



**Universidade de
Aveiro**
Ano 2021

Departamento de Línguas e Culturas

**Ana Maria da Silva Globalização e Identidade Cultural
Ferreira**



**Universidade de
Aveiro**
Ano 2021

Departamento de Línguas e Culturas

Ana Maria da Silva Ferreira **Globalização e Identidade Cultural**

Dissertação apresentada à Universidade de Aveiro para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Línguas e Relações Empresariais, realizada sob a orientação científica da Doutora Gillian Grace Owen Moreira, Professora Auxiliar do Departamento de Línguas e Culturas da Universidade de Aveiro

Dedico este trabalho a todos os que me incentivaram a terminar esta etapa.

o júri

presidente

Prof. Doutora Ana Maria Martins Pinhão Ramalheira
Professora Auxiliar da Universidade de Aveiro

Prof. Doutora Margaret da Costa Seabra Gomes
Leitora da Universidade de Aveiro

Prof. Doutora Gillian Grace Owen Moreira
Professora Auxiliar da Universidade de Aveiro

agradecimentos

Um especial agradecimento à minha orientadora, Prof. Doutora Gillian Moreira, pela dedicação e paciência, no desenvolvimento e elaboração desta tese. Quero também agradecer à minha família e amigos por me apoiarem incondicionalmente, sempre que precisei de motivação.

palavras-chave globalização, identidade cultural, americanização, media digitais, crise de identidade, Geração Z.

resumo Nas últimas décadas tem-se verificado um interesse crescente pelas alterações socioculturais ocorrentes na sociedade perante a globalização. Com o nascimento de uma nova era, dinâmica e conectada, emergem novas preocupações para as futuras gerações. Neste âmbito, esta dissertação procura entender que influência teve e tem a globalização na identidade cultural nas sociedades humanas, e, em particular, as novas gerações que já nascem em um mundo conectado e aberto. A identidade cultural é um aspeto que se vai desenvolvendo consoante o meio em que uma pessoa está inserida, a família, a escola, as experiências, a língua, as tradições são apenas alguns dos aspetos que têm impacto na identidade cultural. O estudo que aqui se apresenta teve como principal objetivo a exploração teórica dos conceitos de globalização e identidade cultural e a relação ambígua entre ambos, bem como de outros temas que surgem em associação a estes e que contribuem para a sua compreensão. Assim, para além dos conceitos centrais, são abordados temas como a presença dos media como impulsionadores da globalização e as consequências da sua influência, a relação entre a globalização, americanização e imperialismo cultural, e, por fim, as implicações da globalização nas novas gerações – especificamente a geração Z. Por meio de um levantamento de perspetivas teóricas de vários autores conceituados na área, adotou-se uma abordagem analítica de modo a interpretar as distintas perceções que existem na literatura sobre a temática. Em suma, podemos concluir com este estudo que os conceitos de globalização e identidade cultural, são, dificilmente, definidos de uma só forma, devido à sua amplitude e à influência que exercem em distintas áreas de estudo. Contudo, conseguimos, sim, identificar que existe uma influência sociocultural emergente gerada pela globalização para com as sociedades modernas. As alterações comportamentais na sociedade após o fim da Guerra-fria, identificado como o “boom” da globalização, têm vindo a introduzir uma nova fase de incerteza e de transformação e um modelo de sociedade mais orientado para um mundo global.

keywords

globalization, cultural identity, americanization, digital media, identity crisis, generation Z.

abstract

In recent decades there has been a growing interest in the sociocultural changes occurring in society facing globalization. With the birth of a new, dynamic, and connected age, new concerns for future generations are emerging. In this context, this dissertation seeks to understand what influence globalization has had and is having on cultural identity in human societies, and, in particular, the new generations that are already born into this connected and open world. Cultural identity is an aspect that develops depending on the environment in which a person is inserted; family, school, experiences, language, traditions, these are just some of the aspects that have an impact on cultural identity. The study presented here, has as its main objective the theoretical exploration of the concepts of globalization and cultural identity and the ambiguous relationship between them, as well as other themes that arise in association with them and that contribute to their understanding. Thus, in addition to the core concepts, topics such as the presence of the media as a driver of globalization and the consequences of its influence, the relationship between globalization, Americanization, and cultural imperialism, and, finally, the implications of globalization on new generations - specifically Generation Z - are addressed. By the means of a survey of theoretical perspectives of several renowned authors in the area, an analytical approach was adopted in order to interpret the different perceptions that exist in the literature on the subject. In summary, we can conclude with this study that the concepts of globalization and cultural identity are difficult to define in one way only, due to their amplitude and the influence they have in different areas of study. However, we can, yes, identify that there is an emerging sociocultural influence generated by globalization towards modern societies. Behavioural changes in society after the end of the Cold War, identified as the globalization boom, have introduced a new phase of uncertainty and transformation and a more globally oriented model of society.

Índice

Introdução	9
Capítulo 1 – Enquadramento Conceptual	15
Nota Introdutória	15
1.1 Globalização	17
1.1.2.1 Hiperglobalistas, Céticos e Transformacionistas	25
1.2 Identidade Cultural	29
Capítulo 2 – Contextualização Histórica	38
Nota Introdutória	38
2.1 A Guerra Fria, Pós-Guerra Fria e o Mundo Contemporâneo	40
2.2 Teoria de aceleração da globalização pós-1990 de Thomas Eriksen	45
Capítulo 3 – Os media e a globalização cultural.....	49
Nota introdutória	49
3.1 A evolução dos media e a identidade cultural	51
3.2 Os media e a cultura americana	57
3.2.1 Relação do conceito da americanização e do imperialismo cultural	60
Capítulo 4 – Jovens e a Globalização	65
Nota Introdutória	65
4.1 Jovens e identidade cultural	67
4.2 Jovens, oportunidades e desafios da globalização	72
4.2.1 Identidade global.....	75
Reflexão Final	80
Referências Bibliográficas	86

Introdução

A presente dissertação foi desenvolvida no âmbito do Mestrado em Línguas e Relações Empresariais, no ano letivo de 2020/2021, sob orientação da Professora Doutora Gillian Grace Owen Moreira. A dissertação visa, explorar e aprofundar a compreensão da dualidade conceptual entre globalização e identidade cultural. A globalização é um fenómeno que percorre, até aos dias de hoje, o mundo, deixando, na passagem, a sua influência indiscutível. Normalmente, a globalização é discutida sobre um prisma do sistema económico global emergente, no entanto essa interpretação restrita não permite a compreensão na totalidade da globalização. Este fenómeno deve ser visto não como um processo uniliteral, mas sim como um conjunto multidimensional de processos sociais simultâneos, que atuam em várias dimensões, não podendo ser restringidos em um quadro único (Santos, 2015). Assim sendo, a globalização impacta profundamente a economia, a política, a tecnologia, a cultura e a ecologia das sociedades modernas. Estas sociedades, foram-se transformando de acordo com as exigências de um mundo global; são caracterizadas pelo uso das tecnologias, por uma comunicação remota e livre, um maior poder de compra, entre outros fatores, tornando a globalização um conceito abrangente e, conseqüentemente, um processo de integração mundial.

A globalização do mundo expressa um novo ciclo de expansão do capitalismo, como modo de produção e processo civilizatório de alcance mundial. Um processo de amplas proporções envolvendo nações e nacionalidades, regimes políticos e projetos nacionais, grupos e classes sociais, economias e sociedades, culturas e civilizações. Assinala a emergência da sociedade global, como uma totalidade abrangente, complexa e contraditória. (Ianni, 1997, p. 7)

Nesta nova era, na qual é possível estar sempre em contacto com novas culturas, aprender e a transmitir esses conhecimentos pelo mundo, seria previsível que as identidades culturais fossem sofrendo alterações ao longo do tempo. A ideia de realizar esta dissertação surgiu do interesse e da curiosidade

em identificar quais as perspetivas socioculturais futuras das sociedades em relação às variações recorrentes causadas pela globalização e que têm sido cada vez mais associadas às transformações no mundo contemporâneo. A ideia da presente dissertação, surgiu da premissa de que, a nível social e cultural, a humanidade tem vindo a experienciar uma transformação complexa, na qual o local e o global têm limites cada vez mais transparentes, comparativamente há umas décadas atrás. Consequentemente, cada vez mais, estão a ser derrubadas as barreiras culturais, impulsionando a aprendizagem de conhecer o que nos une mais do que o que nos distingue.

O tema que vou abordar a globalização e a identidade cultural é pouco consensual. De facto, há muitas teorias e presunções que são levantadas quando abordamos esta temática. Posto isto, esta dissertação visa refletir sobre estes conceitos e as diferentes perspetivas existentes. Em relação ao conceito de identidade cultural, trata-se de uma área de estudo bastante extensa e a literatura disponível é vasta. Neste âmbito, a identidade cultural pode ser entendida como a forma como o ser humano se coloca no mundo, ou seja, o código através do qual as pessoas de um dado grupo pensam e agem. Como explica, Fróis (2004), a identidade cultural pode ser observada sob dois focos. O primeiro refere-se à cultura partilhada numa sociedade ou nação, que concede um sentimento de pertença aos cidadãos. Complementarmente ao primeiro, segundo foco refere-se ao indivíduo, que, apesar de ter sempre como referência a sua cultura, tem a capacidade de moldar e transformar a sua identidade cultural a um meio cultural diferente ou à sua vontade (Fróis, 2004). Como, por exemplo, um português, apesar de partilhar uma identidade cultural com o resto da população portuguesa, pode não se sentir incluído no mesmo padrão cultural que os restantes. Tirando partido deste exemplo, é possível perceber a complexidade do conceito de identidade cultural.

Em relação ao outro tema central desta dissertação que é, a globalização, existe pouco consenso na literatura e este conceito é muitas vezes apresentado como um fenómeno com duas facetas. Por um lado, se posicionam os aspetos mais positivos, e por outro, os aspetos mais negativos. Tomlinson (2001) enaltece este contraste inerente a este fenómeno, e exemplifica que as culturas economicamente predominantes, como as culturas ocidentais, aproveitando-se da globalização, viram um caminho para criar

ligações em todo o mundo. Contudo, os países recetores destas influências, que estão associados a uma certa frangibilidade económica, podem estar a colocar a sua identidade cultural em risco constante. Outro exemplo seria que, a disseminação cultural pelo mundo, facultada pela exposição mediática das culturas, não é, efetivamente, um complô para evidenciar apenas algumas culturas e destruir a identidade cultural em outras regiões. Antes, seria uma plataforma para as culturas poderem-se expor para o mundo. Esta maneira de observar a globalização como um processo ambíguo e contraditório envolve uma compreensão bastante complexa do processo e a aceitação da sua imprevisibilidade inerente, ao contrário de, simplesmente, identificar todos os aspetos negativos da globalização (Tomlinson, 2001). Tendo em conta esta breve e simples introdução dos conceitos, conseguimos identificar a complexidade e dificuldade em definir ambos os conceitos, nesta situação, os conceitos dificilmente, são aplicáveis num contexto geral, por efeito da sua natureza dinâmica e adaptável os paradigmas em que são estudados estão sempre a ser redefinidos e alterados.

O presente estudo não comporta a presunção de adiantar respostas para as questões mais intemporais sobre a globalização e a sua influência na identidade cultural. Procura, sim, aclarar algumas noções do que englobam estes termos e as suas influências no dia a dia.

Através da literatura consultada, é possível observar que existem várias questões que talvez possam ser as mais influentes e as mais questionadas quando abordamos a questão da globalização e a identidade cultural. O que é que se entende por globalização? E qual é a sua relação com a identidade cultural? Quando é que se iniciou a atual e galopante fase de globalização? De que forma é que, os media e as novas tecnologias influenciaram a globalização? Será a globalização um disfarce para a americanização ou o imperialismo cultural? E os jovens? Como é que são influenciados pela globalização? Serão eles e elas os futuros protótipos de uma identidade global?

Quando me coloquei na posição de apresentar este tema, estas foram as questões para as quais tinha curiosidade em encontrar respostas através de uma leitura crítica da literatura existente.

Na procura de respostas, foi realizada, numa primeira fase, uma pesquisa exploratória com vista ao levantamento das teorias e perspectivas de vários autores sobre as temáticas identificadas. A pesquisa foi realizada com recurso a sites como o Research Gate, Google Scholar, Jstor, Scielo, e artigos recentes e capítulos de livros mais clássicos selecionados. Para selecionar os artigos mais relevantes, utilizou-se as seguintes palavras-chave: globalização, identidade cultural, cultura, americanização, meios de comunicação digitais, crise de identidade, geração Z. E, em simultâneo, foram procurados estudos de autores conceituados na área como, Stuart Hall, Ulrich Beck, Manuel Castells, Roland Robertson, Anthony Giddens, entre outros autores que vão sendo mencionados ao longo da dissertação.

Partindo dos conceitos de globalização e de identidade cultural, surgiram outras temáticas que decidimos abordar na elaboração da dissertação, como, por exemplo: a teoria de aceleração da globalização pós-1990 de Thomas Eriksen; o desenvolvimento dos media digitais e a sua influência no mundo e na identidade cultural; a americanização e o imperialismo cultural; e, por fim, a globalização e os seus efeitos nos jovens, considerando as dificuldades atuais no desenvolvimento de uma identidade cultural nesta faixa etária e contemplando a possibilidade no futuro de existir o conceito de uma identidade global.

Para o desenvolvimento da dissertação foi necessário procurar informações, principalmente, de teor teórico, em artigos de carácter científico, dissertações e livros. Adotou-se uma abordagem analítica na análise de conceitos, visto que se tratou de um levantamento de ideias, conceitos e teorias já existentes para a construção de uma exploração em profundidade da minha temática. Não foi a nossa intenção, concluir com uma resposta única, definitiva e universal, pois não há respostas irreversíveis e infalíveis quando tratamos temáticas tão abrangentes e complexas como as em análise.

A dissertação está dividida em quatro capítulos, iniciando com uma introdução onde estão explicados o motivo da pesquisa e a metodologia usada na pesquisa.

O primeiro capítulo apresenta um enquadramento teórico dos conceitos da globalização e da identidade cultural, onde são analisados diversos conceitos e perspectivas existentes na literatura da especialidade, de autores

que são reconhecidos nas suas respectivas áreas. Da minha análise da literatura, emergem várias teorias sobre a globalização e a identidade cultural e os seus respetivos autores nomeadamente, Arjun Appadurai e o seu trabalho “*Disjuncture and Difference in the Global Economy*” (1990) e a sua obra “*Modernity at large*” (1996); Ulrich Beck e a sua obra “*Risk Society: Towards a new Modernity*” (1992); Manuel Castells e o seu trabalho em “*The rise of the Network Society*” (1996) e “*The power of identity*” (1997); Anthony Giddens, e a estruturação do conceito “*time-space distancing*” que ele aborda na construção da sua “*Structuration theory*” (1990) e a sua obra “*Modernity and self-identity. Self and Society in the late modern age*” (1991); Roland Robertson e a construção do conceito de “*Glocalization*” (1992); e, Stuart Hall e a sua obra “*The question of Cultural Identity*” (1992), entre outros autores e os seus conceituados trabalhos que vão surgindo no decorrer do capítulo. Ainda, dentro do mesmo capítulo, abordam-se algumas das consequências que a globalização teve para a identidade cultural e as sociedades modernas, como, por exemplo, as crises de identidade, o multiculturalismo e o hibridismo cultural. O primeiro capítulo é a representação conceptual do tópico da dissertação, sendo os restantes capítulos subtemas complementares à temática.

O segundo capítulo refere-se à contextualização histórica da globalização, iniciando com uma breve introdução à situação vivida no tempo da Guerra Fria e no período pós-Guerra Fria até aos dias de hoje, influenciada pelo “*boom*” da globalização. Também é retratado, neste capítulo, a teoria de aceleração da globalização pós-1990 de Thomas Eriksen onde introduzimos o conceito de “*overheating*”, aplicado como consequência da evolução da globalização, o aquecimento global e a expansão da influência do ser humano no mundo.

O terceiro capítulo engloba a evolução dos media e o desenvolvimento das tecnologias como meio de transporte da globalização e a influência dos mesmos na identidade cultural e na globalização. Por fim, é trabalhado a influência cultural dos Estados Unidos da América no mundo e a sua utilização recorrente dos media digitais como transporte cultural. Também é abordada a questão da americanização e a sua relação com o conceito de imperialismo cultural e as várias perspetivas existentes na literatura sobre esta dualidade.

O quarto capítulo é dedicado à influência da globalização na formação da identidade cultural dos jovens e aos sentimentos que as novas gerações sentem em relação à sua própria cultura. Este capítulo procura compreender que implicações possam existir para as novas gerações e o seu meio sociocultural, numa faixa etária que é, atualmente, assoberbada com os media digitais e com todas as influências de um mundo aberto e remoto. Aqui, também é mencionada a possibilidade de existir no futuro uma identidade global apropriada às condições preconcebidas que vinculam, atualmente, esta “geração Z”.

Capítulo 1 – Enquadramento Conceptual

Nota Introdutória

No presente capítulo, serão explorados os conceitos centrais desta dissertação, expondo várias definições e perspetivas sobre os conceitos da globalização e da identidade cultural recorrendo à literatura especializada sobre a temática.

A globalização é um termo abrangente utilizada para descrever a emergência de uma sociedade global em que eventos económicos, políticos, ambientais e culturais numa parte do mundo rapidamente se tornam significativos para pessoas noutras partes do mundo. Freire (2006) explica que é o resultado de os avanços na comunicação, nos transportes e nas tecnologias de informação. O termo globalização adquiriu uma força considerável e, na literatura consultada, existem pontos de vista que julgam a globalização como benéfica - uma chave para o futuro desenvolvimento económico mundial - inevitável e irreversível, e outros que a abordam com hostilidade, mesmo com medo, acreditando que aumenta a desigualdade dentro e entre nações, ameaça o emprego, a saúde, a vida das pessoas e também um custo ambiental muito elevado e talvez irreversível (Eriksen, 2016).

Neste capítulo, numa primeira parte, são abordadas diversas definições de globalização e perspetivas existentes na literatura, com referência a autores que têm tido bastante influência nesta temática, como, por exemplo, Anthony Giddens, David Held, Grahame Thompson, Arjun Appadurai, Roland Robertson, Ulrich Beck, Manuel Castells, entre outros.

Na segunda parte do capítulo, apresenta-se um levantamento teórico em torno do conceito de identidade cultural. A identidade é associada a um processo que envolve, principalmente, o sentido de pertença, valores e crenças partilhadas. Uma noção clara de identidade proporciona conforto para certos indivíduos porque atuam em conformidade com determinados papéis. Historicamente, a construção da identidade coletiva era vista como um processo simples, ou seja, nascemos sob uma cultura e um Estado-Nação e, crescemos no âmbito de parâmetros familiares, vividos na escola, através dos costumes e tradições, na família, com os amigos, entre outros. No entanto, no presente, com a globalização, com os movimentos decorrentes de migração,

com o desenvolvimento das comunicações e das tecnologias digitais que permitiram o encurtar das distâncias entre nações, regiões e comunidades, acabou-se por criar um processo de formação de identidade distinto do anterior. Agora, as influências externas são superiores e constantes que, por sua vez, possibilita a oportunidade de estarmos num estado constante de transformação da nossa identidade cultural.

Assim, este capítulo está dividido em duas partes. A primeira parte é dedicada à explicação e definição do que é a globalização e às perspectivas conceptuais existentes em torno desta. A segunda parte aborda da mesma forma a temática da identidade cultural e os efeitos da globalização na mesma.

1.1 Globalização

O termo globalização, na simplicidade da palavra, já indica um conjunto de processos que opera simultaneamente em vários níveis e em várias dimensões. A globalização não é um conceito único que possa ser definido e englobado dentro de um tempo determinado nem é um processo que possa ser delimitado claramente com um início e um fim. É um conceito que tem sido definido de forma variada ao longo dos anos, com algumas conotações positivas referentes ao progresso, ao desenvolvimento, à estabilidade, integração e cooperação. Contudo, do mesmo modo, é definido com outras conotações mais negativas, nomeadamente, à regressão, ao colonialismo e à desestabilização. Anthony Giddens (2009, citado por Upali, 2017, p.250) escreveu que “thirty years ago, the term globalization was relatively unknown, but today it seems to be on the tip of everyone's tongue. Globalization refers to the fact that we all increasingly live in one world, so that individuals, groups and nations become ever more interdependent”.

De facto, o termo globalização está envolvido em muitas discussões. É um conceito que por defeito é, muitas vezes, associado a um processo económico, com o intuito de um mercado global, sem restrições na questão de fronteiras terrestres e delineado pelas intenções dos próprios países. Por outro lado, como realçado por Giddens (1990), a globalização pode ser entendida como “the intensification of worldwide social relations which link distant localities in such way that local happenings are shaped by events occurring many miles away and vice versa” (p.64), alterando, desta forma, todos os aspetos da nossa vida. Mais tarde, em 1996, Giddens sublinha que:

Globalisation is not a single set of processes and does not lead in a single direction. It produces solidarities in some places and destroys them in others. It has quite different consequences on one side of the world from the other. In other words, it is a wholly contradictory process. It is not just about fragmentation: I see it more as a shake-out of institutions in which new forms of unity go along with new forms of fragmentation. (Giddens, 1996, pp. 4-5)

De acordo com Held e McGrew (1999) (citado por Bryane, 2011, p.3), a globalização:

[...] reflects increased inter-connectedness in political, economic and cultural matters across the world creating a “shared social space”. Given this inter-connectedness, globalisation may be defined as a process (or set of processes) which embodies a transformation in the spatial organisation of social relations and transactions, expressed in transcontinental or interregional flows and networks of activity, interaction and power. (Bryane, 2011, p.3)

A globalização, como Giddens (1996) e Held e McGrew (1999) explicam, é um processo com influências políticas, sociais e económicas com um grande impacto no funcionamento interno dos Estados-Nação que estão predispostos a abrir as suas fronteiras. Ulrich Beck (2002) vê a globalização como “a non-linear, dialectic process in which the global and the local do not exist as cultural polarities but as combined and mutually implicating principles” (Beck, 2002, p.17). Desta forma, independentemente das transformações internas dos Estados-Nação para se adaptarem às necessidades de um mundo global, a globalização, como processo de influência à escala global, é caracterizada não como um movimento que distingue o local e o global, mas sim como uma união dos dois espectros em que as limitações são escassas.

Robertson (1992) identifica outra qualidade na globalização como, “a concept that refers both to the compression of the world and the intensification of consciousness of the world as a whole” (Robertson, 1992, p.8). A compressão de espaço-tempo é vista assim como uma das principais definições da globalização. Consequentemente, os processos globais tornam as distâncias mais curtas e possibilitam que os eventos distantes tenham impactos imediatos sobre as pessoas e lugares situados em outras localidades. Robertson (1992) identifica dois significados no conceito de globalização que se interligam. Deste modo, ele refere-se à globalização como um processo subjetivo em qual os indivíduos têm consciência do mundo como um lugar. E, em que a globalização afeta todo o mundo por influenciar e estar

profundamente interligada a níveis políticos, económicos e culturais com todos os países (Robertson, 1992).

Estas definições apontam para algumas das características da globalização. Desta forma, podemos compreender que a globalização envolve uma expansão de novas redes e de atividades sociais que atravessam fronteiras políticas, económicas, geográficas e culturais. Consequentemente, facultam o desenvolvimento das relações, atividades e interdependências sociais viabilizando a intensificação e a aceleração das atividades e trocas sociais. Após esta apresentação inicial de alguns atributos de globalização, passaremos, de seguida, a explorar o conceito de acordo com a perspetiva de alguns outros autores conhecidos da área, nomeadamente: Arjun Appadurai (1990); Anthony Giddens (1996); Manuel Castells (1996); Roland Robertson (1992) e Ulrich Beck (2002), que contribuíram para esta temática.

No início dos anos noventa, Arjun Appadurai (1990) debruçou-se sobre os aspetos culturais da globalização contribuindo assim consideravelmente na teorização da globalização. Appadurai definiu a globalização como duas forças principais: a migração em massa e os media digitais. E escreve: “This mobile and unforeseeable relationship between mass mediated events and migratory audiences defines the core of the link between globalization and the modern” (Appadurai, 1996, p.4). Centrando-se, principalmente, na globalização cultural, Appadurai argumentou que a complexidade da economia global tem a ver com certas disjunções fundamentais entre economia, cultura, e política que podemos compreender através de fluxos culturais.

Powell (2015) cita Appadurai (1990) na forma que este descreve a nova economia cultural global, “[...] itself a product of “disorganized capitalism” and a complex of “fundamental disjunctures between economy, culture, and politics” (Powell, 2015, p.170). Para compreender estas disjunções, Appadurai (1990) apresenta um plano com 5 dimensões do fluxo cultural global, nomeadamente: *ethnoscapes*, *mediascapes*, *technoscapes*, *financescapes* e *ideoscapes*. *Ethnoscapes* remetem para o movimento de pessoas – turistas, imigrantes, refugiados, exilados e outros grupos em movimento - através de culturas e fronteiras. As *technoscapes* remetem para a crescente disseminação da tecnologia, novos tipos de interações e intercâmbios culturais através do poder da tecnologia. *Financescapes* significam o movimento de capital através das

fronteiras. Estes estão em constante evolução e apesar dos esforços de manipulação, são extremamente imprevisíveis, estando diretamente relacionadas com o fluxo de capital. De acordo com o autor estas três dimensões representam uma infraestrutura global cuja relação:

(...) is deeply disjunctive and profoundly unpredictable since each of these landscapes is subject to its own constraints and incentives (some political, some informational and some techno-environmental), at the same time as each acts as a constraint and a parameter for movements in the other. (Appadurai, 1990, p.298)

Mediascapes e *Ideoscapes* são as outras duas dimensões explicadas por Appadurai, que lidam com a criação e divulgação nacional e internacionalmente de informação, imagens e ideias. As *Mediascapes* são a produção e distribuição de imagens mediáticas pelo mundo. Appadurai (1990) escreve:

(...) The lines between the 'realistic' and the fictional landscapes they see are blurred, so that the further away these audiences are from the direct experiences of metropolitan life, the more likely they are to construct 'imagined worlds'. (Appadurai, 1990, p.299)

Ideoscapes correspondem ao fluxo de ideias e ideologias através de fronteiras, pessoas, tecnologias ou os media. Geralmente, são compostas, nomeadamente por ideologias ou imagens, como liberdade, direitos, deveres, soberania, democracia, entre outros. Estas duas dimensões são, efetivamente, as que mais têm influência no impacto que a globalização tem na vida das pessoas, quer seja a nível global, quer seja a nível local. Para entender estas dinâmicas mais profundamente, temos que olhar para o uso do sufixo "*scapes*", que aponta para a fluidez e as formas irregulares desses fluxos.

Por volta da mesma altura, Roland Robertson (1992) também escrevia sobre a globalização, dando enfoque à glocalização e à globalização cultural. Consequentemente, definiu a globalização como a compressão do mundo e a intensificação da consciência do mundo como um todo (Robertson, 1992).

Segundo este sociólogo, o processo de glocalização, termo resultante da fusão das palavras global + local, visa proteger o “local” do “caos” causado pelo movimento multidimensional da globalização. Robertson introduziu o termo glocalização em 1992, argumentando que o glocal não está fora do global nem do local, mas sim no meio dos dois. A globalização envolve assim a particularização do universalismo e a universalização do particularismo. O local nunca é completamente 'puro' ou fora do global; sendo sempre construído em parte para dar resposta a influências globais e através das mesmas (Roudometof, 2016, p.392).

Neste mundo pós-moderno [...] vivencia-se, paradoxalmente, o alargamento do local e a compressão do global, um mundo “glocal”, no qual o mesmo movimento de globalização econômica, nunca antes experimentado em escala planetária, que faz implodir as identidades e diluir as certezas, é o mesmo que cria um infundável rol de oportunidades, desejos e realizações, expressos em culturas identitárias que se reconfirmam no jogo dinâmico das identidades. (Neto, 2016, pp.38-39)

Roland Robertson (1992) defendia a necessidade de introduzir o conceito de glocalização nas teorias sociais devido à tendência de muitos autores sobre a globalização de pressupor que esta é um processo que pretende substituir a localidade. Em 1995, escreve que este discurso negligência duas coisas:

First, it neglects the extent to which what is called local is in large degree constructed on a trans- or super-local basis. In other words, much of the promotion of locality is in fact done from above or outside. Much of what is often declared to be local is in fact the local expressed in terms of generalized recipes of locality. [...] Second, while there has been increasing interest in spatial considerations and expanding attention to the intimate links between temporal and spatial dimensions of human life, these considerations have made relatively little impact as yet on the discussion of globalization and related matters. In particular there has

been little attempt to connect the discussion of time-and-space to the thorny issue of universalism-and-particularism. (Robertson, 1995, p.26)

Firat (2016) concorda com Robertson (1992) e defende que quer a globalização seja negativa ou positiva, o local e o global têm sido quase sempre retratados como opostos e em conflito um com o outro. Na realidade, o local e o global são interdependentes e não podem existir um sem o outro. Sem a presença do global, não pode haver cognição do local. Sem o local, não há possibilidade de um (re)conhecimento do global, porque é a multiplicidade de locais que permite a presença do global. O reconhecimento do local sempre exigiu a presença de algo maior - pelo menos a presença de dois locais. Esta impossibilidade da presença de um sem o outro é, em grande parte, esquecido no discurso contemporâneo sobre o local e o global, no qual, o local e o global são, frequentemente, posicionadas como territórios ou espaços concorrentes ou opostos. O local reconhece o seu "localismo" e desenvolve a autoconsciência como um local através do seu reflexo no global. No mundo "globalizado" contemporâneo, a identidade do local é refletida no global (Firat, 2016).

Com os seus estudos realizados sobre a interconectividade e a influência da globalização nas sociedades, Manuel Castells (1996) também influencia significativamente as teorias da globalização, nomeadamente, no que concerne ao que denominou de "network society". Castells (2000) explica que a globalização é um produto da mudança do pós-industrialismo para a era das tecnologias. "A number of major social, technological, economic and cultural transformations came together to give rise to a new form of society" (Castells 2000, p.17). Castells mencionou, pela primeira vez, o termo "network society" na sua obra "The Rise of the Network Society" (1996). Para ele, vivemos, hoje, numa sociedade em rede, porque as nossas principais estruturas e atividades sociais são organizadas em torno de redes de informação eletrónicas, ou seja redes alimentadas por tecnologias de informação. A sua análise da transformação tecnológica, cultural e institucional das sociedades em todo o mundo para sociedades em rede proporciona uma visão de um mundo em constante movimento. Castells refere que há poucas hipóteses de alterações sociais dentro de uma dada rede. Ele próprio afirma que o dilema fundamental

na sociedade em rede é "que as instituições políticas já não são o local do poder" (Castells, 2000, p.25). O verdadeiro poder é o poder dos códigos culturais, embutidos nas redes interpessoais. Castells (2000) evidencia que vivemos numa "era da informação", em que se assiste a uma crise de legitimidade e tem diminuído o poder das instituições. O aparecimento de uma nova forma de organização social focado nos mercados, nos indivíduos, nas redes e em organizações estratégicas é caracterizado por uma "cultura de virtualidade real" que é construída sob um sistema dos media interligado e diversificado propulsionado pela globalização (Castells, 2020).

Na procura de uma compreensão mais informada sobre a globalização do mundo moderno, não podíamos deixar de invocar, novamente, o trabalho de Anthony Giddens (1996) que defende que a globalização é o motor do desenvolvimento que define as sociedades modernas. Giddens introduziu o conceito "time-space distancing" que descreve o processo de intensificação das relações sociais mundiais, sendo que este liga localidades distantes de tal forma que os acontecimentos locais são moldados por acontecimentos que ocorrem a muitos quilómetros de distância e vice-versa. Consequentemente, esta interação remota converteu-se em um aspeto fundamental e irreversível na vida humana. Giddens (1996) revê no seu trabalho os potenciais efeitos negativos da globalização como, por exemplo, o crescimento das disparidades sociais e, os riscos financeiros e ecológicos que estão ligados ao risco de saúde da humanidade, representando riscos para a qualidade de vida das pessoas (Georgantzis, Katsamakos & Dominic, 2010). Outros riscos identificados por Giddens são: o crescimento das empresas transnacionais e, o processo da globalização dos mercados mundiais que afetam de tal forma os Estados-Nação que estes dificilmente conseguem gerir as suas próprias economias. O crescimento do descontentamento público com os políticos é apenas um resultado disto.

Face a estes riscos e as fragilidades dos Estados-Nação no contexto de globalização, Giddens (2000) propõe todo um sistema de serviços sociais, um estado de investimentos sociais, planos de gestão de risco, igualdade social, a proteção dos mais fracos e da liberdade como princípio, uma sociedade civil ativa, a democratização de democracia (um processo de descentralização), bem como uma estrutura de apoio social como subsídios, proteção económica,

apoio na saúde. Giddens propõe também controlos do mercado financeiro, estabilização de movimentos de moedas, separando a especulação de curto prazo do investimento e, produzindo maior responsabilidade das corporações transnacionais na gestão da economia mundial (Georgantzis, Katsamakas & Dominic, 2010).

No início do século XX, Ulrich Beck (2002) apresenta o seu trabalho em referência às interferências que a globalização tem nas sociedades contemporâneas:

‘Globalization’ is a non-linear, dialectic process in which the global and the local do not exist as cultural polarities but as combined and mutually implicating principles. These processes involve not only interconnections across boundaries, but transform the quality of the social and the political inside nation-state societies. This is what I define as ‘cosmopolitanization’: cosmopolitanization means internal globalization, globalization from within the national societies. This transforms everyday consciousness and identities significantly. Issues of global concern are becoming part of the everyday local experiences and the ‘moral life-worlds’ of the people. (Beck, 2002, p.17)

Reconhecendo a globalização segundo esta prisma, Beck (2009) introduziu o conceito de "risk society". Argumenta que, em vez de um mundo menos propenso ao risco, a modernidade pode na realidade estar a criar o que Beck descreveu como uma “sociedade de risco mundial”. Assim, foi um dos primeiros sociólogos a reconhecer este estranho paradoxo na sociedade moderna, visto que o risco pode, de facto, estar a aumentar devido à tecnologia, à ciência e à industrialização global em vez de ser abatido pelo progresso científico e tecnológico. O trabalho de Beck examinou as forças em jogo entre a tecnologia, a ciência, as instituições políticas e sociais, incluindo uma avaliação das suas consequências para os indivíduos e sociedades (Beck, 2009).

1.1.2.1 Hiperglobalistas, Céticos e Transformacionistas

Alguns autores como Held et al. (1999), Holton (2005) e Martell (2007) identificaram três perspectivas nas teorias da globalização, nomeadamente: os hiperglobalistas, os céticos e os transformacionistas.

For the hyperglobalizers, such as Ohmae, contemporary globalization defines a new era in which peoples everywhere are increasingly subject to the disciplines of the global marketplace (1990; 1995). By contrast the sceptics, such as Hirst and Thompson, argue that globalization is essentially a myth which conceals the reality of an international economy increasingly segmented into three major regional blocs in which national governments remain very powerful (1996a; 1997b). Finally, for the transformationalists, chief among them being Rosenau and Giddens, contemporary patterns of globalization are conceived as historically unprecedented such that states and societies across the globe are experiencing a process of profound change as they try to adapt to a more interconnected but highly uncertain world (Giddens, 1990, 1996; Rosenau, 1997). (Held et al, 1999, p.2)

Os hiperglobalistas, embora reconhecendo a importância das influências anteriores da globalização, identificam um momento histórico após o qual surgiu a globalização contemporânea. De acordo com Martell (2007), para os hiperglobalistas, a globalização contemporânea está fundamentalmente associada à erosão do poder e da autoridade do Estado-Nação. As economias nacionais são muito menos significativas ou até mesmo já não existem, devido ao papel desempenhado pela mobilidade do capital, pelas empresas multinacionais e pela interdependência económica (Martell, 2007). Held et al. (1999) afirmam que, para os hiperglobalistas, a globalização, geralmente, privilegia uma lógica económica, de uma forma neoliberal, celebram o aparecimento de um mercado global e a competição global como motivadores para o progresso do humano (Held et al., 1999). Estes acreditam num mundo “sem-fronteiras” e na “desnacionalização” das economias através do estabelecimento de uma rede de produção, troca e financeira transnacional.

Held et al. (1999) argumentam que o crescimento de uma economia global, o aparecimento de instituições de governação global como, por exemplo, o FMI (Fundo Monetário Internacional) e a difusão global e a hibridização de culturas são interpretadas como evidências de uma nova ordem mundial e que esta retrata o declínio do Estado-Nação (Held et al., 1999). Martell (2007), por sua vez, afirma que devido às reduzidas restrições políticas à circulação de dinheiro e à mudança tecnológica, sob a forma de informatização das transações financeiras, grandes quantidades de dinheiro podem ser movimentadas quase instantaneamente. Muitas empresas são agora vistas como multinacionais em vez de nacionais, na sua propriedade e instalações de produção, mão-de-obra e consumidores distribuídos internacionalmente (Martell, 2007). A linha de pensamento dos hiperglobalistas é vista pelos céticos e pelos transformacionistas como exagerada.

Os céticos argumentam que a internacionalização e as ligações globais não são, de forma alguma, fenómenos novos. Ao colocar os desenvolvimentos culturais, económicos, políticos, sociais e tecnológicos numa linha temporal evolutiva, os céticos argumentam que a globalização existe há séculos e que a soma dos desenvolvimentos recentes apenas altera a escala da sua influência e o âmbito da globalização e não as características intrínsecas do fenómeno em si. Do mesmo modo, estão preocupados com a natureza abstrata das perspetivas globalistas que parecem ser pouco fundamentadas empiricamente e, conseqüentemente, fazem afirmações arrebatadoras sobre processos como se afetassem todas as áreas do mundo de forma uniforme e com as mesmas respostas. Held et al. (1999) afirmam que para os céticos a globalização não passa de um mito, refutando a ideia de que os Estados-Nação possam estar a perder poder e, afirmando até que se as evidências mostram algo é que estamos a sofrer uma regionalização. Ou seja, isto significa que os Estados Unidos, a Europa e a Ásia-Pacífico, continuam a evidenciar-se individualmente nesta economia mundial em comparação com os restantes países. Conseqüentemente, a regionalização e a globalização são tendências contraditórias. Desta forma, não faz sentido a globalização como os hiperglobalistas a pintam (Held et al., 1999). As identidades nacionais têm uma história e um domínio da imaginação popular que as identidades globais não podem substituir. Assim, evoluem-se em vez de serem varridas, podendo

mesmo haver indícios de um ressurgimento do nacionalismo à medida que as velhas nações são desafiadas. Martell (2007) menciona que culturalmente as nações podem responder à globalização de forma diferente.

Por fim, os transformacionistas são críticos dos hiperglobalistas e desejam formular um quadro mais sofisticado. Contudo, sentem que, ao contrário dos céticos, a globalização está a mudar o mundo.

Third wave perspectives have been ones that do not go as far as the sceptics in that they do not deny that real significant changes have happened. They acknowledge the reality of globalising changes and so defend a globalist position but one that is modified to be more complex than that of the hyperglobalists. (Martell, 2007, p.176)

Giddens (1990), Scholte (1993) e Castells (1996), citados por Held et al. (1999), afirmam que a globalização é a força central por detrás das rápidas alterações sociais, políticas e económicas que estão a reconfigurar a sociedade e a ordem mundial. Governos e sociedades tem de se adaptar a um mundo onde cada vez mais é difícil distinguir entre o internacional e nacional e, entre assuntos internos e externos. Em comparação com os hiperglobalistas e os céticos, os transformacionistas não tomam posições sobre o futuro da globalização nem assumem nada em relação a ideias preconcebidas de um “mundo global”, com um mercado único e uma civilização global (Held et al., 1999). Não existem distinções claras entre o nacional e o internacional nos processos económicos, sociais e políticos. Por exemplo, aspetos da cultura nacional como os meios de comunicação social, cinema, religião, alimentação, moda e música estão de tal forma dependentes de fontes internacionais que a cultura nacional já não está separada da internacional. Esta é uma das razões porque a globalização contemporânea altera as experiências de vida das pessoas. Os transformacionistas são aqueles que partilham as preocupações dos céticos sobre provas e diferenciação, contudo não deixam de reconhecer os avanços da globalização a níveis sem precedentes nos últimos anos. A interdependência económica sofreu um crescimento significativo, sendo que as economias nacionais deixem de estar apenas contidas num âmbito nacional e às suas fronteiras territoriais e passam a estar envolvidas num âmbito global.

Autores como Held et al. (1999), Held e McGrew (2003), Giddens (1990) e Rosenau (1997) intitularam-se transformacionistas.

As três perspectivas podem ser resumidas na imagem em baixo, extraída da obra de Held et al. (1999, p.10).

	Hyperglobalists	Sceptics	Transformationalists
What's new?	A global age	Trading blocs, weaker geogovernance than in earlier periods	Historically unprecedented levels of global interconnectedness
Dominant features	Global capitalism, global governance, global civil society	World less interdependent than in 1980s	"Thick" (intensive and extensive) globalization
Power of national governments	Declining or eroding	Reinforced or enhanced	Reconstituted, restructured
Driving forces of globalization	Capitalism and technology	States and markets	Combined forces of modernity
Pattern of stratification	Erosion of old hierarchies	Increased marginalization of South	New architecture of world order
Dominant motif	McDonalds, Madonna, etc.	National interest	Transformation of political community
Conceptualization of globalization	As a reordering of the framework of human action	As internationalization and regionalization	As the reordering of interregional relations and action at a distance
Historical trajectory	Global civilization	Regional blocs/clash of civilizations	Indeterminate: global integration and fragmentation
Summary argument	The end of the nation-state	Internationalization depends on state acquiescence and support	Globalization transforming state power and world politics

Figura 1- Resumo das características das três tendências de pensamento: Hiperglobalistas, Céticos e Transformacionistas (Held et al., 1999, p.10).

A discussão e análise deste conceito permitem compreender que há uma variedade de conceitos, termos e teorias que têm sido associados à globalização, tratando-se de um processo complexo e multifacetado de mudança social, política e económica que tem influenciado todos os aspetos da sociedade contemporânea.

1.2 Identidade Cultural

A conceptualização teórica do termo identidade cultural é difícil, porque a própria definição de “identidade” e “cultura” já incorporam várias possibilidades de significados e conceitos.

Hall (1996) descreve identidades culturais como “[...] those aspects of our identities which arise from our ‘belonging’ to distinctive ethnic, racial, linguistic, religious, and, above all, national cultures” (Hall, 1996, p.274). O mesmo autor afirma que as identidades não se baseiam tanto no que somos, ou de onde viemos, mas sim, no que nos podemos tornar e desejamos representar.

Segundo Patriota (2006), quando nos referimos a uma identidade cultural, identificamos um sentimento de pertença a uma cultura nacional, aquela em que nascemos e vamos vivendo ao longo da nossa vida. No entanto, ele menciona que uma identidade cultural não é um aspeto genético ou natural, mas é, sim, um processo de construção (Patriota, 2006).

De acordo com Tomlinson (2001), a identidade cultural é vista como uma conexão entre as pessoas e as suas comunidades, resultando na respetiva identidade cultural.

This identity was something people simply ‘had’ as an undisturbed existential possession, an inheritance, a benefit of traditional long dwelling, of continuity with the past. Identity, then, like language, was not just a description of cultural belonging; it was a sort of collective treasure of local communities. (Tomlinson, 2001, p.269)

E, Kaul (2012) resume a identidade cultural como uma herança, em que a identidade deriva de uma transmissão em grupo formal ou informal de crenças, valores, atitudes, conhecimentos, tradições e estilos de vida. Desta forma, é um processo em que a identidade vai sendo transferida de geração para geração.

A broad conception of cultural identity should not privilege nationality but instead should balance components related to vocation, class,

geography, philosophy, language, and the social aspects of biology. Cultural identity changes over time and evokes emotions. It is intertwined with power and privilege, affected by close relationships, and negotiated through communication. (Kaul, 2012, p.342)

A identidade cultural é um conceito maleável, como identificamos pelas definições dos vários autores, mas na sua definição mais simples podemos dizer que o conceito engloba os elementos que permitem as pessoas se reconhecerem dentro de um grupo, quer seja através das tradições, língua, crenças, história ou outra semelhança. Todos estes aspetos, entre outros, formam uma identidade partilhada por um grupo de pessoas. É a identificação de uma cultura e tende a seguir um padrão dentro de uma sociedade. A identidade cultural é associada a um sentimento de pertença e familiarização, como Patriota (2006) explica, sendo esta inculcada de elementos que nos são familiares, nos trazem memórias e nos permitem ir criando uma identidade única e não imitável conforme as experiências que vamos vivenciando.

Após esta apresentação inicial de alguns atributos da identidade cultural, iremos, seguidamente, abordar o conceito de acordo com a perspetiva de alguns autores conhecidos da área, nomeadamente: Hannerz (1997), Hall (2003), Costa (2004), Castells (2006), Kaul (2012) e Pannilage (2017).

Na perspetiva de Hannerz (1997), a cultura caracteriza-se pela sua fluidez e a sua capacidade de movimentação. Se virmos a cultura como um fluxo constante, apercebemo-nos que a movimentação constante de simbologia, pessoas, imagens, não empobrece as culturas, mas é uma maneira de estas se distinguirem, enriquecerem e se manterem ativas no mundo. A cultura é uma rede que conecta os indivíduos de uma sociedade e aqueles que se identificam com a mesma. O seu fluxo no mundo faz com que não seja estática ou eterna, mas um processo que está constantemente em transformação. De facto, Hannertz (1997) afirma que "... as pessoas, enquanto atores e redes de atores, têm de inventar cultura, refletir sobre ela, fazer experiências com ela, recordá-la, discuti-la e transmiti-la" (Hannertz, 1997, pp. 11-12).

Caracterizando as culturas como fluidas e em constante transformação, Costa (2004) concorda e configura a cultura como um conjunto de "teias" de

significados que todos os indivíduos constroem ao longo da vida. É, assim, um processo que é constantemente trabalhado, exercido e que sofre alterações com o passar do tempo e das influências externas, no sentido que é possível estar sempre a incorporar novos elementos na “teia” ou até mesmo alterar os que já estavam antes. Por isso, Costa (2004) defende que a globalização é apenas uma nova influência do mundo moderno e que as culturas vão-se adaptando e incorporando esta nova realidade na sua identidade. As culturas não são restritas a uma determinada sociedade e não são propriedade de ninguém, ou seja, podem compartilhar signos, símbolos, línguas diferentes para com outros e, simultaneamente, adaptar a sua aprendizagem à sua própria identidade (Costa, 2004, p.258).

Stuart Hall (2003), no seu artigo “As culturas nacionais como comunidades imaginadas”, evidencia que no mundo moderno, uma das principais fontes de identidade cultural é a identidade nacional. Contudo quando ele menciona identidade nacional, refere-se à sua representação. Hall (2003) explica que quando nos pronunciamos sobre a nossa identidade, não é que esta esteja presente nos nossos genes, mas sim que a identidade representa um conjunto de significados que determinam a formação de uma cultura. As pessoas não são apenas cidadãos legais de uma nação, mas também, participantes da sua formação e da ideia da nação tal como se representa. Hall (2003) explica a premissa da identidade nacional como uma comunidade imaginada e escreve:

Uma cultura nacional é um discurso - um modo de construir sentidos que influencia e organiza tanto as nossas ações quanto a conceção que temos de nós mesmos. As culturas nacionais, ao produzir sentidos sobre "a nação", sentidos com os quais podemos nos identificar, constroem identidades. Esses sentidos estão contidos nas histórias que são contadas sobre a nação, memórias que conectam seu presente com seu passado e imagens que dela são construídas. (Hall,2003, p.53)

No seu capítulo “Questões da Identidade Cultural”, da obra “Modernity: an Introduction to Modern Societies” (1996), o mesmo autor distinguiu três conceções diferentes de identidade. A primeira é o sujeito iluminado (*the*

enlightenment subject), que implica a ideia do indivíduo no centro, dotado de razão, consciência e ação. A pessoa nasce e desenvolve-se, mas permanece, essencialmente, o mesmo na sua essência. Como escreve Hall “the essential centre of the self was a person's identity” (Hall, 1996, p.275). A segunda é o sujeito sociológico (*the sociological subject*) que:

[...] reflected the growing complexity of the modern world and the awareness that this inner core of the subject was not autonomous and self-sufficient, but was formed in relation to 'significant others', who mediated to the subject the values, meanings and symbols - the culture - of the worlds he/she inhabited. (Hall, 1996, p.275)

Nesta concepção, a identidade é formada pela relação entre o “eu” e a sociedade. O sujeito mantém na mesma o seu núcleo, mas está em constante transformação e modificação conforme o diálogo com outras culturas e identidades. O facto de nos projetarmos nestas identidades culturais e, ao mesmo tempo, interiorizamos os seus significados e valores, levando um pouco connosco, ajuda a definir o lugar que nós tomamos no mundo social e cultural.

Do sujeito iluminado, que tinha uma identidade única e estável, passamos para um sujeito cuja identidade se torna fragmentada, composta por várias influências culturais. Hall (1996) afirma que “the very process of identification, through which we project ourselves into our cultural identities, has become more open-ended, variable and problematic” (Hall, 1996, p.277).

Este efeito produz então o sujeito pós-moderno (*the post-modern subject*). Este é conceptualizado como um sujeito sem uma identidade fixa, permanente ou essencial. A identidade torna-se maleável e não definida sob parâmetros históricos ou biológicos. O sujeito assume diferentes identidades culturais em diferentes momentos da sua vida, identidades que não estão ligadas a um “eu” coerente. Conforme vamos lidando com várias culturas, dentro de nós vai existir um confronto de identidades que nos vai transformando. Hall (1996) menciona que se, por exemplo, nós tivermos uma identidade única do início ao fim das nossas vidas, isto significa que essa identidade é uma fantasia, uma história que criamos. Hall (1996) explica: “Instead, as the systems of meaning and cultural representation multiply, we are

confronted by a bewildering, fleeting multiplicity of possible identities, any one of which we could identify with - at least temporarily," (Hall, 1996, p.277).

Como referido anteriormente, a questão da representação cultural também é um aspeto fulcral para entender o processo de identidade cultural. Hall (1997) apresenta uma posição teórica sobre a representação cultural, pressupondo que a cultura pode ser compreendida em termos de significados partilhados. O autor defende que: "Representation is an essential part of the process by which meaning is produced and exchanged between members of a culture. It does involve the use of language, of signs and images which stand for or represent things" (Hall, 1997, p.15). Desta forma, o autor define "representação" como:

Representation is the production of the meaning of the concepts in our minds through language. It is the link between concepts and language which enables us to refer to either the 'real' world of objects, people or events, or indeed the imaginary worlds of fictional objects, people and events. (Hall, 1997, p.17)

Existem dois sistemas de representação de natureza complexa. Simplificando, o primeiro é um sistema pelo qual todo o tipo de objetos, pessoas e eventos estão correlacionados com um conjunto de conceitos e representações mentais. De facto, "Without them, we could not interpret the world meaningfully at all. In the first place, then, meaning depends on the system of concepts and images formed in our thoughts which can stand for or 'represent' the world, enabling us to refer to things both inside and outside our heads" (Ibidem, 1997, p.17). Este sistema é denominado um sistema de representação, porque consiste não em conceitos individuais, mas nas diversas formas de organizar, classificar e agrupar conceitos e de estabelecer diferentes e complexas relações entre eles. O mapa conceptual de uma pessoa, geralmente, é distinto da outra, daí observarmos o mundo de forma distinta, no entanto, o facto de serem distintos não proíbe ou dificulta a comunicação, citando Hall (1997):

In fact, each of us probably does understand and interpret the world in a unique and individual way. However, we are able to communicate because we share broadly the same conceptual maps and thus make sense of or interpret the world in roughly similar ways. That is indeed what it means when we say we 'belong to the same culture'. Because we interpret the world in roughly similar ways, we are able to build up a shared culture of meanings and thus construct a social world which we inhabit together. That is why 'culture' is sometimes defined in terms of 'shared meanings or shared conceptual maps. (Ibidem, p.18)

No entanto, partilhar do mesmo mapa conceptual não é suficiente. Ou seja, é preciso ser capaz de representar e partilhar significados e conceitos e é, por isso, que temos acesso à linguagem. Desta forma, o segundo sistema de representação é a linguagem que é o processo de construir significado.

Our shared conceptual map must be translated into a common language, so that we can correlate our concepts and ideas with certain written words, spoken sounds or visual images. The general term we use for words, sounds or images which carry meaning is signs. These signs stand for or represent the concepts and the conceptual relations between them which we carry around in our heads and together they make up the meaning-systems of our culture. (Ibidem, p. 18)

Concluindo, o primeiro sistema de representação permite-nos atribuir significados no mundo através da construção do nosso mapa conceptual, enquanto o segundo sistema corresponde à expressão desses significados usando sinais, organizados na linguagem. É importante salientar que a língua e a cultura estão fortemente ligadas, sendo a linguagem o meio pelo qual os significados são expressos e negociados, levando a uma compreensão mútua. Hall (1997), entende que esta representação numa cultura significa:

To belong to a culture is to belong to roughly the same conceptual and linguistic universe, to know how concepts and ideas translate into different languages, and how language can be interpreted to refer to or

reference the world. To share these things is to see the world from within the same conceptual map and to make sense of it through the same language systems. (Ibidem, p.22)

Castells (2006), no seu artigo “Globalization and Identity: A comparative perspective”, reclama que a identidade é uma reconstrução do significado da vida com base nos atributos culturais, permitindo às pessoas encontrarem sentido no que fazem e se relacionarem com os demais que partilham a mesma simbologia. A identidade cultural alude a um processo de correlação com os outros e tem mais significado porque se refere a algo mais do que apenas o “eu”. Castells menciona um processo de construção social, onde tudo é construído com os materiais da experiência pessoal, tendo esta uma densidade, uma espessura histórica, cultural, linguística e territorial. Na sua teoria, Castells (2006) identifica três tipos de identidade: a primeira, tem o nome de “identidade legitimadora” (*legitimising identity*), da qual a construção parte das instituições do Estado, com o objetivo de criar uma forte identidade nacional (Castells, 2006, p.62).

O segundo tipo de identidade é nomeado “identidade de resistência” (*identity of resistance*). A propósito, Castells escreve:

It is that identity in which a human collective that feels either culturally rejected or socially or politically marginalised reacts by constructing with the materials of its history forms of self-identification, enabling it to confront what would be its assimilation into a system in which its situation would be structurally subordinated. (Castells, 2006, p.63)

O terceiro tipo de identidade que Castells (2006) observou foi a chamada “identidade de projeto” (*project identity*). Esta identidade é estruturada com base na autoidentificação, construída com materiais culturais, históricos e territoriais. Pode também desenvolver-se sob iniciativas coletivas, por exemplo, movimentos feministas, ecológicos e por direitos entre outros (Castells, 2006, p.63). Estes três tipos de identidades refletem-se na construção do sujeito com o seu ambiente, político, histórico e cultural.

Kaul (2012) reflete também sobre a questão da identidade cultural pessoal e a sua relação com o meio em que o sujeito se insere. Reconhece, desta forma, que a identidade cultural pode ser utilizada de duas formas diferentes. A primeira pode ser utilizada como referência para a autoconsciencialização coletiva com que um grupo se identifica. Com ênfase no grupo, o conceito é semelhante à ideia de caráter nacional ou social, definindo as características compartilhadas pela comunidade para além das diferenças individuais. Desta forma, a identidade cultural engloba, em grande parte, e de forma inconsciente, as premissas, os valores, as regras, os comportamentos, as atitudes, as crenças e o dia-a-dia comuns à comunidade. A segunda utilização do conceito gira em torno da identidade do indivíduo em relação à sua cultura. Kaul (2012) apresenta a identidade cultural como um traço da personalidade humana, criando padrões de personalidade e ajudando a moldar as emoções, pensamentos, comportamentos, valores e normas. Estes, quando enquadrados numa sociedade humana, funcionam como alicerces. Consequentemente, as crianças que socializam em diferentes culturas apresentam traços de personalidade distintos (Kaul, 2012, p.345).

Na perspetiva de Upali (2017), quando existe esse constante contato com diferentes culturas e quando bem-sucedido, o contacto cultural da internacionalização promove a compreensão mútua entre Estados-Nação e grupos étnicos. E, embora certas transformações possam ocorrer do contacto com outra cultura, isto não significa que o próprio processo de internacionalização não seja possível sem tais transformações. Segundo este autor, a globalização cultural partilha certas características de outros processos de globalização, nomeadamente: o enfraquecimento ou desaparecimento de fronteiras entre nações, sociedades e grupos étnicos; e, o desdobramento simultâneo de acontecimentos à escala global. Acrescenta que o princípio segundo o qual estas coisas se desenrolam é o da concorrência num mercado livre (Upali, 2017). Sobre esta ideia de uma cultura mundial, é importante referir a obra de Gilles Lipovetsky e de Jean Serroy, "A cultura-mundo: resposta a uma sociedade desorientada". Ao analisarem a vida contemporânea, estes autores identificam que as tecnologias de informação e comunicação permitiram a criação de vastas redes mediáticas para aumentar o que se pode intitular de uma indústria cultural. Nesta visão de capitalismo cultural, o setor

cultural tornou-se um universo próprio com as suas políticas de rentabilidade. Os autores definem a cultura-mundo da seguinte forma:

Cultura-mundo significa, num plano mais antropológico, uma nova relação vivida com a distância, uma intensificação do mundo como fenómeno planetário, como totalidade e unidade. Nesse sentido, a mundialização é uma nova realidade objetiva na história, e, ao mesmo tempo, uma realidade cultural, um facto de consciência, de percepção e de emoção. (Lipovetsky & Juvín, 2010, p.20)

Concluindo, a globalização viabilizou esta nova percepção de realidade cultural, onde as identidades não são estáticas e fixas geograficamente, mas sim, capazes de fluir e transformar-se conforme o meio envolvente. No mundo contemporâneo, em que as sociedades modernas estão em constante movimento e a experienciar várias influências externas de diversas culturas, esta nova realidade cultural vai, naturalmente, harmonizando e compactuando com esta nova realidade social.

Capítulo 2 – Contextualização Histórica

Nota Introdutória

O presente capítulo tem como intenção apresentar uma linha temporal relevante para compreender o desenrolar do tema. Deste modo, damos início às transformações mundiais que ocorreram após o fim da Guerra Fria. Este período trouxe extensas alterações ao mundo e, inevitavelmente, abalou profundamente a sociedade da altura, iniciando, assim, um processo transformativo consciente e, de certa forma, inconsciente dos paradigmas da sociedade atual. A partir deste marco histórico, caracterizado pelo colapso da URSS (União das Repúblicas Socialistas Soviéticas), do desmantelamento do comunismo na Europa de Leste e pela vitória do Ocidente em 1991, surgiu um movimento ideológico, em que se aborda um mundo unipolar, uma nova ordem mundial e um constitucionalismo orientado para o mercado.

É inexistente na literatura consultada consenso sobre o verdadeiro início da globalização. Vários autores defendem, como, por exemplo, Tehranian (1998) que a globalização é um processo com milhares de anos, desde que a humanidade vive em sociedade e as fronteiras eram de tal forma transparentes que permitiam a circulação de milhares, o encontro constante com a diversidade cultural, facultando assim, a necessidade de adaptação, mediação e a interiorização de diferentes costumes (Tehranian, 1998). Outros como, por exemplo, Eriksen (2016), defendem que a globalização é uma criação do mundo atual facilitado pelas condições de um mundo consumista e inerentemente focado em aspetos económicos. Esta ideologia da globalização, contemplada por estes autores, surgiu após a Guerra Fria, quando ideologias liberais se propagaram pelo mundo ambicionando um mercado global e unido. É esta a abordagem que decidimos tomar, tendo em conta os acontecimentos que se seguiram após a Guerra Fria. Como Fróis (2004) explica, estes foram os anos em que mais foi perceptível identificar as várias mudanças pelo mundo. Instigando à ampliação de um sistema capitalista mundial com a incorporação de todos os países, mesmo os países socialistas remanescentes como China e Cuba, que abriram as suas economias ao capital estrangeiro, visando atrair investimentos. Esta abertura de fronteiras e a expansão de uma ideologia de

consumo, capitalista e de livre circulação de produtos, pessoas e serviços levaram a um cenário que permitiu o surgimento de revoluções sociais, lutas étnicas, guerras regionais localizadas e, até mesmo, uma nova conflagração de uma identidade global que levou algumas pessoas a questionar o futuro das identidades individuais das nações (Fróis, 2004).

Dando seguimento a estas abordagens do surgimento da globalização em massa e da sua influência na sociedade contemporânea após a Guerra Fria, decidimos abordar primeiramente a situação geral de como se vivia na Guerra Fria, seguido pelo esclarecimento do processo que levou ao desmantelamento da URSS. Posteriormente, é abordado o desencadeamento das transformações que surgiram no mundo após a Guerra Fria, não só as económicas, mas também as sociais, políticas e culturais. E, por fim, abordamos a teoria da aceleração da globalização pós-1990, referida por Thomas Hylland Eriksen (2013), que implica que as transformações que ocorreram na sociedade do século XX, impulsionadas pela globalização, podem acompanhar desfechos inevitáveis no mundo.

2.1 A Guerra Fria, Pós-Guerra Fria e o Mundo Contemporâneo

A Guerra Fria, segundo Fróis (2004), foi um conflito mundial de ordem política, militar, tecnológica, económica, social e ideológica, que criou a base sobre a qual se construiu um mundo bipolarizado. Neste mundo, as diferenças das identidades são reconhecidas pela divisão ideológica representada pelos dois polos: o império ocidental (Estados Unidos da América) e o império oriental (União Soviética, URSS). De um lado, encontravam-se os países que apoiavam as liberdades civis como, por exemplo: a liberdade de opinião, de expressão e de voto; e, do outro lado, situava-se a doutrina comunista, onde eram suprimidas tais liberdades (Fróis, 2004).

A Guerra Fria foi um período bastante estável, porque apesar da tensão em que se encontrava o mundo, os dois lados não tomaram uma posição violenta ou agressiva, ou seja, não chegaram a um conflito armado. Deste modo, asseguraram que o vencedor seria quem aplicasse a maior pressão política e económica. Fróis (2004) apresenta a Guerra Fria como o confronto entre dois blocos de poder, representando conceitos de organização política e social opostos, lutando pela supremacia. Porém, o que mais caracterizou esta “guerra”, e a razão pela qual lhe foi dada o nome de “fria”, foi o facto de nunca ter chegado a uma guerra direta entre as superpotências dada a inviabilidade de uma guerra nuclear. Esta guerra chegou ao fim com o desmantelamento de uma das superpotências, com a dissolução da URSS em 1991, facultando uma onda de expansão ocidental tanto de mercado como das ideologias que a suportam. Ideologias estas, de livre circuito de mercadorias, pessoas e informações, que levaram a um maior contacto entre povos diferentes, servindo de base para uma continua hibridização fragmentar de culturas, não só de nações, mas também de indivíduos até aos dias de hoje (Fróis, 2004, pp. 4-5).

A queda do muro de Berlim, em 1989, que emergiu como um dos maiores símbolos da Guerra Fria, resultou do enfraquecimento do comunismo e abriu o caminho para um mundo dominado por uma superpotência. O fim da cortina de ferro, divisão estabelecida após a Segunda Guerra Mundial entre a zona de influência soviética na Europa Oriental e os países da Europa Ocidental, fez com que a livre disseminação de informação e ideais levasse a uma primazia da cultura ocidental por todo o mundo.

Na Europa, dividida pela cortina de ferro desde a Segunda Guerra Mundial a expansão das ideologias e a “forma de viver” do ocidente foram para muitos cidadãos uma libertação da opressão que viviam na altura. Do mesmo modo, a liberdade de expressão, a circulação de informações e produtos antes inacessíveis tornaram-se uma dádiva para todos os que se sentiam reprimidos pela ideologia do comunismo. Como descreve Tomlinson (2001), o terminar da Guerra Fria e a queda da Europa do Leste comunista foram um dos exemplos do poder da globalização em termos político-económicos. O poder crescente do mercado capitalista e global impossibilitou a existência de economias de controlo interno como as da Europa do Leste até a data, que se colocavam fora de um sistema económico mundial indiscutivelmente dominante. No entanto, alguns dos fatores que levaram à capitulação destes regimes foram, não só, a exigência do liberalismo económico, como também a existência da pressão interna para haver um liberalismo democrático, procurado pelas comunidades. (Tomlinson, 2001).

O fim da Guerra Fria e da União Soviética trouxe repercussões também no ambiente global e local. Como já foi referido, surge a maior potência económica do mundo, os Estados Unidos da América, consagrando a sua posição na vanguarda do mundo liberal. Wenger e Zimmerman (2003) afirmam que as ideologias que tinham estado no centro do palco durante mais de metade do século abriram caminho para um novo sistema internacional. Os Estados Unidos posicionaram-se no topo, tornando-se o poder hegemónico mundial e, com essa oportunidade, os seus valores como, por exemplo, o liberalismo económico e a democracia liberal alastraram-se pelo mundo. Consequentemente, muitos países tiveram que reconfigurar localmente as suas estratégias políticas, económicas e sociais. O mesmo aconteceu com as empresas ocidentais que estavam na vanguarda da criação de uma economia global (Wenger & Zimmerman, 2003, p. 2).

Contudo a queda da União Soviética levou também a divisões profundas nas identidades culturais e religiosas. Na verdade, como refere Tomlinson (2001), a citar Mary Kaldor (1999), que aborda estes desafios como as “novas guerras” da era da globalização. Kaldor (1999) analisa o modo como estas “guerras da globalização” são travadas em torno de “políticas de identidade”, quando as pessoas se insurgem em torno das suas identidades étnicas, raciais

ou religiosas com o objetivo de reivindicar o poder do Estado. Os conflitos pós-desmantelamento da Federação Iugoslávia (1991-1995), na Croácia (1991-1995), na Bósnia-Herzegovina (1992-1995) e no Kosovo (1999) são exemplos da violência que se desencadeou naqueles países com o fim da era comunista na Europa. Em retrospectiva, seria, então, de esperar que nos anos 90, devido ao novo paradigma mundial que surgiu na altura, houvesse mais conflitos intraestatais por oposição aos interestatais. Wenger e Zimmerman (2003) afirmam que, nesta altura, os conflitos mundiais surgiram, novamente devido a hostilidades motivadas por questões étnicas e religiosas. Yilmaz (2008) explica que, os conflitos mundiais que sucederam desde o término da Guerra Fria até aos dias de hoje, aconteceram porque no fim da guerra, instalou-se um sistema unipolar sob a liderança dos Estados Unidos, de um ponto de vista militar e político. O Império Americano impôs-se não só no seu território, mas também no Médio Oriente, Iraque, Golfo Pérsico, e outras regiões onde as forças armadas americanas se instalaram para controlar os seus potenciais inimigos. Na Ásia, os Estados Unidos apoiaram militarmente o Japão para assegurar a sua segurança e apoiaram organizações internacionais. Deste modo, esta imposição militar fez com que muitos países temessem ripostar ou fazer algum ato de violência, pois temiam a resposta dos Estados Unidos. Do ponto de vista económico, criou-se um sistema multipolar, não só formado pelos Estados Unidos, mas, também, pela União Europeia, a Cooperação Económica Ásia-Pacífico e mais países, desta forma o poder económico não estava centrado nos Estados Unidos, ao contrário do que acontecia com o poder militar e político. Os grandes influenciadores dos negócios internacionais são as cinco grandes potências: os Estados Unidos, a Europa, a China, o Japão e a Rússia (Yilmaz, 2008, pp. 45-46).

Desta forma, o fim da Guerra Fria catalisou uma expansão dos valores e ideologias do ocidente, criando uma pressão nos restantes países ante o poder da hegemonia dos Estados Unidos. Após os conflitos da Guerra Fria, a Europa do Leste, por exemplo, teve que alterar a sua conduta conforme as grandes potências económicas do mundo que doutrinavam uma economia mundial, o liberalismo e a democracia.

Yilmaz (2008) retrata que com a vitória do Ocidente, as suas ideologias e influências alastraram-se pelo mundo. Com o domínio dos Estados Unidos no

Médio Oriente, a União Europeia expandiu-se para os países da antiga União Soviética na Europa do Leste, juntando oito países, em 2004, nomeadamente a Lituânia, Letónia, Estónia, Polónia, Hungria, Eslovénia, Eslováquia e a República Checa, à União Europeia e, mais tarde, em 2007, a Bulgária e a Roménia. Mais uma vez, declarando o poder dos países ocidentais, pois graças à hegemonia dos Estados Unidos e à expansão das organizações ocidentais foi possível a diminuição da anarquia internacional e do descontrolo dos países. Por outro lado, em vários países do oriente, apesar de mostrarem uma desorganização e não tendo tanto poder para fazer frente ao domínio ocidental, têm vindo a surgir ideologias anti-ocidente e a alimentarem-se práticas terroristas, ameaçando a paz que surgiu após a Guerra Fria. Embora o fim da Guerra Fria tenha causado um aumento na cooperação entre países para continuar a manter a paz mundial e a resolver conflitos, novas ameaças apareceram com o pós-Guerra Fria que podem estar descontroladas. Muitos destes conflitos são intraestatais com origem étnica ou domínio político. No fim da Guerra Fria, o mundo parecia estar a mover-se para o internacionalismo invés do nacionalismo, enfatizando a democracia, os direitos humanos a interdependência económica, a circulação livre de pessoas, ideologias universais. Contudo com o passar do tempo, voltaram a levantar-se movimentos nacionalistas e étnicos. Apesar de os conflitos intraestatais parecerem locais, podem rapidamente ganhar dimensão internacional devido à interdependência global. Na verdade, quando existe apoio político, económico, militar ou asilo, os conflitos assumem, inevitavelmente, uma dimensão internacional (Yilmaz, 2008, pp. 47-49).

Hoje em dia existem exemplos de projetos com o objetivo de “(re)territorialização cultural”, como Tomlinson (2001) menciona, que não envolvem a reivindicação do poder estatal, mas sim, a recuperação da localidade, como, por exemplo, por parte dos grupos aborígenes da Austrália, Estados Unidos, e outros países. Tais reivindicações de identidade baseiam-se em questões políticas e de justiça, e o que está a ser debatido é o direito a uma pátria étnica que coexista e seja compatível com uma identidade nacional. A noção de uma contestação jurídica de direitos ligados à identidade é mais uma prova da institucionalização da identidade na modernidade (Tomlinson, 2001).

Globalmente, o período entre 1991 e os dias de hoje, trouxe muitas modificações nas ordens políticas e económicas internacionais. Efetivamente, foi um período que testemunhou a transição do mundo que era na Guerra Fria para o mundo globalizado do século XXI. Concluindo este capítulo, podemos mencionar que o resultado da Guerra Fria pretendia, efetivamente, a expansão de um ideal que se focava na criação de um mundo igual e livre para todos. A vontade para muitos que viviam sob subjugação e opressão de lutar por um mundo sem coerção e sofrimento, foi a razão para qual este movimento foi bem-sucedido, contudo esta ideia não foi por todos consentida. Na verdade, a questão do ego dos países e para muitos, a supremacia dos Estados Unidos, não foi bem recebida. Na nossa opinião, não só porque existem ainda países que não querem inculcar estas ideologias e preferem seguir as suas doutrinas, como, também se sentem, intimidados, sob esta pressão e continuam a ripostar contra.

2.2 Teoria de aceleração da globalização pós-1990 de Thomas Eriksen

O mundo pós-1991, pós-Guerra Fria, é, para além de tudo, o resto um mundo de tensões intensificadas e um mundo acelerado. A enorme rede de comunicação entre os países do mundo é mais densa e rápida do que jamais fora no passado. O crescimento intensificado da população mundial, num prazo de cem anos, população essa que viaja, reproduz, consome, comunica e que usa os recursos naturais para viver, juntamente, com a aceleração das comunicações e dos transportes, torna-se um problema para o planeta Terra.

“Overheating”, conceito introduzido por Thomas Eriksen na sua obra “Overheating: An Anthropology of Accelerated Change” (2016), é no sentido metafórico à atividade febril que acompanha os “booms” económicos globais e, no sentido literal, em referência ao aquecimento global produzido pelas emissões de carbono para a atmosfera, algo cujas consequências ainda podem vir a levar a extinção da humanidade

Eriksen (2013) afirma que só nas últimas décadas é que o termo "globalização" entrou em uso comum, podendo-se argumentar que o capitalismo, globalmente hegemónico desde o século XIX, está agora a tornar-se universal no sentido de que, praticamente, nenhum grupo humano vive, agora, independentemente de uma economia monetizada. Trata-se de um mundo interligado, mas não de um mundo integrado de forma harmoniosa e sem problemas. Direitos, deveres, oportunidades e constrangimentos continuam a ser distribuídos de forma desigual e o próprio sistema mundial é, fundamentalmente, volátil e cheio de contradições. A contradição mais fundamental, talvez, consiste na tensão crónica entre as forças universalizadoras da modernidade global e a autonomia do sistema local de comunidade ou sociedade. O impulso à normalização, simplificação e universalização é sempre contrariado por uma defesa dos valores, práticas e relações locais (Eriksen, 2013)

A um nível mais elevado metafórico, a tensão entre o desenvolvimento económico e a sustentabilidade humana é, também, uma crónica e constitui a dupla ligação mais fundamental do capitalismo do início do século XXI. Em quase todo o lado, existem compromissos entre o crescimento económico e a

ecologia. Existe um amplo consenso global entre decisores políticos e investigadores de que o clima global está a mudar irreversivelmente devido à atividade humana (principalmente, através da utilização de combustíveis fósseis). No entanto, outros problemas ambientais são também extremamente graves, desde a poluição atmosférica nas cidades até ao esgotamento do Fósforo (um ingrediente chave na química fertilizante), a pesca intensiva ou a erosão dos solos. No entanto, os mesmos responsáveis políticos que manifestam preocupação com os problemas ambientais defendem, igualmente, a continuação do crescimento económico. Deste modo, contradizem, assim, outro valor fundamental, e contribuindo para prejudicar as condições para a sua própria existência (Eriksen, 2013)

As enormes crises geradas pela globalização são, respetivamente: as do ambiente, da economia e da identidade. Estão interligadas, mas mantêm-se relativamente autónomas, embora a contradição fundamental no sistema global seja, sem dúvida, o conflito entre o crescimento e a sustentabilidade. Deste modo, as três crises partilham características e são identificadas, compreendidas e combatidas localmente em todo o mundo.

O "*overheating*" é sobre estas três crises. Este representa uma perspetiva crítica sobre o mundo contemporâneo, pois insiste na primazia do local e dos estudos globais como, intrinsecamente, contraditórios. Esta é a história do capitalismo global neoliberal, a sociedade global da informação e o mundo pós-Guerra Fria. A ascensão das tecnologias de informação que permitiram um acesso rápido e barato à comunicação global em tempo real; o fim do socialismo; a hegemonia da economia neoliberal; a ascensão da China como um país económico de poder mundial; a tensão política exacerbada em torno da religião; o crescimento da preocupação com o futuro ecológico do planeta na corrente política; e, o desenvolvimento de um "*alterglobalization movement*", mas em expansão, que cresce por descontentamento com a ordem mundial neoliberal, são desenvolvimentos recentes e atuais que indicam que este é, de facto, um mundo novo, marcadamente diferente daquele do século XX que pode ter começado com a Primeira Guerra Mundial e a Revolução Russa e terminou com a dissolução da União Soviética, em 1991. Ao contrário do que se pensou, quando o muro de Berlim caiu, a história não acabou. Muito pelo contrário, acelerou, declara Eriksen (Eriksen, 2013)

O paradigma do desenvolvimento massivo, foi-se esgotando e a abordagem do “*overheating*” prevê que existem alternativas para o solucionar, mesmo que, frequentemente, não estejam articuladas ou estejam apenas parcialmente articuladas. Alternativas estas que, são soluções locais e diversificadas. A própria diversidade dos grupos envolvidos na “*alterglobalization movement*” indicam que as queixas são universais e globais, enquanto que as soluções são particulares e locais. A investigação de Eriksen, visa para além do mero impacto académico, intervir ativamente e contribuir para a conversa global sobre justiça social, bem-estar e futuros sustentáveis (Eriksen, 2013).

Podjed (2017) indica que Eriksen (2016), na sua obra, menciona que as fontes de energia que nós asseguramos para o nosso conforto estão a colocar o mundo em que vivemos em perigo. O uso do carvão, óleo, combustíveis fósseis e extração de gás natural estão a deixar a sua marca na Terra. Esta extração massiva dos recursos da terra, e também o fator de alguns serem extremamente poluentes no seu uso, e outros na forma como são extraídos da Terra, levou a um alerta vermelho na questão ambiental do mundo. Nunca se falou tanto do aquecimento global e de degradação ambiental como nos últimos anos e de forma justificável, pois é necessário reconhecer os seus impactos em todos os seres vivos que habitam o planeta. Eriksen (2016) menciona na sua obra “*Overheating: An Anthropology of Accelerated Change*”, que entramos numa nova era: a Antropoceno, a era da humanidade. Não há lugar algum no mundo onde não conseguimos observar a marca do ser humano. E, esta influência do ser humano pelo mundo está a corroer os recursos e a vida do planeta Terra (Podjed, 2017).

Eriksen (2016) menciona quatro fatores na sua obra que influenciam e criam este conceito de sobreaquecimento no mundo contemporâneo. O primeiro fator são as migrações e os refugiados em que o número tem tendência para aumentar de ano para ano. O segundo fator é o consumismo massivo, que conseqüentemente levam à acumulação e a produção de lixo a um nível abismal. Eriksen (2016) apresenta uma solução que seria retificar o capitalismo neoliberal para uma economia que promove a reciclagem e a uma produção autossuficiente. O terceiro fator que Eriksen (2016) menciona é o aumento da importância das cidades no mundo atual. O aumento da população

agregada nas grandes cidades, proporcionou uma facilidade na transmissão de informações e na transcendência das diferenças culturais, por outro lado, novos conflitos aumentaram entre grupos isolados que levaram a um maior sobreaquecimento do mundo. E, por último, é a sobrecarga de informações que as pessoas têm sofrido com o aparecimento das novas tecnologias que foram desenhadas para facilitar a vida das pessoas, mas que tem vindo a desempenhar um papel, em alguns casos, de graves problemas dentro da sociedade contemporânea (Podjed, 2017).

Todos estes aspetos, distanciam a sociedade moderna de alcançar um futuro sustentável e habitável. Eriksen (2016), com a sua obra pretende evidenciar que o modo de vida atual das sociedades não é autossustentável e pode acarretar consequências gravíssimas para o ser humano e para o planeta que habitamos.

Capítulo 3 – Os media e a globalização cultural

Nota introdutória

O presente capítulo explica o impacto dos media e das tecnologias no mundo contemporâneo e a sua influência na identidade cultural. A integração económica e cultural entre os países, conhecida como globalização, foi possível a partir da criação e popularização dos diversos avanços tecnológicos que adquiriram um papel fundamental tanto para o desenvolvimento de um mercado global, quanto para uma sociedade moderna que se tornou cada vez mais depende das tecnologias, especialmente as que englobam as redes de comunicação que, de forma imediata e eficaz, permitiram uma comunicação de acesso global.

Na literatura consultada existe uma maioria como, por exemplo, Freire (2006) e Kraidy (2002) que afirmam que os meios de comunicação foram um dos maiores catalisadores da globalização cultural, mas Kraidy (2002) questiona se terão sido os media a impulsionar a globalização cultural, ou se este é um fenómeno antigo que apenas terá sido intensificado e se tornado mais óbvio pelos media. A resposta é inconclusiva e não apresenta futuras soluções afirma o autor, no entanto, é importante ponderar sobre estas questões e a sua objetividade (Kraidy, 2002).

O surgimento dos media digitais trouxe acesso à informação e abertura para escoar informação massivamente por todo o mundo, tanto que, na sociedade atual, um problema nacional raramente fica apenas pelas suas fronteiras. Os media detêm um poder colossal no mundo. Sendo os “portadores das notícias”, são eles que dão a conhecer à população o que está a acontecer, e aqueles que não procuram informar-se mais sobre as temáticas tomam a palavra destes como verdadeira. Os meios de comunicação, a televisão e a Internet facilitaram a criação de um fluxo constante de informação, permitindo a expansão de símbolos transnacionais que conectam as suas audiências. Coca-Cola, McDonald’s, Starbucks, Nike, entre outras marcas, são considerados símbolos de um mundo globalizado, e muito se deve à estratégia comercial destas empresas que, através do marketing comunicacional, como publicidades e anúncios televisivos, conseguiram disseminar os seus produtos por todo o mundo.

Desde cedo, os Estados Unidos tomaram como objetivo disseminar as suas crenças e visões e, rapidamente, a ideia de um mundo liberal e livre assolou o mundo. Assumindo o cargo de hegemonia mundial, os Estados Unidos rapidamente assumiram a posição de diplomata e defensor deste mundo. Sob a sua posição vantajosa e com vários recursos à mão, ficou claro que, para ter a sua posição assegurada, teria que, de alguma forma, gerar relações estáveis com outros países e ter um vasto leque de aliados. Não esquecendo que os Estados Unidos defendiam a premissa de um mercado global onde todos os países poderiam exportar e importar produtos, seria de prever que, estando numa posição privilegiada, seria mais fácil disseminar a sua cultura e escoar produtos para outros países e, conseqüentemente, enriquecer a sua economia ao longo do tempo, fazendo com que houvesse alguma dependência por parte dos outros. O imperialismo dos media e a americanização surgem neste capítulo por serem, muitas vezes, mencionados em estudos como causa/efeito. Como Croteau e Hoynes (2003) explica, os produtos provenientes do ocidente têm tido grande influência nas culturas de outras nações e, este efeito, pode ser denominado como uma cultura de domínio. Existe uma ligação entre os meios de comunicação e a ideia de americanização, pois assume que, efetivamente, existe um fluxo maior de valores, imagens e símbolos da cultura ocidental para o resto do mundo (Croteau & Hoynes, 2003). Este capítulo está dividido em duas partes. Primeiramente, é abordado o desenvolvimento dos media digitais e a sua influência na disseminação de conteúdos culturais que, conseqüentemente, alteraram os paradigmas da cultura. A segunda parte reflete na disseminação da cultura americana pelo mundo e a relação dos media com o conceito de imperialismo cultural e o termo americanização.

3.1 A evolução dos media e a identidade cultural

Os meios de comunicação social são vistos, hoje em dia, como um fator chave na expansão da globalização, facilitando o intercâmbio intercultural e os múltiplos fluxos de informação e imagens entre países. Matos (2012) explica que, antes dos anos 90 do século passado, os principais sistemas de comunicação social na maioria dos países do mundo, eram relativamente nacionais. Desde aí, a maioria tornou-se cada vez mais direcionada para o global, alargando o seu alcance para além do Estado-Nação para conquistar audiências em todo o mundo. Estes fluxos internacionais de informação têm sido amplamente assistidos pelo desenvolvimento do capitalismo global, as novas tecnologias e a crescente comercialização da televisão (Matos, 2012).

O mundo e a sociedade contemporânea veem os meios de comunicação como uma necessidade para o crescimento económico, alterações sociais, estabilidade política e desenvolvimento institucional. Kaul (2012) explica de uma forma esmagadora, que a comunicação social é o meio a que as pessoas mais recorrem atualmente, para promover e espalhar mensagens e, é utilizado em meios políticos, sociais, económicos e culturais. Após o crescimento constante dos media digitais e, pressupondo que o mundo se encontra ligado constantemente em rede, atualmente, as notícias dificilmente, não são de acesso global. Qualquer evento nacional pode ter dimensões globais, nomeadamente, crises económicas, conflitos étnicos e religiosos, o colapso da banca, uma catástrofe nacional (Kaul, 2012). E, situações que podem parecer insignificantes nacionalmente podem significar para um “país vizinho” um desastre. Daí ser importante reconhecer a importância dos meios de comunicação, como “portadores das notícias” e a sua influência não deve ser subvalorizada.

Tendo em conta a natureza da globalização onde vivenciamos, o acesso global imediato, seria de esperar que as comunicações se focassem em acompanhar estas imprescindibilidades e evoluíssem para acompanhar as necessidades de um público global. Daí, o resultado moderno da indústria dos média ser perfeito para as necessidades de um mundo global, pois existem diversos serviços com distintos custos que permitem alcançar um mercado mais amplo de forma imediata e, conseqüentemente, por não se tratar de um

produto físico não há custos agregados ao envio. A tecnologia computadorizada, a televisão por satélite e a Internet também contribuíram para a redução do custo das comunicações, estimulando as produções caseiras e alargando gradualmente o acesso de muitos a estas tecnologias. Na sua discussão sobre o impacto das tecnologias na vida quotidiana, Castells (2000), notório pelo seu trabalho sobre a sociedade em rede, mostrou como a Internet revolucionou o intercâmbio internacional de informação devido à sua capacidade de mover dados através das fronteiras. Também apontou que a Internet conseguiu adaptar-se, facilmente, ao individualismo crescente da realidade contemporânea, com os consumidores a utilizarem a *Web* para criar os seus próprios conteúdos e distribuí-los às audiências globais. A Internet, especificamente, é também vista como um reforço das identidades culturais, bem como uma ajuda na criação de redes sociais e no estabelecimento de laços com indivíduos, grupos sociais e várias comunidades em todo o mundo que partilham os mesmos interesses. Ao contrário de outros meios de comunicação, a Internet tem sido o sector de crescimento mais rápido dos meios de comunicação sociais. Portais gigantes da "*Web*" também surgiram e, estão a contribuir para concentrar informação, acesso e lucros, como, por exemplo, o Google que está a "revolucionar" a forma como a informação é processada e utilizada em todo o mundo. No entanto, permanecem desigualdades significativas na capacidade dos indivíduos de terem acesso à Internet e às novas tecnologias de comunicação, tanto nos países em desenvolvimento como no seio de diferentes estratos sociais de sociedades avançadas. A Internet emergiu como um meio-chave, a par de comunicações alternativas e meios de comunicação públicos, capaz de alargar a democratização dos media a nível mundial, de revitalizar a esfera pública e, de funcionar, principalmente, como uma resistência ao domínio das comunicações globais por parte de algumas corporações interessadas, especialmente, no entretenimento e nos lucros (Castells, 2000).

A globalização é um fenómeno complexo, uma dialética que suscita diferentes reações de indivíduos, nações e culturas em todo o mundo. Juntamente, com as transformações na comunicação internacional, criou-se a percepção de um aumento da interligação e de uma expansão do mundo individual. Os meios digitais apenas vieram intensificar esta interconectividade

entre países e, a rápida difusão de informação, notícias, conteúdos digitais e programação entre os mesmos.

Permitindo a interação entre o global e o local, onde as grandes cooperações estão a vender os seus produtos para todo o mundo, ajudando na criação de uma cultura de consumo globalmente homogénea. Kaul (2012) explica que este processo está a ajudar vários países a entrar em novos mercados e a criar oportunidades de empoderamento individual. O mundo inteiro está em constante mudança e a globalização desempenha um papel central no nosso futuro coletivo (Kaul, 2012). Cada vez mais, o poder reside nas mãos daqueles que conseguem produzir, controlar e divulgar informação eficazmente. E, a comunicação por sua vez, está a aumentar e a evoluir de forma estonteante, conseguindo cobrir maiores distâncias em menos tempo.

Com estes novos sistemas e a necessidade de garantir a satisfação do público global, estão a criar-se novas formas para os governos, empresas e distribuidores expandirem o seu poder e os seus recursos. Fundamentalmente, a globalização é um pré-requisito, bem como uma causa para o desenvolvimento das indústrias. No entanto, Kaul (2012) afirma que a globalização não significa necessariamente uma progressão natural emergindo dos meios de comunicação e da interação de pessoas por todo o mundo. Antes é o resultado, mais do que tudo, da deliberada escolha humana pela expansão económica, num processo em que as empresas transnacionais e as organizações internacionais têm uma influência forte sobre o seu desenvolvimento. As novas tecnologias da comunicação e informação vieram maximizar os lucros destas empresas e, conseqüentemente, a globalização tem-se tornado uma prioridade para os Estados-Nação. Conseqüentemente, a globalização é marcada por duas forças opostas. Por um lado, a expansão económica e a inovação tecnológica e, por outro lado, a crescente desigualdade social, o tumulto social e a alienação individual conseqüentes. Os meios de comunicação são parte integrante deste fenómeno e, por sua vez, a revolução do digital está a mudar os paradigmas políticos, sociais e culturais e a suas estruturas (Kaul, 2012).

Desta forma, quando abordamos a influência dos media digitais nas culturas, identificamos que existe uma comunicação imediata que consegue fluir pelo mundo todo. Esta comunicação facultada no século XXI, pelas redes

sociais, os computadores e os telemóveis, predispõem, segundo Freire (2006), ao desenvolvimento de uma rede global de transmissão de informações. Nesta rede global ocorre um processo de difusão de padrões culturais globais que acarretam a alienação dos valores culturais das mesmas. Neste mundo virtual, confere Freire (2006), não há conceitos como “fora” e “dentro”, ou seja, um grupo de diferentes “*backgrounds*” podem comunicar sem preconceitos partilhar a sua cultura sem distinção. Neste padrão tecnológico, o conceito de local redefine-se, ou seja, a cultura local atua na globalidade como um fio ínfimo que vincula e diferencia os indivíduos numa comunidade. Assim, o local age como suporte e condição para as relações globais e, conseqüentemente, cria-se uma relação e um diálogo mutualmente benéfico para os dois lados. A cultura, neste caso, atua como uma memória de tradições, valores, símbolos, língua e comportamentos, enquanto a comunicação no seu conceito mais básico corresponde à forma de divulgar os mesmos (Freire, 2006, pp. 2-3).

E, ainda, outro aspeto inerente aos media digitais que é a liberdade de comunicação também apresentou um forte impacto em aspetos culturais. Segundo Rantanen (2005), por exemplo, da mesma forma que os produtos são transportados de um lado para o outro, a transferência de cultura para esses mesmos mercados também se sucede. O resultado desta influência pode ser homogeneizador (a cultura local fica mais parecida com a de fora) ou heterogeneizador (aspetos da cultura externa passam a coexistir com a cultura local) (Rantanen, 2005). Neste caso, Rantanen (2005), defende que os meios digitais vieram influenciar, posteriormente, as culturas. Contudo, existem outros que argumentam que os media digitais foram pensados desde início com o propósito de facultar a comunicação cultural, nomeadamente, Mensah et al. (2018) defendem que os media e a cultura sempre estiveram par a par. Ou seja, sempre houve uma forte ligação entre os meios de comunicação social e a cultura de qualquer grupo de pessoas que utilizam esses meios. Assim, os meios de comunicação refletem a cultura de um povo, quer seja pela positiva ou pela negativa. A cultura é um dos sistemas mais importantes dentro dos quais a comunicação ocorre, portanto, a cultura molda a forma como as pessoas interagem dentro de uma sociedade. Como resultado, os meios de comunicação social tornaram-se um componente integrante na vida de uma comunidade ou país.

Culture embodies the totality of the modes of communication and all the technologies that are associated with them; including the creation and use of symbol systems that convey information and meaning. Therefore, for any mass media outlet to deliver effectively, thus serving as a good platform for communication, there should be absorption of the elements of the culture of the context in which the media outlet is situated. (Mensah et al, 2018, p.5)

Consequentemente, as empresas de meios de comunicação social posicionam-se, estrategicamente, para projetar e refletir os ideais culturais da sociedade onde estão inseridas. Croteau e Hoynes (2003) pensaram na globalização como tendo dois componentes centrais em relação aos media. O primeiro está associado aos meios de comunicação digitais, que possibilitam comunicações e interações entre as pessoas de forma instantânea, independentemente, das distâncias. O segundo componente é o conteúdo da comunicação. Os meios de comunicação permitem a partilha de ideias, imagens, sons, mensagens de diferentes partes do mundo, disponíveis para qualquer pessoa que os queira ouvir e/ou ver. Resulta disto, hoje em dia, que as culturas se tornaram facilmente acessíveis a todas as pessoas interessadas.

Globalisation is not just about the technological innovations used to communicate over long distances. In addition, and perhaps more importantly, it also refers to the exchange and intermingling of cultures from different parts of the globe. The globalization of the mass media, especially, refers to the content – the cultural products – available globally. (Croteau & Hoynes, 2003, p. 340)

Desta forma, o que é importante realçar é que os meios digitais vieram, sem dúvida, facultar a comunicação, mas o que é, efetivamente, relevante é as mensagens que eles transportam. Herbert Marshall McLuhan já, em 1964, criou o conceito de “aldeia global”, onde argumentava que as novas tecnologias tendem a encurtar distâncias e, de certa forma permitem que o mundo esteja interligado, independentemente, da distância (McLuhan & Powers, 1992). Mas

em uma das suas teorias, de acordo com Lima e Bomfim (2016), eles afirmavam que os meios de comunicação também determinavam a natureza da mensagem que era transmitida. Adicionalmente, as contingências culturais desses meios integram, igualmente, o conteúdo da mensagem, atribuindo-lhes significados que variam de contexto para contexto e que, por sua vez, dependem das especificidades das culturas locais (Lima & Bomfim, 2016 p.1). Desta forma, a natureza da mensagem pode ser distinta, dependendo de quem a transmite, porque é que a transmite e para onde a transmite. Fundamentalmente, o significado da mensagem é dado por quem a ouve e é o fator mais importante da comunicação humana.

3.2 Os media e a cultura americana

Os media são considerados os agentes promotores da cultura, pois são eles os responsáveis pela disseminação de produtos e valores culturais e que possuem os meios para chegar a todos. Por outras palavras, hoje em dia, os media são dotados de um poder extenso, capaz de alterar a perceção de qualquer sociedade; ou seja, os media são reconhecidos como os criadores das “*trends*” e também da sua distribuição. No caso cultural, o mesmo se sucede. A cultura é vista como um produto, ou seja, os grandes investidores procuram criar produtos populares que vendam e atraiam o público-alvo. Gadini e Assunção-Reis (2017) mencionaram que a cultura norte-americana faz muito uso da influência dos media para divulgar a sua cultura a nível global. O consumo extensivo de anúncios, filmes, produtos, programas de televisão provenientes dos Estados-Unidos vieram criar hábitos e por sua vez enraizar os mesmos nas culturais locais. O “*boom*” das franquias de “*fast-food*” como, por exemplo, McDonald’s, as “*jeans*”, a música e os cinemas deixaram de ser apenas aspetos culturais americanos para ser mundiais. Isto é, o resultado, de acordo com Gadini e Assunção-Reis (2017), da divulgação em massa da cultura americana. Hoje, podemos afirmar que provavelmente, não há um país que não conheça a Coca-Cola, ou seja, as grandes cooperações americanas acabaram por se tornar símbolos culturais, e o mesmo se sucede com variadas marcas como, por exemplo: McDonald’s, *iPhone*, entre outras. Por isso mesmo, no século XXI, a venda da cultura americana é tão grande que é vista como avassaladora perante as restantes (Gadini & Assunção-Reis, 2017).

Da mesma forma, Costa (2004) entende que a influência da cultura americana no mundo baseia-se muito na história dos Estados Unidos, bem como a forma eficaz como venderam o conhecido “*American way of life*”, associado ao “*American dream*”. Este conceito está associado a uma terra de prosperidade e esperança, ideologias democráticas e liberais, o novo mundo, a que todos queriam pertencer. Visto desta forma, foi fácil usar este “paraíso” como forma de vender as suas mercadorias e forma de pensar, chegando a todos os cantos do mundo (Costa, 2004).

Mais uma vez, as questões dos meios de comunicação voltam ao foco. Herman e McChesney (2004) apresentam dados que mostram que o mercado

global dos media continua a ser dominado pelos interesses dos EUA e pelo mercado interno dos EUA. Todo o sistema global dos media passou a ser dominado por 9 ou 10 empresas: Time Warner, Disney, Bertelsman, Viacom, Tele-Communications INC, News Corporation, Seagram, General Electric e Philips, todas elas norte-americanas (Herman & McChesney, 2004). Hoje em dia, segundo o Business Insider (30 de novembro de 2017), as empresas americanas com mais influência no mundo são: Amazon, Microsoft, Apple, IBM, AT&T, General Motors, Google, McDonald's, Disney, Intel e Coca-Cola. A cultura americana tem cada vez mais acesso ao resto do mundo graças à globalização. Do mesmo modo, muitos meios de comunicação social americanos contam, fortemente com a sua capacidade de vender os seus produtos em mercados estrangeiros.

Desta forma, quando mencionamos a disseminação dos media pelo mundo e a sua relevância na propagação de conteúdos culturais, surge o debate da influência ocidental no mundo. A importância de entender a complexa relação que existe entre a influência cultural dos Estados Unidos e o seu impacto nos restantes países. Considerando que o poder dos Estados Unidos tem o seu peso no mundo, existem várias aclamações sobre o verdadeiro intuito da sua influência e que consequências culturais arrecadam para demais países. De modo que, ao longo dos anos, foram surgindo várias obras abordando este tema, e conceitos como americanização e imperialismo cultural foram-se destacando.

Ambos os dois termos, referem-se a uma forte e intensa influência cultural que os Estados Unidos praticam em todo o mundo. Para contextualizar, imperialismo cultural é um conceito que, segundo Boyd-Barret (2018), retrata uma cultura empoderada que exerce uma grande influência ante outra cultura, de uma forma não recíproca, na medida em que se até se pode denominar de dominação cultural (Boyd-Barret, 2018). Contudo, Tomlinson (2001) discorda da associação criada entre a globalização e o imperialismo cultural, referindo que, a globalização é facilmente distinguida por ser um processo muito menos coerente ou culturalmente dirigido. Todavia, a ideia de imperialismo tem um objetivo determinado, ou seja, pretende a difusão de um sistema social focado em um centro de poder em todo o globo.

The idea of 'globalisation' suggests interconnection and interdependency of all global areas which happens in a far less purposeful way. It happens as the result of economic and cultural practices which do not, of themselves, aim at global integration, but which nonetheless produce it. More importantly, the effects of globalisation are to weaken the cultural coherence of all individual nation-states, including the economically powerful ones - 'the imperialist powers' of a previous era. (Tomlinson, 2001, p.175)

Para definir Americanização, Daghrir (2013) cita dois autores Thomas Friedman (1998) e Ignatio Ramonet (2000) que caracterizam a globalização como a face dos Estados Unidos da América, entendendo que a maior parte das sociedades, já não consegue distinguir entre poder americano, exportações ou explorações culturais. E, para alguns pode ser vantajoso, mas para os restantes é representado como uma ameaça. Friedeman (1998), escreve, "Globalization has a distinctly American face: It wears Mickey Mouse ears, it eats Big Macs, it drinks Coke or Pepsi and it does its computing on an IBM or Apple laptop, using Windows 98[...]" (Daghrir, 2013, p.20).

E, Ignatio Ramonet (2000) explica que a hegemonia dos Estados Unidos, não é apenas em questões económicas, políticas e militares, mas também culturais e ideológicas.

Wielding the might of information and technology, the US thus establishes, with the passive complicity of the people it dominates, what may be seen as "affable oppression" or "delightful despotism". And this is all the more effective as its control of the culture industries lets it capture our imagination. [...] The American empire has become a master of symbols and seduction. Offering unlimited leisure and endless distraction, its hypnotic charm enters our minds and installs ideas that were not ours. America no longer seeks our submission by force, but by incantation. It has no need to issue orders, for we have given our consent. No need for threats, as it bets on our thirst for pleasure. (Daghrir, 2013, p.20)

3.2.1 Relação do conceito da americanização e do imperialismo cultural

Kroes (1999), na sua obra “American Empire and Cultural Imperialism: A View From the Receiving End”, explica que neste alegado “*American Century*”, os Estados Unidos têm assumido um papel central, que pode ser chamado de imperial. Tornou-se o centro de controlo das comunicações pelo mundo, dado que a sua cultura está presente em todo o lado, os valores e estilo de vida americanos são conhecidos por todos e, por estas inúmeras conquistas, Kroes (1999), afirma que o alcance dos Estados Unidos da América pode ser determinado como imperial. É imperial na esfera económica, política e cultural.

American culture, seen as a configuration of ways and means that Americans use for expressing their collective sense of themselves – their Americanness – is mediated through every form of American presence abroad. (Kroes. 1999, p. 3)

Rauschenberger (2003) afirma que a invasão da cultura de consumo americano em todo o mundo impulsionou um novo colonialismo, denominado como o imperialismo cultural. Este termo, enquadrado nos conceitos de identidade cultural e política governamental, refere-se à disseminação a nível mundial, da cultura e dos produtos americanos e, ao facto de que algumas nações apresentam o seu descontentamento por estar a perder as suas culturas locais.

From the Roman Empire to 19th century European colonizers, dominant powers have spread their language and culture as a means of indirect control over their subordinates. In addition, throughout human history, peoples have exchanged cultural experience, ideas, values, and goods through art, trade and migrations. But never before has technology been able to spread ideas to the masses in quite the same fashion. The massive scale in which U.S. cultural products are being distributed and consumed has reached a level never before achieved. (Rauschenberger, 2003, p.3)

A popularidade cinematográfica americana, a música, os livros, o seu estilo de vida são bens culturais que se disseminaram pelo mundo todo. Mas até que ponto esta proliferação de cultura americana, apresenta um perigo para as outras culturas?

Autores como, por exemplo, Rauschenberger (2003) e Croteau e Hoynes (2003) argumentam que existe, de facto, uma ameaça. Rauschenberger (2003) escreve:

Certainly, there is an emerging global perception that the U.S. is promoting its culture abroad at the expense of indigenous cultures. France, perhaps one of the most culturally nationalistic nations, has often been at the forefront of such criticism and with warranted concern. [...] However, the French are by no means alone in their disdain for the American cultural hegemony. Individuals and governments around the globe have expressed concern regarding the influence of American cultural products on both a local and national cultures. U.S. cultural imperialism has become a topic of debate in not only scholarly circles, but in economic, legal, and legislative arenas as well. (Rauschenberger, 2003, pp-3-4)

De forma semelhante, Croteau e Hoynes (2003) entendem que os valores e os conceitos de uma sociedade ocidental estão incorporados nos produtos vendidos pelas grandes corporações. Consequentemente, os media e os produtos emergentes do Ocidente moldam de tal forma as culturas de outras nações, que pode ser considerado uma forma de dominação cultural.

Norms of individualism and consumerism ... pervade media products exported by the west and often conflict with the traditional values in the nations where such are sold. The flow of media products ... results in the erosion of local cultures and values. (Croteau e Hoynes, 2003, p. 355)

No entanto, autores como Tomlinson (2001), Pell (2002) e Daghrir (2013) defendem que não faz sentido idealizar os Estados Unidos como imperialistas culturais. Richard Pell (2002) explica que a natureza cosmopolita

da cultura americana justifica o seu encanto universal. Se a globalização não é uma “rua de um sentido”, a relação cultural dos Estados Unidos da América com o mundo também não o pode ser. Pelo contrário, os Estados Unidos continuam a ser ávidos consumidores de intelecto estrangeiro da mesma forma que produzem entretenimento e conteúdos para o mundo. Sendo uma nação de imigrantes, têm sido tanto um destinatário como um exportador de cultura.

Indeed, the influence of immigrants on the United States explains why its culture has been so popular for so long in so many places. American culture has spread throughout the world because it has incorporated foreign styles and ideas. What Americans have done brilliantly is repackaging the cultural products they receive from abroad and then retransmitting them to the rest of the planet. (Pell, 2002, p.14)

De acordo com esta perspetiva, a cultura americana é uma amálgama de influências e abordagens de todo o mundo, criando um lugar que permite liberdades individuais e um espaço para as culturas prosperarem. As contribuições das diversas culturas permitiram que a cultura americana estivesse em constante transformação, criando novas formas de comunicação com a sua audiência. Desta forma, Dagherir (2013) explica que o fator chave da cultura americana é a complexidade e diversidade cultural da sua audiência nacional. Assim, “the heterogeneity of America's population - its regional, ethnic, religious, and racial diversity - forced the media, from the early years of the 20th century, to experiment with messages, images, and story lines that had a broad multicultural appeal” (Dagherir, 2013, p.22)

Dagherir (2013) afirma que a globalização é um conceito muito mais complexo do que é sugerido pelo estereótipo do imperialismo americano. Apesar de haver uma influência da cultura americana pelo mundo, esta não é a única e existem, atualmente, várias culturas que exercem a sua influência no mundo. Dagherir (2013) cita Francis Fukuyama e a sua respetiva obra “*Trust: The Social Virtues and the Creation of Prosperity*” (1995) sobre este tópico:

I think that there is a global consumer culture that is spread by companies like McDonald's and Coca Cola. However, if you look beneath

the surface and ask people in different countries where their loyalties lie, how they regard their families, and how they regard authority, there will be enormous differences. When people examine a culture, they pay too much attention to aspects like the kinds of consumer goods that people buy. That's the most superficial aspect of culture. A culture really consists of deeper moral norms that affect how people link together. [...]. What bothers me about the recent discussions of globalization is that people seem to think globalization is going to be much more homogenizing than it really is. In fact, I think that it will have the opposite effect. (Daghrir, 2013, p.23)

Pessoas por todo o mundo mostram o desejo de usufruir das vantagens da globalização, mas ao mesmo tempo, também querem celebrar a sua própria e distinta cultura. Muitos podem agregar alguns aspetos de uma cultura estrangeira, mas o inverso também se pode suceder, ao rejeitar as influências culturais externas. Daghrir (2013) argumenta que a ideia de imperialismo cultural americano é uma ideia desadequada. A abertura das fronteiras para trocas culturais aumenta a diversidade dentro das sociedades. Isto pode significar um progresso para a civilização, um sinal de haver comunicação, respeito e compreensão.

Globalization has brought one of the most significant increases in freedom and diversity in human history: it has liberated individuals from the tyranny of place. Today, one has the possibility to enjoy the best the world has to offer. (Daghrir, 2013, p.24)

De acordo com Jin (2016), a ideia do “imperialismo cultural” não é sem fundamento, mas não é justificável ou aplicável ao pós-modernidade:

[...] the phenomenon of how American culture represented by Disney cartoons, Hollywood movies, McDonald fast food and the Levi jeans have conquered other cultures via export. No one denies this; yet Tomlinson turns away and raises this question: “But the key question is, does this presence represent cultural imperialism?”. (Jin, 2016, p.11)

O autor utiliza o exemplo de que um papel com uma mensagem, não passa de um papel com umas letras até ser lido e a mensagem ser transmitida e, desta forma, uma mensagem cultural tem apenas significado para o receptor que lhe vai dar o devido valor que entender. Consequentemente, a presença da influência americana não significa que a cultura receptora se vá alterar ou manifestar perante esta (Jin, 2016).

Costa (2004) também contraria a tese do imperialismo cultural que posiciona a cultura como uma forma de exercício de poder, segundo a qual as grandes marcas americanas são consideradas meios para uma cultura de exportação, levando a uma dependência económica e cultural dos outros países, e, por consequência, a um enfraquecimento das culturas locais. Na sua perspectiva, os Estados Unidos são verdadeiramente fortes na indústria cultural e na sua exportação global, isto é, em tornar símbolos nacionais em símbolos globais quer seja no cinema, publicidade, televisão ou marcas. No entanto, apesar de haver um grande consumo e influência de elementos americanos, uma vez que entram em contacto com pessoas com culturas distintas, há um processo de interiorização, reinterpretação. Após isto é-lhe atribuído o valor e o próprio significado conforme a cultura receptora, que pode divergir do sentido do sítio onde nasceu (Costa, 2004). A ideia de que as culturas locais estão indefesas face ao poder esmagador da imposição cultural americana é claramente demasiado simplista. Em vez disso, as culturas locais parecem adotar modelos mediáticos ao estilo americano, mudando os seus métodos para se adaptarem às estruturas corporativas e não apenas à estética dos meios de comunicação dos EUA. Estes dois aspetos económicos e culturais estão, claramente, interligados, mas a ideia de uma potência estrangeira esmagando unilateralmente uma cultura nativa não parece ser inteiramente verdadeira.

Em conclusão, existem aspetos que comprovam e desaprovam a teoria do imperialismo cultural. Por um lado, é evidente a influência cultural americana no mundo e, por outro lado, seria demasiado simplista proclamar que o público global por consumir produtos americanos iria, do nada, rescindir da sua cultura e adaptar-se de acordo com um padrão americano.

Capítulo 4 – Jovens e a Globalização

Nota Introdutória

O presente capítulo apresenta a temática do desenvolvimento da identidade cultural dos jovens num mundo globalizado. A juventude é uma fase da vida muito dinâmica e complexa, onde as pessoas passam por muitas alterações na formação da sua identidade. É uma fase onde surgem novas oportunidades, o poder de tomar decisões, responsabilidades e a necessidade de tomar posições sobre o futuro. A globalização, conseqüentemente, afeta, especialmente, os jovens porque traz novas oportunidades e desafios para os mesmos.

A globalização afeta todas as faixas etárias, mas existem estudos como, por exemplo, os de Kurebwa (2020) e de Doku e Asante (2011) que mostram que é nos jovens que mais alterações se observam. Este efeito tem uma justificação simples. As faixas etárias mais jovens são as mais afetadas, porque são estas que estão a confrontar as transformações e os efeitos da globalização, visto que, os jovens adultos são aqueles que ainda não têm raízes. Desta forma, como ainda não têm um plano definido, estão abertos ao que o mundo lhes pode oferecer, desde oportunidades de trabalho fora do país deles, a criar relações e viver experiências fora da zona de conforto.

A globalização, sendo um movimento que derruba barreiras culturais, movimentando ideologias, produtos, crenças e pessoas a uma velocidade nunca vista antes, veio trazer grandes implicações na formação da identidade dos jovens da atualidade. Jensen, Arnett e McKenzie (2011) observam que os jovens pertencentes a esta era raramente crescem conhecendo somente uma cultura. Em vez disso, eles têm cada vez mais interações com pessoas de diversas culturas diretamente ou indiretamente, ou seja, através dos meios de comunicação (Jensen, Arnett & McKenzie, 2011, p.1). Conseqüentemente, o desenvolvimento de uma identidade cultural tornou-se um processo muito mais complexo, visto que deixou de ser afetado somente pelo próprio meio em que uma pessoa nasce, incluindo a família, a educação, a nação, passando a ser um fator referente a uma negociação interior onde é preciso equilibrar várias culturas e vivências.

O capítulo está dividido em duas partes. Na primeira parte, é apresentado um enquadramento teórico que pretende definir a juventude, englobando o processo de desenvolvimento de uma identidade cultural nos jovens e o que a cultura representa para as gerações mais novas. De seguida, refletimos sobre a influência da globalização nas novas gerações, onde é abordada também a ideia de uma identidade global.

4.1 Jovens e identidade cultural

Os jovens são uma faixa etária complexa e sem delimitações e, na sua composição, são um grupo bastante diverso e distinto. Kurebwa (2020), citando Erikson (1956,1963), explica que, ao longo da vida, as pessoas passam por oito fases onde enfrentam uma crise de identidade psicossocial em cada uma delas. Para os adolescentes, entre os 12 e os 18 anos, existe uma crise de formação de identidade e uma confusão sobre o seu próprio papel. Marcia (1964), citado por Kurebwa (2020), utiliza dois conceitos: “*exploração*” e “*compromisso*” para esclarecer o percurso da formação de identidade dos adolescentes. “*Exploração*” é caracterizada pelos adolescentes que, ativamente, procuram experiências novas e expõem-se a diferentes sistemas de valores, ideologias e ídolos na tentativa de encontrarem o melhor para eles. “*Compromisso*” refere-se à dedicação, devoção e lealdade ao grupo que cada escolheu face aos seus objetivos, valores e crenças. No processo de formação de identidade, as fases da “crise de identidade” são consideradas o principal motivador para os indivíduos tomarem iniciativa para resolverem os conflitos internos da sua identidade. A exposição a novas informações e conhecimentos, novas ideologias e novas culturas cria nos jovens uma consciencialização do desconhecido, podendo levar a um estado de ansiedade relacionada com a formação de identidade (Kurebwa, 2020). Este processo de formação de identidade cultural envolve geralmente, o ato de fazer escolhas sobre as culturas com as quais nos identificamos. Assim sendo, os adolescentes e jovens-adultos, normalmente, têm mais abertura à diversidade cultural, e crenças e comportamentos diferentes dos seus (Kurebwa, 2020). De acordo com Arnett (2000), são uma fase de vida em que os adolescentes e jovens-adultos ainda não definiram, concretamente, as suas crenças ou comportamentos, sendo assim uma altura fundamental para experienciar diversas culturas.

Posto isto, é fundamental entender não só o processo de formação de identidade, mas também o que define e caracteriza a juventude. Os jovens podem ser compreendidos de duas perspetivas complementares: a primeira entende a juventude como um segmento da vida entre a infância e o adulto e tudo o que engloba essa fase na vida das pessoas; e a segunda perspetiva

contempla, especificamente, esta geração de jovens – a chamada geração Z -, que equivale aos jovens que cresceram e foram criados já sob os parâmetros da globalização e dos progressos da tecnologia. No geral, e, de acordo com Fleerackers (2012):

Adolescence is a very dynamic phase of someone's life. It is the phase in which someone undergoes many changes and starts forming his or her own identity. It is a phase that for some youth brings a lot of good things and new opportunities, other youth gets confused and disorientated. This phase is not just dynamic, but also quite complex, which becomes clear when defining youth and unravelling their identities. (Fleerackers, 2012, p.3)

Evidentemente, não existe uma definição clara de juventude, embora, um dos fatores mais evidente seja a idade. Mas a idade é um conceito que se atribui à idade física e, não é, claramente, observável à primeira vista. A atribuição de perfis como criança, adulto ou idoso, corresponde a um dos sistemas baseados na idade que funciona como um princípio de organização dentro das sociedades. Dentro de cada perfil, existem parâmetros que determinam o que se pode fazer, o que é permitido ou desejado dentro de uma determinada sociedade como, por exemplo: a idade legal para ingerir bebidas alcoólicas, conduzir, votar, entre outros. No entanto, o conceito de uma pessoa ser jovem é, efetivamente, complexo de deduzir, pois existem situações como, por exemplo, pessoas nos seus 20's que, no seu trabalho, podem parecer mais adultas e, no seio dos seus amigos, podem assemelhar-se mais a adolescentes. De forma geral, a adolescência é vista como uma fase entre a infância e o adulto, onde se começa a atribuir responsabilidades, poder de escolha e de tomar decisões em prol dos seus desejos (Fleerackers, 2012).

Existem sempre associações, presunções e ideias relacionadas com os jovens como, por exemplo, serem irresponsáveis, serem livres, quererem aproveitar a vida e divertirem-se, preocuparem-se mais com eles mesmos, rebeldia, serem tempestuosos, contudo, todas estas características podem não corresponder à realidade, a todos os jovens. Uma das características dos jovens mais frequentemente identificada é a abertura à mudança, que pode ser

expressa em diversas maneiras, no corpo, na mentalidade, no modo de vida, nos sonhos, no futuro e na realidade. E, neste processo de mudança, surge o processo de criar a sua identidade. Seguindo, Barker (2002, 2003), Fleerackers (2012), escreve:

With the start of the process of change from child- to adulthood, the youngster starts to form and create its own identity. This creation of an identity does not happen from one day to another. It is a process that lasts the whole lifetime. Identity is not a fixed thing that we possess but it is a process of becoming. Over time, ideas, conceptions, opinions, perceptions and expectations change, the angles that bring them forward change, changes occur in someone's life or in someone's personal environment. Thus, over time, identity changes. (Fleerackers, 2012, p.6)

Para além destas observações, a identidade dos jovens deve ser englobada num contexto de globalização e, neste cenário, já não é concebível a ideia de um indivíduo ser entendido como pertencente a uma nação ou a um local. A globalização determinada pelas tecnologias possibilita um fluxo constante de informações, de culturas e ideias de forma acelerada. Este mundo globalizado em rede, como Manuel Castells (1996) aborda no seu trabalho, é mais acessível à geração dos jovens que, estando familiarizados com as tecnologias, mais facilmente imergem em diversas práticas sociais e culturais facultadas pelos meios digitais. Com efeito, os jovens adolescentes dos dias de hoje nasceram e cresceram na era da Internet e das tecnologias digitais sendo, uma geração caracterizada pelo domínio das tecnologias nas suas vidas.

Por conseguinte, esta geração, designada de geração Z, que engloba os nascidos entre 1995 e 2012, a primeira a crescer num ambiente saturado pelos media e pela cultura digital. Contextualizando as gerações, Dolot (2018) explica que, existem cinco gerações que são identificáveis no mundo moderno, nomeadamente: a geração dos tradicionalistas, nascidos entre 1928 e 1944; a geração dos "*Baby Boomer*" nascidos entre 1945 e 1965; a geração X nascidos entre 1965 e 1979; a geração Y ou os "*Millenials*" que nasceram em 1980 e 1995, e já cresceram com os avanços tecnológicos; e, por fim, a geração Z, que nasceram após 1995.

Esta última geração, é caracterizada pelo seu profundo conhecimento e facilidade de manuseio das tecnologias digitais. Efetivamente, os jovens incluídos, nesta geração, cresceram a par com uma realidade digital e virtual, ou seja, estão sempre “*online*”, com os telemóveis, os computadores, as redes sociais, constantemente ligados em rede, juntamente, com a Internet onde lhes é permitido um acesso imediato a, praticamente, tudo à escala global. A capacidade para consumir e apropriar-se de informações é de veras facilitada e, é talvez uma das mais evidentes diferenciações desta geração para as anteriores (Dolot, 2018).

Deste modo, a influência e a presença dos media digitais, nesta geração, apresentam também consequências na construção da identidade para os jovens. Os media, o cinema, a música, a televisão e a Internet, de acordo com Jensen, Arnett e Mckenzie (2011), contribuem para a rápida e extensa disseminação de ideias entre culturas e, esta faixa etária apresenta mais curiosidade e interesse na cultura popular do que propriamente as crianças, os adultos e os idosos. Os jovens criam a sua própria identidade, influenciada por vários fatores, em parte como método de defesa para com a rápida mudança do mundo e também para se expressarem e declararem a sua posição, dentro da sua comunidade. À medida que as culturas locais se alteram em resposta à globalização, a maioria das pessoas consegue adaptar-se às mudanças e desenvolver uma identidade bicultural ou híbrida que permite criar uma base para viver, pacificamente, na sua cultura local e também participar na cultura global. No entanto, para algumas pessoas, a adaptação às rápidas mudanças que ocorrem nas suas culturas é mais difícil (Jensen, Arnett & Mckenzie, 2011).

Doku e Asante (2011) defendem também que os meios de comunicação digitais estão no centro das dificuldades dos jovens em construir uma identidade cultural, devido à forma como penetram na experiência local e permitem o acesso à informação e às pessoas em muitos outros locais. Para a maioria dos jovens, que vão crescer desta forma, é provável que, simplesmente, experimentem esta sensação de deslocalização como a vida é, em vez de terem uma sensação de perda ou privação. Contudo, para alguns jovens, a deslocalização pode resultar num sentimento de alienação e impermanência à medida que crescem com falta de certeza cultural, uma falta

de diretrizes claras sobre como a vida deve ser vivida e como interpretar a sua experiência (Doku & Asante, 2011).

Concluindo, ser um jovem é uma fase que, na sua complexidade, é difícil de descrever, mas se a tivesse que caracterizar, evidenciava-se a sua dinâmica, a vontade de fazer acontecer e a liberdade, não esquecendo as responsabilidades e as opções características nesta fase. Nos dias de hoje, como em qualquer lugar do mundo há uma possibilidade e oportunidade para viver, bem como para ter um trabalho que faça sentir realizado, seria sensato dizer que, o mundo atual é mundo muito mais encorajador e dinâmico do que há umas décadas atrás. E é, nesta fase que os jovens que aproveitam a oportunidade de experienciar outra cultura ou outro país, quer seja de forma presencial ou digital, acabam por vivenciar o verdadeiro impacto que estar em outro meio cultural pode ter no desenvolvimento da nossa identidade.

4.2 Jovens, oportunidades e desafios da globalização

A globalização afeta a juventude em quase todas as partes do mundo. O comércio entre países, a abertura das fronteiras e o crescimento da Internet, bem como outras formas de comunicação social, criaram uma mudança visível nos jovens por todo o mundo. A partilha da cultura, de ideias, políticas, opiniões, tendências, modas, linguagem, estilo de vida, hábitos alimentares, escola, juntamente com a influência dos colegas, dos amigos e da família sempre existiram na construção das sociedades e os seus indivíduos. No entanto, o que distingue esta era da globalização são os meios digitais que desempenham um papel central na formação da vida das crianças e dos jovens de hoje. Cada vez mais, os jovens utilizam os espaços digitais para construir relações, expressar opiniões e desejos afirmados, evidenciando-se, também que esta geração Z já nasceu num mundo focado no mercado e nas inovações tecnológicas, e, conseqüentemente, sempre estiveram expostos ao contacto com outras culturas, através das redes de comunicação globais.

Globalization brings with it diversity. The society is more diverse culturally than generations ago. Youth culture and identity are being changed. Rather than pledging allegiance to a single national identity, youths today are embracing hybrid cultural identities. This is part of the influence from the global youth culture facilitated by the Internet. Globalization offers clear economic opportunities and benefits, but comes with substantial social costs that often appear to affect young people disproportionately, given their tenuous transitional status within an uncertain and rapidly evolving global context. (Kurebwa, 2020, p.6)

À medida que a globalização ganha força, poucas pessoas são imunes à pressão de se tornarem indivíduos multiculturais. No artigo “*Young people, identity and living in a global society*”, Douglas Bourn (2008) foca-se no estudo da identidade nos jovens influenciados pela globalização, sendo o grupo de estudo jovens do Reino Unido. Os resultados do estudo indicam que, apesar de a globalização ser um fator chave que influencia a vida dos jovens, tem havido pouco debate e medidas para um desenvolvimento entre a identidade e saber

viver numa sociedade global. No Reino Unido, por exemplo, e, de acordo com este estudo, a globalização está a ter um forte impacto a vários níveis, podendo estas mudanças estar, frequentemente, ligadas à ambiguidade sobre a identidade e o sentido do lugar do mundo (Bourn, 2008). Os jovens, nos dias de hoje, estão a viver a globalização diariamente, através do trabalho, o uso das redes sociais, as relações interpessoais que faz deles os principais alvos da cultura de consumo global e, conseqüentemente, os mais conscientes de problemas globais. Esta inclusão do global da sociedade leva as escolas e os jovens a adotar no seu dia-a-dia a aceitação do multicultural.

Atualmente, a integração da cultura é caracterizada pelos fluxos sem fronteiras da informação e comunicação que vêm, principalmente, dos países desenvolvidos para os países em desenvolvimento. Esta propagação massiva da cultura aumenta as preocupações do público com a erosão do apego à comunidade nacional e à integridade dos valores tradicionais, porque os jovens que, ainda, estão a passar pelo processo de socialização, são recetivos e, por vezes, vulneráveis a influências. Adaptam-se e recriam a sua imagem própria, sob as influências culturais externas ou internas e, desta forma, os novos meios de comunicação têm um parecer muito influente. A investigação das influências da globalização nas sociedades reflete a complexidade e as várias camadas culturais em diferentes grupos de jovens em função dos seus interesses, da sua comunidade, da sua localização e entre outros. Conseqüentemente, a interação leva à adaptação e à aceitação das várias identidades na mesma localidade (Bourn, 2008). Embora os jovens não sejam impotentes em relação às mudanças globais, a sua posição na sociedade torna-os mais vulneráveis às incertezas e riscos, associados a uma economia e cultura global.

Para além do constante contacto que os jovens têm com outras culturas e identidades, existem ainda outras vantagens que este mundo global lhes oferece. De facto, de acordo com Mansoori (2012), individualmente, todos têm oportunidade de comunicar, interagir e trocar informações, conhecimentos, e bens a nível global. Do mesmo modo, as relações sociais e, até mesmo empresas, já não se restringem a um lugar em particular, ou seja, nos dias de hoje, pode-se trabalhar remotamente de qualquer lugar e ter abertura para encontrar trabalho em qualquer região do mundo. Assim, progressivamente

mais existe sensibilização para as situações ocorrentes no mundo, e cada vez mais, existem investimentos em iniciativas e organizações internacionais que se ocupam de ajudar países em dificuldades, nomeadamente: a Organização das Nações Unidas, a Declaração dos Direitos Humanos, a Organização Mundial de Saúde e, o Tribunal Internacional da Justiça (Mansoori, 2012), entre outras.

Efetivamente, existem várias vantagens da globalização que afetam não só as novas gerações como toda a humanidade. No entanto, em paradoxo, a globalização também acarretou algumas dificuldades. Efetivamente, como Carnegie (2002) menciona persistem várias dificuldades que o Estado-Nação tem de suportar. Por exemplo, o Estado-Nação tornou-se, gradualmente, incapaz de garantir o bem-estar da sua população; ficou restrito à sua adaptação de um mundo em transição; e, é incapaz de gerir os problemas globais para além das suas fronteiras. Os movimentos das pessoas entre fronteiras, tanto de forma legal como ilegalmente, também dificulta o controlo por parte do Estado-Nação da sua população. A segurança, a paz e a justiça também são considerados desafios que, no presente, estão para além da jurisdição do Estado-Nação. Deste modo, muitos dos problemas com que as sociedades modernas são confrontadas, não são confinados apenas àquela determinada comunidade ou nação. Em vez disso, podem rapidamente tornar-se problemas coletivos que requerem soluções comuns e que requerem a intervenção de instituições globais. Mas esta situação apresenta uma falha que é a inexistência de um sistema global cuja função é manter o equilíbrio e a paz entre os países de forma imparcial (Carnegie, 2002).

Em relação à economia e, embora a produção mundial esteja espalhada por vários países do mundo, cada Estado-Nação tem por norma uma economia nacional. Viver num mundo largamente globalizado, onde o dinheiro ainda tem uma base nacional leva à instabilidade, uma vez que os fluxos de capital são, em grande parte, dirigidos por diferentes políticas monetárias e taxas o que, conseqüentemente, facultam fluxos instáveis na economia e crises constantes. Resultante deste sistema atual da circulação do capital é uma certa instabilidade nas economias nacionais. A globalização afetou, em várias formas, o setor económico, aumentando a taxa de desemprego, afetando especialmente, os jovens, e a intensificação de trabalhos curtos e precários.

Hoje em dia, as gerações mais jovens encontram mais dificuldade em encontrar trabalhos estáveis que lhes possibilitem construir uma vida mais segura monetariamente (Carnegie, 2002).

Por outro lado, como foi referido por Mansoory (2012), os cidadãos, hoje em dia, sentem cada vez mais que fazem parte de problemas globais, apesar de, muitas vezes, sentirem que não têm poder nenhum para as alterar (Carnegie, 2002), como é o caso dos problemas ecológicos, por exemplo. O que tem vindo a suceder, em relação a este aspeto, especialmente, é que a nova geração Z tem, frequentemente, estado na vanguarda das alterações tecnológicas, ambientais e culturais e, progressivamente mais fazem uso deste vasto leque de conhecimentos para se expressarem. Cada vez mais, vemos jovens a serem ativos, participando e dando a voz em campanhas mundiais através das redes sociais.

Estes são alguns dos componentes que influenciam esta dualidade da globalização. Não é de esquecer que a globalização é um produto criado pelos seres humanos e, como tal, este paradoxo de oportunidades e desafios vai continuar a desenvolver-se sob os olhos e as mãos das novas gerações.

4.2.1 Identidade global

A identidade global e a cidadania global são reflexões muito debatidas no mundo contemporâneo, devido a abertura e a democratização do mundo, facultando a possibilidade de estes conceitos se tornarem uma possibilidade para as sociedades modernas. Arnett (2002) e Shinohara (2004) escreveram sobre a definição de uma identidade global:

consciousness of an international society or global community transcending national boundaries, without necessarily negating the importance of state, nation, or domestic society. (Shinohara, 2004, p.1)

a sense of belonging to a worldwide culture and includes an awareness of the events, practices, styles, and information that are part of the global culture. (Arnett, 2002, p.777)

É seguro dizer, que os indivíduos que se sentem representados sob uma identidade global são aqueles capazes de formular uma identidade que os permite fluir facilmente e livremente entre culturas, atribuindo-lhes o conceito de cidadãos globais. A cultura global emergiu como um conceito dinâmico e fluido que engloba modelos e padrões culturais interconectados, mas, muitas vezes, concorrentes e contraditórios em todo o mundo. Sobre este mundo globalizado, Kurebwa (2020) escreve:

It is important to point out that during the interplay of globalisation, 'global culture' and 'local culture' are not equal in status and power. For most non-Western societies and cultures, global culture is usually associated with glamour and status. For example, people with fluency in English (usually considered the 'global language') are usually more competitive in the job market. Another example can be found in consumption patterns of urban adolescents around the world. Today, young people around the world are fascinated with 'global brands' such as Apple, McDonald's, KFC, Pizza Hut, Coca-Cola, Pepsi, Levis, Nike, Adidas, and IKEA. (Kurebwa, 2020, p. 9)

Tendo em conta o aspeto multifacetado e complexo da identidade e, como os jovens se relacionam com a sua identidade e o mundo, Bourn (2008) levanta uma opção, uma cidadania cosmopolita ou uma cidadania global. Se a cidadania implica ligações entre a identidade individual e a identidade dos outros com quem partilham a comunidade, então o equilíbrio entre o sentido de identidade nacional, local e global é um compromisso que os cidadãos precisam de enfrentar (Bourn, 2008, pp.53-54). Sobre esta temática, Eriksen (1963) também acentuou a importância de uma identidade universal para substituir as distinções imaginárias que dividem os humanos, evidenciando que os jovens precisam de avaliar o que eles apreciam neste mundo global e de se aperceberem da importância de considerar a humanidade como um todo. Eriksen, na sua obra de "*Identity: Youth and Crises*" (1968), escreveu, "an all-inclusive human identity must be part of the anticipation of a universal technology. It is this anticipation, also, which will unite some of the majority and of the minority of our youths in one universe" (p.42). Além disso, evidenciou o

empoderamento da juventude e o seu poder nas sociedades como um potencial recurso argumentando que, se investirem nos jovens ao longo do tempo, eles apresentam lealdade, empenho e confiança.

Juntamente com a influência dos meios de comunicação e da Internet, atualmente, os jovens já não são apenas observadores dos problemas globais, mas também críticos e empenhados em compreender o mundo e a vivê-lo, definindo, desta forma, os jovens como cidadãos globais. Jensen, Arnett e McKenzie (2011) relatam que a globalização tem vindo a ter influência no envolvimento cívico da juventude. Giddens (2000) argumenta até que a globalização puxa para mais democratização e menos formas governamentais autoritárias, especulando que os jovens possam vir a ter um papel importante no ativismo civil e num novo clima político. Este envolvimento cívico dos jovens é suportado e encorajado por algumas das características da globalização como, por exemplo: o acesso aos media; e, uma visão global que conceptualiza adolescentes e jovens adultos num prisma mais independente e como agentes individuais com influência. De facto, a exposição mediática das crises económicas, pobreza, fome, falta de recursos, falta de direitos e liberdades em alguns países, faz com que estes assuntos chegam a todo o mundo, e levando milhares de jovens e adultos a moverem-se para aliviar estes problemas (Jensen, Arnett & McKenzie, 2011, pp. 15-16).

Com a globalização, o mundo tornou-se diferente. Independentemente de as pessoas continuarem a viver nas suas realidades locais, essas realidades estão cada vez mais a ser desafiadas e integradas em padrões globais. A globalização tem, principalmente, uma influência psicológica nas questões da identidade. De facto, tem um efeito transformador, isto é, onde é que “eu” me encontro em relação ao meu meio social envolvente. Doku e Asante (2011) mencionam dois aspetos da identidade que se evidenciam em relação à globalização. O primeiro é uma consequência da globalização, sendo que a maior parte das pessoas, na atualidade, desenvolvem uma identidade bicultural. Por um lado, uma parte da sua identidade corresponde à sua cultura local e, por outro lado, a outra parte representa a consciencialização da sua relação com a cultura global. O segundo aspeto refere-se à persistência de uma confusão identitária que está a aumentar na juventude em várias culturas não-ocidentais. Com as alterações das culturas locais em resposta à

globalização, muitos jovens ficam perdidos entre a sua cultura local e a global. Doku e Asante (2011) descrevem como, hoje em dia, muitas crianças e jovens já crescem com uma consciência global.

De uma perspetiva psicológica esta consequência da globalização pode ser, eficazmente, conceptualizada em termos de identidades biculturais. Este conceito apenas tem sido discutido em relação a identidades desenvolvidas por emigrantes e membros de grupos étnicos minoritários. Contudo Tomlinson (1999) explica que também é aplicado à globalização. Desta forma, em adição à sua cultura local, os jovens desenvolvem uma identidade global que os faz sentirem-se incluídos numa cultura global e, desta forma, participam, ativamente, em eventos, práticas, estilos e informações que ocorrem dentro desta cultura global. Paralelamente à identidade global, continuamos a desenvolver uma identidade local, baseada nas circunstâncias, no ambiente e nas tradições locais. Esta é a identidade que mais se dá uso nas interações com a família, amigos e com a comunidade.

Shinohara (2004) defende que a ideia de uma identidade global tem como intuito combater os efeitos negativos deste fenómeno global, representados por guerras, pandemias, pobreza, discriminação e degradação ambiental, promovendo igualdade, justiça global, educação e, fundamentalmente, ajudar numa positiva transformação social.

Global citizenship has been defined as a tension between both a moral thinking and an ethical character that guides individuals or group's ways of understanding local and global contexts and their responsibilities within different communities. It is also determined through an intricate set of commitments to natural interests (love of family, communal fairness, self-interest) and a way of universal equality with notions of caring for one another and society in totality. (Tabi et al., 2016, p.18)

Como descrito pelo autor, a cidadania global, tal como uma identidade global, pretende promover um bom funcionamento do mundo num todo com ênfase nos direitos humanos universais. No seu melhor, inspira a coordenação e a cooperação entre países e pessoas para melhorar a qualidade de vida para todos. Concluindo, se as pessoas começarem a pensar de forma global, irão,

posteriormente, refletir nas suas identidades quando começarem a automearem-se cidadãos do mundo, em vez de uma nação, independentemente das barreiras linguísticas, das tradições e da história.

Reflexão Final

Ao longo deste estudo, procurou-se analisar e confrontar perspetivas existentes na literatura sobre a identidade cultural, a globalização, bem como da influência destes conceitos nas alterações socioculturais na sociedade contemporânea. Sendo um tema muito elaborado e extenso, na introdução da dissertação foram levantadas várias questões respetivas ao tema, para haver uma orientação na procura de informações e, do mesmo modo, foram as questões que mais suscitaram interesse em serem respondidas. Primeiramente, a conceptualização de globalização e cultura, dois conceitos já por si bastante evidentes no que significam, contudo, o fator fascinante é que não deixam de ser conceitos aos quais são atribuídos diversos valores, dependendo da interpretação. Por exemplo, a globalização pode ser para uma pessoa apenas um movimento económico à escala global enquanto para outra, pode representar a democratização do mundo. Para as duas interpretações, diversos exemplos poderiam ser dados. O mesmo se sucede com o conceito de cultura. Para algumas pessoas é uma representação de o “espírito” de uma nação, enquanto para outras é a sua identidade e a sua história. Ao longo da pesquisa isso tornou-se mais evidente, pois ambos os conceitos não têm uma definição universal e definitiva.

Existem, assim, diferentes perspetivas teóricas do que os conceitos representam e o que podem significar para a sociedade. No nosso entender, após alguma pesquisa, a globalização é um movimento económico, mas não só. De facto, é muito mais do que isso, ou seja, é um fluxo de ideais, simbologia, política, cultura, representação, liberdade, democratização, abertura, e a ideia de um mundo ao alcance de todos. A globalização é um conjunto de ligações entre países, organizações e pessoas que ultrapassa nações, fronteiras e limites geográficos e culturais, permitindo a perceção que o mundo é cada vez mais pequeno e que tudo está facilmente e rapidamente ao nosso alcance.

Do nosso ponto de vista, a globalização pode significar liberdade e, desta forma, a cultura significa “identidade”, pois esta, independentemente, de ser a cultura em que nascemos ou aquela que nos acolhe posteriormente, representa valores, gostos, tradições, família, língua, simbolismo, entre tantos

outros. É aquilo que queremos agregar em nós da cultura e da vida que levamos do local onde estamos. A nossa identidade cultural passa por representar as coisas com que nos identificamos e queremos mostrar ao mundo. É o molde das nossas experiências e das nossas vivências. Desde o nosso nascimento até ao dia que falecemos, a nossa identidade é influenciada por todas as circunstâncias que nos ocorre na vida e, de igual forma, o mesmo ocorre com a nossa percepção cultural. Uma pessoa que tenha vivido quinze anos em Portugal e outros vinte em França, vai sofrer uma transformação na sua identidade cultural. No entanto, não significa a anulação de uma ou de outra, mas sim uma mutação na integração das duas nessa pessoa. Daí, a cultura ser um processo fluído, ou seja, vai-se adaptando e transformando conforme vamos experienciando outras culturas e modos de viver, e, por outro lado, é um processo individual, pois é único a cada pessoa.

No presente, o panorama atual a nível internacional faz com que as pessoas receiem o futuro ou até o próprio presente. Assim, encontramos, quer seja num lugar, numa instituição ou em relações pessoais, um sentimento de pertença, uma forma de nos sentirmos parte de algo, um conforto de não estar só. A questão da identidade, em suma, representa o sentimento de pertencermos a algo, a impressão de encontrar algo com que nos identificamos. De forma natural, a identidade cultural é um dom único que cada ser humano possui, e tem um poder de ligar povos, pessoas, transmitir experiências e sonhos. No mundo, existe uma enorme diversidade humana e cultural, manifestada nas línguas, religiões, expressões artísticas, tradições, estilos de vida, que são próprios a diferentes comunidades e povos. Como consequência da globalização, inúmeras pessoas circulam pelo mundo, experienciando e vivenciando novas culturas intercâmbio cultural e um enriquecimento intelectual e emocional.

O papel da globalização no mundo é, maioritariamente, mencionado com ênfase na economia em detrimento da cultura. A problemática da dependência dos mercados e dos Estados-Nação devido ao aumento das transações de produtos, serviços, capital e da difusão das tecnologias, criou um formato em que as economias nacionais dificilmente se conseguem destacar ou até mesmo sobreviver se permanecerem isoladas. Posto isto, não há outra opção senão a de abrir a economia e, assim, intensificar os fluxos comerciais, financeiros e

sociais. Aqui destaca-se o capitalismo e o consumismo, que não só desencadearam a globalização, mas também a sustentam. Ao mesmo tempo, estes são processos que integram grande parte dos indivíduos e das comunidades humanas, das estruturas nacionais e mundiais e, do mesmo modo, nada está fora do seu alcance, enraizando-se no comércio, nas finanças, na economia, e nas sociedades, determinando-as e modificando-as.

Como já referimos, foram levantadas no início desta dissertação várias questões para nos orientar no desenrolar da mesma, nomeadamente: O que é que se entende por globalização? E qual é a sua relação com a identidade cultural? Quando é que se iniciou a atual e galopante fase de globalização? De que forma é que, os media e as novas tecnologias influenciaram a globalização? Será a globalização um disfarce para a americanização ou o imperialismo cultural? E os jovens? Como é que são influenciados pela globalização? Serão eles e elas os futuros protótipos de uma identidade global?

Em relação às primeiras duas questões, emergiram alguns aspetos principais que é preciso ter em conta. O primeiro é que, efetivamente, temos de ver a cultura nacional como um tesouro a ser protegido e preservado, ou seja, que deveria ser uma prioridade das nações manter as culturas nacionais. Esta política de proteção cultural pode ser observada em pequenas coisas como, por exemplo, em manter e evidenciar as tradições, a história, a língua, a gastronomia, aspetos que tornam uma cultura única. Defender a identidade nacional não significa negar a globalização ou a ideia de um mundo multicultural, mas antes implica, a proteção das tradições e valores locais. Ao mesmo tempo, é preciso apoiar um movimento multicultural, cosmopolita e global que defenda princípios como a solidariedade e a inclusão social. Desta forma, usar o argumento cultural contra a globalização é inaceitável, mas é importante a humanidade voltar a evidenciar e a apreciar todos os aspetos culturais.

O segundo aspeto a ter em conta é que a cultura, a nação e a sociedade exercem enorme influência na vida de cada um. São os alicerces da estrutura social e política de um ser humano, e todos os seres humanos têm de alguma forma ou de outra, influência cultural. Todos os sistemas culturais são, igualmente, válidos como variações da experiência humana e, de igual forma,

nenhum é inferior ou superior a outro. Neste sentido, cada cultura proporciona ao indivíduo um sentido de identidade, regras comportamentais e um lugar próprio no grande esquema do mundo. No entanto, tendo em conta o tamanho da população mundial e a diversidade cultural, não faz sentido a noção de monocultura. Também não faz sentido a noção de culturas estáticas e herméticas, uma vez que existe, como existiu desde sempre, uma constante transformação e adaptação cultural. Assim, a propagação dos valores da globalização tem vindo a alterar as culturas, por um lado causando o desaparecimento de muitas tradições, mas por outro, criando a necessidade de construir e evoluir a sociedade para acompanhar os novos tempos.

O terceiro e último aspeto geral a notar, é o processo de aceitação da diversidade como elemento central das sociedades contemporâneas. Esta visão vê a cultura como um movimento “inclusivo da diversidade”, possibilitando a criação de laços para além das fronteiras. Neste contexto, é importante destacar que a geografia social começa a perder o seu significado, não por consequência da homogeneização cultural, mas antes pela conectividade da globalização que faz com que as fronteiras políticas são cada vez mais facilmente transpostas. Isto reflete-se nas transformações que ocorrem, nomeadamente: nos padrões da nossa rotina cultural; nas notícias do mundo; nas influências gastronómicas; e na consciencialização dos problemas globais, como, por exemplo, os riscos ambientais e a instabilidade das economias. Estas transformações são aspetos que, cada vez mais, influenciam a cultura e contribuem para a desterritorialização. No entanto, todos os países do mundo vão sofrer este processo inevitavelmente. Patriota (2006) defende que o confronto de uma gama de identidades culturais é um traço marcante da modernidade. E, é um elemento que é importante que ocorra, porque o enriquecimento, a troca cultural, são aspetos que devemos valorizar. A globalização tem um efeito pluralizante sobre as identidades, permitindo uma variedade de possibilidades e novas posições de identificação, tornando as identidades menos fixas e unificadas e mais móveis e híbridas. É importante mencionar que a globalização é, frequentemente, interpretada como uma ameaça às identidades nacionais e culturais, baseada no medo de que a tendência deste movimento é a homogeneização de diferentes realidades culturais, aniquilando a sua suposta singularidade. Todavia, a identidade

cultural pode usar a globalização para se evidenciar ou, pelo contrário, sentir-se oprimida pela mesma, no sentido em que, com a globalização, as identidades individuais têm espaço para se evidenciar, apelando ao poder que têm contra a força massiva da globalização, ou contrariamente sentirem-se oprimidos pela pressão das influências culturais externas.

Em relação às outras questões, concluímos que a globalização teve um papel verdadeiramente influente após a Guerra Fria, com o desmantelamento do comunismo na Europa do Leste e o surgimento de um movimento ideológico global. Deu início a um mundo unipolar, uma nova ordem mundial, um constitucionalismo orientado para o mercado e a disseminação de valores provenientes do ocidente. Este novo período trouxe extensas alterações ao mundo e, inevitavelmente, teve um impacto profundo nas sociedades da altura, iniciando, assim, um processo transformativo. Neste processo, as sociedades adaptam-se a uma nova realidade em que todas as pessoas estão conectadas e o processamento de informações entre elas é imediato e eficaz, independentemente da distância. Isto deve-se ao desenvolvimento dos media digitais e a sua influência na sociedade que, juntamente com a globalização formaram uma dupla perfeita. Esta é uma relação de simbiose, em que a globalização e os media beneficiam-se e alimentam-se mutuamente. Resultante desta relação e da hegemonia dos Estados Unidos que se destacou no fim da Guerra Fria, surge a temática do imperialismo cultural e da americanização. Neste âmbito, identificamos que existe uma alargada disseminação da cultura americana pelo mundo, facultado pelo consumo extenso de produção televisiva, comida, música, filmes, entre outros produtos americanos. Estes conceitos apelam para uma colonialização ocorrente por parte dos Estados Unidos para com o resto do mundo, e para um a influência cultural que estes exercem nos outros países. Contudo a ideia de que se trata de uma invasão cultural nos países recetores apresenta uma visão muito simplista do que efetivamente ocorre na realidade, sendo que, do mesmo modo que os Estados Unidos exportam a sua cultura, os outros países também o fazem. Não é desconhecido que os Estados Unidos são também recetores de várias influências culturais, desde o início que o seu território tem sido um cartaz para propaganda para a diversidade cultural. Concluindo, a ideia de uma

potência estrangeira esmagando unilateralmente uma cultura nativa não parece ser inteiramente realista.

No que diz respeito à última questão sobre os jovens, concluímos que as novas e futuras gerações têm em frente várias adversidades propícias a este novo paradigma social e cultural orientado para o global. No caso da mais recente geração, denominada geração Z, já nasce em um cenário repleto de tecnologias, acessibilidade, troca de informações imediatas, redes sociais, comunicação indiferente a distâncias e a possibilidade de experienciar qualquer país do mundo sem restrições. Resultante destas condições, surge uma geração (com exceções) caracterizada por viver constantemente numa realidade virtual em que os limites são poucos. E especificamente, neste caso, em que abordamos a influência da globalização na identidade cultural, conseguimos apercebermo-nos que, para faixa etária, a globalização é naturalmente multicultural e isto reflete-se na juventude, que acede constantemente a outras culturas e é influenciada pelas mesmas. Hoje em dia, por exemplo, uma pessoa que nasceu e viveu toda a sua vida em Portugal, contudo pode: assistir constantemente a “*anime*” ou séries americanas; ouvir “*k-pop*” ou outros géneros de música estrangeiros; comer diariamente refeições tradicionais de outros países, entre outros aspetos que salientam esta atual realidade multicultural. Deste modo, só podemos imaginar como será para as futuras gerações. Será a resposta uma identidade global? Ainda que seja, uma ideia pouco fundamentada, aqueles que a defendem como uma possibilidade futura, acreditam que será uma mais valia para todos, pois permitirá formular uma identidade que viabiliza a passagem fácil e livre entre culturas. Posto isto, acreditamos que a identidade global possa ser uma opção futura, contudo a sua aplicabilidade na sociedade ainda é, um campo desconhecido.

Concluindo, a apreciação da diferença como um espaço amplo onde podemos enriquecer e acrescentar ao nosso conhecimento e à nossa vida é um dos fatores mais positivos da globalização. Acreditamos que será difícil concretizar um mundo onde admiramos a diferença em vez de a julgarmos, mas espera-se, independentemente das gerações, que haja cada vez mais aceitação, solidariedade e apreciação por toda a vida existente no planeta Terra.

Referências Bibliográficas

- André, J. (2004). Globalização, mestiçagens e diálogo intercultural. *Revista da História das Ideias*, 25, Coimbra, 9.
- Appadurai, A. (1990). Disjuncture and difference in the global cultural economy. *Theory, Culture & Society*, 7, 295-310.
- Appadurai, A. (1996). *Modernity at large: Cultural dimensions of globalization*. Minneapolis, Minn: University of Minnesota Press.
- Arnett, J. (2000). Emerging adulthood: A theory of development from the late teens through the twenties. *Journal American Psychologist*, 5(5), 469-480.
- Arnett, J. (2002). The psychology of globalization. *Journal American Psychologist*, 57, 774-783.
- Arnett, J. (2003). Coming of age in a multicultural world: Globalization and adolescent cultural identity formation. *Journal Applied Developmental Science*, 7(3), 189-196.
- Baniyassen, S. (2017). Media Globalization. *Journal of Advances in Science and Technology.MAGNT Research Report*, 4(2), 88-90.
- Barbero, M. (2003). Globalização comunicacional e transformação cultural. In Moraes, Dênis (Org). *Por uma outra Comunicação: mídia, mundialização cultural e poder*. Rio de Janeiro: Record.
- Beck, U. (2002). The cosmopolitan society and its enemies. *Theory, Culture & Society*, 19, issue: 1-2,17-44.
- Beck, U. (2009). Critical Theory of World Risk Society: A Cosmopolitan Vision. 16(1), 3-22.
- Berry, W. (1997). Immigration, acculturation, and adaptation. *International Journal of Applied Psychology*, 46(1), 5-34.
- Berry, W. (2003). Conceptual approaches to acculturation. In K. M. Chun, P. B. Organista, & G. Martin (Eds.), *Acculturation: Advances in theory, measurement, and applied research*, 17-37. Washington, DC: American Psychological Association.
- Berry, J. & Phinney, J. & Vedder, P. (2006). Immigrant Youth: Acculturation, Identity, and Adaptation. *Applied Psychology*, 55, 303-332.

- Bomfim, F. & Lima, A. (2016). A implementação da Aldeia Global de McLuhan: ações educacionais como estratégia sustentável na educação. In: III Conferência do Pensamento Comunicacional Brasileiro - PENSACOM BRASIL, 2016, São Paulo. Anais da III Conferência do Pensamento Comunicacional Brasileiro. São Paulo: INTERCOM - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 1, 01-15. Retirado a 8 de maio de 2020 de <http://www.portalintercom.org.br/anais/pensacom2016/textos/ana-claudia-lima-filomena-bomfim.pdf>
- Bourn, D. (2008). Young people, identity and living in a global society. *Policy and Practice a Development Education Review*, 7, 48-61.
- Boyd-Barrett, O. (1998). Media Imperialism Reformulated. In Daya Kishan Thussu (ed). *Electronic Empires – Global Media and Local Resistance*, London: Arnold, 157-176.
- Boyd-Barrett, O. (2018). Cultural Imperialism and Communication. Oxford Research Encyclopedia of Communication. Retirado a 9 de outubro de 2020, de <https://oxfordre.com/communication/view/10.1093/acrefore/9780190228613.001.0001/acrefore-9780190228613-e-678>.
- Bryane, M. (2011). Theorising the Politics of Globalisation: A Critique of Held et al.'s Transformationalism. *Journal of Economic and Social Research*, 4(2), 3-17
- Carnegie, C. V. (2002). *Postnationalism prefigured: Caribbean borderlands*. New Jersey: Rutgers University Press.
- Castells, M. (1996). *The Rise of the Network Society*. Malden, Mass: Blackwell Publishers.
- Castells, M. (2000). A era da informação: economia, sociedade e cultura. *Revista A Sociedade em Rede*. São Paulo: Paz e Terra, 1.
- Castells, M. (2000). *The Rise of the Network Society: Economy, Society and Culture: The Information Age: Economy, Society and Culture*, Wiley Blackwell Publishing, 1(2),77-180.
- Castells, M. (2006). Globalisation and identity: a comparative perspective. *Journal of contemporary culture*, 56-67.

- Cherry, C. (1978). *World communication: threat or promise?*, New York: John Wiley.
- Costa, T. (2004). A Mundialização da Cultura e os Processos de Homogeneização e Formação da Cultura *Global*. *Universitas Relações Internacionais*, Brasília, 2(1), 255-267.
- Crouteau, D. & Hoynes, W. (2003). *Media, society: Industries, images and audiences*. Thousand Oaks: Pine Forge Press.
- Daghrir, W. (2013). Globalization as Americanization? Beyond the Conspiracy Theory. *IOSR Journal of Applied Physics*, 5(2), 19-24.
- Doku, P. & Asante, K. (2011). Identity: Globalization, culture and psychological functioning. *International Journal of Human Sciences*, 8(2), 1-8.
- Dolot, A. (2018). The characteristics of Generation Z, 44-50. Retirado a 25 de junho de 2020, de https://www.researchgate.net/publication/328564137_The_characteristics_of_Generation_Z
- Erikson, E.H. (1963). *Youth: Fidelity and diversity*. In E. H. Erikson (Ed.), *Youth: Change and challenge*. New York: Basic Books, 1-23.
- Erikson, E. H. (1968). *Identity: Youth and crisis*. New York: Norton.
- Eriksen. T. (2009). Living an Overheated World: Otherness as a Universal Condition. In *Identity Politics: Histories, Regions and Bordelands*. *Acta Historica Universitatis Klaipedensis*, XIX, *Studia Anthropologica*, III, 20099, 9-24.
- Eriksen, T. (2013). A Short Introduction to overheating by Thomas Hylland Eriksen. UiO Department of Social Anthropology Faculty of Social Sciences. Retirado a 18 de Janeiro de 2021, de: <https://www.sv.uio.no/sai/english/research/projects/overheating/>.
- Eriksen, T. (2016). *Overheating: An Anthropology of Accelerated Change*. London: Pluto Press.
- Feixa, C & Nilan, P. (2009). Uma juventude Global? Identidades híbridas, mundos plurais. *Política & Trabalho Revista de Ciências Sociais*, 31 (0104-8015), 13-28.
- Firat, A. (2016). The Dynamics of the Local and the Global: Implications for Marketing and Development. *Markets, Globalization & Development Review*, 1(1), Article 4.

- Fleerackers, A. (2012). The influence of globalisation on the identity formation of the urban youth of Matagalpa, Nicaragua. [Master's Thesis, Radboud Universiteit Nijmegen] Radboud University Educational Repository. <https://theses.uibn.ru.nl/handle/123456789/2923>
- Freire, I. (2006). Acesso à informação e identidade cultural: entre o global e o local. *Ciência da Informação*, 35(2), 58-67.
- Friedman, T. (1998) Commentary: Why Those Angry Men Want to Kill America, *The New York Times*, 7.
- Fróis, K. (2004). Globalização e a cultura identidade no mundo de iguais. *Cadernos de Pesquisa Interdisciplinar em Ciências Humanas*, 5(62), 2-10.
- Gadini, S. & Assunção-Reis, T. (2017). A cultura na era da globalização: as ressignificações culturais nos espaços locais. *Revista Razón Y Palabra*, 20(4_95), 151-161.
- Georgantzis, N. & Katsamakos, E. & Solowiej, D. (2010). Exploring Dynamics of Giddens' Globalization. *Systems Research and Behavioral Science*, 27, 622-638.
- Giddens, A. (1990). *The Consequences of Modernity*. Stanford, Calif: Stanford University Press, 59-171.
- Giddens, A. (1996). "Anthony Giddens on Globalization: Excerpts from a Keynote Address at the UNRISD Conference on Globalization and Citizenchip", UNRISD (United Nations Research Institute for Social Development).
- Giddens, A. (2000). *Runaway world: How globalization is reshaping our lives*. NewYork: Routledge.
- Gomes, I. (2020) Os jovens e os novos media - Representação e identidade, [Doctoral Thesis, Universidade de Aveiro] Repositório Institucional da Universidade de Aveiro. <https://ria.ua.pt/handle/10773/29695>
- Hall, S. (1996). *Modernity: An Introduction to Modern Societies*, Malden, MA: Blackwell Publishers, 1, 274-280.
- Hall, S. (Ed.). (1997). *Representation: Cultural representations and signifying practices*. London: Sage Publications, Ltd.
- Hall, S. (2003). *A identidade cultural na pós-modernidade*. SP: DP&A Editora, 47-63.

- Hannertz, U. (1997). Fluxos, fronteiras e híbridos: palavras-chave da antropologia transnacional. *Revista Mana*, Rio de Janeiro, 3(1), 7-39.
- Harvey, D. (2003). *O Novo Imperialismo*. São Paulo: Loyola, 1, 31-77.
- Held, D. & Goldblatt, D. & McGrew, A. and Perraton, J. (eds) (1999). *Global Transformations: politics, economics and culture*, Cambridge: Polity Press.
- Held, D. & McGrew, A. & Perraton, J. (1999). *Contents and Introduction in Global Transformations: Politics, Economics and Culture*. Stanford: Stanford University Press.
- Herman, S. & McChesney, W. (2004). *The Global Media – the New Missionaries of Corporate Capitalism*, London: Continuum.
- Holton, R. (2005). *Making Globalization*. Palgrave: London.
- Ianni, O. (1997). *A Era do Globalismo*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.
- Jarvis, D. (2007). Risk, Globalisation and the State: A Critical Appraisal of Ulrich Beck and the World Risk Society Thesis, *Global Society*, 21(1), 23-46.
- Jensen, A. & Arnett, J. & McKenzie, J. (2011). Globalization and cultural identity. In S. J. Schwartz, K. Luyckx, & V. L. Vignoles (Eds.), *Handbook of identity theory and research*, 285–301. Springer Science + Business Media. Retirado a 12 de março de 2021, de https://doi.org/10.1007/978-1-4419-7988-9_13.
- Jin, H. (2016). Towards Global Dialogism: Transcending 'Cultural Imperialism' and its Critics. *Global Dialogism & International Relations*, 6(3), 5-28.
- Junior, P. (2009) A Importância das tradições culturais no contexto da globalização. *Rumo à Tolerância*, 1078, 05-10.
- Junior, W. (2016). O local do global: as contribuições sociológicas de Roland Robertson acerca da globalização. *Cadernos de Estudos Sociais e Políticos*, 5(2238-3425).
- Kaul, V. (2012). Globalisation and crisis of cultural identity. *Journal of Research in International Business and Management*, 2(13), 341-349.
- Kraidy, M. (2002). Globalization of culture through the media. In J. R. Schement (Ed.), *Encyclopedia of communication and information*, 2, 359-363.
- Kriegman, O. (2006). Dawn of the Cosmopolitan The Hope of a Global Citizens Movement. *GTI Paper Series Frontiers of a Great Transition*, 15, 1-23.

- Kroes, R. (1999). American Empire and Cultural Imperialism: A View from the Receiving End, Conference at the German Historical Institute, Washington, D.C.
- Kurebwa, J. (2020). The Effects of Globalization on Youth Culture and Identity: A Zimbabwean Experience. *Journal Canadian Social Science*, 16 (4), 5-13.
- Labes, A. (2014). Globalization and Cultural Identity Dilemmas. *CES Working Papers*, 6(1).
- Lipovetsky, G. & Juvin, H. (2010). *O Ocidente mundializado: controvérsia sobre a cultura planetária*. Lisboa: Edições 70, Ltd.
- López, A. & Cunha, J. & Arruda, R. (2012). O multiculturalismo e a globalização. *Eventos Pedagógicos*, 3(2), 301-307. Retirado a 18 de novembro de 2020, de <http://sinop.unemat.br/projetos/revista/index.php/eventos/article/view/678>
- Mansoor, S. (2012). Exploring global identity in emerging adults [Master's Thesis, Stockholm University]. Stockholms Universitet Publikationer. <http://su.diva-portal.org/smash/record.jsf?pid=diva2%3A549930&dswid=-7166>
- Martell, L. (2007). The Third Wave in Globalization Theory. *International Studies Review*, 9(2), 173-196.
- Matias, J. (2009). Identidade Cultural Europeia. Idealismo, projecto ou realidade? [Master's Thesis, Universidade de Coimbra] Respositório Científico da UC. <https://eg.uc.pt/handle/10316/13357>
- Matos, C. (2012). The Wiley-Blackwell Encyclopedia of Globalization. The Wiley-Blackwell Encyclopedia of Globalization. 3, 1329-1339.
- Mattelart, A. (2005). Diversidade cultural e mundialização. São Paulo: Parábola.
- Mcluhan, M. & Powers, B. (1992). *The Global Village: Transformations in World Life and Media in the 21st Century*. Oxford: Oxford University Press.
- Mensah, E., Owusu-Amoh, S. & Nyarko, J. (2018). The global imperialism project: lessons from television, movies and radio. *African Research Review*, 12(4), 1-13.
- Moawad, N. & Shoura, S. (2017). Towards a richer definition of multiculturalism. *International Journal of Advanced Research*, 5, 802-806.

- Neto, R. (2016). Identidade Cultural e Globalização: Contradições Aparentes em um Mundo Multicultural e Convenientemente Inclusivo. *Projeção e Docência*, 7(1), 33-39.
- Patriota, L. (2006). Cultura, Identidade Cultural e Globalização. *Qualitas Revista Eletrônica*, 1(1), 10-17.
- Pell, R. (2002). American Culture Goes Global, or Does It?. *The Chronicle Review*.
- Pereira, H. (2004). A crise da identidade na cultura pós-moderna. *Revista Mental*, 2(2), 89-100.
- Pieterse, J. (2004). *Globalization as Hybridization in Globalization and Culture Global Melange*. Lanham: Rowman and Littlefield.
- Podjed, D. (2017). Review of Overheating: An Anthropology of Accelerated Change, *Anthropological Notebooks*, XXII (3), 161-163.
- Powell, J. (2015). Globalization and Scapes: A New Theory of Global Dynamics. *International Letters of Social and Humanistic Sciences*, 49, 168-175.
- Ramos, M. (2013). Globalização e multiculturalismo. *Revista Inter-Legere*, 1(13), 75-101.
- Rantanen, T. (2005). *The Media and Globalization*, Thousand Oaks, CA: Sage.
- Rauschenberger, E. (2003). It's only a movie - right? Deconstructing Cultural Imperialism: Examining the Mechanisms behind US Domination of the Global Cultural Trade. 2003. Retirado a 18 de março de 2021 de https://www.researchgate.net/publication/237639667_Deconstructing_Cultural_Imperialism_Examining_the_Mechanisms_Behind_US_Domination_of_the_Global_Cultural_Trade.
- Redfield, R., Linton, R., & Herskovits, M. (1936). Memorandum for the Study of Acculturation. *American Anthropologist*, 38(1), 149-152. Retirado a 2 de outubro 2020, de <http://www.jstor.org/stable/662563>.
- Richard, P. (2002). American Culture Goes Global, or Does It. *The Chronicle of Higher Education Review*, 14. Retirado a 5 de abril de 2021, de <https://www.chronicle.com/article/american-culture-goes-global-or-does-it/>
- Ritzer, G. (2012). *The Wiley-Blackwell Encyclopedia of Globalization*. (1). England: John Wiley & Sons, Limited.

- Robertson, R. (1992). *Globalization: Social Theory and Global Culture*. London: Sage.
- Robertson, R. (1995). *Glocalization: Time-space and homogeneity-heterogeneity*. In S. L. Mike Featherstone, *Global Modernities*, 25-44. London: Sage Publications.
- Rossi, S. (2015). The local identity functions in the age of globalization: A study on a local culture. *Community Psychology in Global Perspective*, 1(1), 105 – 121.
- Roudometof, V. (2016). Glocalization: a critical introduction. *European Journal of Social Theory*, 19(3), 391-405.
- Santos, E. (2015). Globalização. *Revista Militar*, 2563/2564, 629-660.
- Shinohara, H. (2004). Evolution in Global Identity: The League of Nations and the United Nations. Paper presented at UNU Global Seminar.
- Tabi, C. & Ahmed, G. & Othman, S. & Harran, M. (2016). In Search of Global Identity: The Challenges of Culture. *The Journal of Human Resource and Adult Learning*, 12, 16-28.
- Tehrani, M. (1998). *Globalization Texts, Concepts and Terms*. Hawaii: University of Hawaii.
- Tomlinson, J. (2001). *Globalization and Culture*. Chicago: University of Chicago Press.
- Tomlinson, J. (2001). *Cultural Imperialism: A Critical Introduction*. London: Continuum.
- UKEssays. (2018). International Relations Essays - Global Culture. Retirado a 9 de junho de 2020, de <https://www.ukessays.com/essays/international-relations/global-culture.php?vref=1>
- UKEssays. (2018). Manuel Castells' theory of network society. Retirado a 5 de março de 2020, de <https://www.ukessays.com/essays/sociology/manuel-castells-theory-of-network-society.php?vref=1>
- Upali, P. (2017). An Introduction to the Theoretical Perspectives of Globalisation. *Journal of Humanities and Social Sciences*, 7, 250-265. Retirado a 16 de abril de 2020 de https://www.researchgate.net/publication/316939428_An_Introduction_to_the_Theoretical_Perspectives_of_Globalisation

- Wenger, A. & Zimmerman, D. (2003). *International Relations: From the Cold War to the Globalized World*. USA: Lynne Rienner Publishers.
- Wong, D. (2012). Sustaining Cultures in the Face of Globalization. *Culture and Dialogue*, 2, 69-94.
- Yilmaz, M. (2008). The New World Order: An Outline of the Post-Cold War Era. *Alternatives: Turkish Journal of International Relations*, 7(4), 44-58.
- Zamorano, M. (2016). Reframing Cultural Diplomacy: The Instrumentalization of Culture under the Soft Power Theory. *Culture Unbound: Journal of Current Cultural Research*, 8(2), 166-182.