



TEORIA DA CULTURA E CONSUMO E A DECOLONIALIDADE: UMA REVISÃO INTEGRATIVA DAS PESQUISAS RECENTES

CULTURE AND CONSUMPTION THEORY AND DECOLONIALITY: AN INTEGRATIVE REVIEW OF RECENT RESEARCH

TEORÍA DE LA CULTURA Y DEL CONSUMO Y DECOLONIALIDAD: UNA REVISIÓN INTEGRADORA DE INVESTIGACIONES RECIENTES

Jonathan Dias Ferreira ^{1*}, Adriana Comini da Silva Santana ², Anne Carolina dos Santos ³,
Melissa Rizzo Sperandio ⁴, & Olga Maria Coutinho Pepece ⁵

^{1 2 3 4 5} Universidade Estadual de Maringá – UEM

^{1*} jonathanferreira@hotmail.com ² adrianacomini23@gmail.com ³ anne.carolinadossantos@gmail.com

⁴ melissasperandio0@gmail.com ⁵ omcpepece@uem.br

ARTIGO INFO.

Recebido: 09.10.2024

Aprovado: 28.01.2025

Disponibilizado: 18.03.2025

PALAVRAS-CHAVE: Teoria da Cultura e Consumo; Perspectiva Decolonial; Revisão Integrativa da Literatura.

KEYWORDS: Consumer Culture Theory; Decolonial Perspective; Integrative Literature Review.

PALABRAS CLAVE: Teoría de la Cultura del Consumo; Perspectiva Decolonial; Revisión Integrativa de la Literatura.

*Autor Correspondente: Ferreira, J. D.

RESUMO

Este artigo tem como objetivo realizar um estudo bibliométrico para mapear e compreender o campo de estudos que relaciona a Teoria da Cultura e Consumo e a Decolonialidade. Considerando que o consumo é um fenômeno social permeado por questões simbólicas e culturais, sua análise a partir da perspectiva decolonial torna-se fundamental, especialmente devido à histórica hegemonia europeia sobre a subjetividade, cultura e produção de conhecimento. A pesquisa foi conduzida em quatro bases de dados, abrangendo periódicos nacionais e internacionais, com um recorte temporal de 2017 a 2022. Após o processo de busca e análise, foram selecionados 21 artigos. A avaliação focou nas metodologias, objetos de estudo e objetivos gerais dos artigos analisados. Para a análise estatística, foi utilizado o software Iramuteq, que permitiu a construção de uma Classificação Hierárquica Descendente (CHD), possibilitando identificar a frequência e a lematização das formas linguísticas presentes nos textos. Os resultados apontam que a maioria dos artigos publicados nessa área está vinculada a instituições acadêmicas latino-americanas. Ademais, observa-se que os estudos, sob a ótica decolonial, buscam explicar transformações nas práticas de consumo ou ressignificá-las como espaços de confronto entre as ideologias do colonizador e do colonizado.

ABSTRACT

This article aims to conduct a bibliometric study to map and understand the field of studies that relates the Theory of Culture and Consumption and Decoloniality. Considering that consumption is a social phenomenon permeated by symbolic and cultural issues, its analysis from a decolonial perspective becomes fundamental, especially due to the

historical European hegemony over subjectivity, culture and knowledge production. The research was conducted in four databases, covering national and international journals, with a time frame from 2017 to 2022. After the search and analysis process, 21 articles were selected. The evaluation focused on the methodologies, objects of study and general objectives of the articles analyzed. For the statistical analysis, the Iramuteq software was used, which allowed the construction of a Descending Hierarchical Classification (DHC), making it possible to identify the frequency and lemmatization of the linguistic forms present in the texts. The results indicate that the majority of articles published in this area are linked to Latin American academic institutions. Furthermore, it is observed that studies, from a decolonial perspective, seek to explain transformations in consumption practices or resignify them as spaces of confrontation between the ideologies of the colonizer and the colonized.

RESUMEN

Este artículo tiene como objetivo realizar un estudio bibliométrico para mapear y comprender el campo de estudios que relaciona la Teoría de la Cultura y el Consumo y la Descolonialidad. Considerando que el consumo es un fenómeno social permeado por cuestiones simbólicas y culturales, su análisis desde una perspectiva decolonial se vuelve fundamental, especialmente debido a la hegemonía histórica europea sobre la subjetividad, la cultura y la producción de conocimiento. La investigación se realizó en cuatro bases de datos, abarcando revistas nacionales e internacionales, con un horizonte temporal de 2017 a 2022. Luego del proceso de búsqueda y análisis, se seleccionaron 21 artículos. La evaluación se centró en las metodologías, objetos de estudio y objetivos generales de los artículos analizados. Para el análisis estadístico se utilizó el software Iramuteq, que permitió la construcción de una Clasificación Jerárquica Descendente (CHD), permitiendo identificar la frecuencia y lematización de las formas lingüísticas presentes en los textos. Los resultados indican que la mayoría de los artículos publicados en esta área están vinculados a instituciones académicas latinoamericanas. Además, se observa que los estudios, desde una perspectiva decolonial, buscan explicar transformaciones en las prácticas de consumo o ressignificarlas como espacios de confrontación entre las ideologías del colonizador y del colonizado.

INTRODUÇÃO

Analizando a abordagem pós-modernista, os meios de produção industrial dão espaço às questões culturais e simbólicas de consumo (Barbosa, 2004; Warde, 2014). O processo do consumo molda a sociedade, e a prova disso é a diferença entre as sociedades ocidentais e as sociedades precedentes. Essa diferença se evidencia nos processos de consumo (Sassatelli, 2007). Nessa perspectiva, surge a Consumer Culture Theory (CCT) que estuda o fenômeno do consumo a partir de questões culturais e sociais (Arnould & Thompson, 2005; Belk & Sobh, 2019).

Contudo, quando estudamos questões culturais é necessário pontuar que existe uma relação de dominação direta, política, social e cultural que foi estabelecida pelos europeus sobre os continentes conquistados por eles. A Europa sempre esteve no controle de todas as formas de subjetividade, da cultura, do conhecimento e da produção do conhecimento. Assim, a colonialidade da América Latina se propaga, mantendo a lógica de relações coloniais entre saberes e modos de vida (Quijano, 2007; Santos, 2018; Walsh et al., 2021).

Uma vez que o consumo explica o funcionamento social e é permeado por questões culturais, e a sociedade atual é formada com base na colonialidade europeia, estudar o consumo pela perspectiva decolonial torna-se relevante para melhor entender como o consumo molda as práticas sociais. Ainda, considerou-se que o processo de construção de conhecimento envolve a produção, mas também a publicação dos estudos e o acesso a essas informações. Assim, esse processo se estende para a aproximação que os pesquisadores possuem ao conteúdo que já foi produzido. A compreensão da literatura existente é essencial para o desenvolvimento do pesquisador e da área em questão (Hart, 1998).

Nesse sentido, o presente estudo tem como objetivo realizar um estudo bibliométrico para mapear e compreender o campo de estudos que relaciona a Teoria da Cultura e Consumo e a Decolonialidade, para levantar um panorama do tema e endereçar problemas a serem investigados em pesquisas futuras. Diante disso, foi realizado um estudo de levantamento bibliográfico. Os estudos bibliográficos são uma prática frequente nas Ciências Sociais Aplicadas para desenvolvimento de um determinado campo de pesquisa. Para esse estudo foram realizadas buscas em quatro bases (Periódicos Capes, Scopus, Spell e Web of Science) que contêm periódicos nacionais e internacionais. Diante da ausência de resultado na busca pela nomenclatura CCT, decidiu-se realizar as buscas por artigos utilizando os termos decolonial e consumo, inclusive em inglês e espanhol. Dessa forma, foram selecionados 21 trabalhos, considerando a delimitação temporal de 2017 a 2022.

Para atingir o objetivo proposto, o artigo está dividido em cinco seções. A primeira é composta desta introdução, seguido da revisão de literatura sobre a CCT e sobre a decolonialidade. Na sequência, foi realizada uma revisão integrativa da literatura, pertencente à revisão bibliográfica sistemática (Botelho et al., 2011). Foram levantados os temas abordados nos artigos sobre consumo e decolonialidade, ressaltando temas de interesse, autores relevantes, periódicos, origem dos autores, metodologia utilizada, objeto de consumo, objetivos e principais resultados encontrados. Além disso, foi utilizado o *software* Iramuteq 0.7 Alpha 2

como ferramenta no processamento de dados qualitativos, por meio da Classificação Hierárquica Descendente. Por fim, apresentam-se as principais conclusões e as referências utilizadas.

CONSUMER CULTURE THEORY (CCT)

O estudo do consumo contém duas vertentes opostas. Uma delas contém uma abordagem racional, guiada pela visão econômica clássica, que considera o consumidor focado em um determinado fim, como utilidade e preço. A segunda vertente, por outro lado, trata-se de uma abordagem sociológica, antropológica e histórica que compreende o estudo do consumo como um ato cultural e permeado por significados simbólicos (Sassateli, 2007).

Holbrook e Hirschman (1982) são os primeiros autores a reconhecer o consumo como um fenômeno envolto em experiências, diversão e sentimentos. Os autores argumentam contra a visão clássica que os consumidores decidem o que consumir de maneira irracional, pautada em significados simbólicos e estéticos. Corroborando com essa perspectiva, Solomon (1983) esclarece que produtos e serviços são adquiridos pelos consumidores para fins de comunicação social, construindo a sua identidade. Belk et al. (1989), de maneira complementar, afirmam que os produtos passam por diversos processos que acabam por conferir-lhes diversos significados.

Esse sistema de significação é compreendido por meio dos discursos, que abrangem o mundo científico, as narrativas, mitos e organizações simbólicas, sinalizando, sobretudo os símbolos que os objetos tomam (Firat & Venkatesh, 1995). O consumo é compreendido como um conjunto de significados, no qual o consumidor se baseia em práticas cotidianas, pluralidades, símbolos, experiências, criando sua própria história e significados que foram produzidos e definidos por aspectos culturais (Firat & Venkatesh, 1995).

Assim, a Consumer Culture Theory (CCT) ou Teoria da Cultura do Consumo, cunhada por Arnould e Thompson (2005), surgiu da segunda vertente, pós-estruturalista e com uso de metodologias interdisciplinares. Na qual foi criado um espaço para que o consumo seja analisado com base em componentes culturais e simbólicos. Porém, essa teoria não é baseada em um sistema homogêneo de significados que são compartilhados coletivamente, mas, sim, em uma distribuição heterogênea de significados e agrupamentos culturais (Arnould & Thompson, 2005). Askegaard e Linnet (2011) complementam que a pesquisa em CCT estuda o fenômeno de consumo, baseando-se em abordagens econométricas e da psicologia cognitiva.

A CCT é conhecida como pesquisa interpretativa do consumidor, e até agora não cumpriu seu potencial como uma teoria, mas sim caracteriza-se como um campo de pesquisa (Belk & Sobh, 2019). O escopo de pesquisas desse cunho é a análise do consumo simbólico e experiencial, no qual várias abordagens de outras áreas e disciplinas são incorporadas aos estudos de consumo, como a sociologia, antropologia, psicologia e neurociência (Arnould & Thompson, 2005; Arnould & Thompson, 2007; Belk & Sobh, 2019).

McCracken (2007) indica que bens de consumo possuem significados além de seu caráter utilitário e comercial. No entanto, a localização original do significado do bem reside no mundo culturalmente constituído e quem faz a atribuição do significado do mundo culturalmente constituído para o bem são os indivíduos (McCracken, 2007). O consumo pode ser definido como o meio pelo qual bens e serviços são obtidos pelo indivíduo (compra, permuta, presente ou doação) e, assim, distanciados do seu meio original por meio da atribuição de significados heterogêneos. Gopaldas (2014) indica que o consumo tem sido conceituado como construtor de significado, de experiências emocionais, extensão do eu, indicação da estrutura social, interações em rede, dentre outros.

Diante disso, por meio da experiência do consumo, os indivíduos constroem sua identidade e objetivos de vida (Arnould & Thompson, 2005; Belk, 1988). Isso considera que o indivíduo é construído social, cultural e historicamente dentro de seu contexto. Por isso, o consumo deve ser compreendido como uma prática social (Warde, 2014). A cultura do consumo é, portanto, “um arranjo social em que as relações entre a cultura vivida e os recursos sociais, entre as formas significativas de vida e os recursos simbólicos e materiais dos quais elas dependem, são mediadas pelos mercados” (Arnould & Thompson, 2005).

Devido às considerações expostas anteriormente, faz-se necessário argumentar sobre a sociedade do consumo. Essa sociedade é organizada e direcionada para o consumo, transformando este em um componente essencial à constituição da cultura dos povos desde o século XX (Barbosa, 2004). Sassateli (2007) explica como esse desenvolvimento é descrito como um fenômeno de longo prazo, com múltiplas geografias e participação de inúmeros objetos e bens de consumo histórico.

Os consumidores são criadores ativos de significados (Paterson, 2017) e ultrapassam fronteiras culturais (Sassateli, 2007). Assim, o consumo é fator-chave no entendimento da sociedade (Miller, 2007). Dentro desse contexto, o consumo é uma atividade abrangente, baseada em questões geográficas, culturais e sociais. Deve ser considerado como uma atividade de construção e reconstrução de significados, que explicam os usos de bens e serviços, que possuem um valor comercial, mas também são carregados por outras formas de valor (Sassatelli, 2007).

Levando em consideração a explicação do consumo como um fenômeno para entendimento da sociedade, sendo permeados por questões sociais, culturais, geográficas e econômicas, é possível estudá-lo na perspectiva da colonialidade, ou seja, fatores de como o controle dos europeus e norte-americanos ainda possuem sobre os países colonizados. Esses fatores influenciam nos padrões de cultura, sociais e produção de conhecimento (Maldonado-Torres, 2007) e, conseqüentemente, em questões de consumo.

Diante dos estudos na área do consumo, destacam-se pesquisas com enfoque decolonial, pois abordam os resquícios do processo de colonização que persistem até os dias atuais. A teoria decolonial foi desenvolvida pela escola moderna da América Latina, a qual contém diversas vertentes discutidas pela literatura precedente. A próxima seção deste artigo trata, especificamente, sobre a abordagem da decolonialidade.

DECOLONIALIDADE

A perspectiva decolonial defende que, desde 1492, o mundo eurocêntrico vem expandindo a modernidade como forma de desenvolver o resto do mundo e trazê-lo ao padrão do Norte Global (Rodrigues & Hermais, 2020). O termo “decolonial” está relacionado ao compromisso de entender que o processo de colonização ultrapassa a esfera econômica e política, impactando a existência dos povos colonizados, mesmo após o fim do colonialismo, propriamente dito, nos territórios conquistados (Santos, 2018). A necessidade de ir além dentro da teoria decolonial, provém da ideia de que a colonização não foi um evento acabado, mas sim um processo que teve e tem continuidade persistindo até os dias atuais, mesmo tendo adquirido outras formas (Oliveira & Lucini, 2021).

O pensamento decolonial surge como um movimento de contraposição à fundação da própria modernidade/colonialidade (Kempf et al., 2022), tendo emergido, inicialmente nas Américas pela resistência do pensamento dos povos indígenas e afro-caribenhos e, posteriormente, em diferentes contextos asiáticos e africanos, demarcados como um movimento de contraposição ao imperialismo britânico e francês (Santos, 2018; Walsh, 2009). A decolonialidade não é um código universal, mas sim pluriversal, pois depende da experiência vivida e de como a colonialidade afeta diferentes grupos (Walsh et al., 2021). Além disso, surge como uma episteme que questiona a colonialidade do poder e seus fundamentos (Quijano, 2007).

O sociólogo peruano Aníbal Quijano (1928-2018) foi o primeiro a conceituar a colonialidade, como explicação ao controle que os dominadores europeus e seus euro-norte-americanos descendentes ainda mantêm sobre os países colonizados. Colonialidade pode ser entendida como “padrões de poder de longa data que surgiram como resultado do colonialismo, mas que definem cultura, trabalho, relações e produção de conhecimento muito além dos limites estritos das administrações coloniais” (Maldonado-Torres, 2007). De forma geral, a colonialidade trata-se da permanência da estrutura do poder colonial (Santos, 2018; Quijano & Wallerstein, 1992).

“A própria conceituação de colonialidade como constitutiva da modernidade já é o pensamento decolonial em movimento” (Mignolo, 2007, p. 26), evidenciando estudos sob uma perspectiva crítica direta à modernidade e ao capitalismo. É a instrumentalização das razões de poder colonial em primeiro lugar, que produziu paradigmas distorcidos de conhecimento e cessou as promessas libertadoras da modernidade (Quijano, 1991, 2007).

Aliado à colonialidade do poder de Quijano, há ainda outras duas formas de colonialidade que perpetuaram, são elas a colonialidade do ser e a colonialidade do saber (Santos, 2018). A colonialidade do saber refere-se ao controle da subjetividade e do conhecimento, fundamentando-se no eurocentrismo, no qual o Norte Global universaliza o conhecimento como uma única verdade e as impõe às nações localizadas no Sul do mundo como um conhecimento único e homogêneo (Oliveira & Lucini, 2021; Rodrigues; 2021). Já a colonialidade do ser diz respeito ao entrelaçamento do poder e do conhecimento, de forma que o processo colonizador vai refletir na subjetividade do ser e na sua experiência vivida

(Maldonado-Torres, 2007). Além disso, a colonialidade do ser possui o importante papel de atuar como uma força de manutenção na relação entre a colonialidade do poder e do saber, pois ela nega aos subalternos a sua condição como pessoa (Walsh, 2009; Oliveira & Lucini, 2021). Juntos, os três tipos de colonialidade compõem o pensamento decolonial, que se configura como um pensamento de luta e libertação (Mignolo, 2007). De forma geral, o corpo teórico formado pelas perspectivas decoloniais referem-se a um processo de luta e ressignificação de longo prazo contra os padrões de poder e a colonialidade imposta (Castro-Gómez & Grosfoguel, 2007; Walsh, 2009).

Assim, a perspectiva decolonial enfatiza a necessidade de criar espaços onde conhecimentos e interesses periféricos sejam reconhecidos como válidos (Couto et al., 2021), pois refletem a realidade dos povos do Sul. As pesquisas decoloniais possuem o propósito de construir um entendimento sobre a nossa própria existência como sujeitos, já que somos frutos da colonialidade (Couto et al., 2021). Dessa forma, segundo Rodrigues (2021), as perspectivas decoloniais podem ser trazidas para discutir dentro do campo de consumo e *marketing* de forma a abordar posturas mais críticas sobre a própria sociedade e os conhecimentos que a compõem. A autora também propõe que se deve ir além das lógicas eurocêntricas e paradigmas ocidentais, de forma a proporcionar um ambiente favorável à transdisciplinaridade e à transculturalidade nos campos de estudo de *Marketing*, especialmente no que diz respeito aos estudos críticos.

METODOLOGIA

Neste estudo, foi realizada uma revisão integrativa da literatura, pertencente à revisão bibliográfica sistemática, de acordo com Botelho et al. (2011). Essa revisão consiste em revisar teorias e estudos empíricos sobre um tópico particular. Dessa forma, foram desenvolvidas as seguintes etapas: (i) identificação do tema e seleção da questão de pesquisa; (ii) estabelecimento de critérios de inclusão e exclusão dos textos; (iii) identificação dos estudos pré-selecionados e selecionados; e (iv) análise e interpretação dos resultados (Botelho et al., 2011).

Na primeira etapa foi determinado o problema que norteia essa pesquisa, na segunda etapa, devido à ausência de resultado na busca pela nomenclatura CCT (inglês e português), decidiu-se realizar as buscas por artigos utilizando os termos decolonial e consumo (Tabela 1). Dessa forma, foram localizados diversos artigos, totalizando 244 trabalhos selecionados, ao considerar a delimitação temporal de 2017 a 2022 e as bases escolhidas.

Tabela 1. Distribuição dos Artigos Selecionados por Base de Dados, Período de Publicação e Termos de Busca

Bases acessadas	Quantidade encontrada	Quantidade selecionada	Termos de busca*	Filtros
1. Periódicos Capes	195	7	"Consumo" "Decolonial"	Artigos (Articles)
2. Scopus	27	11		
3. Spell	0	0		
4. Web of Science	22	3		2017-2022
TOTAL	244	21	-	-

*As buscas foram realizadas com os termos na língua portuguesa e inglesa ("Decolonial" and "Consumption"), os resultados abrangem artigos em espanhol, pois, os termos são os mesmos da língua portuguesa.

Fonte: Autores (2024).

As bases escolhidas abrangem periódicos nacionais e internacionais. Todavia, foram encontrados artigos que não tinham como foco o consumo, assim, como o enfoque desta pesquisa é discutir sobre consumo e decolonialidade, considerou-se somente os artigos em que a temática tratou sobre algum tipo de consumo. Para tanto, realizou-se a leitura do resumo e das palavras-chave dos artigos localizados nas buscas. Diante disso, foram selecionados 21 artigos no total. A terceira e quarta etapa da revisão integrativa de literatura estão expostas na seção 4 de resultados. Na análise dos resultados foram realizadas leituras dos artigos selecionados, a fim de evidenciar o seu conteúdo (metodologia utilizada, objeto de consumo, objetivo do artigo e principais resultados encontrados).

Além disso, utilizou-se do *software* Iramuteq 0.7 Alpha 2 (*Interface de R pour les Analyses Multidimensionnelles de Textes et de Questionnaires*) para corroborar com as inferências, tendo em vista que o *software* dispõe de diferentes formas estatísticas sobre *corpus* textuais por palavras (Camargo & Justo, 2013). Por fim, para análise textual da pesquisa, foi realizada a Classificação Hierárquica Descendente (CHD), na qual os segmentos de texto são classificados em função dos seus respectivos vocabulários e apresentam o agrupamento das palavras estatisticamente significativas (Souza et al., 2018). Com isso, foi possível analisar o conjunto de resumos dos artigos que formam o *corpus* e os segmentos de textos que caracterizam a análise qualitativa dos dados. A partir dessas análises em matrizes, o *software* organiza a análise de dados em uma representação gráfica denominada dendograma da CHD (Justo & Camargo, 2014).

RESULTADOS E DISCUSSÃO

REVISÃO INTEGRATIVA

Foram localizados 21 artigos que tratam simultaneamente sobre a temática do consumo e da decolonialidade. Sendo que nenhum artigo cita explicitamente a nomenclatura CCT, mas abordam algum tipo de consumo (Quadro 1).

Quadro 1. Apresentação dos artigos selecionados: autoria, nacionalidade, título e periódico

Nº	Ano	Autoria	País	Título do artigo	Periódico
1	2020	Lima, Saltarelli & Silva	Brasil	A colonização da sustentabilidade: análise do discurso de peças publicitárias da Natura cosméticos	Revista de Gestão Social e Ambiental
2	2022	Jimenez, Delgado, Merino & Argumedo	Inglaterra e Peru	<i>A Decolonial Approach to Innovation? Building Paths Towards Buen Vivir</i>	<i>The Journal of Development Studies</i>
3	2019	Noronha	Brasil	A importância social da imagem reflexões sobre diferença, representação e poder em diálogo com um pensamento colonial	Iluminuras
4	2021	Salazar, Marquez & Pascagaza	Colômbia	Circular economy and reducing consumption from a decolonial Approach	<i>Cuadernos de Administración</i>
5	2021	Gray	EUA	<i>Decolonizing a Universal Bhagavad-Gītā: Reexamining Peter Brook and Transnational Orientalism</i>	<i>Journal of World Philosophies</i>
6	2019	Vlagopoulos	EUA	<i>Decolonizing Food: Transgressive Eating in Junot Díaz's</i>	<i>Arizona Quarterly: A Journal of American Literature, Culture, and Theory</i>
7	2020	Slade	Austrália	<i>Decolonizing Luxury Fashion in Japan</i>	<i>The Journal of Dress, Body and Culture</i>
8	2017	Carvalho & Ramos Jr.	Brasil	Do desenvolvimento sustentável ao envolvimento integrado. Ecopedagogias como opções decoloniais	Revista Iberoamericana de Educación

9	2019	Yáñez-Duamantea, Oliva-Figueroa, Catalán-Verdugo, & Moreno-Doña	Chile e Equador	<i>Espacios educativos "otros" y saberes ecológicos: Férias de Intercambio y consumo colaborativo em Chile</i>	<i>Estudios Pedagógicos</i>
10	2019	Matheus	Brasil	Hierarquia dos espaços na fanpage "Suburbano da Depressão"	Comunicação, Mídia e Consumo
11	2018	Faria & Hemaís	Brasil	Historicizando o Novo Consumerismo Global Sob uma Perspectiva de Mundos Emergentes	Revista de Administração Contemporânea
12	2020	Rodrigues & Hemaís	Brasil	Influências eurocêntricas no Sistema Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária: pesquisa histórica sob uma perspectiva decolonial	Cadernos Ebape.BR
13	2021	Soares & Pereira	Brasil	Juventudes, cosmopolitismos e consumo midiático: experiências de pesquisa em Cuba	Revista Famecos
14	2021	Urbano, Mazur, Araújo, & Albuquerque	Brasil	K-pop, ativismo de fã e desobediência epistêmica: um olhar decolonial sobre os ARMYs do BTS	Logos
15	2020	Baeza & Almeida	Brasil	<i>Mujeres y agroecología: prácticas y saberes de mujeres integrantes de la articulación tocantinense de agroecología</i>	<i>Acta Scientiarum. Human and Social Sciences</i>
16	2022	Salazar, Vargas, & Rangel	Colômbia	<i>Reducción voluntaria del consumo como oportunidad de desarrollo a escala humana</i>	<i>El Agora USB</i>
17	2022	Sandikci	Escócia	<i>The scalar politics of difference: Researching consumption and marketing outside the west</i>	<i>Marketing Theory</i>
18	2021	Queiroz, Hemaís, & Pessôa	Brasil	Um estudo pós-colonial, com o uso da semiótica, sobre capas de livros clássicos editados no Brasil e nos Estados Unidos	Cadernos Ebape.BR
19	2020	Silva	Brasil	Uma fusão no estilo mwangolé: a perspectiva decolonial do rock angolano	Ecompós
20	2020	Hemaís & Santos	Brasil	<i>Understanding the Brazilian Consumerism Movement from a Decolonial Perspective: The Case of Proteste</i>	<i>Journal of Macromarketing</i>
21	2021	Feldman	Bolívia	<i>Vida de artistas: La borrachera andina en el ámbito del hampa boliviano</i>	Revista de Estudos Hispânicos

Fonte: Autores (2024).

Dentre os 21 artigos localizados, 17 trabalhos foram desenvolvidos por autores com vínculo em instituições latino-americanas (destaque para o Brasil, com 12 artigos). Isso demonstra que a discussão decolonial no consumo, abrange, em sua maioria, uma perspectiva de luta pela desvinculação dos povos colonizadores, sendo um assunto de interesse para a comunidade acadêmica local. Os autores que se destacaram foram Hemaís (4 artigos), e Salazar e Vargas (2 artigos cada). O periódico que se destacou (2 artigos) foi o Cadernos EBAPE.BR. Esse periódico é nacional, voltado para o âmbito de pesquisas na Administração com base em abordagens interdisciplinares e críticas (<https://ebape.fgv.br/publicacoes/cadernosebape>) (Quadro 2).

Quadro 2. Detalhamento metodológico dos artigos: metodologia, objeto de estudo, objetivos e principais resultados

Nº	Metodologia	Objeto de consumo	Objetivo do artigo	Principais resultados
1	Estudo de caso: peças publicitárias	Peças publicitárias	Analisar o discurso de sustentabilidade em peças publicitárias da Natura Cosméticos	Ocorre o silenciamento de alguns aspectos, tais como a exploração da natureza, a mercantilização de recursos naturais, os impactos ambientais do extrativismo e as exigências de padrões de beleza, os quais podem ser relacionados às quatro dimensões da colonialidade
2	Estudo de caso - relatórios e entrevistas	Bens, processos e serviços para o bem coletivo	Explora valores subjacentes à inovação no desenvolvimento de novas ideias da iniciativa Bem Viver	A inovação no Parque estudado é impulsionada e sustentada por relações recíprocas entre diferentes comunidades epistêmicas e natureza não humana. Assim, emprega processos de deliberação coletiva, levando em conta os limites ecológicos

3	Ensaio teórico	Imagens - semiótica	Discorrer sobre a relação entre ficção e realidade contida em imagens, diante da decolonialidade	O conhecimento gerado pelos grupos mais subalternizados possibilita uma melhor compreensão das complexas relações culturais, bem como auxilia a decifrar os padrões hegemônicos, o que categorizam as pessoas em boas ou más
4	Revisão Bibliográfica	Consumismo	Refletir, na perspectiva decolonial, sobre a redução do consumo	As estratégias devem ser desenhadas para fortalecer a proposta alternativa de redução do consumo, no âmbito dos mercados globalizados nas diretrizes de uma economia circular
5	Ensaio teórico	Gītā (texto sagrado do hinduísmo) a bordado por Peter Brook	Examina a abordagem particular de Brook e a representação universalista do Gītā	Plataforma neocolonial, orientalista e transnacional para extrair valor de um registro indiano universal em oposição ao contextualizado. Sua visão neocolonial de ordem, seu impulso de controle e consumo rápido de capital de desempenho minou suas aspirações
6	Ensaio teórico	Ato de comer abordado pelo livro <i>Drown</i> de Junot Díaz	O artigo busca discutir as ideias sobre atos de comer abordados no livro <i>Drown</i> de Díaz, a partir da perspectiva decolonial	Os atos de comer tratados no livro encenam o imaginário decolonial, tornando explícita a crítica do livro às histórias de dominação colonial e supremacia branca. O ato de comer faz parte da cultura, que é produzido por desigualdades raciais, assim, torna-se uma prática política
7	Ensaio teórico	Moda japonesa	Narrar a virada decolonial na moda japonesa	No Japão, os bens mais valiosos eram de cultura estrangeira. Essa perspectiva colonial foi modificada questionando os valores atuais. O luxo se afastou das marcas populares para um consumo de moda contemplativo e sustentável
8	Ensaio teórico	Consumo sustentável	Refletir sobre as causas das lógicas do consumo sustentável, percebidas na educação formal	Dialogar com as temporalidades, propor ação como opção decolonial, a reexistência que insurge contra o monólogo é um chamado às pedagogias decoloniais., pois, é necessário compreender como essas teias simbólicas compõem nossa história
9	Ensaio teórico	Consumo por meio de escambo entre comunidades	Investiga práticas de trocas em uma comunidade Chilena	Através experiências de troca, o que temos, o que sabemos e fazemos, pode ser útil para outros, de forma educativa. A resistência à colonialidade está presente nas experiências de comunicação e participação cidadã
10	Análise do Discurso em uma <i>fanpage</i>	Discursos sobre conceito de subúrbio	Detectar conceitos práticos utilizados no cotidiano para entender a apropriação simbólica de subúrbio	A página "Suburbano da Depressão" representa um exercício de pensamento, de consciência do lugar de onde se luta, um potente mecanismo de subversão dos polos norte-sul sociais, semânticos e epistemológico
11	Ensaio teórico	Consumismo	Estudar o movimento consumerista dos EUA, por meio do que é enunciado em um país latino-americano	Historicizações transmodernas permitem que a construção do consumerismo global recupere identidades discriminadas, promovam conhecimento com a maioria e atenuem o avanço do autoritarismo da supremacia branca
12	Pesquisa histórica	Autorregulamentação Publicitária	Analisar o modelo eurocêntrico utilizado no Sistema Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária	Focada no poder de empresas sobre consumidores. Assim, espera-se que essa visão crítica gere mais conhecimento sobre como o controle imperial se materializa em consumerismo
13	Etnografia	Consumo midiático de música	Discutir aspectos do consumo de música entre jovens cubanos, a partir dos símbolos	Aborda a necessidade de pensar a juventude cubana em uma perspectiva decolonial, que busca uma interpretação de suas práticas. Apresenta os cosmopolitismos de forma crítica, que negociam lógicas locais/globais e criam sentidos de lugar, diante de tensões políticas
14	Estudo de caso: fã-clube	Consumo midiático de música	Aborda o impacto global do K-pop da <i>boyband</i> BTS, tendo em vista a decolonialidade	A cultura pop sul-coreana dispõe de ferramentas que dialogam fora da lógica colonial, especialmente por meio do BTS. O movimento K-pop tem assumido o caráter político, em função das tensões que caracterizam o contexto de crise da hegemonia dos EUA
15	Entrevistas	Agroecologia	Reflexões sobre práticas agroecológicas desenvolvidas pelas mulheres no Tocantins	Práticas e saberes agroecológicos, como resistência de mulheres em/de suas comunidades. Elas possuem como prática a não compra em lojas e adotam o uso de plantações e pomares agroecológicos como meio de produção para consumo próprio e preservação da saúde

16	Ensaio teórico	Consumismo	Discutir a ampliação dos espaços de troca com a redução do consumo	A visão neoclássica da economia encontra dificuldades em explicar as razões de fenômenos de depressão e depredação no mundo. Assim, o foco na livre oferta e demanda de produtos e serviços encontrou sérios obstáculos para a concretização
17	Revisão Bibliográfica	Consumo, de forma geral, fora do Ocidente	Explorar a relação entre hierarquias de conhecimento e problematizar as formas de consumo fora do Ocidente	O espaço fora do ocidente apresenta configurações não neutras, com designações não transparentes, mas sim politicamente carregadas, com construções socioespaciais que privilegiam certas representações, significados e identificações sobre os outros
18	Análise de semiótica discursiva	Capas de livros	Analisar a representação do Norte e do Sul globais em capas de livros clássicos brasileiros e estadunidenses	Os títulos brasileiros, quando editados nos Estados Unidos, são carregados de estereótipos criados pelo Ocidente, enquanto os livros estadunidenses, quando editados no Brasil, refletem as mesmas representações encontradas nas capas daquele país
19	Etnografia	Consumo midiático de música	Explorar a interdependência entre gêneros, sujeitos, afetos, cidades e culturas na rede musical angolana	O artigo buscou entender as práticas musicais do rockers angolanos como “insurgentes” e “decoloniais”, ampliando a compreensão de gêneros musicais através das vivências e dos conhecimentos dos interlocutores da pesquisa
20	Entrevistas e análise documental	Consumismo	Analisa como o consumismo eurocêntrico foi adotado pela Proteste, uma organização consumista brasileira para defesa do consumidor	A análise mostra como a Proteste lida com a hierarquia criada dentro dos euroconsumidores, posicionando-a na parte inferior dessa estrutura, bem como adota o conhecimento consumista universalista eurocêntrico, que não contribui necessariamente para resolver os problemas de consumo da Proteste
21	Ensaio teórico	Consumo de bebidas abordado nos livros de Viscarra	Estuda as práticas de embriaguez, por meio da narrativa do contexto urbano andino, retratado nas crônicas de Víctor Hugo Viscarra	As crônicas de Viscarra evocam uma coletividade de questionar a autoridade e influenciar os laços sociais. As práticas de bebida surgem como centrais para compreender a experiência da marginalidade urbana andina. O uso de <i>el hampa</i> boliviano, uma variante linguística usada pelos marginalizados, é fundamental para dar sentido às práticas de bebida coletiva.

Fonte: Autores (2022)

Os artigos analisados utilizaram a teoria da decolonialidade para explicar as mudanças nas formas de consumo, destacando seu distanciamento das ideias coloniais (Oliveira & Lucini, 2021), ou que o consumo é um lugar de luta entre ideias divergentes (colonizador e colonizado) e que são ressignificadas diante de crises econômicas, sociais, religiosas e políticas. Assim, os trabalhos utilizam de termos como autoritarismo e supremacia branca, por exemplo, ao se referirem aos países colonizadores. A CCT baseia-se em uma distribuição heterogênea de significados e agrupamentos culturais (Arnould & Thompson, 2005), dessa forma, torna-se oportuno aproveitar do arcabouço da CCT para explorar aspectos decoloniais do consumo.

Mesmo que os artigos localizados não citem a CCT, houve a ocorrência de resultados que indicam que o consumo é fator chave no entendimento da sociedade (Miller, 2007) e que pode ser compreendido como uma prática social (Warde, 2014). Como exemplos, pode-se citar o artigo nº 6 que aborda o ato de comer como um aspecto político, bem como o artigo nº 14, que trata sobre como influências musicais moldam práticas políticas da sociedade japonesa.

Houve a predominância de estudos que adotaram uma abordagem teórica, como a metodologia de ensaio teórico (9 artigos) e de revisão bibliográfica (2 artigos), indicando que a discussão sobre o consumo e decolonialidade fica, em sua maioria, no campo teórico. Tendo em vista que a CCT abrange pesquisas interpretativas sobre o consumidor (Belk & Sobh, 2019), artigos que utilizaram de análises exploratórias com interação com os sujeitos, como entrevistas (2 artigos) e etnografia (2 artigos), abrangem poucas pesquisas. Como os indivíduos fazem a atribuição do significado do mundo culturalmente constituído para o bem (McCracken, 2007), torna-se oportuno investigar sobre o consumo de forma a aproximar-se dos indivíduos, ou seja, explorar abordagens metodológicas de pesquisa que envolvam contato com o consumidor.

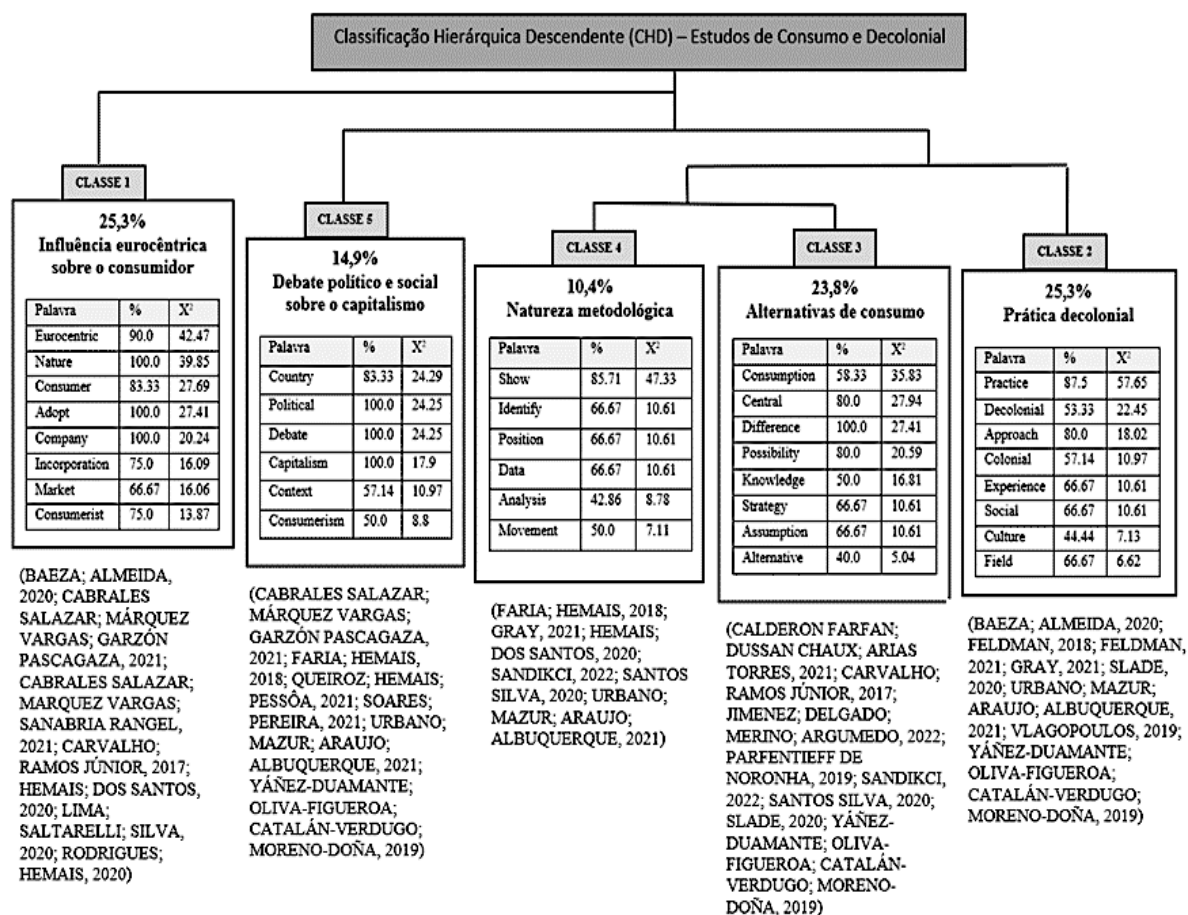
Dentre os artigos encontrados, quatro trabalhos tratam sobre consumismo, três trabalhos sobre consumo midiático da música, dois trabalhos sobre agroecologia e sustentabilidade, outros dois trabalhos sobre consumo de comida ou bebida e mais dois trabalhos sobre consumo publicitário. Dessa forma, identificam-se diversas lacunas de estudos que exploram outras formas de consumo e a decolonialidade, como a moda, por exemplo, tema abordado em apenas um artigo. O consumo doméstico, decorativo e automobilístico são outras lacunas. Além disso, os estudos pouco exploraram usos de bens e serviços que não possuem valor comercial (Sassatelli, 2007), que é o caso do consumo por meio do escambo (artigo nº 9).

CLASSIFICAÇÃO HIERÁRQUICA DESCENDENTE

No âmbito das pesquisas qualitativas, as estatísticas textuais clássicas permitem explorar aspectos formais de um conjunto de textos, facilitando a identificação de estilos discursivos que caracterizam a produção linguística de determinado grupo (Sousa, 2021). Para tanto, foram reunidos os resumos dos artigos na íntegra em inglês que formam o *corpus* do texto desta análise. Foi possível verificar a frequência das ocorrências e das formas linguísticas, identificadas a partir dos segmentos de textos que compartilham o mesmo vocabulário, possibilitando conhecer seu teor (Salviati, 2017) por meio do *software* Iramuteq.

O *corpus* foi composto por 21 textos, divididos em 91 segmentos textuais (STs), dos quais 67 foram aproveitados (73,63%). Os STs são fragmentos de texto, na maior parte das vezes, do tamanho de três linhas, dimensionadas pelo próprio *software* em função do tamanho do *corpus* e que em análise, reconhece as indicações dos textos a serem analisados, como também, o reagrupamento dos STs na forma de palavras (Camargo & Justo, 2016). Assim, emergiram 3.234 ocorrências (palavras, formas ou vocábulos), sendo 1.188 palavras distintas e 629 com uma única ocorrência (hápax). A partir da Classificação Hierárquica Descendente (CHD) foi possível elaborar interpretações acerca das palavras mais expressivas em cada classe e compreender as aproximações e afastamentos entre elas (Figura 1).

Figura 1. Dendrograma com a porcentagem de STs em cada classe e palavras com maior qui-quadrado (χ^2) fornecido pelo *software* Iramuteq



Fonte: Autores (2023).

Após avaliação das palavras de cada classe e do contexto em que foram usadas, foi possível identificar cinco classes, sequenciais, do *corpus* total em análise. As classes são fundamentadas conforme os resumos dos trabalhos científicos que compõem o portfólio, cujas palavras correspondem à representatividade do teor dos textos. Inclusive, as classes são interligadas, o que evidencia a transversalidade do tema em análise.

As classes foram determinadas a partir da Classificação Hierárquica Descendente, segundo o método descrito por Reinert (2001) e gerado pelo *software* Iramuteq. Esta análise visa obter classes de STs que, ao mesmo tempo, apresentam vocabulário semelhante entre si, e vocabulário diferente dos segmentos das outras classes (Camargo & Justo, 2016). A interpretação da relação entre as classes realizada nesta etapa foi feita inicialmente da esquerda para a direita. A classe 1 (Influência eurocêntrica sobre o consumidor) contém 17 segmentos de textos (25,3%) e evidenciou estudos que têm como natureza a análise de como e porque o consumo nos países do Sul Global fora incorporado por fortes influências eurocêntricas (Hemais & Santos, 2020). Isso demonstra o poder das empresas com fortes traços do Norte Global sobre os consumidores, em que processos históricos coloniais e etnocêntricos limitam formas de pensar distintas da lógica neoliberal (Rodrigues & Hemais, 2020).

A classe 5 (Debate político e social sobre o capitalismo) é desdobramento da classe 1, contém 10 segmentos de textos (14,9%) e os trabalhos reforçam o surgimento de movimentos anticonsumistas no contexto do capitalismo neoliberal global (Faria & Hemais, 2018). Isso demonstra que o controle exercido pelos países do Norte Global sobre as nações colonizadas se reflete na cultura e nos contextos ideológicos dessas sociedades (Queiroz et al., 2021).

A classe 2 (Prática decolonial) que contém 17 segmentos de textos (25,3%) demonstrou estudos de práticas com abordagem decolonial, ao refletir sobre como as práticas de consumo estão associadas ao contexto colonial, delineando continuidades até o presente (Feldman, 2021), mas que em algumas culturas podem funcionar fora da lógica colonial (Baeza & Almeida, 2020; Urbano et al., 2021). Com isso, desvelam-se novas formas de interpretar a realidade e transformar as experiências (Yáñez-Duamante et al., 2019).

A classe 2, relacionada às práticas decoloniais, foi subdividida nas classes 3 e 4. Foi possível identificar que a classe 3 (Alternativas de consumo) contém 16 segmentos de texto (23,8%) e corroboraram com o assunto “consumo” como tema central nos estudos, o que permitiu apresentar alternativas de consumo como proposta para reduzir o consumo dentro do *framework* dos mercados globalizados (Cabrales Salazar et al., 2021). Enquanto, a classe 4 (Natureza metodológica), com 9 STs (10,4%), evidenciou elementos referentes à natureza metodológica das pesquisas que compõem o *corpus* deste estudo. Esses elementos foram identificados por meio de análises, modelos e relações que explicam a incorporação do modelo eurocêntrico sobre os países investigados.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente artigo realizou um estudo bibliométrico para mapear e compreender o campo de estudos que relaciona a Teoria da Cultura e Consumo à Decolonialidade, considerando um recorte temporal de 2017 a 2022, a fim de apresentar um panorama do tema e indicar problemas para pesquisas futuras. Dessa forma, o estudo surgiu da inquietação em compreender como os temas consumo e decolonialidade se cruzam para explicar o fenômeno do consumo na sociedade moderna. Isso porque a sociedade moderna está permeada de questões culturais e simbólicas, bem como questões que envolvem dominação, poder e lutas políticas e sociais (Arnould & Thompson, 2005; Barbosa, 2004; Quijano, 2007; Warde, 2014).

Para atender o objetivo proposto realizou-se um levantamento bibliométrico, do tipo revisão integrativa da literatura, em quatro bases de dados diferentes, com o intuito de entender como são realizadas as pesquisas que envolvem consumo, aliado à perspectiva decolonial, tanto em periódicos nacionais quanto em internacionais. A partir das buscas realizadas, foram selecionados 21 artigos para a amostra final. A análise dos artigos fundamentou-se na metodologia, objeto de consumo, objetivo geral e nos principais resultados encontrados em cada pesquisa. Utilizou-se também o *software* Iramuteq como ferramenta estatística no processamento de dados na pesquisa qualitativa e, a partir disso, foi possível elaborar a Classificação Hierárquica Descendente, da qual emergiram as classes e as ligações entre elas. Embora, neste recorte, houve poucos estudos de consumo com abordagem decolonial, foi possível delinear achados que caracterizam a temática.

Entre os principais resultados, observa-se que a maioria dos 21 artigos analisados foi produzida por autores vinculados a instituições latino-americanas, destacando-se o

pesquisador brasileiro Marcus Wilcox Hemais e o periódico Cadernos EBAPE.BR. Além disso, foi constatado que, a partir da perspectiva da decolonialidade, os artigos buscaram explicar mudanças nas formas de consumo, ou ressignificar o consumo como um lugar de lutas entre as ideias de colonizador e colonizado. Em termos metodológicos houve predominância de estudos teóricos (ensaio teórico e revisão bibliográfica), além de pesquisas com dados secundários. Estudos empíricos também foram constatados nos artigos, contudo estavam em menor número, e se caracterizavam por utilizar ferramentas como entrevistas e etnografias. Isso indica que o campo ainda está se consolidando e encontrando seus caminhos para tratar de pesquisas empíricas, bem como oportunidade de novos caminhos a serem explorados. As temáticas tratadas nos artigos abordaram temas diversos como consumismo, música, agroecologia e sustentabilidade, comida, bebida e consumo publicitário.

De acordo com a Classificação Hierárquica Descendente, as cinco classes mostraram a influência eurocêntrica sobre o consumidor, que permeia a cultura e os modos de consumo, como principal. Após, mostra os debates políticos e sociais sobre o capitalismo. Em seguida, os artigos abordam práticas decoloniais, associando-as às práticas de consumo ao colonialismo e como transformar essa realidade. Por fim, a CHD desdobra-se para abordar as alternativas de consumo propostas pela perspectiva decolonial e evidenciar a natureza metodológica dos artigos. De forma geral, os estudos da amostra reforçaram que há constante ressignificação do simbolismo de diversos tipos de consumo, isso ocorre por meio da busca por alternativas de consumo. Dessa forma, o campo de estudos decoloniais é fértil para discutir esse entrave de ideias dispostas no campo de consumo, uma vez que a sociedade em que estamos inseridos foi fruto da colonização.

Teoricamente, este estudo contribui para a área de consumo e também para a abordagem de decolonialidade ao mostrar que é possível uma junção das duas perspectivas para retratar e estudar temas de interesse atual, considerando a realidade da nossa sociedade que foi dominada pelos povos do Norte Global. Empiricamente, este estudo contribui ao analisar a sociedade e como o fenômeno do consumo foi demarcado pela lógica dos povos colonizadores. Assim, isso pode oferecer novas formas de pensar as lógicas de consumo.

Com isso, identifica-se a possibilidade de pesquisas futuras explorarem questões práticas do consumo, utilizando a decolonialidade e, assim, aprofundar e aproximar os pesquisadores de práticas atuais de consumo. Ressalta-se que pesquisas futuras, utilizando essas duas perspectivas, podem oferecer um olhar mais profundo sobre a constituição do consumo em nossa sociedade, visto a forte influência da colonização. Assim, pesquisas futuras podem explorar diversos temas de consumo, como música, cinema, artes, moda, cosméticos, presentear, consumo doméstico, alimentação, decoração, bens e serviços, além do escambo. Um exemplo, seria entender o porquê a cerveja é uma bebida tão popular em nosso país, sendo que nossos colonizadores portugueses tipicamente preferem o vinho.

Portanto, os estudos decoloniais, ao tratar de aspectos relacionados ao consumo, podem explorar e tentar entender as justificativas de determinadas maneiras de realizar as coisas, na busca pela sua origem. E, como o desprendimento de práticas coloniais beneficia ou prejudica as pessoas envolvidas, pois o consumo afeta a vida das pessoas, como se comportam, como se sentem e como se relacionam. Nesse processo, podem estar envolvidas análise documental e historiografia, por exemplo.

Como o arcabouço da CCT é rico no sentido de tentar entender o consumo, os pesquisadores podem utilizar o arcabouço da CCT de forma explícita em estudos decoloniais, considerando que a teoria trata de abordagens interpretativas sobre o consumidor. Além disso, sugere que sejam realizados mais estudos com coleta de dados em campo, como entrevistas, etnografias e estudos de casos, pois a maioria dos estudos encontrados, envolvendo as temáticas aqui retratadas, são teóricos.

Como limitação da pesquisa, pode-se destacar o recorte temporal de seis anos (2017-2022). Assim, não foi possível abranger e realizar uma análise geral de todos os artigos para entender como a temática surgiu e se desenvolveu ao longo do tempo. Além disso, esse recorte temporal pode ter excluído artigos importantes para avaliar o campo de estudo que está se desenvolvendo com a temática de consumo e decolonialidade.

REFERÊNCIAS

- Arnould, E. J. & Thompson, C. J. (2005). Consumer culture theory (CCT): Twenty years of research. *Journal of consumer research*, 31(4), 868-882. <https://doi.org/10.1086/426626>
- Arnould, E. & Thompson, C. (2007). Consumer culture theory (and we really mean theoretics. *Research in Consumer Behavior*, 3-22. [https://doi.org/10.1016/s0885-2111\(06\)11001-7](https://doi.org/10.1016/s0885-2111(06)11001-7)
- Askegaard, S. & Linnet, J. T. (2011). Towards an epistemology of consumer culture theory: Phenomenology and the context of context. *Marketing Theory*, 11(4), 381-404. <https://doi.org/10.1177/1470593111418796>
- Baeza, C. A. & Almeida, R. C. M. d. (2020). Mujeres y agroecología: prácticas y saberes de mujeres integrantes de la articulación tocantinense de agroecología. *Acta Scientiarum. Human and Social Sciences*, 42(1). <https://doi.org/10.4025/actascihumansoc.v42i1.51160>
- Barbosa, L. (2004). *Sociedade de consumo*. Editora Schwarcz-Companhia das Letras.
- Belk, R. W. (1988). Possessions and the extended self. *Journal of consumer research*, 15(2), 139-168. <https://doi.org/10.1086/209154>
- Belk, R. W., & Sobh, R. (2019). No assemblage required: On pursuing original consumer culture theory. *Marketing Theory*, 19(4), 489-507. <https://doi.org/10.1177/1470593118809800>
- Belk, R. W., Wallendorf, M., & Sherry Jr., J. F. (1989) The Sacred and the Profane in Consumer Behavior: Theodicy on the Odyssey. *Journal of Consumer Research*, 16, 1-38. <http://dx.doi.org/10.1086/209191>
- Botelho, L. L. R., Cunha, C. C. de A., & Macedo, M. (2011). O método da revisão integrativa nos estudos organizacionais. *Gestão e Sociedade*, 5(11), 121-136. <https://doi.org/10.21171/ges.v5i11.1220>
- Cabral Salazar, O., Márquez Vargas, F., & Garzón Pascagaza, E. (2021). Circular economy and reducing consumption from a decolonial approach. *Cuadernos De Administración*, 37(70), e5110905. <https://doi.org/10.25100/cdea.v37i70.10905>
- Camargo, B. V. & Justo, A. M. (2013). IRAMUTEQ: Um software gratuito para análise de dados textuais. *Temas em Psicologia*, 21(2), 513-518. <https://doi.org/10.9788/tp2013.2-16>
- Camargo, B. V. & Justo, A. M. (2016). *Tutorial para uso do software Iramuteq* [manual]. Laboratório de Psicologia Social da Comunicação e Cognição: UFSC.
- Carvalho, E. S. S. & Júnior, D. V. R. (2017). Do Desenvolvimento Sustentável ao Envolvimento Integrado: Ecopedagogias Como Opções Decoloniais. *Revista Iberoamericana De Educación*, 73(1), 35-60. <https://doi.org/10.35362/rie730272>
- Castro-Gómez, S. & Grosfoguel R. (2007). Giro decolonial, teoría crítica y pensamiento heterárquico. In: Castro-Gómez, S. & Grosfoguel, R. (Orgs.), *El giro decolonial: reflexiones para una diversidad epistémica más allá del capitalismo global* (pp. 9-24). Bogotá: Siglo del Hombre Editores.
- Couto, R., Barros, D., & Herais, M. (2021). Chamamento às Margens: propostas decoloniais na produção acadêmica sobre consumo, mercado e marketing. *Revista Interdisciplinar de Marketing*, 11(2), 88-91. <https://doi.org/10.4025/rimar.v11i2.60910>
- Faria, A. & Herais, M. W. (2018). Historicizando o Novo Consumerismo Global Sob uma Perspectiva de Mundos Emergentes. *Revista de Administração Contemporânea*, 22(4), 577-599. <https://doi.org/10.1590/1982-7849rac2018170257>

- Feldman, I. A. (2021). "Vida de artistas": La borrachera andina en el ámbito del hampa boliviano. *Revista de Estudios Hispánicos*, 55(3), 649-674. <https://doi.org/10.1353/rvs.2021.0045>
- Firat, A. F. & Venkatesh, A. (1995). Liberatory postmodernism and the reenchantment of consumption. *Journal of Consumer Research*, 22(3), 239. <https://doi.org/10.1086/209448>
- Gopaldas, A. (2014). Marketplace sentiments. *Journal of Consumer Research*, 41(4), 995-1014. <https://doi.org/10.1086/678034>
- Gray, S. (2021) Decolonizing a Universal Bhagavad-Gītā: Reexamining Peter Brook and Transnational Orientalism. *Journal of World Philosophies*, 6(2), 31-44. Recuperado de <https://scholarworks.iu.edu/iupjournals/index.php/jwp/article/view/4915>
- Hart, C. (1998). *Doing a literature review: Releasing the social science research imagination*. Londres: Sage.
- Hemais, M. W. & Santos, R. B. F. dos. (2020). Understanding the Brazilian Consumerism Movement from a Decolonial Perspective: The Case of Proteste. *Journal of Macromarketing*, 41(2), 315-331. <https://doi.org/10.1177/0276146720960220>
- Holbrook, M. B. & Hirschman, E. C. (1982). The experiential aspects of consumption: Consumer fantasies, feelings, and fun. *Journal of Consumer Research*, 9(2), 132. <https://doi.org/10.1086/208906>
- Jimenez, A., Delgado, D., Merino, R., & Argumedo, A. (2022). A decolonial approach to innovation? building paths towards buen vivir. *The Journal of Development Studies*, 58(9), 1633-1650. <https://doi.org/10.1080/00220388.2022.2043281>
- Justo, A. M. & Camargo, B. V. (2014). Estudos qualitativos e o uso de *softwares* para análises lexicais. In U. do & C. d. Grande Rio "Professor José de Souza Herdy" - UNIGRANRIO (Eds.), *Caderno de artigos: X SIAT & II Serpro* 37-54. https://www.academia.edu/download/37180083/JustoCamargo_2014.pdf
- Matheus, L. C. (2019). Hierarquia dos Espaços na *fanpage* "Suburbano da depressão." *Comunicação Mídia e Consumo*, 16(45), 164. <https://doi.org/10.18568/cmc.v16i45.1869>
- Lima, A. D. C. C., Saltarelli, E. P. N., & Silva, S. S. (2020). A Colonização da Sustentabilidade: Análise do Discurso de Peças Publicitárias da Natura Cosméticos. *Revista De Gestão Social e Ambiental*, 14(1), 18-37. <https://doi.org/10.24857/rgsa.v14i1.2139>
- Kempf, R. B., Góes, L. M., Wedig, J. C., & Borba, C. dos. (2022). Colonialidade e Desenvolvimento: Uma Crítica a partir do feminismo comunitário. *Desenvolvimento Em Questão*, 20(58). <https://doi.org/10.21527/2237-6453.2022.58.11920>
- Maldonado-Torres, N. (2007), *Sobre a colonialidade do ser: contribuições para o desenvolvimento de um conceito*. Via Verita.
- McCracken, G. (2007). Cultura e consumo: uma explicação teórica da estrutura e do movimento do significado cultural dos bens de consumo. *Revista de Administração de Empresas*, 47, 99-115. <https://doi.org/10.1590/S0034-75902007000100014>
- Mignolo, V. D. (2007). El pensamiento decolonial: desprendimiento y apertura. Un manifiesto. In: Castro-Gómez, S.; Grosfoguel, R. (Orgs.). *El giro decolonial: reflexiones para una diversidad epistémica más allá del capitalismo global*. Bogotá: Siglo del Hombre Editores.
- Miller, D. (2007). Consumo como cultura material. *Horizontes antropológicos*, 13(1), 33-63. <https://doi.org/10.1590/S0104-71832007000200003>
- Noronha, D. P. (2019). A importância social da imagem: Reflexões sobre diferença, Representação e poder em diálogo com um Pensamento decolonial. *ILUMINURAS*, 20(50), 255-278. <https://doi.org/10.22456/1984-1191.80371>
- Oliveira, E. S. & Lucini, M. (2021). O Pensamento Decolonial: Conceitos para Pensar uma Prática de Pesquisa de Resistência. *Boletim Historiar*, 8(1), 97-115. Recuperado de <https://periodicos.ufs.br/historiar/article/view/15456>
- Paterson, M. (2017). *Consumption and Everyday Life*. Routledge.
- Queiroz, M. L. E., Hemais, M. W., & Pessoa, L. A. (2021). Um estudo pós-colonial, com o uso da semiótica, sobre capas de livros clássicos editados no Brasil e nos Estados Unidos. *Cadernos EBAPE.BR*, 19(4), 1031-1046. <https://doi.org/10.1590/1679-395120200200>
- Quijano, A. (1991). "Colonialidad Y Modernidad/Racionalidad," *Perú Indígena*, 13(29), 11-20. Recuperado de <https://www.lavaca.org/wp-content/uploads/2016/04/quijano.pdf>
- Quijano, A. (2007). Coloniality and modernity/rationality. *Cultural studies*, 21(2), 168-178. <https://doi.org/10.1080/09502380601164353>
- Quijano, A. & Wallerstein, I. (1992). Americanity as a concept, or the Americas in the modern world. *International Social Science Journal*, 44(4), 549-557.

- Recuperado de <https://newuniversityinexileconsortium.org/wp-content/uploads/2022/02/Quijano-and-Wallerstein-Americanity-as-a-Concept.pdf>
- Reinert, M. (2001). Alceste, une méthode statistique et sémiotique d'analyse de discours. Application aux Rêveries du promeneur solitaire. *Revue française de psychiatrie et de psychologie médicale*, 5(49), 32-36.
- Rodrigues, L. (2021). Decolonial Reflections in Marketing: The Colonialities of Power, Knowledge and Being. *Revista Interdisciplinar de Marketing*, 11(2), 92-114. <https://doi.org/10.4025/rimar.v11i2.58641>
- Rodrigues, L. & Hemais, M. W. (2020). Eurocentric influences on the Brazilian Advertising Self-Regulation System: historical research from a decolonial perspective. *Cadernos Ebape.Br*, 18(1), 794-806. <https://doi.org/10.1590/1679-395120200024x>
- Salazar, O. C., Vargas, F. M., & Pascagaza, E. G. (2021). Circular economy and reducing consumption from a decolonial approach. *Cuadernos De Administración*, 37(70). <https://doi.org/10.25100/cdea.v37i70.10905>
- Salazar, O. C., Vargas, F. M., & Rangel, P. E. S. (2022). La Reducción Voluntaria del Consumo Como Oportunidad de Desarrollo a Escala Humana. *El Ágora USB*, 21(2), 690-709. <https://doi.org/10.21500/16578031.5880>
- Salviati, M. E. (2017). *Manual do aplicativo Iramuteq*. Recuperado de <http://www.iramuteq.org/documentation/fichiers/manual-do-aplicativo-iramuteq-par-maria-elisabeth-salviati>
- Sandikci, O. (2022). The scalar politics of difference: Researching consumption and marketing outside the west. *Marketing Theory*, 22(2), 135-153. <https://doi.org/10.1177/14705931221074721>
- Santos, V. M. (2018). Notas desobedientes: decolonialidade e a contribuição para a crítica feminista à ciência. *Psicologia & Sociedade*, 30(1), 1-11. <https://doi.org/10.1590/1807-0310/2018v30200112>
- Sassatelli, R. (2007). *Consumer culture: History, theory and politics*. Sage.
- Slade, T. (2020). Decolonizing luxury fashion in Japan. *Fashion Theory*, 24(6), 837-857. <https://doi.org/10.1080/1362704x.2020.1802101>
- Silva, M. A. S. (2020). Uma Fusão no Estilo Mwangolé. *E-Compós*, 23, 1-24. <https://doi.org/https://doi.org/10.30962/ec.2104>
- Soares, T. & Pereira, S. L. (2021). Juventudes, cosmopolitismos e Consumo Midiático. *Revista FAMECOS*, 28(1). <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2021.1.36725>
- Solomon, M. R. (1983) The Role of Products as Social Stimuli: A Symbolic Interactionist Perspective. *Journal of Consumer Research*, 10, 319-329. <http://dx.doi.org/10.1086/208971>
- Sousa, Y. S. O. (2021). O Uso do Software Iramuteq: Fundamentos de Leximetria para Pesquisas Qualitativas. *Estudos e Pesquisas em Psicologia*, 21(4), 1541-1560. <https://doi.org/10.12957/epp.2021.64034>
- Souza, M. A. R. D., Wall, M. L., Thuler, A. C. D. M. C., Lowen, I. M. V., & Peres, A. M. (2018). O uso do software Iramuteq na análise de dados em pesquisas qualitativas. *Revista da Escola de Enfermagem da USP*, 52(0). <https://doi.org/10.1590/s1980-220x2017015003353>
- Urbano, K., Mazur, D., Araujo, M., & Albuquerque, A. d. (2021). K-pop, ativismo de fã e desobediência epistêmica: um olhar decolonial sobre os ARMYs do BTS. *Logos*, 27-3, 177-190. <https://doi.org/10.12957/logos.2020.54453>
- Vlagopoulos, P. (2019). Decolonizing Food: Transgressive Eating in Junot Díaz's *drown*. *Arizona Quarterly: A Journal of American Literature, Culture, and Theory*, 75(3), 27-58. <https://doi.org/10.1353/arq.2019.0016>
- Walsh, C., Mignolo, W., Herrero, F., & Tinker, T. (2021). What do we mean by "decoloniality". *Journal for Cultural & Religious Theory*, 20(3). Recuperado de https://openurl.ebsco.com/EPDB%3Agcd%3A10%3A10620506/detailv2?sid=ebsco%3Aplink%3AAscholar&id=ebsco%3Agcd%3A153331236&crl=c&link_origin=www.google.com
- Walsh, C. (2009). *Interculturalidad, Estado, sociedad: luchas (de)coloniales de nuestra época*. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar/Ediciones Abya-Yala.
- Warde, A. (2014). After taste: Culture, consumption and theories of practice. *Journal of Consumer Culture*, 14(3), 279-303. <https://doi.org/10.1177/1469540514547828>
- Yáñez-Duamante, C., Oliva-Figueroa, I., Catalán-Verdugo, G., & Moreno-Doña, A. (2019). "Other" educative space and ecological knowledge: Exchange and collaborative consumption trade fairs in Chile *Estudios pedagógicos (Valdivia)*, 45(1), 123-135. <https://doi.org/10.4067/s0718-07052019000100123>