprio indivíduo, não podem ser vistas como algo isolado do ambiente social onde este está inserido. Dessa maneira são formadas as identidades coletivas. Portanto, pode-se afirmar que, mesmo em uma sociedade global, não há como os indivíduos se desvincularem de seus sentidos regionais. E é assim que se constituem as identidades contemporâneas, permeadas por uma mistura de sentidos.

As identidades coletivas geralmente perduram no espaço-tempo, apesar de se adaptarem às tendências contextuais. (CASTELLS, 2000b). Pode-se usar como exemplo a identidade materna, que passou por algumas modificações espaços-temporais, mas que pode ser encontrada em todas as sociedades contemporâneas com um sentido parecido a manifestações do passado.

Além dos aspectos apresentados, outros conceitos de formação de identidade devem ser considerados. Para Castells (2000), as relações sociais são marcadas por mecanismos de poder, o que se reflete nas construções identitárias. Dado isso, conclui que as identidades se originam de três formas: identidade legitimadora, identidade de resistência e identidade de projeto.

No primeiro caso predomina a dominação de instituições sociais que impõem as identidades coletivas. Sempre que há dominação, há resistência daqueles que se sentem excluídos da lógica dominante. São esses indivíduos despojados de direitos sociais os atores que vão criar formas de reconhecimento, chamadas pelo autor de identidades de resistência. Já as identidades de projeto se

dão em cima de características culturais já estabelecidas, porém ressignificadas. Estes querem mudar seu papel dentro da sociedade. Castells (2000b) afirma que as identidades de resistência podem vir a se transformar em projeto. Usa como exemplo o movimento feminista, que resistiu contra o patriarcalismo e redimensionou o papel social das mulheres em muitos contextos.

A identidade, portanto, não pode ser vista como algo que não muda, que resiste ao tempo. Mesmo aquelas que parecem mais sólidas, como a identidade masculina e a feminina, por exemplo, não podem ser vistas como algo que não se altera. O espaço e a nacionalidade também não devem ser vistos como delimitadores de identidades. Identidades são identificações em curso. (SANTOS, 1997).

Para Castells (2000b), identidade é o ato de construir significados pautados em características culturais, que predominam sobre outros significados. Os indivíduos são imbuídos de identidades, pois podem apresentar várias construções que predominam sobre outras. Por exemplo, no caso das mulheres, além de poder se identificar com o gênero feminino, podem ajustar-se às identidades de mãe, filha, esposa, ou de determinada profissão, como professora, por exemplo. Para Castells (2000b), uma pluralidade de identidades pode causar contradição em relação a seu comportamento social.

Esse contrassenso se dá por causa dos papéis que são determinados socialmente. Os indivíduos são inseridos em determinadas normas e de acordo com elas devem se comportar. (CASTELLS, 2000b). Pode-se afirmar que se espera que a mulher aja de forma diferenciada do homem em muitos sentidos, pois ela tem papéis diferentes dele em muitos campos. Se as identidades delas se confrontarem com esses papéis femininos, estarão formadas as tensões sociais.

Assim, as identidades são os significados sociais que os próprios indivíduos dão a si. Já os papéis são definições sociais pré-estabelecidos. O que não significa que esses dois conceitos não estejam entrelaçados, pois as identidades podem ser construídas em cima dos papéis sociais (CASTELLS, 2000b), que também podem sofrer mudanças, seguindo o rumo das sociedades contemporâneas. Aliás, as mudanças deste momento são tão rápidas quanto abrangentes, fazendo com que as

práticas sejam constantemente reformuladas, alterando o cotidiano pessoal de muitos indivíduos.

Assim, o que se percebe é que o sujeito contemporâneo não tem uma identidade estável. Para Hall (2006, p. 13), "a identidade torna-se uma 'celebração móvel': formada e transformada continuamente em relação às formas pelas quais somos representados ou interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam."

Como as identidades são formadas por um processo cultural e as manifestações culturais estão sempre se resignificando, pode-se concluir que a contemporaneidade é permeada por vários processos identitários que se movem em muitas direções. Isso porque o que predomina, neste século, até aqui, pelo menos, é a desterritorialização, devido especialmente às novas TICs, preponderando a fluidez, a hibridização e a obsolência, fazendo com que as identidades estejam em constante movimento e, conseqüentemente, em permanente mutabilidade.

5. CONCLUSÃO

As identidades contemporâneas estão sendo construídas e reconstruídas a todo o momento. Resultam de todo um processo de revoluções científicas e tecnológicas, contextos e significações sociais e individuais que estão ocorrendo nos últimos tempos. São híbridas, fluídas e transnacionalizadas. Essas características, absolutamente imbricadas, são responsáveis pela forma como as identidades se manifestam. Essa manifestação se dá também através do consumismo que, na maioria das vezes, tem a função de busca pela afirmação ou pelo reconhecimento social. O consumo determina o papel do indivíduo dentro do sistema capitalista.

Imbricada ao consumo está a evolução tecnológica, especialmente a informática, que tem papel importante na constituição das identidades contemporâneas. A praticamente infinita possibilidade de acesso à informação e ao conhecimento que a internet possibilita, além da probabilidade maior de interação entre os indivíduos, está se refletindo diretamente em uma parte considerável das sociedades e, conseqüentemente, está revolucionando a forma de pensar e de agir dos indivíduos que as compõem. Isso se reflete na constituição das identidades.

Hoje, especialmente entre os jovens, é difícil encontrar alguém que não esteja direta ou indiretamente ligado às novas tecnologias. Dos celulares mais

simples aos *smartphones* e *iphones*, das redes sociais às bibliotecas e repositórios de periódicos on-line, boa parte da população interage utilizando as novas tecnologias de informação e comunicação (TICs).

Por outro lado, essa virtualidade toda tem contribuído também para que as identidades se tornem fluídas. E isso por causa da desterritorialização cada vez maior da cultura. Essa transnacionalização cultural não é um elemento novo na história das sociedades. Mas houve um processo de acentuação com o advento da sociedade informacional e, com isso, produziu-se uma multiplicidade de identidades entrecruzadas. Ou seja, identidades se desfazem e refazem em um processo de transposição constante, surgindo novas, porém instáveis, inconstantes.

Entretanto, se as identidades contemporâneas são caracterizadas pela sua fluidez, como é possível defini-las? O que se depreende dessa análise é que é extremamente difícil definir o que é identidade na conjuntura atual, se é que isso já tenha sido possível em algum momento. O que predomina é uma pluralidade, uma hibridização identitária. Isso não permite nenhuma definição, mas consente, por outro lado, uma série de provocações. O que se deduz, então, até a título de encerramento dessa breve discussão é que, quando Marx e Engels (2004) proferiram uma das suas mais célebres frases, até parece que estavam pensando nas identidades do final do século XX e início do século XXI. Pois não se pode negar que, no tocante às identidades deste período, "Tudo [...] se volatiliza."³

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAUMANN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

BAUMANN, Zygmunt. **Vida para consumo**: a transformação das pessoas em mercadoria. Tradução de Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.

CALVINO, Ítalo. **Seis propostas para o próximo milênio**. 2. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.

³ A frase original consistia de: "Tudo o que é sólido e estável se volatiliza, tudo o que é sagrado é profanado, e os homens são finalmente obrigados a encarar com sobriedade e sem ilusões sua posição na vida, suas relações recíprocas." (MARX; ENGELS, 2004, p. 48).

CAMPO, Susana de Andrés del. El nuevo papel de los públicos em em sistema publicitário. In: REQUERO, María Isabel Martín; LÓPEZ, María Cruz Alvarado (coord). **Nuevas tendencias em la publicidade del siglo XXI**. Sevilla: Zamora, 2007. p. 61-76.

CANCLINI, Néstor García. **Consumidores e cidadãos**: conflitos multiculturais da globalização. 4 ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 1999.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. Tradução de Roneide Venâncio Majer. 3 ed. São Paulo: Paz e Terra, 2000a. (A era da informação: economia, sociedade e cultura, v. 1).

CASTELLS, Manuel. **O poder da identidade**. Tradução de Klauss Brandini Gerhardt. 2 ed. São Paulo: Paz e Terra, 2000b. (A era da informação: economia, sociedade e cultura, v. 2).

HOBBSBAWN, Eric. J. **A era dos extremos**: o breve século XX – 1914-1991. Tradução de Marcos Santarrita. 2 ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.

MARCUSE, Herbert. **A ideologia da sociedade industrial**: o homem unidimensional. 4 ed. Zahar Editores: Rio de Janeiro, 1973.

MARCUSE, Herbert. **An essay on liberation**. Beacon Press: Boston-USA, 1969.

MARX, Karl; ENGELS, Friedrich. **Manifesto do partido comunista**. São Paulo: Martin Claret, 2004.

POLLAK, Michael. Memória e identidade social. Tradução de Monique Augras. **Estudos históricos**, Rio de Janeiro, v. 5, n. 10, p. 200-212, 1992. Disponível em: <www.cpdoc.fgv.br/revista/arq/104.pdf>. Acesso em: 19 abr. 2006.

ORTIZ, Renato. Mundialização, cultura e política. In: DOWBOR, Ladislau; IANNI, Octavio; RESENDE, Paulo Edgar. **Desafios da globalização**. 4 ed. São Paulo: Vozes, 2002.

SADER, Emir. **Século XX, uma biografia não autorizada**: o século do imperialismo. São Paulo: Fundação Perseu Abra1mo, 2001.

SEVCENKO, Nicolau. Introdução. O prelúdio republicano, astúcias da ordem e ilusões do progresso. In: **História da vida privada no Brasil**. República: da Belle Époque à Era do Rádio. São Paulo: Companhia das Letras, 1998. [Volume 3].

SEVCENKO, Nicolau. **A corrida para o século XXI**: no loop da montanha russa. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.