



## **Comunicação Supercrítica<sup>1</sup>**

Polianne Merie Espindola<sup>2</sup>

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul - PUCRS

### **Resumo**

Este é um estudo da comunicação intercultural sob o aspecto da liquidez de Bauman. O objetivo é entender a natureza do estereótipo mental e seu papel na comunicação entre interlocutores de culturas distintas num cenário de ‘Comunicação Supercrítica’. Parte-se das idéias de Walter Lippman que estudou e conceituou de forma pioneira o estereótipo. Levo em consideração também os autores Bruno Mazzara, Zygmunt Bauman e Dominique Wolton. Além do conceito de ‘supercrítico’ advindo das engenharias. Tal conceito é um tipo de extração. Me serve no estudo como forma de explicar como a sociedade e as pessoas interagem na atualidade. E, principalmente, num contexto internacional e intercultural.

### **Palavras-chave**

Comunicação; Comunicação Intercultural; Comunicação Internacional; Comunicação Supercrítica.

### **Introdução**

A intensificação das interações entre as culturas é um das facetas mais marcantes da globalização. Proporcionou às pessoas oportunidades crescentes de intercâmbio e novas formas de experiências culturais estrangeiras.

Em decorrência, o estudo de comunicação intercultural tomou impulso. Nesta tradição de investigação a análise de estereótipos culturais, religiosos, étnicos, ideológicos e nacionais é necessária e por isso muito comum. Este conceito provém das palavras gregas *stereòs* = rígido e *túpos* = impressão.

Os estereótipos formam parte da cultura de um grupo e, como tais, são adquiridos pelos indivíduos e utilizados para uma eficaz compreensão

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no Intercom Sul, na Divisão Temática de Comunicação, Espaço e Cidadania, do X Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul.

<sup>2</sup> Relações Públicas, formada na Universidade Católica de Pernambuco. Mestranda em Comunicação Social na Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Área de concentração: Comunicação, cultura e tecnologia. Linha de Pesquisa: Práticas Profissionais e Processos Sócio-Políticos nas Mídias e na Comunicação das Organizações. E-mail: poliannespindola@gmail.com



da realidade. Ademais, a conscientização dos estereótipos cumpre para o indivíduo uma função de tipo defensivo: ao contribuir com o mantimento de uma cultura e de determinadas formas de organização social, garantem o resguardo das posições alcançadas. (MAZZARA, 1999, p.14).

Bruno Mazzara (1999) aponta como características da estereotipia a simplificação das características que um povo cultiva sobre outro, resultando com alguma frequência na cristalização de preconceitos. Ambos acabam predispondo o comportamento dos indivíduos frente ao desconhecido, mas imaginado. Ou seja, este estudo foca sobre esta grave temática do imaginário social entre os grupos humanos.

Fica claro que um estereótipo cultural não é neutro. É uma projeção que fazemos sobre o outro. Em boa medida é um juízo de valor.

“... quando um sistema de estereótipos é bem fixado, nossa atenção é chamada para aqueles fatos que o apóiam, nos afastando daqueles que o contradizem. (...) O que é estranho será rejeitado, o que é diferente cairá em olhos cegos. Não vemos o que nossos olhos não estão acostumados a levar em conta”. (LIPPMAN, 2008, p.?).

A estereotipia está carregada de sentidos, de tradição. É um rótulo que condiciona o olhar antes mesmo que possamos ver algo. Walter Lippman (2008) expõe que só tiramos o rótulo, só nos desvencilhamos dos nossos estereótipos, quando reconhecemos nossas opiniões como experiências parciais, guiados por estereótipos, para assim tornar-nos realmente tolerantes. O que realmente acontece é que se a experiência não corresponde ao estereótipo, ou se desconsidera a contradição como exceção ou acolhe-se e altera-se o estereótipo. “É somente quando temos o hábito de reconhecer nossas opiniões como uma experiência parcial vista através de nossos estereótipos que nos tornamos verdadeiramente tolerantes de um oponente. (LIPPMAN, 2008, p.?)”.

Decorre deste fato o interesse que os estudos de comunicação intercultural têm em facilitar o diálogo universal, aproximando as partes, especialmente os que se originam de ambientes muito diversos. Deriva deste esforço, em suma, a construção a tolerância necessária à paz. Quer-se quebrar os estigmas, permitindo a superação de barreiras psicológicas, rancores e ruminações irracionais.



## 1. Estereótipos

Cada um de nós atua e pensa em função de sua própria tabela de valores, culturais e ideológicos, e que pode ser mais ou menos maleável, mas nunca nos libertamos totalmente das nossas raízes arraigadas. Walter Lippman em seu livro ‘Opinião Pública’ (2008) vai muito além e explicita que estereótipos são as fortalezas de nossa tradição.

“... o papel do observador é sempre seletivo e usualmente criativo. Os fatos que vemos dependem onde estamos posicionados, e dos hábitos de nossos olhos. Na maior parte dos casos nós não vemos em primeiro lugar, para então definir, nós definimos primeiro e então vemos”. (LIPPMAN, 2008, p?).

Seu efeito mais importante está na busca e valorização dos dados da experiência, com os quais estão por si só alterados em função dos estereótipos correntes a partir do mesmo momento da sua percepção por parte dos sentidos.

As mais sutis e difundidas de todas as influências são aquelas que criam e mantêm o repertório de estereótipos (...). E estas percepções, a menos que a educação tenha nos tornado mais agudamente conscientes, governam profundamente todo o processo de percepção. (LIPPMAN, 2008, p?).

Para entender em profundidade os modos de funcionamento dos estereótipos sociais, é necessário levar em consideração algumas variáveis que se podem distinguir em estereótipos. A primeira variável é que os estereótipos são socialmente compartilhados, pode ser considerada uma tendência típica do indivíduo, cada um com os quais elabora seus próprios estereótipos e se deixa influenciar por eles em menor ou maior medida. A segunda variável é o nível de generalização, quer dizer, é julgar que as características negativas atribuídas a um objeto do estereótipo estão mais ou menos homoganeamente distribuídas nele. Determinada certa imagem negativa de um grupo, pode estar convencido de que quase todos os indivíduos possuem as mesmas características, na mesma medida, geradas pelo estereótipo. Uma última variável, tem haver com a menor ou maior rigidez dos estereótipos: são dificilmente mutáveis, pois estão arraigados na cultura e na personalidade.

As estratégias de defesa contra os estereótipos são: reprodução dos estereótipos, nem sempre de forma negativa, e a tendência à confirmação das hipóteses formuladas a cerca de alguém ou alguma sociedade. Com a experiência e a modificação dos



estereótipos depois se verifica que a predisposição não precisa necessariamente ser geral.

Se a experiência contradiz o estereótipo, uma das duas coisas acontece. Se o homem não é mais maleável, ou se algum interesse poderoso torna altamente inconveniente reorganizar seus estereótipos, ele despreza a contradição como uma exceção que prova a regra, desacredita a testemunha, encontra uma falha em algum lugar, e trata de esquecê-lo. Mas se for curioso e aberto, a novidade é trazida para dentro do quadro, permitindo-se que o altere. (LIPPMAN, 2008, p?).

As estratégias de convivência com o diferente, ideal social, podem se dá com a interação ou com as formas de interação com o diferente (assimilação, fusão, adaptação e pluralismo cultural).

## **2. Cultura, Identidade, comunidade e estereótipo no cenário intercultural.**

O que mais marca numa relação intercultural são as diferenças. Estereótipos, preconceitos e racismos fazem parte deste contexto de interação entre as pessoas. Estereótipos são elaborados para definir-se ou definir o outro, apresenta uma imagem idealizada, uma esquematização onde as qualidades do objeto são reduzidas, engloba todos em um único conceito.

Apesar de a comunicação intercultural ter esses tipos de entraves, por outro lado, as interações acontecem entre pessoas e grupos que partilham de coisas em comum, assim como no caso dos estereótipos. Um estudante chinês, por exemplo, tem interesses semelhantes a um estudante brasileiro. Muitas vezes, é mais fácil e compreendida uma comunicação entre pessoas de diferentes culturas, mas de instâncias similares. Ele tem muito mais o que falar e discutir com um estudante brasileiro que com um empresário de seu país natural. Portanto interesses são parecidos e deve-se destacar este ponto, deixando de lado diferenças (HUNTINGTON, 1997).

A identidade na pós-modernidade não é mais um conceito fixo, mas algo mutável e transformável continuamente. Identidades são assumidas conforme o contexto. Ontem, a identidade estava no lado da ordem e da tradição, a comunicação no lado da abertura e da emancipação. Hoje, em uma sociedade aberta, o problema da identidade se coloca com acuidade, pois quanto mais há comunicação mais é preciso reforçar a identidade individual e coletiva. (WOLTON, 2003, p. 50).



O termo ‘*cloakroom community*’<sup>3</sup> apreende bem alguns traços característicos da identidade contemporânea. Este tipo de comunidade precisa de um espetáculo semelhante a todos. “Os frequentadores de um espetáculo se vestem para a ocasião, obedecendo a um código distinto do que seguem diariamente”. (BAUMAN, 2001, p. 228).

Antes de entrar no auditório, deixam os sobretudos ou capas que vestiram nas ruas no *cloakroom* da casa de espetáculos (cotando o número de cabides usados pode-se julgar quão cheia está a casa e quão garantido está o futuro imediato da produção). (...) depois que as cortinas se fecham, porém, os espectadores recolhem seus pertences do *cloakroom* e, ao vestirem suas roupas de rua outra vez, retornam a seus papéis mundanos, ordinários e diferentes, dissolvendo-se poucos momentos depois na variada multidão que enche as ruas da cidade e da qual haviam emergido algumas horas antes. (grifo do autor).

Neste sentido as identidades tomam formas individuais, coletivas e culturais, por exemplo. E em cada uma delas representando algum tipo de identidade que trás consigo códigos culturais capazes de fazer o indivíduo pensar de certa maneira e produzir seus estereótipos socialmente compartilhados.

La identidad personal es básicamente producto de la cultura que nos socializa, mientras que la identidad cultural se fundamenta en el sentido de pertenencia a una comunidad con determinadas características. (ALSINA, 1999, p. 55).

Identidade tem um sentido de continuidade entre as experiências das gerações sucessivas; memórias compartilhadas de uma história coletiva; consciência de destino comum de uma coletividade. Decorrem do pertencimento a culturas étnicas, raciais, lingüísticas, religiosas e nacionais. (HALL, 2003). Neste sentido corrobora muito com o conceito de *Volkgeist* proposto por Alain Finkelkraut em ‘A derrota do pensamento’ (1989). Que é o sentimento que todos nós temos, é o espírito de povo. Fundamentam-se, na língua, na etnia e na religião. Envolve a partilha de um conjunto de tradições, hábitos, crenças, valores, modos de agir e pensar. Emergem e consolidam uma memória coletiva. Encerram uma distribuição desigual do capital cultural. Tendem a favorecer a irrupção de comunidades presas a identidades exteriores. (MORLEY, 2001).

A identidade coletiva, se tomada como identidade concreta (...) implicaria (...) um princípio de classificação (...). No limite, qualquer grupamento, agindo de forma homogênea em uma situação social concreta, poderia ser afirmado como identitário, mantidas, todavia,

---

<sup>3</sup> *Cloakroom communities* ou *cloakroom community* – Comunidades de guarda-casacos.

todas as diferenças individuais, estas essenciais. (MIRANDA, 1995, p.62).

A diversidade cultural advém da identidade coletiva de uma nação. Que por sua vez é temática da comunicação por se tratar de questões ligadas à comunicação intercultural e internacional. O autor Dominique Wolton (1996) acredita que o respeito às diversidades ou mesmo a coabitação cultural são premissas básicas para uma não incomunicação.

O sociólogo Wolton aborda no ‘Elogio do grande público: uma teoria crítica da televisão’ (1996) a questão do nacionalismo como um sintoma pós-moderno (minha percepção) da globalização e da nova forma de comunicação e interação.

“... nacionalismo que tem, por sinal, mais de um ponto em comum com a comunicação: ambos, com efeito, têm uma certa ambivalência que pode justificar os piores excessos em nome das melhores razões, apoiando-se sobre dimensões constitutivas e simétricas da experiência humana: a identidade no caso do nacionalismo, a relação com o outro no da comunicação”. (p. 280).

Para finalizar a questão da diversidade cultural, outro ponto abordado pelo francês Dominique Wolton em seu livro ‘Internet e depois? : Uma teoria crítica das novas mídias’ (2003, p. 179): “Não há cultura sem respeito às línguas”. O autor propõe e apóia núcleos de traduções para que não se perca a identidade da língua e sentido da frase por inadequadas ou errôneas translações. Para ele “A condição fundamental (...) é que para respeitar a diversidade cultural é preciso respeitar a diversidade lingüística”. (WOLTON, 2008).

Comunidade remete à identidade. Foi a partir dela que criou o conceito de identificação entre grupos distintos. Na comunidade, cujo modelo histórico é a aldeia, os valores dirigem a ação pessoal para a coletividade, que, no limite, consiste em uma dimensão ontológica (um ser social), que absorve seus componentes singulares, cuja essencialidade só se dá enquanto referida ao ser coletivo. (...) Na comunidade, o ‘eu’ projeta-se e sua personalidade incorpora o ‘outro’ e as ‘coisas’. (...) no tipo-comunidade não há ‘eu’ e ‘outro’ para se incorporarem mutuamente. No limite lógico, ‘eu’ e ‘outro’ constituem o ‘mesmo’, isto é, são idênticos (...), e como tal constituem uma única unidade. (MIRANDA, 1995, p. 65).

Comunidade tem seu significado sentido entre as pessoas, diretamente ligada com a realidade efetiva entre elas. Há uma ligação desde o nascimento, uma ligação



entre os membros tanto no bem-estar quanto no infortúnio. Já na sociedade, entra-se como quem chega a uma terra estranha. (MIRANDA, 1995).

Na sociedade, para cuja descrição a referência histórica é a troca (que implica a alteridade como princípio) e o desenvolvimento histórico capitalista, os valores reforçam as diferenças, acentuam a individualidade e isolam a 'indivíduo'. (...) Na sociedade-tipo, a identidade é abstraída (...), e o impulso societário não se explica enquanto 'dimensão' da identidade, mas como afirmação da diferença. (MIRANDA, 1995, p.65).

Pela inegável ambivalência do contexto mundial atual, temos um conceito de sociedade vigente, que nos traz todo o sentido de identidade, em todas as facetas, mas também não deixa de apresentar a comunidade como consideração identitária, de pertencimento.

Tönnies reconhece duas formas básicas de união humana. Na comunidade os homens vivem unidos, apesar de tudo que os separa. Na sociedade os homens estão separados, a despeito de tudo o que os une. Naquela, os homens vivem uns com os outros com base em relações pessoais estreitas e por sua própria vontade. E nesta, fundam a sua união em considerações de finalidade (objetivas), que requerem uma distância entre si. (MIRANDA, 1995, p.78).

Comunicamo-nos para convencer, partilhar ou seduzir. Essas três proposições geram incomunicação, pois constantemente o receptor também tem seus anseios e dificilmente está de acordo ou interessado no emissor. Zygmunt Bauman em seu livro 'Amor líquido: sobre a fragilidade dos laços humanos' (2004), explicita que a pós-modernidade nos trouxe uma ambivalência muito característica de nossa época: "A misteriosa fragilidade dos vínculos humanos, o sentimento de insegurança que ela inspira e os desejos conflitantes (estimulados por tal sentimento) de apertar os laços e ao mesmo tempo mantê-los frouxos". (BAUMAN, 2004, p. 08).

Assim, o autor Dominique Wolton aponta soluções para a incomunicação: matar o outro ou negociar. Quando a negociação acaba bem, chegamos à coabitação. O sentido de coabitação para Wolton supõe igualdade, respeito mútuo e a vontade de se chegar a um consenso mínimo.

O inferno dos vivos não é algo que *será*: se existe um, é o que já está aqui, o inferno em que vivemos todos os dias, que formamos estando juntos. Há duas maneiras de não sofrê-lo. A primeira é fácil para muitos: aceitar o inferno e se tornar parte dele a ponto de não conseguir mais vê-lo. A segunda é arriscada e exige vigilância e

preocupação constantes: procurar e saber reconhecer quem e o quê, no meio do inferno, não são inferno, e fazê-los durar, dar-lhes espaço. (BAUMAN, 2007, p. 114) (grifo do autor).

O sociólogo francês Dominique Wolton aponta um triângulo infernal que nos rodeia (a relação entre identidade, cultura e comunicação), por outro lado, ele aponta um triângulo virtuoso como solução para uma coabitação cultural eficiente: conhecimento, comunicação e coabitação. Coexistência de contrários, ambivalência, tolerância, diversidades cultural e lingüística. Tudo isso está imbuído de estereótipo, saber coabitar é o caminho.

Num contexto de intercâmbio cultural, a coabitação já acontece não livre de preconceitos e estereótipos, a negociação sobre sai. Com toda a crise mundial, terrorismo, imperialismos, capitalismo e sociedade de consumo, o que falta e nos resta é apontar novos rumos para a comunicação intercultural e para lidar com o estereótipo.

### **3. Comunicação supercrítica**

A tecnologia, a construção mundial atual, tudo isso altera a linguagem, a forma como enxergamos os outros, nós mesmos e como nos relacionamos. Os valores hoje em dia são recriados constantemente.

Na engenharia têm-se um tipo de extração chamada de supercrítico. Este tipo de subtração me serve no estudo como uma forma de explicar como a sociedade e as pessoas interagem na atualidade. Mas antes vamos ao conceito de supercrítico nos estudos da engenharia:

Un fluído supercrítico exhibe propiedades fisicoquímicas entre las de un líquido y la de un gas. Su densidad relativamente alta y parecida a la de los líquidos, le da un buen poder solvente, y la transferencia de masa relativa a la de un líquido es mayor. Similarmente las viscosidades de los fluídos supercríticos están en un factor de 1 a 100 más bajos que los líquidos. Las solubilidades se incrementan casi exponencialmente con la densidad, pequeños cambios en la presión pueden resultar en variaciones muy grandes de la solubilidad, lo que da al ingeniero de diseño la capacidad de ajustar a su conveniencia la presión y temperatura, favoreciendo en forma eficiente y selectiva la extracción. (ORTIZ, 2003).

Para o estudioso Zygmunt Bauman, estamos vivendo na liquidez das interações. Em uma série de livros, o autor expõe sua opinião a este respeito: “... as organizações sociais (...) não podem mais manter sua forma por muito tempo (...), pois se decompõem





e se dissolvem mais rápido que o tempo que leva para moldá-las...”. (BAUMAN, 2007, p.07).

Em seu livro ‘Amor líquido: sobre a fragilidade dos laços humanos’ (2004), o autor fala das tensões que envolvem as relações, a individualização e a ambivalência dos nossos tempos. Vou além sugerindo que as tensões envolvem qualquer interação entre pessoas, seja ela qual for, de acordo com a disposição para a interação e a necessidade de convivência e coabitação. “A misteriosa fragilidade dos vínculos humanos, o sentimento de insegurança que ela inspira e os desejos conflitantes (...) de apertar os laços e ao mesmo tempo mantê-los frouxos”. (BAUMAN, 2004, p. 08).

Neste estudo sugiro que as relações, moldadas pelo estereótipo, pelas tecnologias e trocas simbólicas maximizadas, a comunicação se dá no âmbito crítico, aliás, supercrítico, no sentido de uma comunicação realizada em uma sociedade altamente efervescente em suas interações, produções, criações e estímulos. Não somos mais fluidos como sugere Bauman, somos supercríticos, fazendo um trocadilho com a engenharia e também como o estado crítico de uma situação (neste caso das interações humanas).

Assim como na extração supercrítica advinda da engenharia, onde se extrai o óleo essencial de plantas e flores, por exemplo, sugiro que atualmente estamos num estágio onde não agimos segundo a liquidez, mas estamos caminhando para interações quase que gasosas.

O medo é reconhecidamente o mais sinistro dos demônios que se aninham nas sociedades abertas de nossa época. Mas é a insegurança do presente e a incerteza do futuro que produzem e alimentam o medo mais apavorante e menos tolerável. Essa insegurança e essa incerteza, por sua vez, nascem de um sentimento de impotência: parecemos não estar mais no controle. (BAUMAN, 2007, p. 32).

É esse medo, essa incerteza do devir que me faz ousar e expor um conceito diferenciado sobre as tendências humanas. Pois estamos beirando a uma comunicação do colapso, do limite, como sugiro ser a comunicação supercrítica. Este caleidoscópio de diferenças, os estereótipos, tudo é altamente rápido e recriado na velocidade das nossas tecnologias de comunicação.

A diferença é algo com que se pode viver na medida em que se acredita que o mundo diferente é, como o nosso, um ‘mundo com uma chave’, um mundo ordenado como o nosso, apenas um mundo ordenado habitado por amigos *ou* inimigos, sem híbridos para distorcer o quadro e confundir a ação e com regras e divisões que



podemos ainda desconhecer mas que podemos aprender se necessário.  
(BAUMAN, 1999, p. 68).

Esta ironia proposta na citação acima, só corrobora com a tendência de uma comunicação supercrítica que apresento.

O estudo do estereótipo cultural é relevante no cenário mundial atual. Com as fronteiras estatais crescentemente porosas, a interação entre os povos através do turismo, migrações, comércio, intercâmbios, consumo de bens simbólicos cresce intensamente. Por isso mesmo é socialmente relevante considerar nesta pesquisa sobre estereotipia as barreiras nos encontros que ocorrem entre interlocutores culturalmente distintos.

Poderíamos pensar que na sociedade moderna, caracterizada por um predomínio da racionalidade tecnológica e por uma maior aceitação dos valores de igualdade e convivência democrática, os estereótipos estavam destinados a perder terreno progressivamente. Sabemos hoje, no entanto, que não podemos pensar sem estereótipos, o que torna esta temática teoricamente relevante.

Pode-se dizer que o estereótipo frente ao diferente encontra força na ação conjunta de três fatores. Em primeiro lugar, está a característica de necessidade de simplificar a realidade. Um segundo fator é a necessidade de pertencimento a um lugar que faz com que o indivíduo tenha uma identidade, reconheça seu similar, mas que tenha aversão ao outro ou o observe como exótico, mesmo que inconscientemente. Em terceiro lugar estão as razões de tipo histórico e social que definem a posição e funções de cada grupo humano em um nível global.

Exemplos comuns de tais estereótipos são afirmações do tipo: alemães frios, ingleses reservados, italianos simpáticos, franceses detentores de grande sentido estético, etc. As características nacionais imaginadas, na ausência de informações consistentes, funcionam como instrumento de previsão e orientação. Assim, ao encontrarmos um europeu, por exemplo, saberemos que não podemos fazê-lo perguntas pessoais, evitando assim que nossa latinidade nos ponha em uma situação embaraçosa (HUNTINGTON, 1997).

O conteúdo do estereótipo expressa tendências de comportamento de grupos humanos inteiros. É, por decorrência, um aspecto da natureza humana que interessa a uma multiplicidade de áreas de conhecimento.



Para o autor Dominique Wolton, comunicação implica uma relação com o outro, uma valorização de alteridades. Comunicar visa sempre a negociação.

Sendo assim, a tolerância é uma grande questão comunicacional, política e cultural. Para Wolton (2008) “... a comunicação reduz as distâncias, cria uma aproximação se tivermos os mesmos códigos culturais. Mas caso não tenhamos os mesmos códigos culturais, pode gerar conflitos”. Neste sentido, o autor aponta que a coabitação cultural deve ser adotada como ponto essencial da comunicação. “Há progresso na comunicação quando permite entender o outro, mas há uma perversão quando mistura tudo”. (WOLTON, 2008).

Para o autor é preciso que seja mantida a diversidade na comunicação, uma revalorização das identidades. Nem sempre concordamos, mas temos que negociar e assim chegar numa coabitação. Para Dominique Wolton (2008), coabitação supõe igualdade, respeito mútuo e a vontade de se chegar a um consenso mínimo.

A questão da comunicação e da coabitação está muito associada com a cultura. Já que para o autor “... a maneira de construir a informação, de apresentá-la, de prever os meios de acessá-la, não é universal, ela está ligada aos esquemas culturais”. (WOLTON, 2003, p. 96).

A capacidade de conviver com a diferença, sem falar na capacidade de gostar dessa vida e beneficiar-se dela, não é fácil de adquirir e não se faz sozinha. A incapacidade de enfrentar a pluralidade de seres humanos e a ambivalência de todas as decisões classificatórias, ao contrário, se autoperpetuam e reforçam: quanto mais eficazes a tendência à homogeneidade e o esforço para eliminar a diferença, tanto mais difícil sentir-se à vontade em presença de estranhos, tanto mais ameaçadora a diferença e tanto mais intensa a ansiedade que ela gera.



## REFERÊNCIAS

ALSINA, Miquel Rodrigo. La Comunicación Intercultural. Rubí (Barcelona): Anthropos Editorial, 1999.

ASANTE, Molefi Kete and William B. Gudykunst. Handbook of International and Intercultural Communication. 1989.

BAUMAN, Zygmunt. Amor líquido: sobre a fragilidade dos laços humanos. Ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.

\_\_\_\_\_. Modernidade Líquida. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

\_\_\_\_\_. Tempos Líquidos. Rio de Janeiro: Zahar, 2007.

FISCHER, Heinz-Dietrich, John Calhoun Merrill (Orgs.). Comunicação internacional: Meios, canais, funções. 1. Ed. São Paulo: Cultrix, 1980.

MARTINELLI, Dante P.; Ventura, Carla A. A.; Machado, Juliano R. Negociação internacional. Ed. Atlas. São Paulo, 2004.

ORTIZ, Jack Zavaleta, SOCANTAYPE, Fredy Huayta. Revista de La Sociedad Química Del Perú, 2003, 69 (3), 143-154. Aplicacion De La Regla de Mezcla de Wong – Sandler en Sistemas Formados por Aceites Esenciales y CO<sub>2</sub> Supercrítico.

STALLIVIERI. Luciane. Estratégias de Internacionalização das Universidades Brasileiras. Caxias do Sul: Educs, 2004.

WOLTON, Dominique. Elogio do grande público: uma teoria crítica da televisão. 1996.

\_\_\_\_\_. Internet e depois?. 2003

\_\_\_\_\_. Palestra ‘Comunicação, modernização e tecnologia’. Porto Alegre, 21 e 22 de agosto de 2008. PUCRS.



## BIBLIOGRAFIA

- ALCOFORADO, Fernando. Globalização. 1. Ed. São Paulo: Nobel, 1999.
- BARROSO, João Rodrigues; Strathern, Andrew. Globalização e identidade nacional. 1. Ed. São Paulo: Atlas, 1999.
- BAUMAN, Zygmunt. Comunidade: A busca por segurança no mundo atual. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.
- \_\_\_\_\_. Globalização: As conseqüências humanas. Ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999.
- \_\_\_\_\_. Identidade. Rio de Janeiro: Zahar, 2005.
- CANCLINI, Néstor García. As culturas populares no capitalismo. Ed. Brasiliense, 1983.
- \_\_\_\_\_. A globalização imaginada. São Paulo: Iluminaras 2003.
- \_\_\_\_\_. Consumidores e cidadãos: Conflitos multiculturais. 4. ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2001.
- \_\_\_\_\_. Culturas Híbridas: Estratégias para entrar e sair da modernidade. São Paulo: Edusp, 1997.
- CARMO, Erinaldo Ferreira do; Andrade Neto, Mario Queiros de, Cidadãos do mundo: Os novos paradigmas da cidadania global. Recife: Ed. Universitária da UFPE, 2003.
- DIVERSIDADE cultural. Disponível em: <<http://www.unesco.org.br/areas/cultura>>. Acesso em: 16 ago. 2006, 09h03.
- ESTERIÓTIPO. Disponível em: <<http://www.priberam.pt/dlpo/dlpo.aspx>>. Acesso em: 10 jun. 2006, 13h21.
- FEATHERSTONE, Mike. Cultura global: nacionalismo, globalização e modernidade. 3. Ed. Petrópolis: Vozes, 1999.
- \_\_\_\_\_. O desmanche da cultura: globalização, pós-modernismo e identidade. São Paulo: Studio Nobel, 1997.
- FINKIELKRAUT, Alain. A derrota do pensamento. 2. Ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1989.
- HALL, Stuart. A identidade cultural na pós-modernidade. 9. Ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2004.
- \_\_\_\_\_. Da Diáspora: Identidades e Mediações Culturais. Belo Horizonte/Brasília, Humanitás, 2003.
- HUNTINGTON, Samuel P. O choque de civilizações e a recomposição da ordem mundial. Rio de Janeiro, Ed. Objetiva, 1997.



- IANNI, Octávio. A era do globalismo. 4. Ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1999.
- LARAIA, Roque de Barros. Cultura: Um conceito antropológico. 19. Ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006.
- LARRY A, Samovar and Richard E. Porter. Approaching intercultural communication. In: Intercultural Communication: A Reader. EUA, 1988.
- MATTELART, Armand. A globalização da comunicação. 1. Ed. Bauru, SP: EDUSC, 2000.
- MAZZARA, Bruno M. Estereotipos y prejuicios. Acento Editorial, Madrid, 1998.
- MICHALET, Charles Albert. O que é a mundialização: pequeno tratado para uso dos que ainda não sabem se devem ser a favor ou contra. São Paulo: Loyola, 2002.
- MIRANDA, Orlando de. (org.). Para ler Ferdinand Tönnies. São Paulo. Editora da Universidade de São Paulo, 1995.
- MORLEY, David. Belongings: place, space and identity in a mediated world. European Journal of Cultural Studies 4(4): 2001, p.425-448.
- MORAES, Denis de (org). Por uma outra comunicação. Mídia, mundialização, cultura e poder. Ed. Record, Rio de Janeiro; São Paulo, 2003.
- NEGOCIAÇÃO internacional: aspectos comportamentais e culturais. Disponível em: <<http://www.institutomvc.com.br>>. Acesso em: 23 set. 2006, 20h31.
- NEGOCIANDO em países estrangeiros, três regras básicas. Disponível em: <<http://www.institutomvc.com.br>>. Acesso em: 23 set. 2006, 20h37.
- O CHOQUE de culturas. Revista Veja. [s.l], v. 39, p. 64-70, 8 de fev. de 2006.
- OLIVEIRA, Flavia Arlanch Martins De. Globalização, regionalização e nacionalismo. 1. Ed. São Paulo: UNESP, 1999.
- PERUZZO, Cecília Maria Krohling; Pinho, José Benedito (Orgs). Comunicação e multiculturalismo. São Paulo: INTERCOM, 2000.
- ROCHMAN, Alexandre Ratner. Globalização: uma introdução. Ed. desatino. São Paulo, 2003.
- SANTANA, Cleuciliz Magalhães. A Globalização: as origens, evolução e os reflexos do fenômeno que tem influência em todo o planeta. 1. Ed. Manaus: Valer, 1999.
- SANTOS, José Luiz dos. O que é cultura. 12. Ed. São Paulo: Brasiliense, 1993.
- SEBBEN. Andréa. Intercâmbio cultural: para entender e se apaixonar. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 2007.
- SEMPRINI, Andrea. Multiculturalismo. 1. Ed. Bauru, SP: EDUSC, 1999.
- SIMÕES, Roberto Porto. Relações públicas: função política. 1. ed. Porto alegre: Sagra, 1987.



SMITH, A. Para uma Cultura Global In: Featherstone, M., Cultura Global: Nacionalismo, Globalização e Modernidade, Petrópolis, Vozes, 1990.

THOMPSON, John B. A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia. Ed. Vozes, Petrópolis, 2001.