

**Globalização e identidade cultural:
um contraponto à produção do não-lugar**

**Globalization and cultural identity: a
counterpoint to the production of non-
locations**

Maria Julieta Weber Cordova¹

RESUMO

O texto é resultado de um trabalho desenvolvido na disciplina de Política Educacional do Mestrado em Educação no ano de 2001. Pretende evidenciar os efeitos da globalização nas relações identitárias culturais, contextualizando as conjugações do tempo útil e do tempo livre pela fundamentação do sistema capitalista. Aborda questões referentes às representações dos lugares de memória enquanto suportes para a preservação identitária em contraponto à produções de não-lugares.

Palavras-chave: globalização, memória, identidade cultural, não-lugar

ABSTRACT

This essay results from a research developed in the subject Educational Politics, in the Master Course on Education in 2001. It intends to show the effects of globalization on the cultural identity relations, viewed in the context of working time and spare time through the principles of capitalism. It deals with matters that are related to the representation of the location of memory as support for the preservation of the identity in contrast with the production of non-locations.

Key words: globalization, memory, cultural identity, non-locations

¹ Aluna do Mestrado em Educação da Universidade Estadual de Ponta Grossa

Olhar de professor, Ponta Grossa, **4**(1): 145-153, 2001.

O presente texto procura estabelecer relação acerca do envolvimento cultural face ao que comumente já se convencionou chamar de fenômeno da globalização, ainda que não contemple aprofundar sua contextualização histórica.

O terceiro milênio chegou! E se historicamente é um privilégio poder assistir à passagem de um século para outro, que dirá à de um milênio. Quantos foram os questionamentos que envolveram o imaginário social sobre tal concretização do calendário gregoriano² e sobre as possibilidades do acontecimento de um apocalipse? Certamente que o mundo não acabou, embora se assista diariamente a uma crescente degradação do *patrimônio cultural*³.

Várias foram também as projeções futurísticas para o terceiro milênio. O cinema e a televisão, de variadas formas, ao procurarem interpretar o comportamento humano face ao desenvolvimento tecnológico no decorrer do século XX, propagaram retratos de um cotidiano futuro, cristalizando imagens como as de viagens interestelares em aeronaves espaciais.

Entretanto, passadas as celebrações da passagem milenar, não se constituiu uma prática corrente vestir-se com uniformes padrões e viajar para outras galáxias, como a equipe do capitão Kirk no filme *Jornada nas Estrelas*. Nem tampouco o espaço aéreo tem sido apropriado imobiliarmente, conforme o modo de vida apresentado no desenho da família espacial *Jetsons*. E assim como as narrações de Marco Pólo foram interpretadas como fantasiosas pelas gerações seguintes, em 2001 não mais se confia nos estudos relativos às previsões apocalípticas de Nabucodonosor. No entanto, atualmente vive-se em meio a um vertiginoso avanço tecnológico, especialmente comparando-se aos níveis tecnológicos vividos em épocas anteriores:

Evidentemente em um futuro não muito distante espaçonaves estarão conduzindo passageiros entre a Terra e estações espaciais ou até mesmo a Lua e Marte. Se falassem para meu avô, em 1915, que seu neto poderia voar em máquinas de 350 toneladas a quase mil quilômetros por hora,

² “O tempo do calendário é totalmente social, mas submetido ao tempo do universo. Deriva de observações e de cálculos que dependem do progresso das ciências e das técnicas.(...) Mas, enquanto organizador do quadro temporal, diretor da vida pública e cotidiana, o calendário é sobretudo um objeto social.” (LE GOFF, 1996, p. 485).

³ O “Patrimônio Cultural”, terminologia substitutiva à de “Patrimônio Histórico e Artístico”, é constituído de unidades designadas de bens culturais. Por sua vez, podemos definir “bem cultural” como sendo ‘toda produção humana de ordem emocional, intelectual e material, independente de sua origem, época ou aspecto formal, bem como a natureza, que propiciem o conhecimento e a consciência do homem sobre si mesmo e sobre o mundo que o rodeia’(GODOY, Maria do Carmo)”. In: ORIA, 1993, p. 268.

acompanhado por mais trezentas pessoas, ele dificilmente deixaria de dar um sorriso de incredulidade e outro de desconfiança pela afirmativa aparentemente desarrazoada. Porém, mesmo restritas ao Planeta Terra, as possibilidades de viagem são muito variadas, especialmente as possibilitadas pela rapidez crescente com que hoje se consegue atravessar o planeta. Por exemplo, um jato comercial convencional completa a volta ao mundo em 48 horas... (TRIGO, 2000, p. 19).

Mas afinal, o que se trouxe na bagagem para o século XXI? Além da herança da desigualdade social, um imaginário permeado por conceitos pós-modernos reproduzidos pela globalização. Neste sentido, entenda-se como pós-modernidade o período vivenciado a partir da década de 1990, após o período da chamada Guerra Fria, que simboliza a legitimação comportamental capitalista face à multidimensionalidade da globalização, representada por um sistema interligado⁴ de comunicação mundial:

Globalização, mais que um simples vocábulo, é um paradigma do conhecimento sistematizado da economia, da política, da cultura, da ciência, da técnica, e da informação que se materializam

no espaço através de formas e pontos conectados por redes (RODRIGUES, 2000, p. 12).

Para procurar contextualizar o “fenômeno” vivido da globalização, é significativo abrangê-lo a partir das mudanças comportamentais geradas com o que convencionalmente denominou-se de Revolução Industrial. Assim será possível compreender que o ponto de partida de tais alterações deu-se no próprio imaginário social acerca da noção de tempo, enquanto regulador dos modos de vida, e dos conceitos de apropriação do espaço geográfico e dos lugares.

HOBBSBAWN atenta que o mundo na década de 1780 era maior geograficamente, porque raros eram os que tinham possibilidades de viajar pelo mundo afora, e mesmo “os homens mais instruídos e bem-informados da época [...] conheciam somente pedaços do mundo habitado” (1982, p. 23-25). Sendo assim, viajar era praticamente um luxo ou uma ousadia para os aventureiros que optavam por tal empreitada:

O mundo em 1789 era, portanto, para a maioria dos seus habitantes, incalculavelmente grande. A maioria deles, a não ser que fossem arrancados de sua terrinha por algum terrível acontecimento, como o recrutamento militar,

⁴ “... a ‘globalização’ se refere àqueles processos, atuantes numa escala global, que atravessam fronteiras nacionais, integrando e conectando comunidades e organizações em novas combinações de espaço-tempo, tornando o mundo, em realidade e em experiência, mais interconectado” (HALL, 1998, p. 67).

viviam e morriam no distrito ou mesmo na paróquia onde nasceram (...) As notícias chegavam à maioria das pessoas através dos viajantes... (HOBSBAWN, 1982, p. 26).

No entanto, embora o mundo fosse considerado para a maioria de seus habitantes, incalculavelmente grande, “a simples dificuldade ou incerteza das comunicações faziam-no praticamente maior do que hoje” (1982, p. 23-25), especialmente porque o conhecimento do global se dava em outra esfera de conhecimento, que não a permeada por meios tecnológicos de comunicação.

Faz-se necessário, então, lembrar que a globalização não se estruturou recentemente. Conforme afirma HALL (1998), a tendência globalizante encontra suas raízes na época moderna, tendo em vista as circunavegações e as inúmeras ‘descobertas’ territoriais. O próprio capitalismo identifica-se como um elemento da economia mundial, que ultrapassa os objetivos das fronteiras nacionais.

Para HALL, a globalização acaba por causar um impacto sobre as identidades nacionais, caracterizando-se pela ‘compressão espaço-tempo’, acelerando os processos globais

“de forma que se sente que o mundo é menor e as distâncias mais curtas, que os eventos em um determinado lugar têm um impacto sobre as pessoas e lugares situados a uma grande distância.” (1998, p. 69).

Assim, a globalização irá alterar a própria noção de tempo útil do trabalho, remontando ao aparecimento dos relógios⁵, que vieram a ser um dos instrumentos mais eficazes na construção dos princípios capitalistas: controlar e disciplinar o tempo do trabalhador, inclusive o tempo de trabalhar para viajar, descansar e se divertir:

Introjetar um relógio moral no coração de cada trabalhador foi a primeira vitória da sociedade burguesa, e a fábrica apareceu desde logo como uma realidade estarecedora, onde esse tempo útil encontrou o seu ambiente natural, sem que qualquer modificação tecnológica tivesse sido necessária (DEDECCA, 1996, p. 10).

Antes mesmo do contínuo processo de inovação tecnológica a que se assiste até os dias de hoje, o controle e a disciplinarização do tempo útil aliou-se à pregação moral do *trabalho edificante*, moldando-se aos objetivos da Revolução Industrial, a qual veio esboçar a imagem do capitalis-

⁵ “Os relógios são introduzidos primeiro nos edifícios públicos. Em 1344, em Pádua, 1345, em Bugres, 1354, em Florença e Gênova, e em 1370, em Colmar, York, Basileia e Paris (...). O espírito da modernidade está muito bem representado pela criação dessa máquina, que hoje é capaz de tyrannizar a vida de todos nós. De início ela despertou muita desconfiança. Ninguém supunha ser necessário obedecer uma máquina em detrimento da luz, que tão sabiamente divide o dia e a noite, o verão do inverno...” (SILVA, 1989, p. 26).

mo que permeia as normas do modo de vida atual.

Desta forma, a imposição disciplinar e do auto-controle foram elementos fundantes no processo de implantação do regime de trabalho e de adaptação ao tempo útil, sendo que, enaltecê-lo, num primeiro momento, tornou-se imperioso “criticar a ociosidade” (DEDECCA, 1996, p. 15), em nome do fomento ao rigor do trabalho.

Ao sacralizar o relógio como um símbolo para o funcionamento da *fábrica*, instituiu-se conseqüentemente a jornada de trabalho, que se a princípio revelou-se cruel e sacrificante, paulatinamente cedeu à reivindicação do tempo livre:

Há cem anos a jornada semanal de trabalho era de 98 horas. De lá para cá ela foi sendo reduzida de forma acelerada. A jornada de 40 horas semanais predomina na maior parte do mundo e em muitos lugares já atingiram jornadas de 30 horas semanais (IGNARRA, 1999, p. 36).

As conjugações do tempo livre e tempo útil se intensificaram, especialmente a partir de 1960, em que os países envolvidos com a Segunda Guerra Mundial, procuraram se estruturar economicamente, contribuindo para a crescente concentração urbana, renovando hábitos e comportamentos:

Os crescimentos demográfico e urbano, gerados em boa parte pela industrialização, podem ser

apontados como exemplos de fatores que mudaram mundialmente os hábitos sociais de produzir e consumir. Nesta onda de novos comportamentos no universo de mercadorias, surge a ideologia do estresse urbano, em que os cidadãos residentes nos grandes centros metropolitanos assumem para si, uma rotina fatigante, que acaba por remetê-los à “necessidade” de descanso, de lazer, de viajar ou até mesmo de se isolarem. (PORTUGUEZ, 2000, p. 181)

A conquista do tempo livre facilitou o alargamento do mercado, arraigado por novas exigências do público consumidor e possibilitando assim, a comercialização também de sonhos e desejos, construídos no imaginário coletivo e implementados pelas inovações dos meios de comunicação:

Vivemos num período no qual a publicidade invade cada interstício da sociedade e do território. Cria-se, assim, uma vocação de consumo que antecede à produção material e imaterial e que, ressaltando a oposição entre trabalho e não trabalho, busca despertar a necessidade de lazer. (...) Novas formas de circulação dos bens, do dinheiro, das idéias, dos comandos, das modas e novas formas de consumo acabam por gerar novas formas de produção. (SILVEIRA, 2000, p. 36)

Assim, com a pós-modernidade, homogeneizada pela mídia, refor-

mulam-se hábitos de consumo, formulados como sonhos no imaginário coletivo, conduzindo a insatisfações individuais na imperiosidade de suas realizações.

A publicidade resgata esses sonhos e os converte em ação. Assim a publicidade não é apenas um convite à viagem; ela é igualmente um reflexo estilizado na mentalidade coletiva. Ultrapassando o nível da retórica, pode-se ascender ao modelo topológico desse imaginário, transformando-o em "realidade" (RODRIGUES, 1999, p. 27).

Criam-se também novos espaços, que ao objetivarem satisfazer necessidades pós-modernas de consumo, apelam para a artificialidade e negam valores culturais e identitários, correspondendo à formação de um "não-lugar", disseminador de aparatos de "não-identidade", quando não ecologicamente ofensivos.

A formação da não-identidade sustenta-se justamente no artificialismo que "cria um mundo fictício e mistificado [...], ilusório, onde o espaço se transforma em 'espetáculo' [...]" (CARLOS, 1996, p. 26), produzindo o que RODRIGUES afirma ser "...um lugar que nega o local, portanto um não-lugar" (1999, p. 34). E ao negar o local, nega a sua cultura e sua memória, impossibilitando o resgate identitário no imaginário coletivo pela história local, contribuindo para a fetichização territorial ou pelo que é chamado de desterritorialização:

A realidade atingiu uma abertu-

ra tão grande e um pluralismo tão extenso que o conceito de "desterritorialização" citado por Félix Guattari e Gilles Deleuze mantém-se hiperatualizado. As pessoas vêem seus territórios familiares tornarem-se estranhos aos seus próprios olhos, seja nas transformações arquitetônicas ou nas novas teias de relações sociais e culturais que vão surgindo. O "mundo" invade cada espaço particular, seja do indivíduo ou da comunidade, e o transforma em espaço "aberto", transfigurado, mercantilizado e integrado em um complexo maior conhecido por nomes como realidade virtual, sistemas on-line ou globalização (TRIGO, 2000, p. 26).

Por isso mesmo, o "não-lugar" não apenas nega o local pelo não reconhecimento, mas produz relações diferenciadas ao não permitir a acumulação cultural pela formação da não-identidade, já que:

A identidade, no plano vivido, vincula-se ao conhecido-reconhecido. A natureza social da identidade, do sentimento de pertencer ou de formas de apropriação do espaço que ela suscita, liga-se aos lugares habitados, marcados pela presença, criados pela história fragmentária feitas de detritos e resíduos, pela acumulação dos tempos. Significa para quem aí mora "olhar a paisagem e saber tudo de cor" porque diz respeito à vida e seu sentido, marcados,

remarcados, nomeados...
(CARLOS, 1996, p. 28).

O processo de globalização que se vive atualmente, também pode significar um momento de ruptura com o passado, causado pela mediatização e conforme NORA⁶, produzindo o “imenso desejo de memória de nossa época” (1993, p. 7).

Mas a memória também se constitui em uma construção ideológica, como aquela vinculada aos padrões do nacionalismo, valorizando sobremaneira a memória nacional. DEDECCA, define-a como *memória-histórica*:

A memória-histórica está definitivamente datada, ainda que possa vir a ressurgir em nome de outras lutas e outras bandeiras. Historicamente ela está indissoluvelmente ligada à afirmação do Estado nacional e à maneira pela qual a história foi contada sob o signo da identidade e sustentada pela crença da unidade do povo que deveria assumir os papéis de cidadania (1992, p. 134).

Assim, os objetivos da glorificação da memória nacional confundiram-se com os princípios do industrialismo, ao desprestigiarem a história cotidiana em detrimento dos grandes feitos dos heróis e, conseqüentemente, de sentimentos ufanistas, destacados pela visão de um nacionalismo exacerbado.

do. É neste contexto nacionalista que a virtualização global, proporcionada por um universo *on-line*, configura-se no imaginário social enquanto transnacional, confundindo costumes e identidades.

Concomitantemente, a memória quando desvencilhada de ideais preestabelecidos que rotulam identidades, somente é reveladora de identidades culturais se caracterizada como *herança social*: “onde a memória persegue a identidade, a história se constrói como inventário das diferenças, numa tensão que envolve de forma permanente o indivíduo contemporâneo” (DEDECCA, 1992, p. 134).

Assim, conforme NORA, elegem-se “lugares de memória” por serem lugares onde a memória se *crystaliza* e se *refugia*: “Há locais de memória porque não há mais meios de memória” (...) Se habitássemos ainda nossa memória, não teríamos necessidade de lhe consagrar lugares” (1993, p.7-9).

E não habitar a memória, deve-se especialmente ao chamado fenômeno da globalização. Pierre Nora também denomina o fenômeno de *massificação* que, reforçada pela mídia, permeia a *aceleração da história*, descaracterizando a memória enquanto herança social e interagindo na busca incessante da atualização e da *mediatização*.

⁶ Pierre Nora, em seu estudo sobre Memória e História – A problemática dos lugares, possibilita o entendimento do significado do “lugar de memória”, no cotidiano e no imaginário social, na *aceleração da história – uma ruptura de equilíbrio* (1993).

A busca de *representações do passado*, de *vestígios e rastros* contidos na memória, requer a preservação de suportes de memória. Só se pode lembrar o que se faz presente, seja por meios materiais ou imateriais; por uma edificação que remonte um tempo vivido ou pelo costume de uma comunidade; por um objeto que traga uma lembrança cotidiana ou pelo sentido de um comportamento social.

Enfim, o que simbolizará um “lugar de memória”, irá depender da compreensão de sua leitura. Reconhecer um “lugar de memória” corresponderá à interpretação de sua referência cultural:

As chamadas referências culturais passam, então, a desempenhar um papel significativo na identificação do indivíduo, da região ou país, sendo o seguro contra a despersonalização, elemento fundamental de resistência ao massacre do particular pela cultura de massas. Na busca dessas referências vai-se ampliando o conceito de cultura... (LOPES, 1987, p. 26).

Sendo assim, a globalização pode estar imbuída de muitos predicados já incluídos ao cotidiano atual, como as crescentes inovações tecnológicas e o fornecimento de informações sempre atualizadas e imprescindíveis pela mídia. Entretanto, faz-se extremamente necessário conviver também com as características identitárias, inerentes à história e ao entendimento do que se é e do que está posto como reali-

dade pós-moderna ou globalizada.

REFERÊNCIAS

- CARLOS, Ana Fani Alessandri. **O turismo e a produção do não-lugar**. In: Turismo: espaço, paisagem e cultura. São Paulo: HUCITEC, 1996, p.25-37.
- D'ALÉSSIO, Marcia Mansor. **Memória: leituras de M. Halbwachs e P. Nora**. Revista Brasileira de História. São Paulo, v. 13, nº 25/26, set. 92/ago. 93.
- DECCA, Edgar Salvadori de. **O nascimento das fábricas**. São Paulo: Brasiliense, 1996.
- DECCA, Edgar Salvadori de. **Memória e cidadania**. Secretaria Municipal da Cultura. O direito à memória: patrimônio histórico e cidadania. São Paulo: Departamento do Patrimônio Histórico, 1992.
- HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 1998.
- HOBSBAWN, Eric; RANGER, Terence. **Invenção das tradições**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1984.
- IGNARRA, Luiz Renato. **Fundamentos do turismo**. São Paulo: Pioneira, 1999.
- LE GOFF, Jacques. **História e memória**. Campinas: Ed. Unicamp, 1996.
- LOPES, Regina Clara Simões. **A propósito de política cultural**. In: Revista do Patrimônio Histórico Nacional, nº 22/1987.
- NORA, Pierre. **Entre memória e história. A problemática dos lugares**. Projeto História, São Paulo, n. 10, dez. 93.
- ORIÁ, José Ricardo Fernandes. **Educação patrimonial e cidadania: uma proposta alternativa para o ensino de histó-**

ria. Revista Brasileira de História. São Paulo, v. 13, nº 25/26, set. 92/ago. 93.

PORTUGUEZ, Anderson Pereira. **Elementos para uma abordagem crítica do turismo no ensino de primeiro e segundo graus.** In: Turismo: desenvolvimento local. São Paulo, HUCITEC, 2000, p. 179-189.

RODRIGUES, Adyr Balastrieri. **Turismo e espaço: rumo a um conhecimento transdisciplinar.** São Paulo: HUCITEC, 1999.

RODRIGUES, Adyr Balastrieri (org). **Turismo, modernidade, globalização.** São Paulo: HUCITEC, 2000, p. 9-15.

SILVEIRA, Maria Laura. **Da fetichização dos lugares à produção local do turismo.** In: Turismo, modernidade, globalização. São Paulo: HUCITEC, 2000, p. 36-45.

TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. **O turismo no espaço globalizado.** In: Turismo, modernidade, globalização. São Paulo: HUCITEC, 2000, p. 17-35.