



**A COMPLEXIDADE DA CULTURA E AS INFLEXÕES**  
**NA GLOBALIZAÇÃO IMAGINADA**

**GT11: Comunicação e Estudos Sócioculturais**

Jakson Ferreira de Alencar

Doutorando pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo - Brasil

[jfalencar@yahoo.com.br](mailto:jfalencar@yahoo.com.br)

**Objetivos**

O artigo apresenta reflexão parcial sobre pesquisa de doutorado em andamento que investiga às inflexões e reversões naquilo que se imaginou como globalização e sua força homogeneizadora e destruidora de fronteiras ante à complexidade da cultura.

**Metodologia**

Reflexão teórica com base em pensadores em dados coletados em *corpus* de informações dos sites da revista inglesa The Economist e no site da agência latino-americana Pátria Latina. Pelas limitações de espaço, no artigo são citados apenas dados da primeira agência, mas muitos dos argumentos apresentados têm como pano de fundo informações já coletadas e classificadas também da agência Pátria Latina.

## Resumo

A cultura, como modo de vida, é lugar da variação e da complexidade. A globalização imaginada, sobretudo nas décadas de 80 e 90, mas que ainda permanece como uma concepção hegemônica, tem como uma de suas “crenças” principais a ideia de que as fronteiras estão em extinção e a cultura mundial tende a uniformizar-se. Confere-se assim um poder absoluto às técnicas modernas para “determinar” relações e apagar diferenças. Mas as variações mais vitais da cultura se dão em nível mais profundo. Junto às forças homogeneizadoras emergem as velhas e novas diferenças culturais. Acontecem trocas múltiplas entre povos e grupos, que atenuam ou apagam algumas diferenças, mantêm outras e criam novas. Mesmo as linhas principais da globalização econômica neoliberal, com a atual crise econômica iniciada em 2008, vem passando por muitos abalos e reversões. Artigo baseado em pesquisa teórico-bibliográfica e análise de um *corpus* de informações da revista *The Economist* (2008-2012). Fundamenta-se, principalmente em Williams (2011); Canclini (2010); Martín-Barbero (1997); Wolton (2006); Ghemawat (2012).

**Palavras chave:** Desglobalização; Globalização; Comunicação; Cultura; Diversidade Cultural.

A despeito do discurso sobre o fim da história e seu destino inexorável rumo à globalização, com a dissolução das fronteiras, dos estados-nações, o fim da geografia, o triunfo da informação e da comunicação e, em decorrência, a uniformização cultural, assistimos atualmente a uma espécie de “efeito bumerangue”. A globalização, conforme concebida desde há alguns anos, e mais ainda o globalismo (açodamento, ufanismo e exageros em torno da questão), vem experimentando reversões evidentes. Existem diversos indicativos teóricos e

empíricos nesse sentido. A globalização fundou-se, desde o início, no aumento das possibilidades de comunicação gerado pelas novas tecnologias da comunicação. Concebia-se a globalização, a partir da década de 1990, e a consequente uniformização cultural como um processo inexorável, linear e irreversível, mas inúmeras variantes diferentes disso têm surgido.

A enorme quantidade de tecnologias de comunicação satisfaz, aparentemente, todas as demandas. Mas, a comunicação não se faz apenas com tecnologias. Por detrás desta aparente concordância, surge a heterogeneidade das relações corpo-cultura-comunicação. Ainda que o mundo pareça resumir-se ao triunfo da comunicação, se olharmos bem – diz-nos Dominique Wolton (2006) –, perceberemos a fragilidade desta nos dias de hoje. As facilidades de transmissão de informações e de acesso a elas favorecem o conhecimento, mas não criam forçosamente comunicação, coabitação, intercompreensão, pontos de vista comuns sobre o mundo. Não se trata de negar as tecnologias de comunicação atuais ou a globalização, nem de defender o provincianismo ou localismo, fazendo uma leitura maniqueísta ou binária da dialética entre globalização e desglobalização. Trata-se de compreender que as inflexões dos processos entre corpo, cultura e comunicação no mundo de hoje parecem não confirmar tendências tidas como consensuais há alguns anos. A realidade está demonstrando uma complexidade bem maior.

### **A concepção de cultura e sua complexidade**

Raymond Williams define a cultura como um processo amplo, o que se reflete na complexidade da formação do próprio termo ao longo dos anos, como ele demonstra em *Cultura e Sociedade* (2011). A concepção de cultura, surgida em parte como reação à revolução industrial, desde então tem passado por uma contínua sobreposição de significados, que não se excluem, mas somam-se, o

que mostra a vivacidade do processo cultural, seus conflitos e intersecções entre contexto social, econômico, histórico e político. Embora na primeira parte do livro Williams enfatize o impacto da industrialização para a vida social e a cultura como reação a isso, ao longo do livro ele deixa claro que a reação não é apenas à industrialização que parecia tornar a vida antinatural e mecânica, transformando as pessoas apenas em “braços para trabalhar”, mas aos novos tipos de relacionamentos sociais, movimentos sociais e políticos, à democracia. A ampliação da participação política relaciona-se também a ampliação da participação cultural, minando a compreensão de cultura como algo apenas das elites. Na introdução, ele diz que a ideia de cultura seria muito simples se fosse reduzida apenas à reação à revolução industrial, sem incluir esses outros elementos e os problemas de classe social.

O conceito inicial de cultura relaciona-se a “cultivo” íntimo, em associação ao cultivo de lavouras, seria o treinamento humano para desenvolver-se interiormente, no sentido de tornar-se “civilizado” ou “cultivado” (WILLIAMS, 2007, 119) depois passou a ser usado também para o processo mais geral de desenvolvimento humano como estado geral ou hábito da mente, aproximando-se da ideia de perfeição humana. Depois o termo passou a significar o desenvolvimento intelectual geral em uma sociedade como um todo, sendo usado para enfatizar as culturas nacionais e tradicionais. Em terceiro lugar incluiu como significado o corpo geral das artes. E quarto, já mais tarde, no século XX, “passou a significar todo um modo de vida, material, intelectual e espiritual” (Idem). Como o próprio Williams afirma, a cultura envolve uma complexidade “notável”, cada tendência se inclina a negar a outra, apesar das tentativas de reconciliação, o que gera dificuldades para a teoria da cultura, das quais, o problema de saber se cultura se trata de uma teoria das artes e da vida intelectual em suas relações com a sociedade, ou uma teoria do processo social que cria modos de vida específicos e diferentes, é apenas o problema mais óbvio e inicial (WILLIAMS, 1979, 23-24).

Todos esses significados de cultura continuam sendo usados na atualidade e Williams não exclui nenhum em suas abordagens, mas acentua o sentido de cultura como modo geral de vida. Dentre os muitos autores que ele cita em *Cultura e Sociedade*, nesse sentido, é enfática a citação de um trecho de T. S. Eliot e o comentário que segue-o com relação à cultura como modo geral de vida:

A cultura (...) inclui todas as atividades e interesses característicos de um povo: o dia do Derby, a regata de Henley, um torneio de futebol, corrida de cães, o alvo de dardos nas tavernas, o queijo de Wensleydale, a couve cozida aos pedaços, beterrabas ao vinagre, as igrejas góticas do século XIX, a música de Elgar (WILLIAMS, 2011, 260).

Embora essa citação aponte para uma variedade, é mais restrita do que a definição “modo geral de vida”. Williams afirma que essas categorias de Eliot são esporte, comida e um pouco de arte, componentes do lazer inglês, e incluiria também a siderurgia, passeios de automóvel, fazendas mistas, a bolsa de valores, minas de carvão e o transporte público. Para ele qualquer lista seria incompleta, de maneira que mesmo a lista de Eliot sendo ampla revela que o mesmo não aceita totalmente a concepção de “modo geral de vida”, apenas transferido o sentido “especializado” de cultura para a cultura popular e às vezes recaindo nesse sentido especializado novamente.

A cultura abrange, então, o todo da vida; é algo amplo, vivaz, em fluxo contínuo e sucessivas transformações. Todas essas categorias e dimensões da vida que a compõe, sejam categorias macro ou micro, incluem ampla diversidade conforme a época, o lugar a sociedade. A cultura é lugar da variação. Para Williams, imaginar a uniformidade da cultura a partir de alguns artefatos que as pessoas possam usar

ou adquirir ou a partir de alguns de seus aspectos, como vestuário, esporte e lazer é olhar apenas algumas evidências externas; a cultura é bem mais que isso (Ibid., 347-349). Sobre as diferenças, variedade e desigualdades que compõem a cultura como modo geral de vida, é lapidar um trecho dos últimos parágrafos do livro *Cultura e sociedade*:

Conhecer, mesmo parcialmente, qualquer grupo de processos de vida é perceber sua extraordinária variedade e complexidade e maravilhar-se com ela. Conhecer, mesmo parcialmente, a vida do homem é perceber sua extraordinária multiplicidade, sua grande fertilidade de valor e maravilhar-se com elas. Temos de viver por nossas próprias conexões, mas só podemos viver plenamente, em comum, se aceitarmos as conexões de outros e fizermos com que nossa função comum seja manter os canais de crescimento desimpedidos. Até hoje, nunca, no grande modelo de herança e reação, dois indivíduos totalmente idênticos foram formados. (Ibid., 360).

### **A globalização imaginada e a diversidade da cultura**

A globalização imaginada, ou mesmo “pregada”, sobretudo nas décadas de 1980 e 90, mas que ainda permanece como uma concepção hegemônica até hoje, do final dos anos 1990 para cá tem passado por muitas trincas. Uma das dimensões imaginadas ou crenças principais dessa globalização é a de que a cultura mundial tende a uniformizar-se devido à globalização do mercado, ao imaginado “fim das fronteiras”, ao poder da tecnologia e da comunicação globais. Isso contrasta fortemente com o que se falou no ponto anterior sobre a “variontologia” da cultura. Imaginava-se e imagina-se a globalização dissolvendo fronteiras de todo tipo

“locais, regionais, continentais; ultrapassando as barreiras culturais, linguísticas, religiosas ou civilizatórias” (IANNI, 1997, 80). Confere-se assim um poder absoluto às técnicas modernas para “determinar” relações e apagar diferenças.

Mas será que a técnica tem toda essa capacidade de determinar a cultura? Para Williams, há uma tendência geral a confundir as próprias técnicas com o uso que se faz delas em uma determinada sociedade, ao considerar esses usos: “nosso argumento é normalmente seletivo, às vezes a um grau extremo” (WILLIAMS, 2011, 326-327). No ponto de vista do economista indiano Pankaj Ghemawat, professor da escola de negócios Iese, de Barcelona, relatado por *The Economist*, as crenças exageradas das pessoas quanto à globalização se dão, porque em parte as pessoas têm uma tendência natural a superestimar a capacidade de destruidora de distâncias das tecnologias. Voltando à era dos ditadores e das guerras mundiais podem-se encontrar pensamentos similares. “Henry Ford disse que carros e aviões foram ‘unindo o mundo’. Martin Heidegger disse que ‘tudo é igualmente distante e igualmente próximo’. George Orwell ficou tão irritado com tudo isso que escreveu um ataque contra toda a conversa então em moda sobre a abolição da distância e do desaparecimento das fronteiras, e isso foi em 1944, quando Adolf Hitler estava avançando com sua própria abordagem sobre o achatamento do mundo” (THE ECONOMIST, 20 abr 2011). Falando com relação à revolução industrial na Inglaterra, Williams diz que tendia a produzir uniformização em habitação, vestuário e formas de lazer, mas a “distinção vital está em um nível diferente” (2011, 349).

Se a globalização avançou em mercados, artefatos, produtos, transmissão de informações e de comunicações, mesmo que em menor quantidade que mera transmissão, para as estruturas políticas, ela não avançou. Embora se diga que os governos locais foram enfraquecidos, as estruturas políticas internacionais tais como ONU e OMC dentro outras funcionam precariamente, com poder de decisão

de uns poucos países; com credibilidade em decréscimo e formação de consensos cada vez mais difíceis, senão impossíveis. E quando souu a atual crise econômica, iniciada em 2008, quem foi chamado para decidir e tomar iniciativas voltadas para a solução foram os velhos Estados-nações cuja morte havia sido decretada e que, pelo contrário estão se fortalecendo.

Mesmo com relação aos mercados, que se pensava ser a única dimensão de fato que se globalizava, a crise de 2008 força a uma reavaliação das crenças a respeito. As teses sobre os benefícios do fim de barreiras e fronteiras nacionais e regionais não estão assim tão fortes depois dessa crise. No jornalismo de economia, de política e relações internacionais não param de surgir notícias de que os protecionismos e barreiras estão aumentando e que o comércio internacional está sendo reduzido<sup>1</sup>. Mesmo acordos regionais como a União Europeia, com países que possuem com mais proximidade e semelhanças do que uma “aldeia” planetária com os outros cerca de 190 países, pelos problemas e disparidades atuais, corre até riscos de implosão. As 11 línguas faladas no parlamento europeu correspondem a diferenças culturais que não se dissolvem com acordos econômicos de integração. Algo semelhante ocorre com a diversidade de idiomas e os antagonismos culturais e políticos entre norte-americanos e latino-americanos (CANCLINI, 2010, 23). Entre estes últimos inclusive tem se erguido enormes barreiras físicas e tecnológicas nas fronteiras.

A despeito das crenças e receios de que um *tsunami* de produtos, marcas e filmes norte- americanos em todo o mundo homogeneíze e destrua as culturas locais, reduzindo tudo a uma cultura consumista norte-americana, Pankaj Ghemawat (2012), com base em argumentação e dados estatísticos consistentes diz que isso

---

<sup>1</sup> Em particular, afirma-se isso com relação às informações coletadas para o *corpus* da pesquisa, da qual este artigo é fruto. A pesquisa reúne informações das agências *The Economist* (<http://www.economist.com/>) e *Pátria Latina* (<http://www.patrialatina.com.br/>) entre setembro de 2008 e dezembro de 2012.

não vai ocorrer nem a curto nem a longo prazo. Como Williams, ele acredita que as diferenças e variedades culturais são mais profundas. Conforme Ghemawat algumas barreiras culturais nacionais podem ter caído nas últimas décadas, mas elas continuam sendo extremamente fortes e importantes e continuarão assim no futuro,

e não estamos falando apenas de culinária e entretenimento, mas também dos aspectos profundos da cultura, aquelas características que nos melhores casos criam um espaço de conforto e normalidade e nos piores, se enrijecem e produzem bairrismo, etnocentrismo e racismo. As manifestações mais sombrias são visíveis até em países que consideramos avançados, tolerantes e estáveis (GHEMAWAT, 2012, 222).

Metade do livro de Ghemawat, publicado em 2012, intitulado *Word 3.0*, é dedicada a desmontar as teses mais populares acerca da globalização. Em particular são feitos contrapontos à tese de que a globalização é um fato consumado. Um dos autores mais criticados no livro é o jornalista norte-americano Thomas Friedman, autor do *best seller* de 4 milhões de exemplares vendidos no qual afirma que *O mundo é plano* e todas as barreiras foram destruídas pela tecnologia. Para Ghemawat isso não passa de “globaboseira” e existe, no máximo, um mundo “semiglobalizado”. Segundo ele, dizer que o mundo está “cada vez mais globalizado” é repetir um dos maiores lugares-comuns das últimas décadas. Sua perspectiva não é a de um crítico da globalização, mas a de ajudar as empresas a nortearem-se de maneira concreta para terem mais eficácia em um mundo em que as diferenças permanecem, apesar das interconexões globais. Segundo ele, apostar em um mundo totalmente globalizado, sem fronteiras, sem diferenças e singularidades pode resultar em fracasso e prejuízos econômicos para as

empresas que pretendem atuar em outros países. Ele defende que as pessoas de forma inconsistente assumem que o mundo é muito mais interligado do que realmente é e superestimam os ganhos que poderiam ser feitos por uma maior globalização: “Curiosamente, nenhum grupo superestima a conexão global mais do que os chefes de empresas Talvez por isso, os seus esforços para expandir no exterior muitas vezes tropeçam” (THE ECONOMIST, 20 abr. 2011). A Nokia, por exemplo, passou anos tentando entrar no grande, mas idiossincrático mercado de telefonia móvel do Japão; “apanhou bastante antes de finalmente admitir a derrota”. Ele afirma que “as empresas têm mais a ganhar explorando as diferenças nacionais do que tentando colocar elas de lado à força” (*Ibid.*). Diante das generalizações e abstrações sobre a globalização, ele oferece uma “barragem de estatísticas”: apenas 2% dos estudantes estão em universidades fora dos seus países de origem, somente 3% das pessoas vivem fora do seu país de nascimento. Apenas 7% dos diretores das 500 maiores empresas (índice S&P) são estrangeiros e menos de 1% de todas as empresas norte-americanas têm quaisquer operações no exterior. As exportações são equivalentes a apenas 20% do PIB global. Os níveis atuais de emigração empalidecem diante dos de um século atrás, quando 14% das pessoas de origem irlandesa e 10% dos noruegueses nativos tinham emigrado. Naquela época, não se precisava de visto. Hoje, o mundo gasta 88 bilhões de dólares por ano no processamento de documentos de viagem e em 10% dos países do mundo, um passaporte custa mais do que 10% da renda média anual. [O fluxo de estrangeiros, europeus e africanos, para a América Latina há 500 anos e sua miscigenação com os que aqui viviam, é também de empalidecer muito do que se fala sobre leva de imigrantes atualmente]. Sobre a “nova economia” do capital de fluxo livre e informação sem fronteiras os dados oferecidos por Ghemawat são de causar ainda mais admiração: o investimento estrangeiro direto (IED) responde por apenas 9% de todo o investimento fixo. Menos de 20% do capital de risco é implantado fora do país de origem do fundo. Apenas 20% das ações negociadas

em mercados de ações são de propriedade de investidores estrangeiros. Menos de 20% do tráfego de internet ultrapassa as fronteiras nacionais. Hoje em dia, leva-se três vezes mais tempo para processar um caminhão de carga de mercadorias que atravessa a fronteira do Canadá com os Estados Unidos do que antes de 11 de setembro de 2001 (Ibid.). Ghemawat também lança luzes sobre o mito de que o mundo está sendo tomado por um punhado de empresas gigantes. O nível de concentração em muitas indústrias vitais, segundo ele, caiu drasticamente desde 1950 e manteve-se mais ou menos constante desde 1980. Há 60 anos duas empresas de automóveis respondiam por metade da produção de carros do mundo, em comparação com seis empresas hoje. Ele também refuta a idéia de que a globalização significa homogeneização. A uniformidade crescente de arranha céus nas cidades em todo o mundo mascara o crescimento das escolhas dentro delas, às quais até a mais global das empresas precisam ajustar-se (Ibid.).

Além das diferenças existentes, outras novas continuam surgindo, pois a realidade da cultura é dinâmica. Algumas vão desaparecer e outras vão evoluir ao invés de se dissolver. Por exemplo, China e Índia, de tão próximos geograficamente que são, ainda não terminaram de resolver suas disputas territoriais, mas a culinária de ambos não poderia ser mais diferentes, especialmente quanto a animais e partes de animais que devem ou não ser consumidas (Ghemawat, 2012, 223), afora outras inúmeras micro e macro diferenças culturais. Algumas diferenças são, inclusive, apropriadas pelo mercado. O McDonald's, por exemplo, serve hambúrgueres vegetarianos na Índia e hambúrgueres picantes no México, onde a Coca-Cola usa açúcar de cana em vez do xarope de milho que ele usa nos Estados Unidos. Basicamente a rede de *fast foods* em todo o mundo só tem em comum no cardápio o suco de laranja e a batata frita (Ibid., 224-227). A MTV, que se tornou global no pressuposto de que sons musicais como "A-lop-bop-a-doo-bop-a-lop-bam-boom" significava a mesma coisa em todas as línguas, agora inclui

cinco chamadas de oração por dia em suas programações na Indonésia. No caso do Brasil, com o tempo a MTV incluiu o axé e a música sertaneja e, em 2013 encerrou suas atividades, algo inusitado para um canal que há alguns anos até mesmo estudiosos da comunicação acreditavam que arrasaria com as culturas musicais diferentes e havia se tornado “a alma barulhenta do mundo”, oferecendo “um retrato fasciante das rápidas mudanças que deram à televisão e à música ‘americanas’ o *domínio* [*grifo nosso*] do público em escala mundial” (BARBER, 2003, 141<sup>2</sup>).

### **Variantes inesperadas da comunicação**

Ante as concepções de que a comunicação atual e as novas tecnologias da destroem todas as diferenças e fronteiras, surgem paradoxos e tipos de fronteiras nos processos comunicacionais atuais que fazem os enormes fluxos de comunicação e informação ficarem no mínimo ambíguos para as populações dos diversos países. Bem como as mensagens podem ser compreendidas e apropriadas de maneiras diferentes conforme a diversidade cultural e territorial. A complexidade cultural que difere da globalização homogênea imaginada não quer dizer que cada país fique totalmente fechado aos demais e mantenha uma cultura impermeável. A comunicação entre os povos existe, realizam-se trocas, as tecnologias facilitaram isso, o que não significa que tudo ficou aberto, homogêneo, sem variações. O encantamento com as tecnologias concebem o processo comunicacional de maneira muito simples e linear, às vezes como mera transmissão. Mas a realidade é diferente. Conforme Williams:

A comunicação não é apenas transmissão; ela é também recepção e resposta. Em uma cultura transicional ser

---

<sup>2</sup> Esse livro contém um capítulo dedicado a analisar a MTV sob esse enfoque: *Televisão e MTV: a alma barulhenta do mundo*, p. 137-154.

possível para uma transmissão cuidadosa influenciar aspectos da atividade e da crença, às vezes de uma maneira definitiva. Mas, confusamente, a soma total da experiência irá se reafirmar e habitar seu próprio mundo. A comunicação de massa teve seus sucessos evidentes em um sistema social e econômico a que correspondem seus métodos. Mas ela fracassou, e continua a fracassar, quando suas transmissões encontram, não uma incerteza confusa, mas uma experiência considerada e formulada (WILLIAMS, 2011, 338).

A experiência cultural formada em séculos de tradição e vivências não é assim tão passiva e apagável, embora tenha suas porosidades. A enorme variedade de tradições culturais e culturas populares continuam existindo em suas diferenças a despeito da hegemonia de produções culturais globais, sobretudo as norte-americanas. Paradoxalmente, temos um fluxo de informação intenso e acelerado circulando no mundo, desencadeado sobretudo a partir dos países centrais da globalização, com destaque para os Estados Unidos, e uma explosão de diferenças culturais não supressas e de resistências às tendências homogeneizadoras e globalizantes; reações e anticorpos endógenos ou processos identificatórios que tratam de ressaltar o próprio, o diferente (Ruiz-Gimenéz. In: GARRETÓN, 2002, 37). Há muitos fatos concretos que demonstram isso em todos os lugares, sendo muito eloquente, por exemplo, a aceleração de produção musical própria que se desencadeou no Caribe quando a música americana o “invadiu” de forma avassaladora, da qual o *reggae* é apenas a forma mais conhecida (BARBER, 2003, 44). Uma pesquisa realizada em 22 países, apresentada em uma matéria da *The economist*, mostra que em todos esses países a audição de músicas locais aumentou enormemente quando a internet permitiu sua disseminação, bem como verifica-se uma proliferação de canais de

música além da MTV, que possibilitam a difusão de estilos locais e mais variados (THE ECONOMIST, 25 jul. 2013).

A abertura ao mundo, a relação e a comunicação com ele não significa apagar toda e qualquer forma de ancoragem territorial. Não é possível habitar no mundo sem corporeidade, o que acontece, na vida cotidiana, em alguma forma de territorialidade. O fato de as populações estarem inseridas em locais diferenciados marca profundamente seus processos comunicacionais. A corporeidade é a base da heterogeneidade humana e da reciprocidade, características fundadoras da comunicação humana, “pois, mesmo atravessado pelas redes do global, o lugar segue feito do tecido das proximidades e das solidariedades.” (Martín-Barbero. In: MORAES, 2003, 59). A imersão do corpo em um determinado local, apesar de toda a tecnologia, não pode ser abolida, assim como não há tecnologia que apague as existências de locais e singularidades diferenciadas. Manuel Castells, em sua trilogia sobre a comunicação em redes, publicou uma obra em que aborda a força das identidades ante as tecnologias que podem homogeneizar, *O poder da identidade* (1999). Ele ressalta o surgimento de uma onda poderosa de reações coletivas que desafiam a globalização e em favor da singularidade cultural.

As populações dos diversos países recebem mensagens a respeito da abertura de fronteiras e quebras de barreiras, mas constatam a construção de muros, barreiras comerciais, xenofobia, criações de estereótipos ou depreciações de sua cultura, avalanche de comunicações que se voltam à homogeneização e padronização cultural, etc. Por exemplo, ao mesmo tempo que as produções da indústria cultural dos EUA procuram fomentar a afeição mundial ao país, pela disseminação da cultura e a exibição de símbolos norte-americanos, o país promove guerras contra vários povos ou disputas comerciais e industriais nos quais os outros se sentem aviltados. Diante dessa ambiguidade, abertura ou fechamento, as populações percebem os paradoxos entre integração global e valorização do que é próprio.

De origem norte americana, os canais de informação 24 horas, como a CNN, surgidos de 1980 em diante, não garantiram melhor compreensão do mundo; ao contrário, reforçaram um ponto de vista norte-americano, acentuando por fim um antiocidentalismo e antiamericanismo que visavam reduzir. A globalização da informação e da economia, de tanto negar as diferenças culturais, reforça a contestação (WOLTON, 2006).

Mesmo para quem usa muito a internet e dispõe de aparelhos de última geração e alta velocidade de conexão (uma parcela do globo), isso não quer dizer que interajam com todo o mundo. Uma matéria já citada acima, informa, que menos de 20% do tráfego de internet ultrapassa as fronteiras nacionais (THE ECONOMIST, 25 abr. 2011). Bem como as pessoas estabelecem suas rotas costumarias e bem conhecidas nas redes e mesmo também fazem seus guetos, fragmentações, segmentações e levam para a rede as divisões, esteriótipos e preconceitos que têm no mundo físico. É o que mostra outra matéria da The economist, publicada em 2010: “E-comunicação e sociedade: casa-cibernética dividida – tanto on-line, quanto no mundo real, as pessoas se juntam em grupos que suspeitam uns dos outros e em ambos os reinos, a pacificação é uma luta difícil” (THE ECONOMIST, 2 set. 2010). Tanto *on line* como *off line* as pessoas criam divisões e são lentas para estabelecer pontes entre essas divisões, como relatam as pesquisas abordadas na matéria. Em 2007 Danah Boyd, uma pesquisadora das mídias sociais da Microsoft Research New England (EUA), citada na matéria, ouviu um adolescente branco de seu país descrever a rede social MySpace como “gueto ou qualquer outra coisa assim”. Na época, o Facebook estava roubando membros do MySpace, mas a maioria das pessoas achava que era apenas uma moda, adolescentes cansados de alguma rede, como cansam de sapatos. Mas, depois de ouvir esse jovem, a Sra. Boyd percebeu que podia se tratar de algo mais que capricho. “Guetos” no discurso norte-americano sugere pobre, sem sofisticação e

negro. Isso a ajudou a perceber que em sua vida on-line, os adolescentes do país foram recriando o que sabiam do mundo físico: separação por classe e raça. Conforme a matéria, uma geração de ativistas digitais esperava que a *web* iria ligar grupos separados no mundo físico, iria transcender etnias, identidades sociais e fronteiras nacionais. Mas a pesquisa de Danah Boyd sugere que a internet não é tão radical, bem como ela não faz mágica, é um meio, uma ferramenta. Por exemplo, a arquitetura de algumas redes sociais, segundo a reportagem, tornam fácil para os grupos permanecerem fechados. Os mecanismos sugerem novos amigos usando um algoritmo que analisa os já incluídos. No Twitter, usuários podem optar por “seguir” alguém que eles gostam, e podem formar grupos por incorporação de palavras e frases mais curtas conhecidas como *hashtags* em suas mensagens. Martin Wattenberg e Fernanda Viégas, citados por *The economist*, que pesquisam a exibição de informações em redes sociais, exploraram as dez *hashtags* mais populares do Twitter e descobriram que a maioria foi usada quase exclusivamente por autores negros ou brancos.

A reportagem relata também sobre um site do Facebook, chamado “Peace on Facebook”, que visa diminuir por via dessa rede os conflitos mundiais, permitindo que pessoas de diferentes origens se conectem. Esse site mantém um contador de conexões feitas a cada dia entre pessoas de lugares rivais. Por exemplo, o indicador afirma que Israelenses e Palestinos fizeram cerca de quinze mil ligações no dia 25 de julho de 2010 (o dia mais recente disponível à reportagem). De acordo com a matéria, essa informação é difícil de colocar em contexto. O Facebook não torna público o número total de amizades em todo o país. Mas Ethan Zuckerman, um blogueiro e ativista, usou dados independentes para estimar que esses *links* representam cerca de 1 - 2% do total combinado de amizades nas contas de israelenses e palestinos. Usando o mesmo método para a Grécia e Turquia, a sua estimativa foi de 0,1%.

Um outro aspecto da e-comunicação, bastante inesperado há alguns anos, é o fato de a geografia está interessando cada vez mais e que essas tecnologias todas estejam com uma tendência localizadora e geográfica muito forte atualmente. Imaginava-se a geografia domesticada pela globalização econômica e pela comunicação, e ela volta em revanche. Em outubro de 2012, a *The Economist* publicou um caderno especial com um conjunto de reportagens a esse respeito, mostrando a relação e os imbricamentos entre geografia e mundo físico e o mundo digital (THE ECONOMIST, 25 OUT. 2012); o boom de serviços, informações e aplicativos voltados ao local e ao mundo físico e à presença das pessoas no mundo físico ao invés da abolição da ancoragem territorial; o interesse das empresas de internet, inclusive as gigantes, por se tornarem mais locais e localizadoras; o fato significativo de essas empresas e o que há de mais avançado nesse seguimento reunirem-se geograficamente em alguns centros, como é o caso do Vale do Silício, nos EUA, e outros centros menores pelo mundo. Esse fato, segundo a revista deixa “alguma coisa no ar” sobre a importância atual da geografia.

Com as pessoas portando consigo poderosos computadores móveis, *smartphones* e *tablets*, as informações locais e localizadoras tornam-se mais valiosas, o que explica a competição por serviços de mapas e crescimento exponencial para a criação de representações *on line* do mundo físico, mapas os mais diversos. A quantidade de dados oferecidos sobre as cidades, lugares, edifícios monumentos, ruas podem permitir descobrir e encontrar coisas desconhecidas e favorecer novos olhares, como o também criam fronteiras, limites barreiras *on line* para que se conheçam coisas diferentes. De forma semelhante ao que se falou acima sobre os ambientes de rede digitais que vão se fechando pelos caminhos rotineiros e pelas divisões da vida *off line*, acontece com relação aos dados oferecidos nos mapas digitais. As pessoas passam a voltar-se vez mais

para as informações de seus dispositivos móveis conectados e a confiar mais neles para explorar o mundo físico, isso influencia ou podem até moldar a forma como se movem através deste. Ao invés de confrontar-se com o diferente, as pessoas podem ter um mundo mais personalizado para si. Pesquisadores da Faculdade de Geografia da Universidade de Kentucky citados na reportagem, Matthew Zook, Mark Graham e Andrew Boulton, apontam para isso. Criam-se “bolha de filtros” em que as pessoas são apresentadas apenas com ideias e opiniões que seu comportamento on-line passado sugere que eles são suscetíveis de concordar. Como eles fazem o seu caminho digital também no reino físico, algo semelhante pode acontecer neste. Ser direcionado para longe de áreas de alta criminalidade tarde da noite não é uma coisa ruim, mas também pode ser que os mecanismos digitais não indiquem um museu ou um clube, porque a pessoa não foi em qualquer lugar parecido com eles antes, o que significa uma oportunidade perdida de conhecer algo diferente. Pode ser que as pessoas estejam na frente de um monumento do qual é oferecida apenas uma versão da história que reforça seus preconceitos, o que fecha ao invés de abrir a mente. Os pesquisadores Graham, Zook and Boulton afirmam, segundo a matéria, que o Google, por exemplo, fornece informações muito diferentes sobre o monumento Soldado de Bronze de Tallinn conforme as pessoas sejam da Estônia ou da Rússia (Ibid.)<sup>3</sup>.

Os mapas digitais não têm limites para a quantidade de informações que podem ser anexadas. Os locais estão sendo mapeados com camadas e camadas de informações on-line, o que é conhecido como o “Geoweb”. Muitas informações vão

---

<sup>3</sup> Monumento localizado no centro da cidade de Tallinn na Estônia inaugurado enquanto a Estônia era dominada pela União Soviética. A estátua representa um soldado soviético e também duas narrativas históricas muito diferentes. Para os russos, incluindo as muitas pessoas de origem russa que vivem na Estônia hoje, a estátua simboliza a libertação do país do fascismo pelos comunistas em 1940. Para muitos estonianos, porém, o que a estátua simboliza é a incorporação forçada da Estônia à União Soviética naquele ano. Conflitos em torno dessas interpretações diferentes já renderam inclusive ataques cibernéticos de russos à Estônia, em 2007.

sendo acrescentadas ao que é feito pelos mapeadores e as diferenças de locais e de fronteiras físicas vão ficando perceptíveis nesse universo digital imbricado com a geografia. The economist cita um artigo recente, de Mark Graham e Matthew Zook, que mediu mediu a espessura da *geoweb*, tomando como indicador o número de lugares (empresas, escolas, parques e assim por diante) com informações que lhes são inerentes no Google Maps. Os dados são desorganizados, diz Graham, mas em geral a *Geoweb* é muito mais espessa em lugares ricos do que nos pobres, e mais espessa sobretudo nos países nórdicos. Em maio de 2011 a Noruega ostentava 434 acessos por mil pessoas, a Finlândia, Suécia e Dinamarca também figuraram entre os cinco primeiros. Afeganistão teve meros 0,03. Havia mais conteúdo sobre Tóquio do que sobre toda a África (Ibid.).

## **Conclusão**

Na “onda” de ufanismo futuroológico pelo globalismo tendia-se a confundir comunicação com tecnologias e, como temos uma abundância de tecnologias que nos conectam e permitem circulação de mensagens por grande parte do mundo se imaginava a dissolução total das barreiras e diferenças, das territorialidade e a completa abstração das corporeidades, mas a comunicação é mais complexa do que isso e não acontece de forma linear. As culturas, corporeidades e territorialidades que não foram canceladas envolvem apropriações também diferenciadas das tecnologias e das comunicações. As resistências endógenas à homogeneização são mais fortes que as tecnologias e as forças de padronização e estão comunicando isso de maneira cada vez mais intensa (WOLTON, 2006, p. 9).

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Barber, B. (2003). *Jihad X McMundo*. Rio de Janeiro: Record.

Bello, W. (2002). *Desglobalização – ideias para uma nova economia mundial*.  
Petrópolis: Vozes.

Canclini, N. G. (2010). *A globalização imaginada*. São Paulo: Iluminuras.

Castells, M. (1999). *O poder da identidade*. Rio de Janeiro: Paz e Terra.

Garretón, M. A. (org.). (2002). *América Latina: un espacio cultural en el mundo globalizado*. Bogotá: Convenio Andrés Bello.

Ghemawat, P. (2012). *Mundo 3.0*. Porto Alegre: Bookman.

Ianni, O. (2003). *Teorias da globalização*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.

Martín-Barbero, J. (1997). *Dos meios às mediações*. Rio de Janeiro: UFRJ.

THE ECONOMIST. *The case against globaloney*. Disponível em:

<<http://www.economist.com/node/18584204?zid=293&ah=e50f636873b42369614615ba3c16df4a>>. Publicado em: 20 abr. 2011.

THE ECONOMIST. *Face the music*. Disponível em:

<<http://www.economist.com/blogs/freeexchange/2013/07/cultural-protectionism?zid=293&ah=e50f636873b42369614615ba3c16df4a>>.

Publicado em 24 jul. 2013.

THE ECONOMIST. *E-communication and society: A cyber-house divided*.

Disponível em:

<<http://www.economist.com/node/16943885?zid=305&ah=417bd5664dc76da5d98af4f7a640fd8a>>. Publicado em 2 set. 2010.

THE ECONOMIST. *Life off- and online: The new local - The physical and the digital world are becoming increasingly intertwined*. Disponível em: <<http://www.economist.com/news/special-report/21564992-physical-and-digital-world-are-becoming-increasingly-intertwined-new-local>>. Publicado em 25 out. 2012.

Williams, R. (2011). *Cultura e sociedade*. Petrópolis: Vozes.

Williams, R. (1979). *Marxismo e literatura*. Rio de Janeiro: Zahar.

Williams, R. (2007). *Palavras-chave: um vocabulário de cultura e sociedade*. São Paulo: Boitempo.

Wolton, D. (2006). *É preciso salvar a comunicação*. São Paulo: Paulus.