

## GLOBALIZAÇÃO DA ECONOMIA/MUNDIALIZAÇÃO DA CULTURA

*Giovani De Lorenzi Pires*

*(Prof. Adjunto/DEF/Centro de Desportos/UFSC)*

A par de toda a discussão e crítica à presente forma de (re)organização neoliberal econômico-financeira do capitalismo monopolista e do capital especulativo internacional, denominada globalização, subjaz outra trama que a relaciona com a questão cultural.

Entre teses que anunciam a emergência de uma cultura global/globalizante, acredita-se que é possível e mais seguro considerar uma interação mutuamente realimentada entre o âmbito econômico e a dimensão cultural da sociedade, o que permite sugerir-se um conceito "composto" que pode ser denominado *globalização da economia/mundialização da cultura*. Parece ser impossível separar estes dois processos que integram o mesmo fenômeno mundial da atualidade, ainda que ressaltadas suas características próprias. Uma outra observação ainda pertinente é que a gênese deste processo pode ser identificada já no conceito de **Indústria Cultural** (ADORNO E HORKHEIMER, 1985).

Por globalização, entende-se a progressiva e inconclusa integração econômica assimétrica e desigual de mercados (que supera a idéia de Estados-nacionais, embora os mantenha como unidade política de referência)<sup>1</sup>, com a exclusão daqueles que, não dispendo de importância estratégica no novo cenário em construção, não devem se tornar empecilhos ao modelo de sociedade econômica mundial idealizada pelo capital internacional (IANNI, 1996). Tal processo excludente é operado pelos megaconglomerados transnacionais, com a aquiescência dos países do "G7" e dos organismos financeiros internacionais sob seu domínio – Banco Mundial, FMI, BID, BIRD. Por meio de medidas de incentivo ou sanções econômicas, levam nações e blocos regionais a concederem facilidades de trânsito e remuneração para o capital e produtos, e são classificadas como "emergentes": aderindo ao sistema às custas da entrega das suas reservas estratégicas e/ou naturais, convivem provisória e temporariamente com algumas sobras de benefícios da globalização da economia.

Enquanto isso, a compreensão do conceito de *mundialização da cultura*<sup>2</sup> implica em dois pressupostos (ORTIZ, 1994): a) embora indispensável, a correlação entre economia e cultura no plano global não acontece de forma imediata, o que significa "*que a história da cultura das sociedades capitalistas não se confunde com as estruturas permanentes do capitalismo*" (p.24); b) é um equívoco imaginar que a pretendida integração precise rechaçar

a convivência das diferenças culturais, isto é, “*uma cultura mundializada não implica o aniquilamento das outras manifestações culturais, ela co-habita e se alimenta delas.*” (p.27).

Para o autor, o avanço tecnológico e a expansão do sistema informacional se encarregaria de veicular em esfera global os elementos constitutivos da cultura mundializada, oferecendo padrões de referência para a formação de identidades sociais. Assim, não haveria um choque de culturas entre o comum e o diverso, mas uma tendência de aproximação entre as lógicas que os conformam, em que o local, para garantir sua sobrevivência, precisa adequar-se ao mundial. Em síntese, estaria em desenvolvimento um processo de integração progressiva de aspectos de diferentes culturas regionais à uma cultura comum, reconhecida entre si, porém sem a negação dos seus traços distintivos próprios. A mundialização da cultura não prescinde das culturas locais (até porque delas se alimenta) para as quais devolve padrões culturais próprios, modelados pela lógica do consumo (ORTIZ, *op.cit.*).

Assim, a lógica que viabiliza a articulação entre os fenômenos da globalização da economia e da mundialização da cultura tem como pressuposto a transformação dos bens culturais em mercadorias ou bens simbólicos, e a sua disponibilização aos mercados consumidores mundiais através das novas tecnologias a serviço dos aparatos da mídia. Um olhar mais atento permite melhor compreender os detalhes deste processo, a partir do reconhecimento das transformações quantitativas e qualitativas que vem ocorrendo no processo de produção, circulação e consumo de bens e serviços nos domínios do capitalismo rearranjado pelo discurso neoliberal.

Na perspectiva de garantir a acumulação ampliada do capital, a nova ordem visa reduzir acentuadamente os custos de produção, o que implica em buscar alternativas menos dispendiosas de recursos humanos e otimização da capacidade produtiva instalada através de uma série de mudanças estratégicas, como, por exemplo, a produção em escala global dos mesmos produtos, o que visa reduzir o preço de custo – já que o empobrecimento de vários mercados consumidores inviabiliza que os preços finais destes produtos sejam aumentados. Como inevitável consequência desta padronização resulta a significativa semelhança entre os bens e serviços criados/disponibilizados<sup>3</sup>. Como fazer, então, para garantir o consumo destes produtos que inundam o mercado?

Logo, torna-se necessária a implementação de estratégias que promovam igualmente a aproximação entre hábitos, valores e preferências de consumo em esfera planetária, garantido assim a criação de um mercado consumidor global para produtos que pouco diferem entre si. Em outras palavras, revelou-se necessária a produção de uma cultura de consumo tendencialmente homogênea em âmbito mundial, que reduzisse substancialmente as

diferenças subjetivas de comportamento dos consumidores e que, anteriormente, eram mais influenciados pelas características identitárias das culturas locais/regionais.

Aqui deve ser destacado o papel integrador da mídia, por sua capacidade de espetacularizar a realidade, secundarizando certas características diferenciadoras e instituindo-a como consenso falsamente produzido, como ideologia. A partir desta "aproximação social virtual", cria-se uma sensação de cultura compartilhada em âmbito mundial, em que as populações se reconhecem pelo consumo comum dos mesmos bens culturais produzidos pela "fábrica global" (IANNI, 1994), contribuindo, assim, para a construção de traços culturais de identidade e pertencimento. Essa necessidade da espécie humana de agregação, de fazer parte de estruturas sociais, de compartilhar padrões de referências, faz com que, para uma produção em escala mundial, material e simbólica indiferenciada, passe a existir um correspondente mercado de distribuição e consumo igualmente global, sustentando, assim, a tese da indivisibilidade dos processos de globalização econômica e de mundialização da cultura.

Este conceito "composto" pode ser utilizado para a compreensão, por exemplo, do fenômeno da (tele)espetacularização do esporte (BETTI, 1998), cujos direitos de transmissão pela mídia tornaram-se mercadoria de alto custo em esfera global e de crescente aceitação e consumo mundialmente, como um bem desta cultura industrializada/mercadorizada.<sup>4</sup>

#### **Referências:**

ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Max. Indústria cultural: o esclarecimento como mistificação das massas. In: \_\_\_\_\_. *Dialética do esclarecimento*. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.

BETTI, Mauro. *Janela de vidro: esporte, televisão, educação física*. Campinas: Papirus, 1998.

IANNI, Otávio. *Teorias da globalização*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1994.

\_\_\_\_\_. *A sociedade global*, 4. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1996.

ORTIZ, Renato. *Mundialização e cultura*. São Paulo: Brasiliense, 1994.

PIRES, Giovani De Lorenzi Pires. *A educação física e o discurso midiático: abordagem crítico-emancipatória em pesquisa-ação no ensino de graduação*. Campinas, Universidade Estadual de Campinas, 2000. Tese (doutorado em Educação Física), Faculdade de Educação Física, Unicamp.

#### **Outras sugestões de leitura:**

MATTELART, Armand. *A globalização da comunicação*. Bauru: EDUSC, 2000.

MORAES, Dênis de (org.). *Globalização, mídia e cultura contemporânea*. Campo Grande: Letra Livre, 1997.

RODRIGUES, Adriano Duarte. *Comunicação e cultura*, 2.ed. Lisboa: Presença, 1999.

SANTOS, Milton. *Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal*. Rio de Janeiro: Record, 2000.

- 
- 1 A manutenção dos Estados-nacionais como padrão de referência para a política internacional deve-se à permanência da categoria “nacional” no imaginário social dos países periféricos, o que inclusive tem dificultado a formação de grupos, consórcios ou blocos entre eles.
  - 2 Para Ortiz, é preferível o uso da expressão mundialização para representar o estágio integrado da cultura porque a categoria “mundo” articula-se a uma “visão de mundo”, um universo simbólico de representações específicas da civilização, associando-se ao domínio cultural.
  - 3 Tal necessidade de homogeneização das características gerais dos produtos não impede que alguns traços peculiares e complementares sejam integrados, garantindo ao consumidor a sensação de estar adquirindo algo personalizado. Por exemplo: o boné, indumentária quase obrigatória no vestuário de jovens do mundo inteiro, praticamente não difere quanto à forma, apenas em relação a cores e/ou signos (logomarcas) apostos.
  - 4 Foi com tal fim que exercitei a elaboração deste conceito "composto" na minha tese de doutorado em Educação Física, apresentada na FEF/Unicamp (PIRES, 2000)