

## **A cultura na era da globalização: as ressignificações culturais nos espaços locais**

### **Culture in the Age of Globalization: The Cultural Resignifications in Local Spaces**

**Sérgio Luiz Gadini**

**Universidade Estadual de Ponta Grossa  
sergiogadini@yahoo.com.br**

**Thays Assunção Reis**

**Universidade Estadual de Ponta Grossa  
thays.jornalista@gmail.com**

*Fecha de recepción: 1 de septiembre de 2016*

*Fecha de recepción evaluador: 10 de septiembre de 2016*

*Fecha de recepción corrección: 30 de octubre de 2016*

#### **Resumo**

O presente artigo discute a cultura no contexto da globalização e as relações culturais do global e local. Partimos de uma reflexão sobre o conceito de globalização, seguida de apontamentos em torno de uma possível cultura global. Posteriormente, argumentamos que os fluxos globais de informação e entretenimento não conseguem impor uma cultura homogênea capaz de extinguir as culturas locais, mas que estas são capazes de fazer uma nova “leitura” dos produtos e valores globais que emergem em todo planeta. Também acreditamos que as comunidades possuem mecanismos de comunicação que interpretam e recodificam os fluxos massivos para a linguagem popular.

**Palavras-chave:** Globalização; Culturas locais; Cultura global; Ressignificações.

#### **Abstract**

This article discusses the culture in the context of globalization and cultural relations of the global and local. We start from a reflection on the concept of globalization, followed by notes about a possible global culture. Later, we argue that the global information and

entertainment streams cannot impose a uniform culture able to extinguish local cultures, but that they are able to make a new "reading" of global products and values that emerge across the planet. We also believe that communities have communication mechanisms that interpret and recodificam the massive flows to the popular language.

**Keywords:** Globalization; Local Cultures; Global Culture; Resignifications.

## Introdução

Os cinemas de todo mundo estavam lotados em 1997 para assistir ao filme “Titanic”, estrelado por Leonardo DiCaprio e Kate Winslet. Em 2011, a peça “Titanic: Da Sumaúma ao Embiral” também atraiu várias pessoas para o Teatro Ferreira Gullar, localizado em Imperatriz – cidade do interior do Maranhão. Nessa versão os protagonistas do filme hollywoodiano se transformaram em moradores da cidade de Ribamar Fiquene<sup>1</sup>, conhecida como Sumaúma.

A produção, apresentada pela Cia de Teatro Okajo, conta a história de Rosy Paty (noiva de um rico empresário do ramo de toalhas) e Jack (pintor de uma das praças de Sumaúma) que embarcaram juntos na primeira viagem do Titanic e se apaixonaram durante o percurso de Sumaúma à Embiral<sup>2</sup> pelo rio Tocantins.

O exemplo ilustra um fato que aconteceu em Imperatriz, mas poderia acontecer em qualquer cidade do mundo. Certamente episódios parecidos ocorrem em várias localidades, como grandes centros urbanos, cidades pequenas e médias. Na era da globalização é comum produtos globais receberem uma nova “leitura” quando adentram ao cenário local.

Em um contexto marcado por fluxos globais não há surpresa nessas incorporações. Há, contudo, dúvidas se as culturas regionais e locais ao passar por estes processos estariam fadadas ao desaparecimento. A dúvida torna-se preocupação quando se cogita a possibilidade de a cultura global sujeitar as manifestações locais a um estado de homogeneização.

É a partir do reconhecimento de um cenário cultural cada vez mais marcado pela compressão do espaço-tempo e integrado tecnologicamente, que se pretende nas páginas seguintes, discutir as relações culturais na era da globalização, de modo a entender as ressignificações dos elementos globais nos espaços locais.

Assim, o presente artigo recupera algumas noções de globalização. Em seguida, levanta-se a discussão sobre a globalização da cultura, ou seja, a transmissão de produtos culturais midiáticos estandardizados para as mais diferentes comunidades. Por fim, explora-se o papel das identidades locais no estabelecimento de uma cultura da

resistência, onde as particularidades e diferenças das comunidades são preservadas e elementos da cultura global são reconfigurados.

## **Apontamentos sobre a globalização**

O fenômeno social de uniformização e encolhimento do mundo que estamos inseridos, conhecido como globalização, já gerou várias interpretações no meio acadêmico. É possível afirmar que não há um consenso sobre a natureza do processo e o próprio termo usado para nominá-lo.

Giddens (1991) define a globalização como um processo de intensificação das relações sociais em escala mundial. Os fluxos globais atravessam as fronteiras nacionais, integram e conectam as localidades dos diversos cantos do planeta em novas possibilidades de espaço-tempo.

Corroborando com este pensamento, Thompson (1998) explica que a globalização “se refere à crescente interconexão entre as diferentes partes do mundo, um processo que deu às formas complexas de interação e interdependência” (Thompson, 1998, p. 135).

Em meio a estas abordagens, Stuart Hall (1999) aponta a compressão de espaço-tempo como uma das principais características da globalização. Os processos globais, na visão do autor, tornam as distâncias mais curtas e possibilitam que os eventos distantes tenham impactos imediatos sobre as pessoas e lugares situados em outras localidades.

Para Mattelart (2005), esse “estreitamento” do mundo é que origina o mundialismo. Trata-se de operar as redes de comunicação, a economia, o direito, as normas, as finanças, os seguros, a imprensa, as ciências, as letras e a arte para pôr as sociedades em relação.

O sociólogo Octavio Ianni (1999) parte da perspectiva da globalização como um novo ciclo de expansão do capitalismo capaz de romper ou ultrapassar as fronteiras geográficas, regimes políticos, culturas e civilizações. Esse processo iniciou-se no término da Segunda Guerra Mundial quando as instituições capitalistas – transnacionais - organizaram a produção e os mercados segundo seus propósitos. O autor escreve que

Ocorrem novos desenvolvimentos intensivos e extensivos do capital, como agente “civilizador”. Ele promove e recria surtos de acumulação originária, engendra nova divisão transnacional do trabalho e produção, espalha unidades produtivas por todo mundo, informatiza processos de trabalhos, modifica a estrutura da classe operária, transforma o mundo em uma imensa fábrica e cria a cidade global (Ianni, 1999, p. 57).

Esta discussão em torno da globalização do capitalismo insere-se no projeto de capitalismo mundial integrado apresentado por Mattelart (2005), que consiste na

construção de um espaço homogêneo de valorização, de unificação das normas de competitividade e de rentabilidade em escala planetária.

Ainda Mattelart (2005) apresenta uma leitura da globalização baseada no imperialismo cultural, entendido como a “mecânica de forças de um sistema de poder, de uma engrenagem de relações desiguais, das quais resulta a hegemonia de uma visão do mundo” (Mattelart, 2005, p. 76). A partir deste entendimento, o autor verifica que a globalização (imperialismo cultural) perpassa as mais diversas realidades propagando uma visão de mundo própria dos grupos sociais integrados a seus benefícios e eliminando os questionamentos sobre as novas modalidades da hegemonia cultural e do exercício da violência simbólica.

Em uma perspectiva semelhante, também centrada na questão imperialista, Harvey (2004) apresenta a globalização como um imperialismo capitaneado pelos Estados Unidos. O imperialismo norte-americano (globalização) está centrado no acúmulo de capital por meio da exportação de produtos, informações e modelos de democracia.

Para explicar a vocação imperial dos Estados Unidos, Harvey (2004) argumenta que o poder americano é uma hegemonia baseada no consentimento, na coerção e na força, bem como, no exercício de uma liderança moral e intelectual.

Os críticos que se fixam nesse aspecto do comportamento dos Estados Unidos deixam com demasiada frequência de perceber é que a coerção e a liquidação dos inimigos são apenas uma base parcial, e às vezes contraproducente, do poder americano. O consentimento e cooperação têm a mesma importância. Se não pudesse mobilizá-los internacionalmente e se não fosse possível exercer a liderança de uma maneira que gerasse benefícios coletivos, havia muito país teria deixado de ser hegemônico (Harvey, 2004, p. 41).

Ao mesmo tempo, os produtos culturais midiáticos americanos ao lado das instituições globais (ONU, FMI, OMC) seriam, na visão de Harvey (2005), elementos fundamentais para consolidação e permanência do status de liderança dos Estados Unidos no sistema mundial.

Além destas referências é interessante trazer para este espaço a contribuição de Daniel Mato (2005) sobre a globalização. Para o autor, a globalização é vista como processos estabelecidos por “significativas interrelaciones e interdependências entre actores sociales a niveles tendencialmente planetarios” (Mato, 2005, p. 1).

Também o autor chama atenção para o fato da maioria das abordagens oferecerem uma visão muito “fetichizada” sobre a globalização, ou seja, ela é representada como uma espécie de força sobre-humana, que atua de forma independente das práticas dos atores sociais. Porém Mato (2005) argumenta que a globalização é uma construção humana tal como é a tecnologia que a possibilita ou a economia que se

mantém e fortalece por meio dela. Como uma alternativa para evitar “fetichizar” a ideia de “globalização”, Mato (2005) propõe:

En primer lugar que debemos evitar fetichizar la idea de “globalización”, y que una forma de comenzar a hacerlo es no hablar de “globalización” en singular y casi como si se tratara de un nombre propio (en este caso presumiblemente de una suerte de demiurgo), y hablar en cambio de *procesos de globalización*, así en plural. La expresión *procesos de globalización* nos sirve para designar de manera genérica a los numerosos procesos que resultan de las interrelaciones que establecen entre sí actores sociales a lo ancho y largo del globo y que producen *globalización*, es decir, interrelaciones complejas de alcance crecientemente planetario. Este conjunto de interrelaciones es resultado de muy diversos tipos de procesos sociales en los que intervienen en la actualidad, y han venido interviniendo históricamente, incontables actores sociales en los más variados ámbitos de la experiencia humana, desde los más variados rincones del globo (Mato, 2005, p. 03).

Apresentar a perspectiva de Mato (2005) no debate sobre a globalização direciona esta reflexão para um aspecto bastante relevante no cenário atual: os processos globais que reduzem as distâncias e comprimem o tempo também alteram a lógica cultural das localidades. E é exatamente essa alteração, ao lado da economia, mais sentida pelos atores sociais.

### **Uma possível cultural global**

Uma característica apontada comumente à globalização é a suposta capacidade que ela tem de homogeneizar as culturas, extinguindo as manifestações culturais locais e as substituindo por modelos culturais produzidos em larga escala e descolados do cotidiano das comunidades. Surge então a preocupação com o advento de uma ‘cultura global’ destinada a ocupar o lugar daquela conhecida e reconhecida pelas populações locais.

Para entender esta vertente da globalização, é importante considerar a discussão realizada por Stuart Hall (1997) em *A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções culturais*, que lança um olhar sobre como a cultura assumiu esse caráter global. O autor esclarece que as revoluções culturais do século XX possibilitaram com que os meios de produção, circulação e troca cultural se expandissem para todo planeta por meio das tecnologias e da revolução da informação.

Complementando o pensamento de Hall (1997), Francisco Fonseca (2011) afirma que as informações passaram a serem transmitidas em tempo real, encurtando brutalmente o tempo de sua “geração”, assim como (especialmente) de sua propagação (transmissão) em escala planetária. O autor ainda sustenta que a mídia estaria no centro de todo esse processo.

Nesse mundo encurtado por satélites, fibras óticas, tvs a cabo, agências noticiosas, jornais e revistas (sobretudo em inglês, língua cada vez mais falada, e

mesmo traduzida para as línguas nativas) impressos simultaneamente em diversos países, a mídia estaria crescentemente extrapolando ainda mais sua influência, pois estendida agora ao planeta; dessa forma, a mídia é postada no centro do capitalismo (Fonseca, 2011, p. 50).

Também nesse contexto, a mídia é apontada por muitos teóricos como um agente promotor da homogeneização cultural, pois ela veicula imagens de produtos e valores culturais de outras realidades socioeconômicas sem levar em consideração qualquer especificidade das localidades. Segundo Ianni (1999),

São produções musicais, cinematográficas, teatrais, literárias e muitas outras, lançadas diretamente no mundo como signos mundiais ou da mundialização. Difundem-se pelos mais diversos povos, independentemente das suas peculiaridades nacionais, culturais, linguísticas, religiosas, históricas ou outras (Ianni, 1999, p. 120).

Sobre a cultura veicula pela mídia, Kellner (2001) afirma que ela é constituída por sistemas de rádio e reprodução de som (discos, fitas, CDs e seus instrumentos de disseminação, com aparelhos de rádio, gravadores, etc.); de filmes e seus modos de distribuição (cinemas, videocassetes, apresentação pela TV); pela imprensa, que vai de jornais a revistas; e pelo sistema de televisão. Trata-se de uma cultura fabricada que eliminaria as diferenças e geraria novos padrões culturais. Nas palavras do autor:

A cultura veiculada pela mídia transformou-se numa força dominante de socialização: suas imagens e celebridades substituem a família, a escola, e a igreja como árbitros de gosto, valor e pensamento, produzindo novos modelos de identificação e imagens vibrantes de estilo, moda e comportamento (Kellner, 2001, p. 27).

O autor ainda salienta que a mídia é atualmente o principal meio de distribuição e disseminação da cultura. Os meios de comunicação de massa superaram os modos anteriores, como o livro ou a palavra falada, e dominaram o lazer e a cultura. Logo, pode-se dizer que a mídia se tornou o lugar das culturas na contemporaneidade.

Também é importante mencionar que a cultura divulgada pela mídia é tratada como mercadoria. Isso significa que os grandes conglomerados dos meios de comunicação tentam produzir produtos populares, que vendam, ou que – como ocorre no rádio e a televisão – atraiam a audiência do público. “É uma cultura reduzida ao estado de mercadoria, em que o hábito faz o monge, em que o *look* se transforma em uma espécie de ideologia” (Barber, 2003, p. 43).

Sobre este aspecto mercadológico, Francisco Fonseca (2011, p. 42) esclarece que os “órgãos da mídia – emissoras de tv, rádios, jornais, revistas, portais – atuantes na esfera pública são em larga medida empresas privadas que, como tal, objetivam o lucro e agem segundo a lógica e os interesses privados dos grupos que representam”. Portanto, percebe-se que a cultura da mídia, na maioria das vezes, orienta-se pelos interesses comerciais dos grandes conglomerados de comunicação que priorizam os altos rendimentos em detrimento da qualidade dos produtos e atividades culturais.

É oportuno trazer nessa discussão o caso do jornalismo cultural. Afinal, os jornais repassam para diferentes cidades programações, agendas, produtos e fatos interessantes apenas para moradores de grandes centros urbanos. Os veículos se utilizam de um suposto ‘interesse público’ por essas atividades e bens culturais para instalar valores e padrões de culturas estrangeiras em contextos regionais.

Convém pontuar que a cultura veiculada pela mídia é denominada por muitos teóricos como a cultura McWorld. As expressões e estilos de vida do povo norte-americano são distribuídos por todo o globo e transformados em padrões culturais quase universalmente adotados. Hall (1997) argumenta que isso acontece devido ao

Crescimento dos gigantes transnacionais das comunicações, tais como a CNN, a Time Warner e a News International tende a favorecer a transmissão para o mundo de um conjunto de produtos culturais estandarizados, utilizando tecnologias ocidentais padronizadas, apagando as particularidades e diferenças locais e produzindo, em seu lugar, uma ‘cultura mundial’ homogeneizada, ocidentalizada (Hall, 1997, p. 03).

Além deste aspecto, Mattelart (2005) acredita que se há uma convergência rumo a um “estilo de vida global”, é porque os consumidores de todo mundo interiorizam o universo simbólico criado no fim da Segunda Guerra Mundial pelos anúncios publicitários, filmes e programas de televisão oriundos especialmente dos Estados Unidos.

Desse modo, as formas de alimentação norte-americana (*fast food*), passando pelas formas de vestir (*jeans*), os gostos musicais (*rock, jazz, country, hip hop*) e os hábitos de consumo cultural (*movies*) deixaram de ser aspectos particulares do cotidiano americano para se tornarem universais.

A noção de “cultura americana” é assumida sem artifício como um “operador de universalização”, considerando que toda cultura pode perfeitamente encontrar-se nela e se redefinir sem com isso perder sua própria alma, justamente por poder tomá-la como sua (Mattelart, 2005, p. 106).

Ao mesmo tempo, a mídia ao publicizar fatos, produtos e valores norte-americanos acaba a colocando em um patamar de cultura ‘superior’. “A cultura da mídia é a cultura dominante, que substituiu as formas de cultura elevada como foco de atenção e de impacto para grande número de pessoas” (Kellner, 2001, p. 27).

A partir dessas leituras, percebe-se que a cultura defendida como global é a dos Estados Unidos - exportada para todo mundo por meio da mídia. Assim, não concordando com esta perspectiva, interessa apresentá-la para pensar em seguida como as culturas locais relacionam-se com estes elementos globais.

## O local e o global como espaços de trocas e ressignificações

Embora a homogeneização cultural seja designada por vários estudiosos como um dos aspectos centrais da globalização, existem maneiras distintas de compreender a presença das manifestações culturais globais em contextos regionais. Uma delas é proposta por Barbero (2003). Para o autor, o cenário cultural contemporâneo não se resume a algo homogêneo, mas sim ao estabelecimento de um novo sentido para a palavra diversidade.

Até pouco tempo atrás a diversidade cultural foi pensada como uma heterogeneidade radical entre as culturas, cada uma enraizada em um território específico, dotadas de um centro e de fronteiras nítidas. Qualquer relação com outra cultura se dava como estranha/estrangeira e contaminante, perturbação e ameaça, em si mesma, para a identidade própria. O processo de globalização que agora vivemos, no entanto, é ao mesmo tempo uma potencialização da *diferença* e de exposição constante de cada cultura às *outras*, de minha identidade àquela do outro (Barbero, 2003, p. 60).

Importante considerar que a diferença está intimamente ligada com a produção social da identidade. Segundo Silva (2000), a diferença só faz sentido se compreendida em sua relação com as afirmações sobre identidades. “Dizer que ‘ela é chinesa’ significa dizer que ‘ela não é argentina’, ‘ela não é japonesa’ etc., incluindo a afirmação de que ‘ela não é brasileira’, isto é, que ela não é o que eu sou” (Silva, 2000, p.75). Logo, identidade e diferença são ‘faces de uma mesma moeda’, uma precisa da outra para existir.

Retomando a discussão sobre as culturas locais e globais, o jamaicano Stuart Hall (1997) partilha com Barbero (2003) da perspectiva da não existência de uma cultura homogênea. Para ele, a cultura global é um fenômeno social que para existir deve localizar-se, enraizar-se nas práticas cotidianas do homem. Neste sentido, acredita-se que a globalização produza na verdade novas readaptações globais em ambientes regionais.

A cultura global necessita da —diferença para prosperar— mesmo que apenas para convertê-la em outro produto cultural para o mercado mundial (como, por exemplo, a cozinha étnica). É, portanto, mais provável que produza —simultaneamente *novas* identificações —globais e *novas* identificações locais do que uma cultura global uniforme e homogênea (Hall, 1997, p.03).

Na obra *A identidade cultural na pós-modernidade*, Stuart Hall (1999) acrescenta que a globalização explora a diferenciação dos lugares locais. O global articula-se ao “local” fazendo com ele atue no interior da lógica da globalização. Um exemplo disso é a mudança nas embalagens de Coca-Cola durante o Festival Folclórico de Parintins realizado no estado do Amazonas. As cores vermelho e azul dos bois Caprichoso e Garantido são utilizadas nas latas do refrigerante comercializadas no município de Parintins.

Esta situação nos faz entender que o local se beneficia do global e consegue produzir uma troca que minimiza os mecanismos excludentes de suas características, de modo a promover uma adaptação em duas direções: do local para o global e do global para o local.

Por outro lado, Barbero (2009) reconhece no exemplo citado um novo jeito da cultura popular se relacionar com a massiva. De acordo com o antropólogo, “pensar o popular a partir do massivo não significa, ao menos automaticamente, alienação e manipulação, e sim novas condições de existência e luta, um novo modelo de funcionamento da hegemonia” (Barbero, 2009, p. 311).

Sobre a relação do popular com o massivo, o pesquisador Yuji Gushiken (2011) ao investigar a folkcomunicação<sup>3</sup>, identifica os processos culturais populares mencionados na tese de Luiz Beltrão como “mediações nas quais os sistemas massivos ou eruditos são recodificados *pela e para* as comunidades tradicionais” (Gushiken, 2011, p. 10). Desse modo, o popular não apenas recebe os elementos massivos, mas os interpreta e ressignifica a partir de seus próprios referenciais culturais.

Outro aspecto que permite defender a não homogeneização cultural em tempos de globalização é a hibridização. As culturas sempre estiveram em contato e relação de troca umas com as outras. E hoje esse mecanismo não é diferente. De acordo com Barbero (2009),

Lo que la globalización pone en juego no es sólo una mayor circulación de productos sino una rearticulación profunda de las relaciones entre culturas y entre países, mediante una descentralización que concentra el poder económico y una desterritorialización que hibrida las culturas (Barbero, 2009, p. 178).

Este processo de hibridização é fundamental para a perpetuação das culturas. Elas precisam se transformar, se reinventar para continuar a existir. Isso não significa que elas perdem sua “originalidade”, mas que passam a viver de uma forma diferente daquela do passado. “Não acreditamos que a cultura-tradição seja a reprodução idêntica de um conjunto de hábitos imutáveis. As línguas e as culturas mudam, pois estão imersas nas turbulências da história” (Warnier, 2000, p. 23). Logo, as culturas são dinâmicas e não estagnadas no tempo.

Pode-se então dizer que as culturais tradicionais (locais) passam por um processo de reconfiguração. Elas vão se recriando por meio das mestiçagens e incorporando elementos de outras culturas que não estão na base da sua própria constituição. Mattelart (2005) reforça esta ideia ao afirmar que “não há cultura sem mediação, não há identidade sem tradução. Cada sociedade retranscreve os signos transnacionais, adapta-os, os reconstrói, reinterpreta-os, reterritorializa-os, ressemantiza-os” (Matterlart, 2005, p. 97).

Como forma de exemplificar seu pensamento, o autor menciona a abordagem da língua crioula. Ela foi criada a partir de um processo de mestiçagem entre “oralidade e escrita, ruralidade e urbanidade, classes cultivada e popular, arcaísmo e modernização” e passou a ter um estatuto pleno de língua administrativa, oficial e de criação artística. Desse modo, verifica-se uma emancipação da experiência euro-americana e uma busca pela modernidade plural.

Embora ocorram estes movimentos, Mattelart (2005) chama atenção para a presença da desigualdade nas trocas culturais entre o local e o global. Para ele é difícil concordar com Néstor García Canclini sobre a existência de um consumo que conduza à cidadania sendo que ainda existem fluxos desiguais. “Se as trocas tecem tantos vínculos quantos os desfazem, elas não anulam as condições desiguais que presidem a nova junção que daí resulta” (Matterlart, 2005, p. 105).

Diante destas considerações, concordamos com Canclini (1995) em abandonar o termo homogeneização para falar em um “nivelamento cultural” que permite entender o processo de convergência dos hábitos culturais, sem deixar de perceber as trocas e ressignificações entre o global e local.

## **Considerações finais**

Os elementos apresentados ao longo do artigo, ainda que não originais, buscaram reforçar o pressuposto que não há uma cultural global capaz de substituir as culturas locais, mas que estas são capazes de tecer uma nova “leitura” dos produtos e valores globais que emergem em todo planeta.

Constatamos também que a suposta cultura global é, na maioria dos casos, a norte-americana. Ela chega às cidades pequenas e contextos regionais por meio das imagens e produtos culturais propagados pela mídia. Assim, surge uma cultura fabricada que adentra as comunidades tradicionais como uma forma disponível de cultura, mas não a única.

Mediante isso, é possível encontrar em pequenas comunidades tradicionais, e até mesmo nas periferias dos grandes centros urbanos, as expressões culturais locais relacionadas e identificadas com as práticas cotidianas dos moradores. Além disso, no interior das comunidades são percebidos mecanismos de comunicação que interpretam e recodificam os fluxos massivos para a linguagem popular.

Isso acontece, por exemplo, quando artistas locais convertem as versões originais de músicas para ritmos como forró, brega, samba, salsa etc. Nesses casos, alteram-se as letras, o ritmo, e preservam-se somente uma semelhança com o som inicial das canções propagadas ao redor do mundo.

Conforme procuramos mostrar, a relação entre o local e o global pressupõe “trocas” e hibridizações. Nos encontros culturais, global e local se misturam e influenciam-se mutuamente. Estes mecanismos permitem com que as culturas se transformem e continuem a existir.

Por fim, é importante considerar que a globalização favoreceu a democratização da cultura, mas não eliminou a desigualdade presente nas relações do global-local. Os fluxos continuam a ser desiguais e isso impacta nas próprias escolhas de consumo cultural das populações.

## Referências

- Barber, B. R. *Cultura McWorld* (2003). En: Moraes, Dênis de. *Por uma outra comunicação*. Rio de Janeiro: Record.
- Barbero, J. M. (2009). *Culturas y comunicación globalizada*. Revista Científica de Información y Comunicación, n.º. 6, 2009. Disponível em: <https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/33419/Culturas%20y%20comunicacion%20globalizada.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acessado em 12 de julho de 2016.
- Barbero, J. M. (2009). *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. 4ª ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ.
- Barbero, J. M. (2003). Globalização comunicacional e transformação cultural. In: Moraes, Dênis de. *Por uma outra comunicação*. Rio de Janeiro: Record, 2003.
- Canclini, N. (1995). *Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*, Rio de Janeiro: UFRJ.
- Fonseca, F. (2011). *Mídia, poder e democracia: teoria e práxis dos meios de comunicação*. In: Revista Brasileira de Ciência Política, n.º 6, p. 41-69. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rbcpol/n6/n6a03.pdf>. Acessado em: 10 de julho de 2016.
- Giddens, A. (1991). *As consequências da modernidade*. São Paulo: UNESP.
- Gushiken, Y. (2011). *Folkcomunicação: interpretação de Luiz Beltrão sobre a modernização brasileira*. Razón y Palabra, n.º. 77. Disponível em: [http://www.razonypalabra.org.mx/N/N77-1/16\\_Gushiken\\_M77-1.pdf](http://www.razonypalabra.org.mx/N/N77-1/16_Gushiken_M77-1.pdf). Acessado em: 12 de julho de 2016.

- Hall, S. (1997). *A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo*. Educação & realidade. Disponível em: [http://www.gpef.fe.usp.br/teses/agenda\\_2011\\_02.pdf](http://www.gpef.fe.usp.br/teses/agenda_2011_02.pdf). Acessado em: 10 de julho de 2016.
- Hall, S. (1999). *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A.
- Harvey, D. (2004). *O Novo Imperialismo*. São Paulo: Loyola.
- Ianni, O. (1999). *A era do globalismo*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 4º ed.
- Ianni, O. (1999). *Teorias da globalização*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 5º ed.
- Kelner, D. (2001). *A Cultura da Mídia - estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno*. Bauru: EDUSC.
- Mattelart, A. (2005). *Diversidade cultural e mundialização*. São Paulo: Parábola.
- Mato, D. (2005). *Desfetichizar la "globalización": basta de reduccionismos, apologías y demonizaciones; mostrar la complejidad y las prácticas de los actores*. In: Red de bibliotecas virtuales de ciencias sociales en américa latina y el caribe. Disponível em: <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/grupos/mato/Mato.rtf>. Acessado em: 12 de julho de 2016.
- Silva, T. Tadeu da. (2000). A produção social da identidade e da diferença. In: Silva, T. Tadeu da. (org.). *Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais*. Petrópolis: Vozes.
- Thompson, J. B. (1998). *A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia*. Petrópolis: Vozes.
- Warnier, J. P. (2000). *A mundialização da cultura*. Bauru: EDUSC.

## Notas

---

<sup>1</sup> Município a 50 km de Imperatriz.

<sup>2</sup> Povoado localizado na zona rural de Imperatriz.

<sup>3</sup> A Folkcomunicação é uma teoria da comunicação legitimamente brasileira criada pelo pernambucano Luiz Beltrão. Ela compreende as expressões folkcomunicacionais como meios informais de comunicação, produzidos por grupos considerados marginalizados e também se dedica a estudar as intersecções entre a cultura de massa e a cultura popular.