



v. 12, n. 1: Patrimônio cultural em debate: balanços e desafios – 2023 – ISSN 2316-395X

Mundialização da cultura: notas sobre inovação e desenvolvimento cultural

Globalization of culture: notes on innovation and cultural development

Globalización de la cultura: notas sobre innovación y desarrollo cultural

Wesley Lima¹
José Rogério Lopes²

Recebido em: 4 fev. 2022
Aceito para publicação em: 26 out. 2022

¹ Doutorando pelo Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional e mestre em Geografia, ambos pela Universidade Federal do Tocantins (UFT). Graduado em História pela Universidade Federal do Oeste da Bahia (Ufob). Bolsista de doutorado pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes).

² Graduado em Pedagogia, mestre e doutor em Ciências Sociais pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Docente permanente do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional da Universidade Federal do Tocantins (UFT).

Resumo: O presente texto busca dimensionar uma discussão teórica acerca de temas relacionados à cultura em seus variados aspectos da vida cotidiana. Verificou-se, com base na pesquisa bibliográfica com síntese qualitativa, os aspectos sociais e políticos que levaram a cultura a se tornar mundializada e, conseqüentemente, consumível. Ademais, visou-se articular a essa problematização o papel da cultura como um elemento agenciador de inovação e, portanto, de desenvolvimento. As discussões realizadas demonstraram que a globalização e a emergência de uma sociedade global acarretaram uma massificação da cultura, transfigurando-a em um elemento cabível de ser adquirido, ao mesmo tempo em que sua mundialização produziu transformações substanciais nas sociedades, por meio da inovação técnica e da indústria cultural.

Palavras-chave: mundialização da cultura; técnica; inovação; desenvolvimento.

Abstract: This paper seeks to scale up a theoretical discussion about the cultural dimension in its various aspects of everyday life. Based on the bibliographical research with qualitative synthesis, it was verified the social and political aspects that led the culture to become globalized and, consequently, consumable. Furthermore, the aim was to articulate to this problematization the role of culture as an agent of innovation and, therefore, of development. The discussions carried out demonstrate that globalization and the emergence of a global society have resulted in a massification of culture, transfiguring it into a purchasable object, while the globalization of culture has produced substantial transformations in societies, through technical innovation and cultural industry.

Keywords: globalization of culture; technique; innovation; development.

Resumen: Este texto busca ampliar una discusión teórica sobre la dimensión cultural en sus diversos aspectos de la vida cotidiana. Se buscó, con base en la investigación bibliográfica con síntesis cualitativa, analizar los aspectos sociales y políticos que llevaron a la cultura a convertirse en un producto comercial, es decir, capaz de venderse y consumirse. Además, se pretendía articular a esa problematización el papel de la cultura como agente de innovación y, por tanto, de desarrollo. Las discusiones que tuvieron lugar demostraron que la globalización y el surgimiento de una sociedad global dieron como resultado una masificación de la cultura, transfigurándola en un elemento adquirible, mientras que la globalización de la cultura ha producido transformaciones sustanciales en las sociedades, por medio de la innovación técnica y de la industria cultural.

Palabras clave: globalización de la cultura; técnica; innovación; desarrollo.

INTRODUÇÃO

O imbróglio que perpassa o conceito de cultura é extenso. São diversas definições que buscam melhor caracterizar sua empregabilidade e definição. Identificada como uma construção multifacetada, a cultura enquanto conceito é tida como o resultado das práticas e interações entre os indivíduos que compõem uma mesma sociedade. Essas práticas simbólicas e representativas são exemplificadas pelo uso de padrões estabelecidos por um grupo; como exemplo, o uso da língua, a crença, as vestimentas, entre outros aspectos que constituem as relações humanas. São esses modos de ser e viver no espaço que vão construir uma cultura performática e ínsita.

Dada sua gama conceitual, inicialmente, cabe-nos revisitar alguns teóricos que já versam sobre a cultura em seu sentido mais plural. Ao analisar Paul Ricouer, Teixeira (1994) tece ressalvas sobre a cultura como prática. Para tanto, o autor destaca que “a cultura, no seu sentido antropológico mais amplo [...]”, está caracterizada pela “injunção da palavra no mundo, ou melhor, pela habitação humana no mundo, pelo jogo da alteridade na constituição da ipseidade” (TEIXEIRA, 1994, p. 217).

Nesse mesmo sentido, recorrendo ao texto *Civilisation universelle et cultures nationales*, de Paul Ricouer (1967), observam-se alguns pontos explicitados nele, entre os quais está a busca do autor por responder a seguinte questão: O que constitui o núcleo criador de uma cultura? Ricouer (1967) pontua que a constituição de uma cultura está posta pela especificidade de um povo, sendo, por conseguinte, um complexo de valores que residem “nas atitudes concretas perante a vida” (RICOEUR, 1967, p. 331), isto é, determinadas pelas tradições, mudanças e os comportamentos dos indivíduos.

Bauman (2002) também discorre acerca do conceito de cultura. Para ele há uma

ambiguidade persistente do conceito de cultura. É muito importante a ideia de que essa ambiguidade deriva não tanto da maneira como as pessoas definem cultura, mas da incompatibilidade existente entre numerosas linhas de pensamento (BAUMAN, 2002, p. 95).

Objetivando diminuir as dubiedades presentes no conceito de cultura, o sociólogo polonês destaca três modelos conceituais sobre cultura, sendo eles: cultura como conceito, cultura como estrutura e cultura como práxis. Além dessas concepções, importa ainda destacar o que Williams (1960) considera pela noção de cultura, tratando-se de um termo mais abrangente e com um novo arranjo:

A ideia de cultura é uma reação geral a uma mudança geral e importante nas condições da nossa vida comum. Seu elemento básico é seu esforço de avaliação qualitativa total. A mudança em toda a forma da nossa vida comum produziu, como reação necessária, uma ênfase na atenção a toda esta forma. Uma mudança particular modificará uma disciplina habitual, mudará uma ação habitual. A mudança geral, quando tem funcionado bem, nos faz voltar aos nossos desígnios gerais, que temos que aprender a olhar novamente, e como um todo. A elaboração da ideia de cultura é um processo lento de alcançar novamente o controle (WILLIAMS, 1960, p. 314).

Neste trabalho faremos uso da definição empregada por Laraia (2001), que discute em sua obra diversas formulações e reformulações sobre a cultura. Apesar das enormes diferenças conceituais utilizadas pelos teóricos, o autor identifica um consenso entre eles: concordam que a cultura se constitui de sistemas (padrões de comportamentos transmitidos), no qual “a tecnologia, a economia de subsistência e os elementos da organização social diretamente ligada à produção constituem o domínio mais adaptativo da cultura” (LARAIA, 2001, p. 59). Ademais, destaca-se que, na concepção abordada pelo autor, a cultura faz parte de um sistema estrutural, o qual, por sua vez, constitui um sistema simbólico cujos símbolos são transmitidos pela convivência e identificados pelos atores que compõem um núcleo cultural social.

Arelada a tal discussão se enquadra a emergência de uma sociedade global. Ao abordar uma cultura mundializada, visa-se compreender o desenvolvimento da globalização como um fenômeno emergente que resultou em culturas massificadas. Dessa maneira e se tratando de globalização, tem-se a construção de um imaginário em torno de algo que engloba, integra e incorpora.

A globalização enquanto fenômeno pode ser compreendida como um processo de difusão de informação, de mundialização da cultura e de avanço da tecnologia. Ela também pode ser interpretada como um motor de encurtamento do espaço-tempo por meio das tecnologias de informação. Logo, a globalização é o ápice do processo de internacionalização do mundo capitalista, em que se configuram dois elementos fundamentais para a construção de um mundo globalizado: o estado da técnica e o estado da política (SANTOS, 1998).

O presente artigo objetiva elaborar alguns apontamentos que destacam a cultura como uma lógica para o desenvolvimento e a inovação, partindo da compreensão e das nuances que envolvem o campo cultural e sua articulação com as noções de técnica e desenvolvimento. Esta pesquisa está estruturada em quatro eixos: no primeiro, discute-se sobre a mundialização da cultura e a sociedade global; no segundo, problematizam-se as noções sobre o campo da cultura, da inovação e da técnica; no terceiro, tem-se uma discussão que destaca alguns apontamentos sobre cultura, consumo e desenvolvimento; no quarto eixo, por fim, apontam-se algumas reflexões que sistematizam a mundialização da cultura sob uma ótica decolonial, seguidas das considerações finais. Este estudo caracteriza-se pela abordagem qualitativa, tendo como base teórica a revisão bibliográfica da literatura.

MUNDIALIZAÇÃO DA CULTURA E SOCIEDADE GLOBAL

O sociólogo Renato Ortiz (2007), em sua considerável obra *Mundialização da cultura*, publicada originalmente em 1994, tece ressalvas que partem da concepção de uma cultura internacionalizada, isto é, global, com o objetivo de elucidar as transformações radicalmente provocadas nas últimas décadas e que acarretaram os processos de mundialização e/ou globalização, os quais transfiguraram os modos de vida e impactaram grupos, etnias e diferentes classes sociais.

Elaborando na tessitura de suas análises uma abordagem de alta reflexividade, Ortiz (2007) pontua os aspectos característicos que deram origem à mundialização da cultura. Ao se fundamentar a eclosão do que conhecemos por mundialização, tem-se, inicialmente, a construção emoldurada desse processo que era difundido com a perspectiva de um futuro otimista. Sendo assim, diversos autores argumentavam em torno de uma sociedade mundializada, bem como “nos anunciam as boas-vindas de uma sociedade feliz, marcada pela exuberância da técnica, e a comunhão dos homens numa sociedade planetária” (ORTIZ, 2007, p. 13).

Utópicas e fantasiosas, as narrativas fabricadas para anunciar as transformações ocorridas no final do século XX e início do século XXI vislumbravam a aldeia global como o grande marco inaugural de uma Nova Era, tendo a concepção de que a comunicação seria transmitida para todo o globo de forma instantânea. Acerca disso, Milton Santos (2007, p. 41) destaca:

Aldeia global tanto quanto espaço-tempo contraído permitiu imaginar a realização do sonho de um mundo só, já que, pelas mãos do mercado global, coisas, relações, dinheiros, gostos largamente se difundem por sobre continentes, raças, línguas, religiões, como se as particularidades tecidas ao longo de séculos houvessem sido todas esgarçadas.

Para Santos (2007), o conceito de aldeia global traz à tona a percepção de que estaríamos todos conectados e próximos por meio da diminuição das distâncias e do prodígio da velocidade. Tal asserção vale tanto para as pessoas, que utilizariam a instantaneidade para se comunicar, como também para a cultura, que avançaria de modo desterritorializado, internacionalizado. Salienta-se que, diante das imbricações provocadas pela mundialização

da cultura, destaca-se o que Harvey (1993, p. 219) definiu como compressão do espaço-tempo:

[...] uso a palavra “compressão” por haver fortes indícios de que a história do capitalismo tem-se caracterizado pela aceleração do ritmo de vida, ao mesmo tempo em que venceu as barreiras espaciais em tal grau que por vezes o mundo parece encolher sobre nós. O tempo necessário para cruzar o espaço e a forma como costumamos representar esse fato para nós mesmos são indicadores úteis do tipo de fenômeno que tenho em mente. À medida que o espaço parece encolher numa “aldeia global” de telecomunicações e numa “espaçonave terra” de interdependências ecológicas e econômicas – para usar apenas duas imagens conhecidas e corriqueiras –, e que os horizontes temporais se reduzem a um ponto em que só existe o presente (o mundo do esquizofrênico), temos de aprender a lidar com um avassalador sentido de compressão dos nossos mundos espaciais e temporal.

Ressalta-se que, nesse aspecto, atrelado ao próprio processo de mundialização, o capitalismo é o sistema-ideia e o elemento articulador dessas novas relações emergidas. Da mesma forma, confere à cultura uma nova dimensão, agora de abrangência sem limites, vinculada a ele e transfigurada por uma nova ordem não só espacial, mas também social e econômica. A respeito disso e assumindo uma sociedade globalizada, sem fronteiras e desterritorializada, Ortiz (2007) questiona: como pensar essa realidade mundial a partir da problematização cultural?

Para o autor, a cultura nesse cenário mundializado caminhará rumo a novas interpretações. A primeira delas seria identificar que “uma cultura mundializada não implica no aniquilamento das outras manifestações culturais, ela coabita e se alimenta delas. Um exemplo: a língua” (ORTIZ, 2007, p. 27). Considerando o não apagamento pela mundialização, considera-se salientar que, enquanto produção social de um grupo, a cultura ganha novas roupagens e significações mediante a inserção de novos elementos. Importa compreender, no entanto, como ela se desloca de sua função social de caráter identitário e simbólico e se transforma em uma mercadoria para uso do capital.

À medida que a dimensão da mundialização avança, nota-se o vínculo desse advento com uma sociedade que aos poucos caminha em busca de um ideal de progresso, desenvolvimento e inovação, quer pela importância da tecnologia que ganhou destaque nesse novo cenário, quer pelo avanço das técnicas inseridas ao longo da história. Com o exposto, Ortiz (2007) pontua que, ao se tratar de mundialização, é necessário compreendê-la como um fenômeno que envolve dois aspectos primordiais: processo e totalidade.

A mundialização enquanto processo “se reproduz e desfaz incessantemente (como toda sociedade) no contexto das disputas e das aspirações divididas pelos atores sociais [...]”, revestindo-se “[...] de uma dimensão abrangente, englobando outras formas de organização social: comunidades, etnias e nações” (ORTIZ, 2007, p. 30). Ainda de acordo com o sociólogo,

[...] o processo de mundialização é um fenômeno social total que permeia o conjunto das manifestações culturais. Para existir, ele deve se localizar, enraizar-se nas práticas cotidianas dos homens, sem o que seria uma expressão abstrata das relações sociais. Com a emergência de uma sociedade globalizada, a totalidade cultural remodela, portanto, sem a necessidade de raciocinarmos em termos sistêmicos, a “situação” na qual se encontravam as múltiplas particularidades [...]. Uma cultura mundializada corresponde a uma civilização cuja territorialidade se globalizou. Isto não significa, porém, que o traço comum seja sinônimo de homogeneidade (ORTIZ, 2007, p. 30-31).

Com efeito, a ruptura e a reformulação dessa concepção, vinculada ao emaranhado sistêmico estrutural do processo mundializado, alavancam a difusão de práticas e representações que antes estavam definidas por um território, por barreiras e regiões. Agora, por conta do remodelamento desse sistema, tal processo ou fenômeno de mundialização constitui-se de múltiplas formas, partindo de diferentes locais. Mantém-se sua unicidade, porém reveste-se de novos elementos oriundos de outros grupos.

Conseqüentemente, “ciência, tecnologia e consumo são vetores importantes no processo de formação de uma sociedade globalizada” (ORTIZ, 2007, p. 32). Um exemplo desses vetores formados com a mundialização é a fabricação de uma indústria cultural, uma vez que o capitalismo e o industrialismo vão se imbricar em tal esfera, constituindo uma cultura de massa.

Em decorrência disso, Ortiz (2007, p. 32) destaca que, “dentro de uma sociedade de consumo, o processo de padronização se instaura com força. A produção serializada de artefatos culturais permitirá inclusive uma analogia com racionalidade fabril”. Uma vez que a cultura se torna um produto possível de comercializar, ocorre um “processo de padronização hegemônico no mundo atual (significa dizer que outros tipos de expressões culturais coexistem no contexto hegemônico da sociedade global)” (ORTIZ, 2007, p. 33).

Retomando a constituição de uma cultura de massa, mencionada anteriormente, cabe destacar que ela “surge no século XX e decorre das transformações do capitalismo nas sociedades industriais” (ORTIZ, 2017, p. 24). Em razão da mundialização e do advento das tecnologias, a difusão cultural ganhou novos contornos, transformando-se radicalmente (ORTIZ, 2017). Em virtude da expansão econômica, da mídia, das tecnologias e, sobretudo, da internet, os bens culturais com novos delineamentos foram reorganizados com base em uma cadeia produtiva. Dessa forma, “a produção e a distribuição em massa dos bens culturais implicava uma reorganização de cadeia produtiva e da relação entre os produtos e o consumidor” (ORTIZ, 2017, p. 26). Ademais,

[...] não há cultura de massa sem os meios técnicos que possibilitem se efetivar. Esses são os meios de comunicação: jornais, revistas, cinemas, *outdoors*, rádio, televisão. Eles constituem os veículos preferenciais de um novo tipo de expressão simbólica. Devido à sua natureza, são capazes de distribuir os bens culturais à distância, atingir um espaço até então restrito a fronteiras bem determinadas. Uma sociedade e uma cultura de massa somente podem existir através dos meios de comunicação. Eles surgem como instituições de socialização das pessoas, fazem concorrência à escola, família e religião (ORTIZ, 2017, p. 26).

Uma cultura massificada, mundializada, implica nas entrelinhas desse processo a elaboração da imagem a ser consumida, ou seja, do *marketing* que levará ao consumo de tal cultura. Podemos considerar, então, que pontuar sobre cultura de massa pressupõe automaticamente falar sobre as técnicas que efetivam a produção dela, como será visto no próximo tópico.

CULTURA, INOVAÇÃO E TÉCNICA

A globalização e a *nova modernidade* (ORTIZ, 2017) produziram uma série de mudanças na ordem mundial. Entre elas, considera-se destacar a elaboração de técnicas, visto que a tecnologia se tornou um parâmetro para compreender as inovações. Técnica e inovação, atreladas à mundialização, resultaram na formação de uma cultura como recurso, isto é, como elemento político e econômico ordenado pelo capitalismo cultural, que atrai investimento. Dessa forma, “a noção de cultura como recurso pressupõe seu gerenciamento

[...], uma vez que essa circula globalmente, numa velocidade crescente” (YÚDICE, 2006, p. 17).

Considerando o pressuposto, e visando identificar o papel da cultura em um novo modelo societário, é notável que “a cultura simplesmente se tornou um pretexto para a melhoria sociopolítica e para o crescimento econômico” (YÚDICE, 2006, p. 19). De igual modo, assinala-se como as altas tecnologias e as inovações técnicas culminaram na “produção e distribuição cultural” (WILLIAMS, 2011, p. 217).

No contexto de um estado de técnica e inovação, a difusão da informação e dos equipamentos transmissores de comunicação constituíram um forte veículo de poder e controle informacional, possibilitando uma

organização da vida em sociedade assentada em materialidade das “novas tecnologias”: invenção do transistor, microprocessadores, advento dos computadores e da microeletrônica, avanços obtidos na transmissão de informações via fibras óticas, internet (ORTIZ, 2017, p. 28).

À medida que a tecnologia ganha espaço em um novo modelo societário, a cultura expande-se de forma ágil, tanto no campo social como nos campos político e econômico. Por conseguinte, pode-se ponderar que “a cultura do nosso tempo é caracterizada como uma cultura de globalização acelerada, portanto, como um recurso” (YÚDICE, 2006, p. 8).

De acordo com Williams (2011), no cerne dessas modificações o determinismo tecnológico consagra a técnica e o experimento como novos agentes nas relações sociais. O autor discorre que “praticamente toda a pesquisa técnica e todo experimento são realizados dentro de relações sociais e formas culturais já existentes [...]” (WILLIAMS, 2011, p. 129). Isso quer dizer que a invenção técnica só possui relevância quando é utilizada conscientemente e para fins de usos sociais, “ou seja, quando deixa de ser uma invenção técnica para ser o que pode ser propriamente chamado de uma tecnologia disponível –, é que a invenção ganha relevância” (WILLIAMS, 2011, p. 129).

Essa forma de seleção, podendo ser utilizada e concebida para usos particulares e vantagens individuais, requer, sobretudo, investimento e desenvolvimento que vão resultar em um quadro econômico e, igualmente, social. Como exemplo, o referido autor cita a criação das comunicações via rádio e via satélite como instrumentos tecnológicos utilizados com finalidades sociais, mas também políticas, por incluir na difusão dessas tecnologias um controle informacional e social. Nesse sentido, ressalta-se como a técnica enquanto instrumentalização é aplicada em grupos já presentes: “há uma intenção clara, nos centros mais poderosos, de usar essa tecnologia para ultrapassar os limites nacionais culturais existentes” (WILLIAMS, 2011, p. 132).

Outrossim, vislumbra-se um cenário inédito e possível de modulação conforme interesses particulares, uma vez que há recursos tecnológicos de informação que vão perpassar do local para o global. Discorre-se, então, a respeito de uma cultura massificada, na qual a mundialização da cultura ganha foco por intermédio da indústria cultural e com o auxílio de meios e redes de comunicação, em que costumes e culturas se tornam comuns ou mecânicos. Para Adorno (2002, p. 16-17):

[...] cultura de massa em face do liberalismo tardio está na exclusão do novo. A máquina gira em torno do seu próprio eixo. Chegando ao ponto de determinar o consumo, afasta como risco inútil aquilo que ainda não foi experimentado [...]. Pois só o triunfo universal do ritmo de produção e de reprodução mecânica garante que nada mude, que nada surja que não possa ser enquadrado.

Por conta disso há a fragmentação e o consumo de uma cultura de massas (LIMA, 2018), conforme descrito por Adorno (2002), ora supracitado. Ainda nesse debate cultural, recuperam-se aqui novamente os apontamentos destacados por Williams (2011) ao tratar da comunicação via satélite como um instrumento tecnológico:

O satélite é visto como uma forma moderna perfeita para penetrar áreas comerciais e culturais até então controladas ou reguladas por autoridades nacionais “locais”: ou seja, sociedades com organização e governos próprios. Nos planos de distribuição das corporações que produzem filme, televisão, esporte, e nas estratégias de mercado e de publicidade das companhias multinacionais, os satélites e estes usados conjuntamente com cabos são novos modos decisivos de acesso (WILLIAMS, 2011, p. 132).

Consequentemente, o resultado desse aparato técnico-científico, com as comunicações via rádio, satélite e, posteriormente, a internet, possibilita, primeiramente, um controle informacional por aqueles que monopolizam e detêm poder sobre esses instrumentos. Em segunda instância, existe a possibilidade da quebra do vínculo, ou seja, com esses recursos as instituições se desvinculam do lugar. Há, portanto, uma desterritorialização, uma transição da vida cultural que vai se desmembrar de um local fixo para compor um novo modo de vida, agora tecnológico e virtual.

CULTURA, CONSUMO E DESENVOLVIMENTO

Mediante o exposto são evidenciados alguns apontamentos finais. Com a globalização e o advento das tecnologias, ocorreu uma inovação no que conhecemos por cultura. A saber, os discursos pautados numa ideia de desenvolvimento associado sempre à difusão tecnológica caminharam lado a lado com o ideal de inovação cultural e, portanto, social. Diante disso, o processo de mudança que acarretou a mundialização da cultura expôs uma dicotomia estabelecida na transição da vida cultural.

O confronto significativo entre a *cultura de massa* e a *cultura popular* é situado na distinção de que “esses termos se viam inevitavelmente atrelados a uma poderosa carga de valor (*grosso modo*, alta = bom; popular = degradado)” (HALL, 2016, p. 19). Em uma sociedade globalizada que ainda distingue as alteridades culturais existentes entre o que é uma cultura de valor e possível de ser apreciada e consumida e o que é uma cultura degradada e desvalidada, nota-se a valorização de padrões comportamentais que vão corroborar uma cultura por intermédio das práticas de consumo; numa realidade social em que o dinheiro move as relações sociais, observa-se a expansão das práticas de consumo.

Com foco na indústria cultural e nos produtos determinados por ela, considera-se destacar a representação mercadológica e os sentidos desses produtos culturais para os indivíduos que os consomem. A materialidade, enquanto bem comprável, caracteriza o bem consumível pela objetificação, o que gera significado e valor, como aponta Fisher (2006, p. 104), para quem “as dimensões culturais do consumo podem ser percebidas por meio das atitudes para com os materiais”. Tal objetificação torna um determinado produto um padrão cultural, tanto do ponto de vista físico, da matéria, quanto do simbólico. A experiência do consumo e, sobretudo, daquilo que está sendo consumido por outros sujeitos é o que vai “indicar as dimensões culturais do processo de consumo” (FISHER, 2006, p. 104).

Para Barbosa (2006, p. 108), “todo e qualquer ato de consumo é essencialmente cultural. Ninguém come, veste, dorme, bebe e compra de forma genérica e abstrata”. É nesse sentido que é notável a ligação entre cultura e consumo. Vale ressaltar, ainda, que a indústria cultural usufrui da capacidade de externalização permitida pelas redes. A internet

como recurso suscitará o desejo para o consumo de bens visíveis e midiáticos que estarão em voga a depender da estação e do tempo, demonstrando que o sistema simbólico de práticas e representações é elaborado em grupo. Por isso, “[...] todos os objetos, bens ou serviços são partes integrantes de sistemas de práticas e representações que os tornam significativos e, portanto, ‘reais’ para determinados grupos e indivíduos” (BARBOSA, 2006, p. 108).

Por último, chama-se atenção para a habilidade dada aos *merchandisings* e propagandas como recursos difusores de um desejo não desejado, ou seja, um produto não necessariamente útil para o sujeito, contudo, por estar em um cenário de divulgação e de alcance em larga escala, torna-se desejável pelo simples fato de unificar um padrão comportamental ao mesmo tempo em que expressa o poder de aquisição daqueles que o consomem.

REPENSANDO A MUNDIALIZAÇÃO DA CULTURA

Considerando as multifaces encontradas nas pesquisas que versam sobre a mundialização da cultura e sobre o próprio conceito acerca desta, cuja interpretação denota polissemia, evidenciou-se nos estudos de Gennadievich, Arbeláez-Campillo e Rojas-Bahamón (2022, p. 149) que o processo de mundialização cultural está vinculado ao que os autores chamaram de “macrotendência do desenvolvimento do mundo moderno”, isto é, um processo orgânico que não pode ser pausado. Nas palavras de Santos (2002, p. 26), trata-se de um “fenômeno multifacetado com dimensões econômicas, sociais, políticas, culturais, religiosas e jurídicas interligadas de modo complexo”.

Tal fenômeno se caracteriza por modificar as estruturas da sociedade em escalas, ou melhor, em esferas distintas. Expressamente, nesse emaranhado de forças que perpassam a mundialização da cultura, há diálogos entre culturas díspares que se repelem ou se atraem, constituindo uma síntese de culturas, expansão cultural e aculturação.

Por outro lado, quando analisados os estudos do pesquisador mexicano Néstor García Canclini, mais especificamente sua obra *Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade*, é possível notar apontamentos que repensam as noções de mundialização e modernidade, principalmente na América Latina. O autor defende a ideia de que na América Latina a modernidade não é uma realidade, tendo em vista que o espelho consagrado do que é moderno é refletido pela ótica dos países europeus. Nesse aspecto, a configuração de uma mundialização cultural é tardia nos países colonizados, considerando a deficiência de parâmetros essenciais para a modernização societária, como educação, alfabetização e cultura (CANCLINI, 1990).

Para tal autor, a modernidade trata-se de um processo desigual e fragmentado, no qual as práticas culturais disseminadas advêm de modelos coloniais que não condizem com os ritos híbridos das regiões colonizadas e que não se encaixam na lógica de mundialização capitalista que reverbera influências culturais europeias.

A compreensão de uma cultura mundializada e forjada por países hegemônicos também é alvo de notas pelo sociólogo português Boaventura de Sousa Santos (2002). Ao tratar de uma globalização cultural ou cultura global, o autor fornece ressalvas que problematizam o fenômeno globalizante e suas nuances pelo fato de a matriz originária ser ocidentalizada ou americanizada. O entendimento das formas culturais globais pode ser designado como práticas culturais do Ocidente e, portanto, da América. Assim, “os valores, os artefatos culturais e os universos simbólicos que se globalizam são ocidentais e, por vezes, especificamente norte-americanos, sejam eles [...] o cinema, a televisão, a internet, etc.” (SANTOS, 2002, p. 45).

As indagações apontadas por Santos (2002) refletem de modo intenso na construção de culturas voltadas para o consumo e para o desenvolvimento, conforme indicado anteriormente. É essencial constatar como as redes de comunicação, especialmente a televisão e a internet, moldaram as práticas culturais de grandes grupos societários, o que

em certa medida acarretou a homogeneização citada por Santos (2002) e por Appadurai (2004).

Há, entretanto, uma polarização que envolve as discussões sobre uma possível homogeneização cultural. Enquanto para alguns teóricos o processo globalizante unifica culturas ao ponto de equalizá-las, outros afirmam que a globalização produz diversidade. Quanto a isso, Appadurai (2004, p. 49) argumenta: “a tese da homogeneização ramifica-se quase sempre, quer na tese da americanização, quer na tese da mercantilização e quase sempre as duas andam intimamente ligadas”.

Tem-se nesse cenário um afunilamento de práticas e representações que são realocadas e divulgadas por uma ampla rede de comunicação. A tendência do mundo moderno fragmentou culturas e práticas culturais, disseminando-as e produzindo a homogeneização e a heterogeneização cultural.

Ademais, os debates científicos que abrangem os temas em torno da globalização, da mundialização, da cultura e do desenvolvimento apresentam-se como dois ímãs que, a depender dos lados, vão se repelir ou se encontrar. Nos estudos culturais, esses debates marcam, por diversas vezes, não só alteridades teóricas, como também similaridades. Apreende-se, portanto, que a globalização e a mundialização são fenômenos importados, nos quais a Europa influencia outros territórios a consumir práticas culturais e tecnológicas que perpassam do local para o global, o que Santos (2002) define como *localismo globalizado*.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os apontamentos apresentados constituem uma pequena narrativa acerca da dimensão cultural, do papel da cultura e das modificações provocadas no cenário cultural com o surgimento da internet e da indústria desse âmbito. As breves notas abordam teoricamente como o conceito de cultura é amplo, plural e moldável.

A mundialização da cultura, tema que emerge para situar as culturas que perpassam do local para o global, proporcionou novos modos de interação e difusão de informações por intermédio das redes de comunicação. Práticas e representação fazem parte de uma estrutura societária ordenada e reordenada. Nesses espaços de organização social, em que grupos produzem seus símbolos, ritos e manifestações, há a construção de culturas. Com as tecnologias, notou-se que espaços culturais, antes territorializados e oclusos e agora desterritorializados, desdobram-se pelas fibras óticas, pela mídia, pelas TVs, pelos jornais etc.

Longe de cessar as discussões sobre a temática, haja vista que a globalização é um fenômeno que ainda está ocorrendo, buscou-se, de modo geral, construir uma análise descritiva e reflexiva pautada no fenômeno da mundialização da cultura, fundamentada em fragmentos conceituais e atrelada às noções sobre a indústria cultural e à concepção de desenvolvimento no âmbito da cultura, da comercialização e do consumo em culturas globalizadas.

REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor. **Indústria cultural e sociedade**. Tradução de Juba Elisabeth Levy *et al.* São Paulo: Paz e Terra, 2002.

APPADURAI, Arjun. **Dimensões culturais da globalização: a modernidade sem peias**. Lisboa: Teorema, 2004.

BAUMAN, Zygmunt. **La cultura como praxis**. Barcelona: Paidós, 2002.

BARBOSA, Livia. Cultura, consumo e identidade: limpeza e poluição na sociedade brasileira contemporânea. In: BARBOSA, Livia; CAMPBELL, Colin (org.). **Cultura, consumo e identidade**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006. p. 107-138.

CANCLINI, Néstor García. **Culturas híbridas**: estrategias para entrar y salir de la modernidad. Barcelona: Grijalbo, 1990.

FISHER, Tom. Plásticos: a cultura através das atitudes em relação aos materiais artificiais. In: BARBOSA, Livia; CAMPBELL, Colin (org.). **Cultura, consumo e identidade**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006. p. 91-106.

GENNADIEVICH, Danilyan Oleg; ARBELÁEZ-CAMPILLO, Diego Felipe; ROJAS-BAHAMÓN, Magda Julissa. The influence of globalization processes on the culture sphere. **Revista de Filosofia**, v. 39, n. 100, p. 143-154, 2022. Disponível em: <https://www.produccioncientificaluz.org/index.php/filosofia/article/view/37615>. Acesso em: 17 out. 2022.

HALL, Stuart. **Cultura e representação**. Rio de Janeiro: Editora PUC-Rio/Apicuri, 2016. 206 p.

HARVEY, David. **Condição pós-moderna**: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural. São Paulo: Loyola, 1993.

LARAIA, Roque de Barros. **Cultura: um conceito antropológico**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 2001.

LIMA, Wesley dos Santos. Processos estruturais da globalização: diálogos entre Milton Santos e as ciências sociais. **Revista Sobre Ontens**, v. 1, p. 339-356, 2018. Disponível em: <http://revistasobreontens.blogspot.com/p/volumes-anteriores.html>. Acesso em: 5 dez. 2021.

ORTIZ, Renato. A problemática cultural no mundo contemporâneo. **Política & Sociedade**, Florianópolis, v. 16, n. 35, jan./abr. 2017. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/politica/article/view/2175-7984.2017v16n35p17>. Acesso em: 20 dez. 2021.

ORTIZ, Renato. **Mundialização da cultura**. São Paulo: Brasiliense, 2007.

RICOEUR, Paul. Civilisation universelle et cultures nationales. In: RICOEUR, Paul. **Histoire et vérité**. Paris: Seuil, 1967. p. 322-338.

SANTOS, Boaventura de Sousa. Os processos da globalização. In: SANTOS, Boaventura de Sousa (org.). **Globalização e as ciências sociais**. São Paulo: Cortez, 2002. p. 25-94.

SANTOS, Milton. **Técnica, espaço, tempo**: globalização e meio técnico-científico-informacional. São Paulo: Hucitec, 1998.

SANTOS, Milton. **Por uma outra globalização**: do pensamento único à consciência universal. Rio de Janeiro: Record, 2007.

TEIXEIRA, Joaquim. **Práxis e cultura**: algumas reflexões de Paul Ricoeur. Lisboa: Didaskalia, 1994. p. 195-228. Disponível em: <https://repositorio.ucp.pt/bitstream/10400.14/17363/1/V02402-195-228.pdf>. Acesso em: 10 dez. 2021.

WILLIAMS, Raymond. **Culture and society – 1780-1950**. New York: Anchor Books, 1960.

WILLIAMS, Raymond. **Política do modernismo: contra os novos conformistas**. São Paulo: Editora Unesp, 2011. 312 p.

YÚDICE, George. **A conveniência da cultura: usos da cultura na era global**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006. 615 p.