

IDENTIDADE, CULTURA DE CONSUMO E DE MASSA: ENSAIO SOBRE A 'GLOBALIZAÇÃO NEGATIVA' NO OESTE CATARINENSE

Edinaldo Enoque¹

Globalização Negativa. Um termo explorado por Bauman em (Globalização: as consequências humanas, 1999) que procuraremos analisá-lo aqui sob a perspectiva do Extremo Oeste Catarinense. Este ensaio tem como objetivo analisar as transformações societárias a partir da ideia da existência de uma cultura de consumo e de massa e no que essas culturas influenciam em ressignificações identitárias locais. Tem como propósito analisar os diferentes padrões de consumo vivenciados no Extremo Oeste de Santa Catarina, a partir da implantação da agroindústria na região, na década de 70 (séc. XX). Esse ensaio reflete o insight de que processos tecnobiológicos implantaram um meio artificial de produtividade, consumo, rapidez e fluidez. O mundo técnico-científico rompeu com o homem natural e sua sabedoria comunal. A obediência às regras da racionalidade e a adaptação ao mercado global aumentam conforme a região se insere nos mercados. Os mecanismos econômicos e tecnológicos de produção e do consumo local tornaram-se tão complexos e, em alguns aspectos, tão vulneráveis, que perturbações num só ponto da cadeia de interdependência global desarticulam toda uma rede de conexões, afetando, conseqüentemente, todo o tecido social da região. O consumo de massa desarticula a identidade local. As 'novas identidades' torna-se globalizada e a ideia de comunidade soçobra aos ímpetus da globalização.

Nesse sentido:

Um mercado avassalador dito global é apresentado como capaz de homogeneizar o planeta quando, na verdade, as diferenças locais são aprofundadas. 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. Enquanto isso, o culto ao consumo é estimulado. (SANTOS, 2001, p. 19).

Há 200 milhões de anos existiu, segundo os geólogos, um único continente denominado Pangeia. Pangeia origina-se do grego e significa pan (junto, inteiro) e geia ou gaia, deusa grega que personifica a Terra e todos seus elementos.

¹ Graduado em História, Especialista em Ciências Sociais e Mestre em Educação pela Universidade do Oeste de Santa Catarina (UNOESC).

Pangeia seria o conjunto dos continentes de maneira física, efetivamente colados uns aos outros formando um todo coeso, unido e global. Durante a evolução planetária, a pangeia foi sendo substituída por continentes menores, isolados, como a Oceania ou ligados por estreitas faixas de terra como as massas hoje compreendidas por América do Norte e América do Sul que são ligadas pela América Central ou o Oriente Médio e a África unidos pelo hoje Israel e Palestina. Entretanto, no decorrer dos séculos, o todo inteiro, o pan dissolveu-se graças às placas tectônicas. Placas flutuantes sobre o magma quente do interior da Terra que se moveu lentamente e se move ainda hoje como sabemos. Para esse processo de desprendimento do continente criou-se a teoria da Deriva Continental.

Hoje, no século XXI da Era Cristã, é possível utilizar alguns desses conceitos para compreender o mundo e suas transformações. Em linhas gerais, podemos classificar o mundo contemporâneo como a Neopangeia e a Deriva Continental foi substituída pela Deriva Humana.

Como Lindo (2000, p. 79) observa: *Estamos vivendo uma série de mutações, tanto nas relações sociais como nas estruturas materiais, tanto nas individualidades humanas como no curso da evolução da vida em geral.* Nos últimos 70 anos, principalmente após a Segunda Grande Guerra, o mundo se ligou novamente. Essa ligação, como sabemos, não se deu de forma física como a Pangeia, mas econômica, virtual e técnica. A esse nome configurou-se chamar globalização, mas globalização leva a uma ideia muita mais economicista do que qualquer outra coisa, como explica Lindo (2000, p. 125): *Falou-se tanto na 'globalização' nos últimos anos, que acabamos por dar-nos conta de que esse conceito explica muito pouco e encerra muitas contradições.* Por ora, a metáfora da Neopangeia visa a abranger a ligação geral dos continentes não apenas em termos econômicos, mas também sociais, pessoais e informacionais, de valores éticos, estéticos, entre outros.

A Deriva Humana ganha vulto com o processo de esfacelamento dos pressupostos éticos e morais quando os fins passam a justificar os meios. Os fins justificam os meios no mundo moderno pelo simples fato de não ser mais possível antever qualquer certeza nos dias e nas semanas vindouros, que dirá meses ou anos. O exemplo da crise nas impenetráveis ditaduras muçulmanas dão mostras disso. Tsunamis avassaladores destroem o Japão, e um perigo atômico repentino assombra novamente o mundo. O indivíduo contemporâneo incerto e confuso pela velocidade constante e

frenética se rende às fobias e ansiedades. E as ideologias do mercado global unido pelos sinais invisíveis da Neopangeia mostram saídas e soluções ao consumo de massa:

O mesmo sistema ideológico que justifica o processo de globalização, ajudando a considerá-lo o único caminho histórico, acaba, também, por impor uma certa visão da crise e a aceitação dos remédios sugeridos. Em virtude disso, todos os países, lugares e pessoas passam a se comportar, isto é, a organizar sua ação, como se tal “crise” fosse a mesma para todos e como se a receita para afastá-la devesse ser geralmente a mesma. Na verdade, porém, a única crise que os responsáveis desejam afastar é a crise financeira e não qualquer outra. Aí está, na verdade, uma causa para mais aprofundamento da crise real – econômica, social, política, moral – que caracteriza o nosso tempo. (FARIA, 1991, p. 52).

A Neopangeia só é possível por meio da comunicação. Graças à internet, a TV aberta e a cabo, os sinais de celulares e demais aparelhos de localização e comunicação não seria possível a reunificação planetária. Para Moraes (1997, p. 76), *os meios de comunicação de massa multiplicaram-se e diversificaram-se criando um sistema mundial de multirredes e multicanais, provocando ao mesmo tempo efeitos de homogeneização e de desestruturação cultural em todas as sociedades*. O mundo “ligase” de uma forma surpreendente e esmagadora. Na Neopangeia o mundo está ligado como nunca esteve antes. Entretanto, ligado não quer dizer unido, pois a Deriva Humana tem levado os indivíduos a se isolarem de modo assustador. Entretanto, as placas movem-se, e o mercado global causa sempre terremotos e tsunamis para mover a massa à deriva e desligada da Neopangeia.

A Deriva Humana é abalada pelas placas tectônicas da Neopangeia quando, por algum motivo especial, o mercado cria mecanismos de aglutinação e frenesi entre os habitantes do mundo. Os tubos e condutos da comunicação levam aos indivíduos da Neopangeia vontades e insere em seus corações desejos. E o grande segredo de tal processo está na oferta publicitária.

Segundo Moraes (1997),

Os aparatos de divulgação disponibilizam signos sociais que assumem significação mundial. Não apenas de marcas [...] como também de referências culturais [...] afirmam-se perante os consumidores, sem procedências nitidamente identificadas. Tais signos prefiguram uma memória coletiva partilhada por pessoas dispersas nos rincões geográficos. Não mais uma memória enraizada em tradições nacionais, regionais ou locais, mas traçada e reconhecível em estilos de vidas universais. (p. 25).

No consumo é que os indivíduos contemporâneos se identificam, entretanto essa identificação tem seu fim marcado tornando impossível uma relação duradoura entre homens e mulheres, pois os produtos fabricados pelos mercados móveis e fluídos da contemporaneidade têm como característica máxima a obsolescência programada. Os produtos têm nas placas fluídas do mercado data e hora para seu fim, e esse será exatamente no momento do próximo lançamento, da próxima estação ou do próximo desfile. Segundo Morin (2005, p. 112), *os comunicadores sociais, o show business e as 'indústrias culturais' aparecem como um novo poder que se manifesta na formação da opinião pública, no consumo e nos padrões do comportamento coletivo e de seu fim eminente.*

O consumo em massa e a obsolescência programada no mundo contemporâneo

A obsolescência programada lança mão de um mecanismo importante para a compreensão da Neopangeia. Esse mecanismo é o desejo. Os laços se tornam virtuais, a ânsia de estimular o consumo transforma as propagandas em apelos fetichistas e sexistas, levando o indivíduo contemporâneo a uma espécie de sonambulismo, sem saber até onde é sonho e até que ponto é a realidade. O homem isolado, ansioso para saciar seus desejos de consumo que já se misturam com desejos da libido se torna alvo fácil dos sistemas escorregadios do mercado.

Para Bauman (2010),

a cultura de hoje é feita de ofertas, não de normas. A cultura vive de sedução, não de regulamentação; de relações públicas, não de controle policial; da criação de novas necessidades/desejos/exigências, não de coerção. Esta nossa sociedade é uma sociedade de consumidores. E como o resto do mundo visto e vivido pelos consumidores, a cultura também se transforma num armazém de produtos destinados ao consumo, cada qual concorrendo com os outros para conquistar a atenção inconstante/errante dos potenciais consumidores, na esperança de atraí-la e conservá-la por pouco mais de um breve segundo. (p. 43).

A metáfora da Neopangeia enquadra-se no entendimento do homem contemporâneo. Sabemos que estamos mais ligados do que nunca por cabos de internet, sinais de satélite, por conexões aéreas e pelas imagens da TV e do cinema; em contrapartida, encontramos em explicações de cientistas sociais como Birman (1999, 125), por exemplo, uma sociedade de homens e mulheres solitários, vazios de contato humano e ansiosos por preenchimentos afetivos, inconclusos e sem amparo:

O problema de uma cultura de individualismo intenso é que ela acaba destituída de comunidade. Uma comunidade não se forma sempre que as pessoas interagem umas com as outras; as verdadeiras comunidades são unidas pelos valores, normas e experiências comuns aos seus membros. Quanto mais esses valores comuns estiverem arraigados, maior o senso de comunidade. Entretanto, para muitas pessoas a troca entre liberdade pessoal e comunidade não parece óbvia ou necessária. À medida que as pessoas eram liberadas de seus laços tradicionais com cônjuges, famílias, vizinhos, locais de trabalho ou igrejas, elas pensavam que poderiam ter ao mesmo tempo conexões sociais que elas mesmas escolheriam.

O processo de esfacelamento do local, provocado pelas informações em rede e pelos meios de comunicação de massa, tende a transformar a COMUNicação em sociedade. Aquilo que era comum num grupo específico de pessoas localmente agrupadas passa a ser modificado por ideias globalmente sugeridas por anúncios e programas de TV.

Desse modo, a comunidade tende a fragilizar-se com o ímpeto massivo do externo, e o local se transforma em social onde as pessoas vivem, mas não convivem, onde os gostos estão em outra parte, onde a reunião de fim de tarde é substituída pelo episódio da novela, onde a conversa familiar é substituída pela concentração e o silêncio que requer o filme:

As populações urbanas e de uma parte dos campos têm acesso a novos padrões de vida: entram progressivamente no universo do bem-estar, do lazer, do consumo, que era até então o das classes burguesas. As transformações quantitativas (elevação do poder aquisitivo, substituição crescente do trabalho da máquina pelo esforço humano, aumento do tempo de lazer) operam uma lenta metamorfose qualitativa: os problemas da vida individual, privada, os problemas da realização de uma vida pessoal se colocam, de hoje em diante, com insistência, não mais apenas no nível das classes burguesas, mas da nova camada salarial em desenvolvimento (ORTEGA y GASSET, 2002, p. 89).

O processo de liquefação do local e sua inserção nos mercados mundiais destituem gradual e paulatinamente a originalidade pertinente a grupos locais. O caldo orgânico que surge com a Neopangeia tende a homogeneizar os povos, as maneiras, os costumes e as práticas comunitárias. É comum vermos na TV ou na internet povos antiamericanos do Oriente Médio e da Ásia usando Nike e fumando Marlboro, por exemplo. Isso explicita que o consumo e o status falam mais alto que desavenças religiosas e culturais.

A máquina machuca o consumidor. A estetização e a estilização promovem a diferenciação contínua, inadequado aquele que não busca diferenciação social. Entretanto, pela busca e pelo incentivo desenfreados de diferenciação, diferenciação essa sugerida pelos anúncios de carros, de shampoos, de perfumes, de refrigerantes, etc. nos tornamos uma turba de diferentes-iguais, pois as falas, os gestos, os maneirismos, as roupas que prometem diferenciar, mas que igualam, e excluem, pois nem todos podem ou querem ser “diferentes”. Nesse processo, como explica Bauman, a própria cultura é oferecida como produto e consumida com profusão por homens e mulheres do mundo todo.

Se o mundo habitado por consumidores se transformou num grande magazine onde se vende “tudo aquilo de que você precisa e com que pode sonhar”, a cultura parece ter se transformado atualmente em mais um de seus departamentos. Como nos outros, suas prateleiras estão lotadas de mercadorias renovadas diariamente, e as caixas são decoradas com anúncios de novas ofertas destinadas a desaparecer depressa, como as mercadorias que anunciam. Tanto as mercadorias quanto os anúncios publicitários são pensados para suscitar desejos e fisgar vontades para impacto máximo da obsolescência programada. (BAUMAN, 2010, p. 32).

Entretanto, o mercado sob a égide da obsolescência programada, gira a “roda da fortuna” e torna esses diferentes em ultrapassados, e a corrida pela diferenciação é novamente iniciada e, assim, será *ad infinitum* porque as placas tectônicas do mercado global flutuam livremente sob novos pés e não temos como ou não queremos pará-la. Anestesiados, como o personagem do filme “Laranja Mecânica” que, amarrado a uma cadeira e com os olhos presos para ficar bem-abertos passava horas em frente da televisão, somos impregnados de milhões de anúncios e notícias sem nada poder fazer. A única função da obsolescência programada é tornar sem função as mercadorias pelo mercado oferecidas. Logo, a programação da obsolescência equivale ao tempo exato do descarte do novo eterno, eterno enquanto dure.

Dos grandes centros ao interior: o processo de desintegração comunal

Observa-se, com maior frequência, o interior das cidades ser invadido por outdoors. Os últimos lançamentos estão, mais do que nunca presentes nos possíveis últimos redutos comunitários. Lançamentos de carros demoram em torno de cinco a dez meses para serem entregues devido à quantidade de pedidos. Lançamentos do São Paulo Fashion Week e de outros desfiles de moda espalhados pelo mundo estão nas vitrinas dessas cidades em questão de dias. Os modelos de casas e interiores apresentados em

revistas especializadas têm transformado as cidades pequenas em algo similar aos grandes centros urbanos, inclusive com a construção de condomínios fechados e segurança 24 horas mesmo cientes de que o índice de homicídios e de outros crimes é baixíssimo.

O que não surpreende, pois todos sabem que até os objetos de desejo logo envelhecem, perdem o brilho num segundo. Os editores das revistas de luxo sempre são capazes de tomar pulso da situação; junto com as informações sobre as novas coisas que você “tem que fazer” e “tem que ter”, suprem seus leitores, de maneira regular, com conselhos sobre “o que está out” e deve ser descartado. (MORAES, 1997, p. 15).

A relação consumo, estilo e estética é imprescindível para a manutenção da obsolescência programada e para a expansão do desejo. É preciso mudar o gosto das pessoas com muita frequência para que as placas do capitalismo continuem deslizando. Alguns terremotos acontecem como a crise do consumo de 2010, entretanto, mecanismos são criados para sanar problemas desse tipo, ou seja, com mais consumo.

No mundo do consumo desenfreado, os jovens são alvos fáceis. Empresas se especializam em como alcançar os desejos dos jovens e, com isso, atingir dividendos astronômicos com o consumo dos menores. Mas é interessante notar que os pais são tão enfeitiçados quanto os filhos. O sistema criou no coração de pais e mães o dever e a obrigação de serem eternos jovens. Logo isso se torna um mascaramento: pais compram para os filhos que depois compram para si para se parecerem com eles.

Um grupo de aproximadamente vinte crianças entre 10 e 12 anos nos chamou a atenção pelo seguinte fato: contamos seis pares da *Nike*, quatro da *All Star*, quatro pares de tênis da marca *Ecko*, duas Coca-Cola, sem contar os bonés, as calças, as camisas e os cadernos de grifes famosas.

Segundo Nietzsche (2007, p. 16), *aquilo que se faz por amor está sempre além do bem e do mal*. Por amor os pais enchem seus filhos de modas e modismos para sanar as suas próprias vontades. Por amor pais e mães não medem as consequências e lançam seus filhos no mundo do consumo tornando-os perfeitos consumidores. Por amor os pais atendem aos desejos dos filhos e atendem aos pedidos das grandes comparações industriais. O que fazer se os próprios pais estão anestesiados pela deslumbrante equação do comprar-descartar-comprar?

A alegria de “livrar-se” de algo, o ato de descartar e jogar no lixo, esta é a verdadeira paixão do nosso mundo. A capacidade de durar não joga mais a

favor das coisas. Dos objetos e dos laços, exige-se apenas que sirvam durante algum tempo e que possam ser destruídos ou descartados de alguma forma quando se tornarem obsoletos – o que acontecerá forçosamente. (IANNI, 2007, p. 33).

Marx (2009, p. 41) anunciou: *Proletários do mundo uniu-vos*. Letra morta? Não existe mais proletário, isso é fato. O que existe são burgueses em potencial. Não há mais luta de classe, e a luta pela transformação, repartição e igualdade, proposta pela utopia marxiana entre tantas outras, sucumbiu ao mercado. O que há é a competição por distinção. Ricos lutam para continuar se distinguindo da classe média cada vez mais numerosa e ávida por novidades. Por seu turno, a classe média luta para alcançar a sofisticação dos ricos e a distinção entre si. Na base do processo encontramos os pobres que, mesmo sem as condições básicas de saúde, ensino e moradia, pelos quais deveriam lutar, encontram, na falsificação, nos produtos da estação passada e nas grandes queimas de estoque, a distinção para com o seus.

A Neopangeia dá mostras claras de uma vida estetizada e estilizada, e a ética e a COMUNICaÇÃO dão sinais claros de ocaso. A Neopangeia, com suas placas flutuantes do mercado global, levou homens e mulheres à deriva. Restam os redutos interioranos como fonte de inspiração àqueles que veem no consumismo um mau presságio. No que tange à relação dos humanos para com o outro e para com a Terra (que também estão pela “hora da morte”) resta acreditar que é possível uma reorganização das vontades mediante a vida comunitária e COMUNICaÇÃO.

O consumismo rompeu antigos laços entre os colonos: uma análise da Região Oeste de Santa Catarina

A dinâmica socioeconômica que se estabeleceu desde o início da colonização da Região Oeste de Santa Catarina (início do século XX) caracterizou-se pela predominância da família como unidade organizadora do processo produtivo e do trabalho. Nesse modelo, predomina a propriedade direta dos instrumentos de trabalho por parte de quem trabalha. O que se obtém é fruto da jornada de trabalho gratuito da família, que executa praticamente todas as operações relativas à produção (seleção de sementes, plantio, colheita, estocagem, transporte...). Fatores como falta de mercado, famílias numerosas, meios de transporte, comunicações rudimentares, terras montanhosas, além do transplante do modelo de propriedade das regiões de origem,

fizeram com que se pautasse a colonização em cima da propriedade familiar e da produção de subsistência.

Os recursos naturais da região viabilizaram um modelo de desenvolvimento econômico de reduzida orientação para o mercado. A existência de mata nativa e a boa fertilidade natural do solo propiciaram ao migrante uma relativa autonomia e autossuficiência. A família, como unidade organizadora do processo produtivo, executava todas as operações relativas à produção: seleção de sementes, plantio, colheita, transporte, estocagem e escambo (esporadicamente, a venda).

À medida que o espaço regional se tornou mais aberto e interdependente, as mudanças aconteceram de forma muito rápida. O desenvolvimento dos meios de comunicação, a interação com outros espaços, a preocupação do Estado e, ainda, o fascínio do capital (agroindústrias) pela região na qual pudesse espalhar seus interesses implantaram a denominada modernidade tecnológica. A interação cultural e econômica transformou o espaço engessado e fechado. A entrada mais agressiva do capitalismo destituiu o poder religioso e os laços de solidariedade que soldavam, até então, o tecido social.

A modernização, introduzida em toda a Região Oeste de Santa Catarina a partir da década de 70 (séc. XX), transformou o “espaço natural” e rompeu a sociabilidade tradicional, integrando a região aos circuitos internacionais da economia. Para o governo brasileiro, era preciso que os diferentes espaços desconhecidos, bizarros e atrasados fossem incorporados ao projeto nacional de modernidade. Sobre o regionalismo naturalista da lentidão, do atraso e da incivilidade, era preciso estender a pressa. Sendo assim, a modernidade, introduzida no espaço natural, tolheu iniciativas e jogou no esquecimento conhecimentos históricos como a medicina natural, a culinária, os pequenos negócios (alambiques, fábricas, moinhos hidráulicos...) e redirecionou valores e concepções de mundo.

As grandes agroindústrias (leite, aves e suínos) colocam-se como centrais irradiadoras da modernidade da região e implantam relações artificiais no campo. As empresas hegemônicas, além da modernização das atividades agrícolas, redirecionaram drasticamente a forma de vida de suas populações. Agem sobre uma parcela do território e governam por metas. As metas e os prêmios contagiam, classificam, excluem, humilham e criam o espetáculo da denúncia. A competitividade destróçou antigas solidariedades horizontais e implantou a verticalidade. *Nexos verticais se superpõem à compartimentação horizontal, característica da história humana até data*

recente. (SANTOS, 2001, p. 84). Essas empresas, a partir do seu epicentro de atuação, mudam as formas de ser e de agir. Quebram resistências, fidelidades; sequestram autonomias; potencializam vocações; e impõem velocidades.

Os filhos dos antigos camponeses são agora operários em agroindústrias, onde são, igualmente, enquadrados. No espaço fechado e recortado da empresa, o poder é exercido pela coerção. Os dispositivos disciplinares vão desde a ameaça de demissão até a cobrança dos que o circundam. *A pirâmide disciplinar constitui a pequena célula do poder no interior da qual a separação, a coordenação e o controle das tarefas foram impostas e tornaram-se eficazes*. (FOUCAULT, 1992, p. 173-174). Dessa forma, a rede assimétrica de poderes sustenta um poder central (chefe da empresa) que, por sua vez, mantém uma multidão de operários compactada e vigiada. O senso de honra, alimentado pelo operário, aliado à vergonha e ao embaraço, o torna um ser altamente disciplinado e previsível.

O operário, posto ao ritmo da máquina, é forçado a uma disciplina de trabalho. A partir de Foucault (1992), é possível traçar um Diagrama Disciplinar que cabe no debate anterior; existe, para os operários, um mecanismo de organização do espaço (perfilação), controle do tempo (produção máxima no mínimo de tempo), vigilância (observação de um pelo outro e, conseqüentemente, de todos por todos) e, por fim, o registro contínuo do conhecimento (que se constitui num mapeamento completo de cada um e de suas potencialidades).

Aos colonos remanescentes e agora denominados granjeiros, resta a obediência às regras da racionalidade e a adaptação ao mercado global. Enfim, no espaço rural, introduziu-se um processo de produção que cumpre a estrita obediência aos mandamentos científicos e técnicos, enquanto no espaço urbano a hegemonia das empresas estabelece suas relações.

A submissão às novas regras da economia desarticula identidades e cria novas, submetendo as pessoas, o seu trabalho, a sua vida social e religiosa e a sua cultura aos interesses restritos do mercado.

Considerações finais

Nos últimos 70 anos, estamos acompanhando as profundas transformações do mundo. A essas transformações tentamos explicar com a metáfora da Neopangeia que seria o mundo inteiro unificado, mas, dessa vez, por cabos, sinais e técnicas. As

mudanças se avolumam devido ao mercado cada vez mais avassalador e insensível que imprime nos corpos dos indivíduos contemporâneos a vontade e o desejo de consumo.

O consumo dos novos tempos tem como característica fundamental o descarte. Descarte esse que está alicerçado na ideia de obsolescência programada. Devido à velocidade de produção e à velocidade de lançamentos, o mercado tem de criar em seus consumidores o desejo de consumir, mas, ao mesmo tempo, de descartar, somado à velocidade dos acontecimentos e da virtualidade das relações, não somente em termos de comunidades virtuais, mas da efemeridade mesma das relações tête-à-tête. Logo, desejos de consumo e de descarte, juntamente com a vontade de diferenciação, tornam o mundo um aglomerado de diferentes-iguais, sendo que a mensagem do consumo e do desejo levar o homem à deriva.

Analisamos o processo global de consumo e, ao mesmo tempo, nos voltamos para sociedades onde o processo de dispersão do desejo e da compra está sendo plantado no coração de homens, mulheres e jovens. Especificamente na Região Oeste de Santa Catarina, a modernidade criou um abismo entre o presente e o passado. Em toda essa região de Santa Catarina, os idiomas estão sendo extintos, as fidelidades, negligenciadas, a medicina natural, completamente solapada, e experiências camponesas, ridicularizadas. As gerações mais velhas perderam o poder e estão sendo substituídas por gerações da obsolescência, da contingência, da habitação de mundo e do outro.

Referências

- BAUMAN, Zygmunt. **Capitalismo parasitário**. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.
- _____. **Globalização: as consequências humanas**. Rio de Janeiro: Zahar, 1999;
- BIRMAN, Joel. **Mal-estar na atualidade: a psicanálise e as novas formas de subjetivação**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1999.
- FARIA, A. **Nogueira de. Poder e domínio**. Rio de Janeiro: Didática e Científica, 1991.
- FOUCAULT, Michel. **A microfísica do poder**. 10. ed. Rio de Janeiro: Graal, 1992.
- IANNI, Octávio. **A era do globalismo**. 9. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2007.
- LINDO, Augusto Pérez. **Era das mutações: cenários e filosofias de mudanças no mundo**. São Paulo: Unimep, 2000.
- MARX, Karl. **Manifesto comunista**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2009.
- MORAES, Dênis de. **Globalização, mídia e cultura contemporânea: a dialética das mídias globais**. Campo Grande: Letra Livre, 1997.
- MORIN, Edgar. **Cultura de massa no século XX: espírito do tempo – 1 – neurose**. Rio de Janeiro: Forense Universitária. 2005.

NIETZSCHE, Friedrich. **Para além do bem e do mal**: prelúdio a uma filosofia do futuro. São Paulo: M. Claret, 2007.

ORTEGA Y GASSET, José. **A rebelião das massas**. São Paulo: M. Fontes, 2002.

SANTOS, Milton. **Por uma outra globalização**. Rio de Janeiro: Record, 2001.