

Recebido em: 03/04/2024

Aceito em: 25/11/2024

DOI: 10.25110/rcjs.v27i1.2024-11092



GLOBALIZAÇÃO DO CONSUMO E AS CONSEQUÊNCIAS À CIDADANIA: AS LEITURAS DE UM FUTURO INCERTO EM IDIOCRACIA

CONSUMERISM GLOBALIZATION AND THE CITIZENSHIP CONSEQUENCES: READINGS OF AN UNCERTAIN FUTURE IN IDIOCRACY

Thiago dos Santos da
Silva

Doutor em Direito, com ênfase em Direito Ambiental (2021), com bolsa CAPES, pela Universidade de Caxias do Sul. Mestre em Direito, com ênfase em Direitos Humanos (2016), com bolsa CAPES, pela Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul. Graduado em Direito (2010), pela Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul. Professor do Curso de Graduação em Direito da Universidade Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul.
thiagodyow@yahoo.com.br
<https://orcid.org/0000-0002-8889-9852>

RESUMO: O presente artigo analisa as influências da globalização nas instituições sociais do Estado moderno, tais como cidadania, democracia e direitos humanos. Parte-se da análise da conjuntura global realizada por Néstor García Canclini, em sua obra *Consumidores e Cidadãos – conflitos multiculturais da globalização*, onde o autor aponta uma perspectiva para o futuro pós-moderno e defende uma nova forma de pensar a cidadania e consumo. Em um primeiro momento, se expõe um panorama internacional da globalização, relacionado à hegemonia cultural de um modelo de consumo, ao neoliberalismo e ao apelo à indústria audiovisual – massificado desde 1990 – como abordagem do cidadão. Em sequência, realiza-se um excuroso pelo cinema ficcional, com a comédia satírica *Idiocracy*, que expressa algumas das preocupações que Canclini apontava em seu trabalho como apostas negativas à globalização. A seguir, são apresentadas leituras possíveis dos fenômenos desencadeados pela globalização do consumo, como perspectivas senão positivas, ao menos amenizadoras dos efeitos à sociedade cidadã. Por fim, as conclusões parciais do trabalho demonstram que a globalização não necessita ser apenas uma “perversidade” e uma “idiocratização”. A globalização da informação, das tecnologias e as novas aproximações humanas incitadas pela universalização de novas redes de interação, devem auxiliar para a criação de uma consciência humana universal, uma cidadania-mundo, capaz de resolver e dialogar os problemas que não se delimitam a um território, nação ou cultura, mas dizem respeito a todo o gênero humano.

PALAVRAS-CHAVE: Cidadania; Consumo; Democracia; Direitos Humanos; Globalização.

ABSTRACT: This article analyzes the influences of globalization on the social institutions of the modern State, such as citizenship, democracy and human rights. It starts from the analysis of the global conjuncture carried out by Néstor García Canclini, in his work *Consumers and Citizens – multicultural conflicts of globalization*, where the author points out a perspective for the postmodern future and defends a new way of thinking about citizenship and consumption. At first, an international panorama of globalization is exposed, related to the cultural hegemony of a consumption model, neoliberalism and the appeal to the audiovisual industry - massified since 1990 - as a citizen's approach. In sequence, an excursion through fictional cinema is carried out, with the satirical comedy *Idiocracy*, which expresses some of the concerns that Canclini pointed out in his work as negative bets on globalization. Next, possible readings of the phenomena triggered by the globalization of consumption are presented, as perspectives, if not positive, at least mitigating the effects on citizen society. Finally, the partial conclusions of the work demonstrate that globalization does not need to be just a “perversity” and an “idiocratization”. The globalization of information, technologies and the new human approximations encouraged by the universalization of new interaction networks, should help to create a universal human conscience, a world-citizenship, capable of solving and dialoguing the problems that are not limited to a territory, nation or culture, but concern the entire mankind.

KEYWORDS: Citizenship; Consumption; Democracy; Globalization; Human Rights.

Como citar: SILVA, Thiago dos Santos da. Globalização do Consumo e as Consequências à Cidadania: As Leituras de um Futuro Incerto em Idiocracia. *Revista de Ciências Jurídicas e Sociais da UNIPAR*, Umuarama, v. 27, n. 1, p. 81-97, 2024.

INTRODUÇÃO

Cipriano Algor e sua família foram reconhecidos por muitos anos através do trabalho de olaria. Com o mercado cada vez mais competitivo, o contrato de exclusividade de venda no “Centro” não fora exatamente uma escolha, mas uma necessidade de sobrevivência. Mas então surgiu o plástico e o prato de barro não sobreviveu. *Será que assim como Deus, o Centro escreve certo por linhas tortas?*

Esta é a história fictícia da vida de um homem comum que se depara com a ambígua maravilha da megalópole, contada pelas palavras de José Saramago, na obra *A caverna*. O autor apresenta o Centro como um lugar atraente, em que necessidades e seduções se encontram e confundem. Localizado em uma caverna, os que lá residiam jamais precisavam sair. Em analogia ao mito platônico, no escondido do Centro, estão indivíduos mumificados aprisionados às paredes. Trata-se de uma crítica à alienação humana e à realidade artificial do mundo globalizado.

Assim como Saramago, muitos intelectuais de diversas áreas do conhecimento buscaram compreender, criticar e encontrar soluções para o fenômeno da “globalização”. Néstor García Canclini, antropólogo argentino, atentou para as consequências cidadãs de tal fenômeno na obra *Consumidores e Cidadãos – conflitos multiculturais da globalização*, questionando: o que a globalização, o mercado e o consumo têm de cultura?

A análise realizada por Canclini, ainda na década de 1990, continua atual e muitas das prospecções apontadas se confirmaram, outras, contudo, permanecem incógnitas. A questão que se impõem é determinar até que ponto as rupturas paradigmáticas iniciadas pela globalização serão benéficas ao desenvolvimento humano, em tempos que se espera a evolução humana em tantos aspectos (tolerância, reconhecimento do outro, sustentabilidade).

Neste sentido, o presente texto objetiva demonstrar, pontualmente, parte do cenário que compõe a contemporaneidade, no encontro entre consumo, mercado, democracia e cidadania, dialogando a partir da obra de Canclini, com a contribuição de outros pensadores, bem como de uma excursão cinematográfica, acerca das leituras possíveis da globalização na

formação do novo cidadão, compreendido em sua dimensão de consumidor, indivíduo, ator cosmopolita e detentor de direitos humanos.

1 INDÚSTRIA AUDIOVISUAL, NEOLIBERALISMO E HEGEMONIA CULTURAL NA PÓS-MODERNIDADE

Por meio de sua obra *Consumidores e cidadãos – conflitos multiculturais da globalização*, Canclini (1997) aborda diversas perspectivas no que tange à cultura e o consumo. O autor correlaciona tais conceitos e disserta sobre seus medos em uma análise sistemática dos padrões alimentados pelo sistema internacional. A forma como se estabelece o consumo cultural diz respeito, também, como se relacionam os indivíduos diariamente. Neste sentido, Canclini direciona o seu trabalho para o contexto em que vivia, uma conjuntura internacional de homogeneidade por parte dos EUA.

Claramente, há um desconforto internacional quase que inerente ao processo de ruptura paradigmática do começo dos anos 1990. A queda da URSS não só modificou os métodos políticos, mas abriu espaço para o crescimento exponencial dos Estados Unidos como potência econômica, militar e ideológica. Neste sentido:

O final da Guerra Fria é um importante teste sobre a capacidade de previsão dos modelos teóricos. Trata-se de uma mudança significativa no sistema internacional na qual a bipolaridade termina. Uma das superpotências, a ex-URSS, se desintegra de forma pacífica, seus satélites do Leste Europeu abandonam o socialismo e a Alemanha se reunifica (Sarfati, 2005, p. 211).

Neste caso, Sarfati (2005) versa sobre o papel dos modelos teóricos de Relações Internacionais e sobre a virtual unipolaridade do sistema. Os primeiros anos da década de 1990, então, estavam basicamente sob a órbita cultural estadunidense. Canclini (1997) coloca que a adesão do “American Way of Life” foi estendida ao passo que produtos audiovisuais estadunidenses possuíam uma grande fatia do mercado internacional.

É sabido, por outro lado, que a propaganda cultural e expansão de laços econômicos promove a aproximação de países e regiões. Neste caso, o

soft power – ou poder brando – estadunidense sofria poucas barreiras, seja nos investimentos ou na regulação do mercado, visto que empresas deste país possuíam grande parte das produtoras no exterior. Segundo Sarfati (2005, p. 217), “o poder brando norte-americano é, no mínimo, comparável ao poder bruto, considerado, por exemplo, o poder da indústria cinematográfica, o poder da defesa da democracia mundialmente, entre outros tantos elementos”, e conclui que “em um período de expansão da informação em nível global, facilitada pela tecnologia da informação como um todo (internet, TV a cabo etc.), esse poder brando cada vez ganha mais importância em relação ao poder bruto”.

A partir desta conjuntura, pode-se falar, inclusive, de imperialismo cultural por parte dos EUA, uma espécie de *bandwagon*¹ waltaziano não só nas relações de poder, mas na universalização de ideias. Com maior poder econômico e as demandas relativas a seus produtos cada vez mais intensa – devido à proximidade cultural exercida por uma globalização controlada –, as produções estadunidenses possuíam domínio no cinema, shows de TV, jornais, etc. Por conseguinte, o modelo neoliberal (hegemônico no pós-guerra fria), fomentava a diminuição das barreiras alfandegárias e menores restrições para produtos do exterior. Este modelo, segundo Gilmar Antonio Bedin:

[...] como movimento econômico, político e jurídico, surgiu com a crise dos anos 70 do século passado, consolidou-se com as mudanças dos anos 80 e se constituiu em modelo para o mundo, inclusive para os países do antigo bloco soviético, a partir dos primeiros anos da década de 90 do século passado (Bedin, 2002, p. 82).

Na Europa, a indústria audiovisual temia com a supressão das produções locais o que, conseqüentemente, abalaria culturalmente a sociedade. Para melhor ilustrar este temor, Canclini (1997, p.163) cita um trabalhador do segmento francês de televisão, que dizia: “a França pode deixar de produzir batatas e continuar sendo a França, mas se deixarmos de falar francês, de ter cinema, um teatro e uma literatura próprios, nos converteremos em mais um bairro de Chicago”. Para uma maior compreensão

¹ Bandwagon, neste caso, é compreendido como um comportamento de grupo, ao qual há um líder regional ou mundial que determina as ações de uma coalizão política, econômica ou militar, ao invés de balancear o poder vigente. Ver mais em: WALTZ, Kenneth. Theory of International politics. Reading: Addison-Wesley, 1979.

da sua visão acerca do tema, Canclini resume sua abordagem primária sobre o consumo cultural, cinema e a liberalização dos mercados da seguinte forma:

[...] a crise no cinema já não pode ser vista como uma questão interna de cada país, nem isolada da reorganização transnacional dos mercados simbólicos. É parte integrante do debate sobre as tensões entre liberdade de mercado, qualidade cultural e modos de vida específicos (Canclini, 1997, p. 159).

Neste sentido, a universalização calcada no novo mundo unipolar fez com que os ideais estadunidenses fossem empregados de forma sistemática pelo mundo. Não só a cultura doméstica como as atividades além-mar como guerras e sanções econômicas foram retratadas pelo cinema e ganharam, então, justificativas globais. Em consonância com o tema, a ideia de homogeneização do pensamento mundial a cerca de temas variados segue um padrão culturalmente desenvolvido por meio de uma construção social. Desse modo, o uso do cinema como ferramenta de universalização ideológica alcança níveis alarmantes na década de 90.

A transferência do imaginário – até mesmo do senso comum – para o real (e vice-versa) é facilmente identificada na vida pública. Canclini acena para o que talvez seja o mais preocupante naquele contexto: o cinema atrelado a política. Ele coloca que “a transferência da cena política para os meios eletrônicos é o processo que preserva de modo mais apolítico o que a política tem de ação. Por que é uma ação teatralizada” (Canclini, 1997, p. 189).

Em uma estratégia neoliberal para cooptar a América Latina à órbita estadunidense, os anos 90 foram marcados pela relativa adesão de personalidades características do mundo televisivo para o cenário político. A candidatura de Fernando Collor, no Brasil, chamou a atenção de Canclini (1997), que cita, inclusive, a comparação feita pelo Presidente George W. Bush onde chamava o então presidente brasileiro de “Indiana Collor”, em alusão ao longa metragem “Indiana Jones”. A construção desta imagem por meio das atividades diárias do presidente recriavam a ideia de um herói político (ou messias político), ao passo que o mesmo aprovava diversas medidas neoliberais em comum acordo com o Consenso de Washington.

O consumo de produtos audiovisuais era encarado pelos EUA como uma mercadoria, e assim deveria ser tratada por meio dos acordos de livre

comércio. Segundo Canclini (1997, p.156), “para os EUA, os entretenimentos devem ser tratados como um negócio: não porque o são de fato, mas porque constituem para esse país a segunda fonte de rendimentos entre todas as suas exportações, depois da indústria aeroespacial.” Paradoxalmente, os EUA mantinham na Cláusula 301 da Lei de Comércio restrições legais para produtos culturais estrangeiros.

Os Tratados de Livre Comércio (TLC) na opinião do autor pouco se preocuparam numa maior integração cultural. Por outro lado, a supressão de culturas locais foi eminente, ao passo que conflitos sociais se intensificaram. Para Canclini (1997, p. 205) “Essa situação se torna ainda mais conflitante por que a política econômica neoliberal, ao acentuar na última década a pobreza e a marginalização dos índios e mestiços, agrava a migração e o desenraizamento”.

O desenraizamento, particularmente, faz com que a condição social de pertencimento do indivíduo para determinada sociedade entre em conflito. A ideia de readestramento ideológico e cultural por meio de um poder hegemônico e unipolar no sistema internacional flerta com paradigmas monistas e universalistas, ao passo que dificulta qualquer interação voltada ao diálogo pluralista e intercultural.

A partir da experiência dos TLC, se faz necessária uma reorganização do papel do Estado em suas políticas públicas. Canclini faz a proposta de acordos de livre comércio cultural, mas estes não devem operar uma abertura indiscriminada, sem levar em conta os desenvolvimentos desiguais de cada nação. Isto é, a integração cultural não pode ser usada como moeda de troca ou a partir de pressupostos hierárquicos dentro de uma sociedade. A compreensão do indivíduo a partir do seu território, cultura e memória, também é condição *sine qua non* para construirmos melhores resultados diante de conflitos regionais ou internacionais.

2 EXCURSO PELO CINEMA: IDIOCRACY

Nesse momento, parece pertinente realizar uma jornada pela linguagem cinematográfica, que oferece um interessante complemento às reflexões de Néstor García Canclini quanto ao exercício da cidadania no/pelo

consumo. Para tanto apresenta-se um exercício de progressão ao futuro através da análise do filme *Idiocracy*, (Idiocracia, no português), comédia satírica, lançada em 2006, escrita, produzida e dirigida por Mike Judge. O termo *idiocracy*, que dá nome ao filme, se refere ao sistema de governo desse futuro fictício, em que os seres humanos, contrariando previsões otimistas, regrediram na escala evolucionar, vivendo sob um verdadeiro “governo de idiotas”.

O futuro retratado em *Idiocracy* evidencia uma sociedade fracassada, sobrevivendo em um ambiente desértico, onde tempestades de poeira devastam campos inteiros, a arquitetura praticamente inexistente, a economia é decadente e a agricultura é nula. A humanidade está em colapso pela constante de falta de alimentos, empregos, a debilidade da saúde pública, e a dependência do Estado das grandes corporações. O capitalismo de mercado atingiu seu ápice pelo excesso de consumismo, onde os humanos são dissuadidos do ato de pensar, estando à mercê da tecnologia monopolizada pelas empresas. A mídia é retratada no exagero da publicidade pela cidade, inclusive nas vestimentas dos indivíduos, que se transformam em verdadeiros *outdoors* de *merchandising* comercial. Crianças são alimentadas com *fast-foods* compradas em máquinas encontradas em todos os lugares.

A péssima qualidade de vida, somada à alienação moral e intelectual gerados por décadas de consumismo ideológico, fez com que o nível de inteligência da população decaísse a tal ponto de serem realizados testes de Quociente de Inteligência (QI) cujas informações eram gravadas, juntamente com o nome de todos os cidadãos, em uma tatuagem no pulso de cada um. Buscava-se pelo cidadão “mais inteligente”, que pudesse gerir a cidade e resolver os problemas que a capacidade dos cidadãos já não era mais suficiente para compreender – no futuro retratado no filme, por exemplo, a água foi totalmente substituída pela bebida isotônica da marca *Brawndo*, corporação que adquiriu os órgãos governamentais responsáveis pela agricultura, pelo controle de alimentos e de regulação das telecomunicações e radiofusão, a ponto das plantações (improdutivas) serem irrigadas com a bebida, que contém, segundo os cidadãos, “o que nosso corpo precisa, *eletrólitos*”.

Na sociedade fictícia apresentada por Judge, em que as mazelas da globalização são elevadas ao apogeu surrealista, fica clara a intenção do diretor em tecer uma crítica social através da comédia, atacando questões proeminentes na contemporaneidade que podem levar a humanidade ao declínio no futuro. A despeito da ficção envolvida, *Idiocracy* tem o condão de nos advertir em relação às práticas atuais de consumo e, principalmente, consumismo, em que a cidadania, não raramente, acaba sendo exercida, exclusivamente, no, e pelo ato de consumir.

A escolha de *Idiocracy* como análise das relações entre consumo e cidadania, se justifica, exatamente, pelo teor crítico que o diretor do filme impõe ao espectador, a despeito de ser uma comédia escrachada, alertando para os caminhos que os excessos da economia de mercado, pela globalização, podem levar a humanidade, e quais os efeitos sobre o exercício da cidadania e cultura.

Se para Canclini, “o consumo serve para pensar”, em contrapartida, em *Idiocracy*, o consumo é retratado como causador da involução humana. O consumidor não está no controle de suas escolhas, ao contrário, o consumo governa e cobre toda a população. O consumo e o consumir atuam na desdiferenciação entre os consumidores (cidadãos), tornando a população uma massa homogênea, em oposição à dinâmica do consumo como marcador de diferenças, apresentada pelo antropólogo argentino:

Se os membros de uma sociedade não compartilhassem os sentidos dos bens, se estes só fossem compreensíveis à elite ou à maioria que os utiliza, não serviriam como instrumentos de diferenciação [...] devemos admitir que no consumo se constrói parte da *racionalidade integrativa e comunicativa* de uma sociedade (Canclini, 1997, p. 56).

A cidadania pelo consumo apresentada em *Idiocracy* é relativizada, se enxerga pouco de cidadão e muito de consumidor nos indivíduos, o que está arraigado na cultura da sociedade. O que se visualiza é o consumidor caracterizado por Toby Miller (2007, p. 29), em *Cidadania Cultural (Cultural Citizenship)*, definido como “ingênuo, uma criatura relativamente precoce. Ridicularizado como um pródigo dos recursos naturais [...] o consumidor foi entendido por Karl Marx como ‘o homem separado do Homem’”.

A sociedade em *Idiocracy* afastou-se da ideia de elevação do consumidor ao *status* de cidadão, tese proposta por Canclini, já que o excesso de consumo e o empoderamento das corporações mitigou o exercício da democracia, a ponto do ato de consumir ser a única forma de cidadania, entretanto, afastada da possibilidade de escolha pelo consumidor. O que se identifica em *Idiocracy* é a exacerbação do conceito de “democracia dos fãs”, estudo de Liesbet Van Zoonen, Professora Doutora holandesa, que entende haver uma convergência entre o entretenimento e a política, onde esta última tomou a forma da mídia, inexistindo barreira entre ação política e a participação dos cidadãos em causas midiáticas, como a votação em um *reality show* (Zoonen, 2004).

A tese de Van Zoonen é identificada no filme *Idiocracy*, quando os julgamentos da Suprema Corte são transmitidos ao vivo e têm o formato de programa de televisão, com auditório e apresentadores, em uma arena, mediando a disputa entre caminhões monstros, mostrando para todo o país a execução dos condenados, estabelecendo a participação dos cidadãos na vida política e, mesmo, jurídica do Estado.

Grupos de fãs são formações sociais similares aos eleitores políticos, seguidores de seus “heróis”, por vezes de forma cega. O consumo consegue criar laços de afetividade entre os consumidores de marcas específicas, os mantendo em, quase, inanição para que continuem consumindo e usando os bens oferecidos. As marcas, as empresas se tornaram mercadorias, situação presente em *Idiocracy* quando as roupas usadas pelos personagens são repletas de anúncios publicitários, bem como no Secretário de Estado (personagem de David Herman) que repete a sentença “um oferecimento Carl’s Junior” ao final de cada pronunciamento, como forma de garantir um patrocínio.

Por um lado, a *fan democracy* empodera o consumidor, já que sua participação na cultura da mídia equivale à participação política, revelando uma luta pelo controle dos significados dos bens culturais, de forma a rejeitar as hierarquias estabelecidas entre produtores e consumidores. Por outro lado, porém, os laços criados pelas relações de consumo mantêm os cidadãos como rebanho, atrelados às vontades das corporações que detêm propriedade intelectual sobre as marcas.

É inegável que na pós-modernidade, com sua fluidez, está-se diante da desconstrução de instituições que regeram a sociedade durante a modernidade, como o Estado, por exemplo, com dificuldades em responder aos anseios dos cidadãos, que acabam estabelecendo redes de pertencimento além dos limites nacionais, costuradas pela globalização, o que se dá pelo consumo e no ato de consumir.

Ademais, como bem expõe Gilles Lipovetsky, na obra *A era do vazio: ensaio sobre o individualismo contemporâneo* (2005), ainda que uma fase chegue ao fim, uma nova aparece, ligada por fios mais complexos. Não se pode pensar que esta seja uma época de total errância de sentido. Na pós-modernidade perdura ainda um valor principal, qual seja, o indivíduo e o seu direito cada vez mais proclamado de ser realizar de forma livre, o que faz prosseguir por outras vias a modernidade democrática.

O que *Idiocracy* transmite, através de sua crítica ao consumo excessivo, não é, absolutamente, que devemos nos afastar do ato de consumir, tampouco que a cultura e cidadania não devem passar pela globalização. O objetivo final do filme é fazer emergir a ideia de um investimento pelo povo no consumismo produtivo, que perpassa pela teoria multidisciplinar proposta por Canclini (1997, p. 59), entendendo que “as mercadorias sevem para pensar” e “também para ordenar politicamente cada sociedade”. Ou seja, os indivíduos devem reconquistar o espaço público, que está sendo dominado pelos conglomerados transnacionais, emprestando, assim, valor cognitivo ao consumo que possibilite o exercício da cidadania, exurgindo um amálgama entre os consumidores e cidadãos.

3 A NOVA CONSCIÊNCIA DO “SER MUNDO”, O CONSUMO COMO FORMA DE PENSAR E OS DIREITOS HUMANOS NA GLOBALIZAÇÃO

O contexto da globalização, principalmente em relação à mundialização do paradigma consumista liberal e da internacionalização das tecnologias e informação, é um ambiente em que as identidades individuais e coletivas passam por ressignificações. Em um âmbito de existências compartilhadas, *avatarizadas* e facilmente copiadas, encontrar uma

identidade única e autêntica e conciliá-la com necessidades de pertencimento é, talvez, um dos maiores desafios do cidadão do *agora* (e não mais da *Ágora*). O esvaziamento dos espaços de pertencimento, dos refúgios existenciais outrora denotados na família, na religião, no Estado e seus espaços públicos institucionais faz com que o indivíduo globalizado busque novas formas de interação com o outro, interações estas que se caracterizam pela dissolução de fronteiras das mais diversas ordens. O encontro do grupo, da comunidade que faz o sujeito sentir-se “parte de algo maior” é agora um ideário-mundo.

Em *Consumidores e cidadãos*, Canclini (1997) demonstra que a passagem do cidadão, como representante de uma opinião pública, ao cidadão-consumidor, interessado em desfrutar determinada qualidade de vida, implica em uma reconstrução de categorias e instituições modernas, tais como a política, o direito e a cultura. Neste novo cenário, as noções de consumo e cultura adquirem novos contornos. O consumo passa a manifestar parte de uma racionalidade sociopolítica interativa (integrativa e comunicativa) e não somente uma racionalidade econômica. A cultura, outrora tida como identidade única e coerente de determinados grupos é pouco capaz de captar situações de interculturalidade, cedendo espaço à transculturalidade – e ao perigo da industrialização da cultura, pautada no imediatismo e na obsolescência².

As identidades culturais, outrora ligadas ao nacional, à encenação do cotidiano localizado, perdem progressivamente espaço para as “culturas mundo”, exibidas como espetáculo multimídia, especialmente nas megalópoles, sem, contudo, dissolverem-se por completo. As nações e etnias continuam existindo e simultaneamente aos processos de desterritorialização das culturas regionais, emergem fortes movimentos de reterritorialização, entre resgates folclóricos e o perigo de fundamentalismos extremados (Canclini, 1997).

² Realmente, o século XXI traz à tona intensos paradoxos à humanidade. De um lado convive-se com o fantástico avanço e renovação das tecnologias informacionais, a partir das quais se constitui uma nova e poderosa “economia do conhecimento”. Por outro lado, está presente uma contradição na planetarização da vida humana, em que dois opostos se atraem: os movimentos de homogeneização econômica, cultural e política, buscados pelas elites dominantes em que se destacam o liberalismo mercantilista e a “tirania do dinheiro” e a fragmentação dos antigos centros de referência da vida humana, que torna deficitários os projetos de sociedade em longo prazo (CORRÊA; CORRÊA, 2012).

Com efeito, as funções do próprio Estado, muitas delas a razão de ser da máquina estatal, estão em transformação. Zygmund Bauman (1999, p. 64) afirma que “o tripé da soberania foi abalado nos três pés”. A função mais notória arrancada das mãos do Estado ortodoxo foi a manutenção do “equilíbrio dinâmico”, ou seja, a igualdade entre o crescimento do consumo e o aumento da produtividade. Isso porque este controle, baseado na distinção entre mercado interno e global, é extremamente difícil de sustentar.

Já incapazes de se manter se guiados apenas pelos interesses politicamente articulados da população do reino político soberano, as nações-estados tornam-se cada vez mais executoras e plenipotenciárias de forças que não esperam controlar politicamente. No veredito incisivo do radical analista político latino-americano, graças à nova “porosidade” de todas as economias supostamente “nacionais” e à condição efêmera, ilusória e extraterritorial do espaço em que operam, os mercados financeiros globais “impõem suas leis e preceitos ao planeta. A 'globalização' nada mais é que a extensão totalitária de sua lógica a todos os aspectos da vida” (Bauman, 1999, p. 64).

Canclini (1997) afirma que o fenômeno da globalização não pode mais ser evitado. No entanto, ainda que se possa admitir a irreversibilidade das transformações operadas pela globalização, isso não importa em aceitar a mundialização do modelo neoliberal, tampouco a extinção das noções de público e de cultura. De fato, o que deve ocorrer é uma nova forma de abordar os fenômenos sociais. O público necessita de uma redefinição internacional, capaz de recuperá-lo como coletivo multicultural, ou seja, abarcar a humanidade, concebendo o exercício da cidadania para além das fronteiras e interesses nacionais. Ademais,

[...] a nossa primeira responsabilidade é resgatar estas tarefas propriamente *culturais* de sua dissolução no mercado ou na política: repensar o real e o possível, distinguir entre a globalização e a modernização seletiva, reconstruir, a partir da sociedade civil e do Estado, um multiculturalismo democrático (Canclini, 1997, p. 289).

A este respeito, diversa, mas não menos pertinente, é a opinião do geógrafo Milton Santos (2010, p. 160), para quem a globalização atual não é um fenômeno irreversível, mas sim “muito mais, o resultado de uma ideologia restritiva adrede estabelecida”. Afirma o autor que

No entanto, essa visão repetitiva do mundo confunde o que já foi realizado com as perspectivas de realização. Para exorcizar esse risco, devemos considerar que o mundo é formado não apenas pelo que já existe (aqui, ali, em toda parte), mas pelo que pode efetivamente existir (aqui, ali, em toda parte). O mundo datado de hoje deve ser enxergado como o que na verdade ele nos traz, isto é, somente, o conjunto presente de possibilidades reais, concretas, todas factíveis sob determinadas condições.

A partir desta constatação é que Santos (2010, p. 173) defende a construção de *uma outra globalização*³, resultante da conjugação de dois tipos de valores. De um lado os valores fundamentais da dignidade humana; de outro lado os valores contingentes devidos à história presente, ao agora. Na dialética dos novos lugares e da aproximação do outro incitada pelo processo de globalização da informação e da tecnologia, torna-se possível observar “o mundo como realidade histórica unitária, ainda que ele seja extremamente diversificado”.

Ousamos, desse modo, pensar que a história do homem sobre a Terra dispõe afinal das condições objetivas, materiais e intelectuais, para superar o endeusamento do dinheiro e dos objetos técnicos e **enfrentar o começo de uma nova trajetória**. Aqui, não se trata de estabelecer datas, nem de fixar momentos da folhinha, marcos num calendário. Como o relógio, a folhinha e o calendário são convencionais, repetitivos e historicamente vazios. O que conta mesmo é o tempo das possibilidades efetivamente criadas, o que, à sua época, cada geração encontra disponível, isso a que chamamos tempo empírico, cujas mudanças são marcadas pela irrupção de novos objetos, de novas ações e relações e de novas idéias (Santos, 2010, p. 173, grifou-se).

Neste ponto, observa-se que embora a argumentação de Santos parta de uma abordagem diversa da teoria de Canclini, ambas compartilham de uma finalidade comum. Cada qual à sua aposta, visa, em última análise, assegurar que o fenômeno da globalização, entendida em suas diversas faces,

³ Milton Santos (2010) afirma que se deve considerar a existência de pelo menos “três mundos num só”. O primeiro, o mundo tal como a opinião generalizada nos faz vê-lo é o da globalização como fábula. O segundo, que seria o mundo tal como ele é, refere-se à globalização como perversidade. Por fim, o terceiro é o mundo como ele pode ser, a partir de uma outra globalização. O primeiro dos mundos, o da globalização como fábula, é constituído de certo número de fantasias cuja repetição acaba por criar uma base aparentemente sólida de sua interpretação. Nesse contexto, “há uma busca de uniformidade, ao serviço dos atores hegemônicos, mas o mundo se torna menos unido, tornando mais distante o sonho de uma cidadania verdadeiramente universal” (p. 19). O segundo mundo, a globalização tida como perversidade, é o que mais se difunde no imaginário da humanidade. A globalização passa a ser a culpada, direta ou indireta, de todos os males da sociedade (pobreza, desemprego, etc.). O terceiro mundo, o que propõe como a globalização poderia ser, abre a possibilidade de se pensar em “uma outra globalização”. Uma globalização mais humana, baseada em possibilidades reais.

não retire do cidadão a autonomia sobre sua história, sua cultura e sua identidade. Enquanto Santos vê na globalização atual (mercadológica e consumista) um inimigo a ser combatido pela práxis histórica e pela tomada de consciência do ser humano na construção de uma nova *ethos* de mundo⁴, Canclini propõe o que poderia ser chamado de “evolucionismo” do cidadão e das estruturas institucionais e sociais da democracia para se adaptarem ao contexto das novas existências decorrentes da globalização da vida.

Neste contexto, é que une-se ao debate à questão dos direitos humanos. Norberto Bobbio (1995, p. 52) ao tratar da atual *Era dos Direitos* afirma que do ponto de vista da filosofia da história – na linha do pensamento Kantiano – o atual debate sobre os direitos do homem pode ser interpretado como “um ‘sinal premonitório’ (*signum prognosticum*) do progresso moral da humanidade”. Está certo que traçar uma história conjectural, derivada de indícios e não de fatos comprovados equivaleria, nas palavras de Kant a “traçar a trama de um romance” ou de realizar “um simples jogo de imaginação”. No entanto, mesmo não sendo uma prova, esse sinal premonitório deve ser encarado como “um motivo para que não permaneçamos espectadores passivos e para que não encorajemos, com nossa passividade, os que dizem que ‘o mundo vai ser sempre como foi até hoje’”. Apropriado o brado do filósofo: “que não triunfem os inertes!” (Bobbio, 1995, p. 140).

É perceptível que os direitos humanos constituem uma categoria heterogênea. Desde quando passaram ser considerados direitos do homem, além dos direitos de liberdade, também os direitos sociais, a categoria passou a conter direitos incompatíveis entre si, ou seja, direitos cuja proteção não

⁴ Antônio Augusto Cançado Trindade (2013), argumenta que no decurso dos séculos XX e XXI, mais do que uma época de transformações, passamos a viver uma verdadeira transformação de época, em que o avanço científico e tecnológico paradoxalmente gera uma crescente vulnerabilidade dos seres humanos face às ameaças do mundo exterior. Entretanto, afirma que o pensamento humanista estava e está vivo, ao promover o reconhecimento e a preocupação de toda a comunidade internacional com as condições de vida de todos os seres humanos, configurando o que parece ser uma crise avassaladora de valores, no qual aquele reconhecimento corresponde ao novo *ethos* da humanidade. A complexidade em que se encontra o mundo atualmente não o torna necessariamente pior que outrora. O avanço dos meios de comunicação permitiu um intercâmbio internacional e tantas oportunidades de aproximação entre os povos jamais antes experimentada, favorecendo o discernimento e a empatia. Realmente, tal avanço permite com que vivamos hoje em um mundo mais “transparente”. No entanto, o risco da massificação e a consequente perda de valores devem permanecer como alertas.

pode ser efetivada senão em detrimento da proteção de outros. Daí uma das tantas dificuldades que se impõem para a efetivação destes direitos. É fácil e possível fantasiar sobre uma sociedade ao mesmo tempo livre e justa, na qual são global e simultaneamente realizados os direitos humanos. No entanto, as sociedades reais têm se mostrado cada vez mais livres na medida que menos justas, e mais justas na medida em que menos livres (Bobbio, 1995).

Desta forma, o que se pode afirmar é que isolar o problema – dos direitos humanos, da cidadania e da democracia – e fundamentá-lo neste ou aquele aspecto (política, economia, judiciário, cultura) não é forma de resolvê-lo ou sequer compreendê-lo em suas totais dimensões. Isso porque, parafraseando Bobbio (1995, p. 42), assim como “a efetivação de uma maior proteção dos direitos do homem está ligada ao desenvolvimento global da civilização humana”, também a resignificação da identidade de cidadão e, conseqüentemente, a exigência de um novo modelo de democracia como a forma de exercer esta cidadania, são questões que necessitam ser encaradas como um assunto de interesse global: “quem o isola já o perdeu”.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O universo que compreende o consumo cultural e a padronização de valores internacionais está intrinsecamente ligado à questões político-ideológicas hegemônicas, que dentro da seara das relações internacionais, caracterizam a identidade de determinado local. Neste sentido, o final do último século ditou parte dos valores que hoje temos por absolutos. A ausência ou falência do antagonismo ideológico de outrora, fomentou a elevação dos EUA como potência que gozava de características hegemônicas. Na indústria cultural, este domínio se tornou evidente e preocupante, ao passo que com o tempo suprimia valores locais e causava desenraizamento do indivíduo, ou seja, uma crise de identidade local.

No entanto, ainda que não possam ser olvidados os aspectos negativos incitados pela globalização do último século, é preciso – na linha de pensamento do que propõe Canclini – olhar os novos fenômenos com novas abordagens. Pensar o paradigma do consumo nas sociedades capitalistas em conjunto com o exercício da cidadania e da autonomia cultural requer

repensar cada uma dessas categorias com base nas realidades atuais e nas perspectivas do que se deseja para o futuro.

Realmente, ao afirmar que o fenômeno da globalização não pode mais ser revertido, Canclini não sinaliza uma impossibilidade, mas sim incita a busca por abordagens renovadas aos problemas que se impõe. Daí a sua afirmação de que o consumo “serve para pensar”. De fato, pensar, racionalizar, problematizar e encontrar soluções é pressuposto da existência humana, ou melhor, é obrigação do homem, enquanto “ser inteligente”. Na pós-modernidade, a racionalidade perpassa pelo exercício da cidadania, cada vez mais confundida com o ato de consumir. Nessa seara, o próprio consumir, hoje culturalmente definidor do pertencimento dos indivíduos, se transforma em variável da formação da consciência humana.

O que se percebe, portanto, é que embora existam ainda muitas dúvidas e críticas, o fato é que a cidadania e a democracia se fortalecem através da abertura de canais mais amplos para diálogo, não apenas de questões de gestão estatal, mas de problemas mundiais como, de fato, já se vem fazendo por meio de Ong's e canais de peticionamento público internacional. A aproximação cultural e ideológica oportunizada pela internacionalização da informação e maior facilidade de comunicação intermundo são exemplos de consequências globalizantes que, se bem direcionadas, podem ser utilizadas para uma maior aproximação humana, sendo relevantes em épocas que se busca estabilizar direitos humanos e interculturalidade com o exercício de uma cidadania global.

REFERÊNCIAS

BATISTA, Paulo Nogueira In: BARBOSA LIMA SOBRINHO *et al.* **Em Defesa do Interesse Nacional: Desinformação e Alienação do Patrimônio Público**, São Paulo: Paz e Terra, 1994.

BAUMAN, Zygmunt. **Globalização: as consequências humanas**. Rio de Janeiro: Zahar, 1999.

BEDIN, Gilmar. **Os direitos do homem e o neoliberalismo**. 3. ed. Ijuí: Editora Unijuí, 2002.

- BOBBIO, Norberto. **A Era dos Direitos**. Rio de Janeiro: Campus, 1995.
- CANÇADO TRINDADE, Antônio Augusto. **A visão humanista do Direito Internacional**. Belo Horizonte: Del Rey, 2013.
- CANCLINI, Néstor García. **Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. 3ª ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.
- CORRÊA, Darcísio; CORRÊA, Tobias Damião. A crise da cidadania moderna: perspectivas de reconstrução no contexto globalizado do século 21. In: BEDIN, Gilmar Antonio (ORG.). **Cidadania, Direitos Humanos e Equidade**. Ijuí: Editora Unijuí, p. 15-49. 2012.
- LYOTARD, Jean-François. **O inumano**. Lisboa: Estampa, 1997.
- LIPOVETSKY, Gilles. **A era do vazio: ensaio sobre o individualismo contemporâneo**. Barueri: Manole, 2005.
- MARTINO, Luíz Mauro Sá. Três hipóteses sobre as relações entre mídia, entretenimento e política. **Revista brasileira de ciência política**. n. 6. jul/dez. 2011. Brasília/DF.
- MILLER, Toby. Cidadania cultural. **Matrizes**: Revista do Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo. v. 4. n. 2. jan/jul, p. 57-74. São Paulo. 2011.
- MILLER, Toby. **Cultural Citizenship: cosmopolitanism, consumerism, and television in aneoliberal age**. Philadelphia/USA: Temple University Press, 2007.
- NYE, Joseph. **O paradoxo do poder americano**. São Paulo: Unesp, 2002.
- SARAMAGO, José. **A caverna**. Portugal: Editorial Caminho, 2000.
- SANTOS, Milton. **Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal**. Rio de Janeiro: Record, 2010.
- SARFATI, Gilberto. **Teorias de Relações Internacionais**. São Paulo: Saraiva, 2005.
- WALTZ, Kenneth. **Theory of International politics**. Reading: Addison-Wesley, 1979.
- ZOONEN, Liesbet Van. **Entertaining the citizen: when politics and popular culture converge**. Oxford/USA: Rowman and Littlefield, 2004.