
Modernidade, consumo e migração: entre o *American Way of Life* e o apoio de migrantes ao discurso anti-imigração de Donald Trump¹

Mariana Marcela de Fátima Moraes²

Escola Superior de Propaganda e Marketing - ESPM

Resumo

O artigo examina a inter-relação entre modernidade, consumo e migração, a partir das narrativas de apoio de membros da comunidade imigrante ao discurso anti-imigração de Donald Trump durante as eleições norte-americanas de 2024. A análise articula o imaginário construído em torno do "American Way of Life" e a dicotomia entre "bons" e "maus" imigrantes, evidenciando como tais representações produzem narrativas excludentes entre imigrantes documentados e indocumentados. A pesquisa debate o alinhamento de imigrantes regularizados a discursos nacionalistas enquanto processo de des-historicização dos sujeitos migrantes, comprometendo solidariedades e reforçando barreiras sociais, políticas e econômicas. Conclui-se que essas dinâmicas configuram obstáculos estruturais à construção de abordagens mais inclusivas da migração contemporânea.

Palavras-chave: Modernidade; Consumo; Imigração; American Way of Life; Donald Trump.

INTRODUÇÃO

A migração irregular, há décadas em pauta nos Estados Unidos, tornou-se eixo central da campanha de Donald Trump em 2024, após falas polêmicas que foram endossadas por membros da comunidade de migrantes nos Estados Unidos. Tal adesão fomenta reflexões sobre o imaginário construído em torno do “*American Way of Life*” e a crença de que o sucesso material e o pertencimento à sociedade estadunidense podem ser alcançados por meio do consumo e do apoio a discursos de exclusão e criminalização de migrantes não-documentados.

¹ Trabalho apresentado no GP12 - Comunicação, Mídia e Liberdade de Expressão, do 25º Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutoranda na linha de pesquisa de Comunicação, Consumo e Contextos de Recepção, do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo, na Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM - SP). Bolsista CNPq. Email: marianamarcela@outlook.com.

O corpus selecionado para o artigo trata-se do vídeo de uma brasileira que pede a Trump que “não deixe os Estados Unidos se tornarem o Brasil”³ e o de um peruano que afirma votar em Trump por ser contra a entrada de qualquer pessoa no país⁴, registros que viralizaram nas redes sociais durante a campanha presidencial norte-americana, e que ilustram o apoio ao discurso excludente por parte de imigrantes documentados. Tais manifestações foram analisadas à luz das contradições trazidas pela modernidade, que desde a Revolução Francesa transformou profundamente as formas de pertencimento, fragmentando o sujeito e tornando o consumo um pilar da identidade. Modernidade em que, segundo Berman (2008, p. 87), “tudo o que é sólido desmancha no ar”.

O consumo, inicialmente compreendido de forma negativa, passou a ser incorporado à cultura dos Estados Unidos como resposta à produção em larga escala após a Segunda Revolução Industrial e tornou-se símbolo do estilo de vida americano e da realização do “sonho americano” (Fontenelle, 2017, p. 21). A fim de preencher uma fragmentação identitária imposta pela modernidade, os sujeitos passaram a expressar suas individualidades por meio do consumo simbólico de bens. A adoção desse padrão como expressão de identidade e pertencimento ampliou o valor aspiracional dos Estados Unidos.

A idealização do “*American Way of Life*”, consolidada após a Primeira Guerra Mundial, repercutiu no imaginário de migrantes que enxergam na adesão ao estilo de vida norte-americano uma via de ascensão. Ação que inclui a adesão a discursos como o “*Make America Great Again*”, implicando, entre outras coisas, no enfraquecimento da solidariedade entre imigrantes. A crença em uma suposta superioridade legal reforça a oposição entre “bons” e “maus” imigrantes, contribuindo para a fragmentação das comunidades migrantes.

O apoio de imigrantes documentados a discursos anti-imigração reforça um pensamento dicotômico que desumaniza e criminaliza migrantes indocumentados e perpetua lógicas que excluem migrantes em Estados do Norte Global. Fenômeno que

³ Disponível em:

<https://www.poder360.com.br/poder-internacional/brasileira-pede-para-trump-nao-deixar-eua-se-tornarem-o-brasil/>.

Acesso em 24 nov. 2024.

⁴ Disponível em:

<https://www.diariodocentrodomundo.com.br/essencial/video-peruano-diz-que-vota-em-trump-por-ser-contra-entrada-de-qualquer-pessoa-nos-eua/>. Acesso em 24 nov. 2024.

pode ser lido pela lente da “amnésia da gênese”, conceito cunhado por Bourdieu (Bourdieu, 2014, *apud* Martins Jr, 2021, p. 15) que se refere ao apagamento das origens sociais dos sujeitos em favor das estruturas estatais. Assim, a solidariedade comunitária é substituída pelo alinhamento ao pensamento estatal, levando à des-historicização dos migrantes.

A polarização a respeito da imigração, alimentada por discursos desinformativos e de ódio, presentes em pautas da extrema direita em ascensão por todo o globo, impacta as políticas migratórias e a vida dos imigrantes nos Estados Unidos. Embora o país ainda seja visto como destino de oportunidades, ascensão socioeconômica e liberdade, a nação tem se empenhado em impor cada vez mais barreiras que excluem política, social e simbolicamente imigrantes. Migrantes que tentam se inserir nesse contexto aderindo ao imaginário do “sonho americano” por meio do consumo e de discursos anti-imigração, expressando um desejo de pertencimento, reforçam a lógica que os exclui. O apoio ao discurso anti-migração de Trump por parte da comunidade imigrante nos Estados Unidos reproduz lógicas desumanizantes que sobrepõem vivências e colocam imigrantes documentados em posições de pseudo-superioridade em relação aos que ainda se encontram em situação irregular. Comportamento que reforça narrativas excludentes promovidas pelos ideais do Estado-nação e que ignoram um lugar comum partilhado enquanto humanidade.

Referências

- BERMAN, Marshall. **Tudo que é sólido desmancha no ar**. São Paulo: Cia das Letras, 2008.
- CUNHA, Paulo. **American way of life**: representação e consumo de um estilo de vida modelar no cinema norte-americano dos anos 1950. Orientado por: Professora Doutora Rose de Melo Rocha. 2017. Tese de Doutorado. Tese (PROGRAMA DE DOUTORADO EM COMUNICAÇÃO E PRÁTICAS DE CONSUMO). ESPM, ESCOLA SUPERIOR DE PROPAGANDA E MARKETING, São Paulo.
- DOUGLAS, Mary e ISHERWOOD, Baron. **O mundo dos bens**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009.
- FONTENELLE, Isleide Arruda. **Cultura do consumo**. São Paulo: FGV, 2017.
- HARVEY, David. **Condição Pós-Moderna**. 25 ed. São Paulo: Loyola, 2014.
- MARTINS JÚNIOR, A. **A Lei e seus Outros**: a negociação e produção do “bom”; (“legal”) e o “mau” (“ilegal”) migrante entre os brasileiros em Londres. Revista Trilhos, Santo Amaro, Bahia, v. 2, n. 1, p. 11–33, 2021. Disponível em: <https://revistatrilhos.com/home/index.php/trilhos/article/view/59>.