



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO SECRETARIA DE  
EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA  
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E  
TECNOLOGIA DE SANTA CATARINA  
CAMPUS JARAGUÁ DO SUL**

JEISIANE RAMOS MONTEIRO  
JESSICA ESTHER HOBUS  
LAYSA GABRIELI PEREIRA  
MILENA LEITHOLD  
POLIANA TELLES DA SILVA

## **A Influência das Culturas Estrangeiras na Construção da Identidade Cultural dos Jovens**

Jaraguá do Sul  
2017

Jeisiane Ramos Monteiro  
Jessica Esther Hobus  
Laysa Gabrieli Pereira  
Milena Leithold  
Poliana Telles da Silva

## **A Influência das Culturas Estrangeiras na Construção da Identidade Cultural dos Jovens**

Relatório de pesquisa desenvolvido no eixo formativo diversificado “Conectando Saberes” do Curso Técnico em Química (Modalidade Integrado) do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Santa Catarina - Campus Jaraguá do Sul.

Orientadora: Kênia Mara Gaedtke  
Coorientadora: Carla Fernanda da Silva Satler  
Coordenadora: Lenita Ana Bianchetti Spliter

Jaraguá do Sul  
2017

## AGRADECIMENTOS

Primeiramente agradecemos às nossas orientadoras, Kênia Mara Gaedtker e Carla Fernanda da Silva Satler, por todas as orientações, livros emprestados, ideias, e por sempre estarem presente, disponibilizando seu tempo para nos atender. Um agradecimento especial para a professora Carla Fernanda da Silva Satler, por comprar nossa ideia inicial.

Ao Instituto Federal de Santa Catarina - Campus Jaraguá do Sul, por nos dar a oportunidade de realizarmos pesquisas científicas, agregando novos conhecimentos e estimulando a nossa vida como cidadãos críticos e curiosos.

Agradecemos também à banca avaliadora do projeto de pesquisa, pelas sugestões e críticas construtivas que só ajudaram na realização dessa pesquisa.

À família e amigos, por todo o apoio, sugestões e paciência com a nossa empolgação e, em certas partes, frustração, e por comemorar com nossas vitórias.

Aos alunos da 3ª Fase de 2016/2 e 2017/1, que contribuíram muito com as impressões e opiniões para o trabalho.

E a todos que contribuíram direta ou indiretamente para a execução dessa pesquisa.

## LISTA DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1</b> - Filmes brasileiros e estrangeiros lançados no período de 1995 até abril de 2017.....	22
<b>Gráfico 2</b> - Ingressos vendidos de filmes brasileiros e estrangeiros.....	23

## LISTA DE FIGURAS:

<b>Figura 01</b> - David Bowie com e sem caracterização respectivamente.....	27
<b>Figura 02</b> - Desenvolvimento do grupo focal na 3ª fase 2017/1.....	28
<b>Figura 03</b> - The Beatles.....	29
<b>Figura 04</b> - Objeto de decoração com a bandeira da Inglaterra.....	32
<b>Figura 05</b> - Bonecos El Chavo Del Ocho e Avental Chapolin Colorado.....	32
<b>Figura 06</b> - DVD's estrangeiros e nacionais.....	33
<b>Figura 07</b> - Estudante fantasiado de Blade.....	35
<b>Figura 08</b> - Da esquerda para a direita: Harry Potter, X-23 e Zorro.....	36
<b>Figura 09</b> - Da esquerda para a direita: Chiquinha, Grávida de Taubaté e Goku....	37

## RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo principal identificar a influência das culturas estrangeiras na construção da identidade cultural dos jovens de Jaraguá do Sul. Para tanto, foram utilizados métodos qualitativos empíricos, por proporcionarem uma maior abertura de metodologias a serem aplicadas, bem como propiciar uma relação mais intrínseca com os indivíduos objeto de nossa pesquisa, neste caso, os jovens. Como resultado, constatou-se que os jovens de Jaraguá do Sul estão sendo influenciados majoritariamente pelas culturas estrangeiras que, pelo recorte realizado, se dão como as culturas estadunidense, japonesa, britânica e alemã folclórica. Essa influência é refletida nos bens culturais por eles consumidos.

**Palavras-chaves:** Influência estrangeira. Identidade cultural. Juventude. Cultura.

## SUMÁRIO

<b>1.</b>	<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>07</b>
<b>2.</b>	<b>HIPÓTESES .....</b>	<b>07</b>
<b>3.</b>	<b>OBJETIVOS .....</b>	<b>08</b>
3.1.	Objetivo geral .....	08
3.2.	Objetivo específicos.....	08
<b>4.</b>	<b>JUSTIFICATIVA.....</b>	<b>08</b>
<b>5.</b>	<b>REVISÃO BIBLIOGRÁFICA.....</b>	<b>10</b>
5.1.	Juventude, indústria cultural e cultura de massa.....	10
5.2.	Interação cultural.....	13
5.3.	A colonização de Jaraguá do Sul e a cultura germânica.....	14
5.4.	Culturas estrangeiras.....	15
<b>6.</b>	<b>METODOLOGIA.....</b>	<b>17</b>
<b>7.</b>	<b>RESULTADOS E DISCUSSÃO.....</b>	<b>20</b>
7.1.	Cinema no Brasil.....	20
7.2.	Grupo focal.....	23
7.3.	Observações.....	28
7.4.	Cosplay.....	32
<b>8.</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>36</b>
<b>9.</b>	<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>38</b>

## 1. INTRODUÇÃO

A identidade cultural do jovem, assim como de cada indivíduo, independentemente da idade, deve ser tratada como única. Essa identidade nos caracteriza enquanto grupo e também nos diferencia dos demais. Quando falamos sobre cultura tratamos de algo que está em constante mudança, sempre em movimento. Segundo Brandão e Duarte (2004), a cultura engloba os mais diversos elementos, indo de ferramentas, comunicação, símbolos, normas, regras até meio de transporte ou crenças. Levando isso em conta, é possível afirmar que nenhum indivíduo é capaz de participar de todos os elementos de sua cultura, ou seja, existe uma participação limitada que abrange determinados elementos (LARAIA, 1986, p. 80). A presente pesquisa buscou responder quais são os impactos que a diversidade de culturas causam nos jovens e se realmente há uma maior influência por parte das culturas estrangeiras; analisamos os bens de consumo de comparação<sup>1</sup> que têm como foco o público jovem.

A fim de obter um resultado mais preciso observamos a cultura estadunidense, britânica, alemã folclórica<sup>2</sup> e japonesa; é importante ressaltar que a escolha de tais culturas foi apenas um recorte feito com base nas impressões que o grupo teve durante o desenvolvimento do projeto, deixando claro que, caso alguma outra cultura aparecesse com relevância ao longo da resolução, a mesma seria inserida na pesquisa. Para a averiguação das hipóteses foram utilizadas uma série de métodos qualitativos: observação de eventos de cosplay, observação do comércio de Jaraguá do Sul, análise de dados do cinema brasileiro, além da aplicação de um grupo focal com os alunos da 3ª Fase do curso Técnico em Química, modalidade Integrado, do Instituto Federal de Santa Catarina - Campus Jaraguá do Sul, Centro.

## 2. HIPÓTESES

- Há uma preferência dos jovens de Jaraguá do Sul pelas culturas estrangeiras;
- Os meios de comunicação e entretenimento promovem a interação cultural, exaltando as culturas estrangeiras;

---

<sup>1</sup> Os bens de consumo de comparação envolvem “os bens de consumo duráveis e não duráveis (ex.: automóveis, roupas, eletro-doméstico, utensílios domésticos, etc...)” (PAGNANI, s.d.)

<sup>2</sup> “Constituem o fato folclórico as maneiras de pensar, sentir e agir de um povo, preservadas pela tradição popular e pela imitação [...] (BENJAMIN, s.d)

- As culturas estrangeiras inspiram os jovens no modo de agir, se vestir, pensar e se comportar no meio social;
- Os jovens consomem mais produtos culturais (livros, músicas, séries de televisão, filmes, arte etc) estrangeiros do que nacionais;
- O consumo de produtos estrangeiros pelos jovens é impulsionado pela indústria cultural.

### **3. OBJETIVOS**

#### **3.1 OBJETIVO GERAL**

Identificar a influência de culturas estrangeiras na construção da identidade cultural dos jovens de 14 a 20 anos de Jaraguá do Sul.

#### **3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Abordar conceitos e teorias ligados às culturas estrangeiras e à cultura brasileira contemporânea;
- Identificar quais aspectos culturais são reconhecidos pelo público alvo;
- Identificar discursos e ações que resultam da influência cultural estrangeira;
- Relacionar a construção da identidade cultural jovem com a influência estrangeira.

### **4. JUSTIFICATIVA**

A popularização da internet no século XXI a tornou o meio primário de comunicação nas sociedades ocidentais e orientais, auxiliando o aumento da influência das potências globais sobre a juventude<sup>3</sup>. Graças a essa ferramenta, houve uma maior propagação de aspectos culturais globais ao redor do mundo.

No entanto, mesmo desde antes da popularização da internet, os jovens já recebiam influência de meios alternativos como a televisão, o rádio, jornais, revistas e até na convivência com amigos ou familiares. De qualquer forma, ferramentas como

---

<sup>3</sup> Nesta pesquisa entende-se por juventude o “período interstício entre as funções sociais da infância e as funções sociais do homem adulto” (GROPPO *apud* LAHORGUE, 2016, p.36)

a internet aceleraram o processo de articulação cultural, que antes demorava séculos para ocorrer (BRANDÃO; DUARTE, 2004). Como os jovens podem consumir o material – música, vestuário, filmes – vindo de todo o mundo com mais facilidade, a articulação entre uma cultura nacional e aquela vinda de outros países tornou-se mais intensa.

É possível identificar traços comportamentais presentes no cotidiano dos adolescentes que remetem ao estrangeiro, refletidos no modo de vestir-se, no hábito de utilizar um vocabulário repleto de gírias ou nos tópicos de conversas cotidianas.

Nosso país pode ser visto como uma grande colcha de retalhos. Cada recorte é uma porção de elementos estrangeiros, e todas se associam constituindo uma diversidade imensa que é o Brasil. Essa hibridização sofre dois olhares por parte dos países, um benéfico e outro maléfico. Como benefício, ela exerce um sentido de agregação de conhecimento (FREITAS, 2008). Porém, alguns países enxergam a entrada de costumes de fora como uma invasão, comprometendo sua identidade cultural nacional. (PATRIOTA, 2002)

A equipe encontra-se em uma fase de construção de identidade pessoal e cultural. Logo, fez-se nesta pesquisa um meio de analisar o processo enquanto ele acontece, buscando saber quais são os principais fatores que contribuem para a formação do jovem. Baseando-se nesta reflexão, reconheceu-se que a resposta poderia estar na influência que as culturas estrangeiras exercem sobre os jovens.

A partir de observações realizadas, da percepção de elementos estrangeiros na rotina dos jovens e informações coletadas em uma breve pesquisa pela internet, identificou-se as seguintes culturas estrangeiras que mais influenciam os jovens de Jaraguá do Sul: estadunidense, japonesa, inglesa contemporâneas e alemã folclórica.

## **5. REVISÃO BIBLIOGRÁFICA**

A cultura incorpora elementos como ferramentas, comunicação, meios de transporte, crenças, símbolos, normas e regras de convivência social. Os meios de comunicação têm grande importância, já que esses ajudam no processo de disseminação cultural (BRANDÃO; DUARTE, 2004).

Se levarmos em conta que há 20 anos atrás a internet não tinha grande abrangência, a hibridização de culturas ocorria em um tempo muito maior. Porém, hoje basta um *click* para que ela seja compartilhada com o mundo todo. Nota-se então

uma aceleração nesse processo, sempre destacando que assim como não existem pessoas inertes à cultura, não há uma cultura inferior ou superior a outra, todas são igualmente importantes (BRANDÃO; DUARTE, 2004).

Nem mesmo as tribos amazônicas teriam escapado das relações sociais com outros povos, ocorrendo assim – mesmo que de forma inconsciente - uma hibridização entre culturas. Se até mesmo os povos mais deslocados passaram por esse processo, seria equivocado pensarmos que a própria cultura não passou por este (GRUZINSKI, 2001).

A partir do século XX, com a industrialização, algumas empresas viram na cultura uma forma de gerar capital. Surgiu então a “cultura de massa”, que será abordada nesta pesquisa, pois a mesma se dá pela produção em larga escala de objetos, músicas, filmes etc. Essa grande produção torna os produtos de fácil acesso para as classes mais baixas, diferente do século XIV e XV, onde dizia-se haver apenas uma cultura, a cultura erudita, que por sua vez era destinada apenas para a burguesia (BRANDÃO; DUARTE, 2004).

### 5.1 Juventude, indústria cultural e cultura de massa

Ao longo dos séculos, o termo designado para o período intercessor da infância e da vida adulta recebeu diversos nomes e sofreu algumas mudanças. Nas ciências médicas, o termo puberdade reflete “à fase de transformações no corpo da criança, que se tornará um corpo adulto” (LAHORGUE, 2016, p. 36). O termo adolescência, conceituado pela pedagogia e psicologia, busca retratar “as alterações ocorridas na personalidade e no comportamento do sujeito quando em transição para a fase adulta da vida” (LAHORGUE, 2016, p. 36). A sociologia, por outro lado, compôs o conceito de juventude para abordar do “período interstício entre as funções sociais da infância e as funções sociais do homem adulto” (GROPPO *apud* LAHORGUE, 2016, p.36).

Dentro deste conceito, autores da sociologia apontam três definições a partir do termo ‘juventude’, estas sendo: a) pela concepção geracional, que apresenta a juventude como “uma construção social, diferenciando-se conforme o contexto histórico no qual se constitui, ao mesmo tempo em que a considera como um momento do ciclo de vida de todo indivíduo em relação à condição adulta” (LAHORGUE, 2016, p. 39); b) pela concepção moratória social, na qual a juventude é “reconhecida como um espaço de possibilidades aberto a alguns setores e limitado

a alguns períodos históricos” (LAHORGUE, 2016, p. 39) e c) como categoria social, na qual é considerada como “importante no desenvolvimento da sociedade moderna, para o entendimento de suas diversas características e, principalmente, de seu funcionamento” (LAHORGUE, 2016, p.39).

Utilizar a perspectiva de juventude como categoria social, é “remetê-la ao pertencimento a uma classe social, uma etnia, um gênero, uma raça, entre outros descritores que constituem os jovens” (GROPPO *apud* LAHORGUE, 2016, p. 39)

A partir desta ideia, é importante destacar que a juventude não é homogênea, ou seja, não é composta por um único modelo de jovem; é uma juventude diversificada, composta de vários elementos, identidades e jovens com contextos sócio-históricos diferentes. Essa diversidade remete ao termo *juventudes*, no plural, permitindo transmitir essa concepção de juventudes heterogêneas (ARAÚJO, BATISTA, *s.d*, p.3).

No final da década de 1950 e início da década de 1960, houve um grande aumento no índice de crescimento populacional global (GEWEHR, 2006). Vale ressaltar que esse aumento ocorreu após a revolução industrial, e como consequência dessa expansão populacional o número de jovens também expandiu.

Neste sentido, por representarem uma parcela significativa da população mundial e por serem considerados consumidores ativos em uma sociedade capitalista, a indústria cultural<sup>4</sup> encontrou nos jovens um novo método de lucrar, produzindo em larga escala milhares de produtos (gibis, filmes, livros, músicas etc) a serem consumidos.

Por meio dessa abordagem, a indústria cultural foi responsável, em grande parte, pela criação e propagação da cultura jovem. Esta, conhecida também como contracultura, é um movimento contrário a industrialização da cultura:

(...) foi somente a partir dos anos 60 que a juventude passou a apresentar críticas mais contundentes à sociedade moderna, não só negando os valores dessa sociedade, mas tentando criar e vivenciar um estilo de vida alternativo e coletivo, contra o consumismo, a industrialização indiscriminada, o preconceito racial, as guerras etc. (BRANDÃO; DUARTE, 2004, p.16)

E, mesmo sendo opostos à indústria cultural, é por meio desta que os movimentos jovens acabam se propagando pelo mundo:

---

<sup>4</sup> De acordo com Brandão e Duarte (2004, p.14) a indústria cultural consiste na industrialização de elementos da cultura erudita e popular.

Por um lado, introduzem temas e questões até então ignorados ou pouco discutidos pela maioria da sociedade. (...) Por outro lado, evidenciam o aspecto transformador da cultura jovem que, expressando uma visão crítica da realidade, acaba por modificá-la, mesmo estando submetida a um rígido processo de industrialização e comercialização. (BRANDÃO; DUARTE, 2004, p. 17)

A cultura de massa, diferentemente da cultura erudita ou da cultura popular, não tem como foco uma classe social, ela é transmitida em escala industrial. Atinge uma parcela significativa da população, desde a “burguesia” até as classes mais baixas economicamente. Porém, as classes mais altas – burguesia – se beneficiam da cultura de massa para geração de lucro com a sua comercialização, ou seja, por atingir grande parte da população economicamente ativa, a cultura de massa forma consumidores em potencial, gerando um grande acúmulo de produtos provenientes da indústria cultural, construindo assim uma sociedade de consumo (BRANDÃO; DUARTE, 2004).

## 5.2 Interação cultural

Segundo Laraia (1986), cultura<sup>5</sup> é dinâmica, ou seja, está sempre sofrendo modificações. A cultura dentro de uma sociedade pode sofrer dois tipos de mudanças, a interna, que acontece dentro da própria sociedade e leva mais tempo, e a externa, que resulta da interação com outra cultura, processo mais rápido (LARAIA, 1986).

Ao escutar-se o termo “cultura brasileira” não é estranho parar e ponderar sobre qual é, exatamente, a cultura brasileira. Devido à miscigenação presente no Brasil e à grande influência exercida sob o país pelas potências globais, essa distinção de o que é brasileiro e de o que é estrangeiro torna-se tênue. Com isso, afirmações como “somos um povo claramente híbrido<sup>6</sup>” (MOTTA; ALCADIPANI; BRESLER, 2001 *apud* RIBEIRO, 2001. p. 60), se fazem contundentes. As culturas hoje se encontram mescladas, dialogam entre si e, para muitos estudiosos, têm se tornado homogêneas (SOUSA, 2012).

Alguns estudiosos afirmam que essa hibridização seria maléfica, já que com ela a cultura nacional seria inferiorizada em razão das estrangeiras. Segundo

---

<sup>5</sup> Nesta pesquisa, entende-se cultura por “todo complexo que inclui conhecimentos, crenças, arte, moral, leis, costumes ou qualquer outra capacidade ou hábitos adquiridos pelo homem como membro de uma sociedade” (TYLOR, 1871, p. 1 *apud* LARAIA, 1986, p. 25).

<sup>6</sup> Híbrido: [...] 2. Fig. Que ou o que tem mistura de elementos diferentes; (Dicionário da Língua Portuguesa Evanildo Bechara, 2011)

Florêncio (2011), desde muito o Brasil tem uma dependência, em graus diferentes, dos países mais desenvolvidos, ou seja, países norte-americanos e parte da Europa. Um indício dessa afirmação é trazido quando Florêncio diz que a maior parte dos produtos consumidos no Brasil não são de origem brasileira e, para ele, isso criaria um ideal de que os produtos estrangeiros são melhores que os nacionais.

Não é possível adotar e participar de todos os costumes presentes de uma cultura local (LARAIA, 1986). Os jovens são um exemplo disto, pois estão passando por um período onde tendem a entrar mais em contato com culturas diferentes da sua própria, objetivando a construção de uma identidade pessoal 'única', 'singular'. Provavelmente nenhum brasileiro poderá se encaixar por completo nas características listadas como sendo índices de brasilidade, mas quase todos reconhecerão essas características como sendo tipicamente brasileiras (s.a, 2012):

Nenhum sistema de socialização é idealmente perfeito, em nenhuma sociedade são todos os indivíduos igualmente bem socializados, e ninguém é perfeitamente socializado. Um indivíduo não pode ser igualmente familiarizado com todos os aspectos de sua sociedade; pelo contrário, ele pode permanecer completamente ignorante a respeito de alguns aspectos. (Levy Jr., 1952 *apud* Laraia, 1986, p.82 )

### 5.3 A colonização de Jaraguá do Sul e a cultura germânica

Jaraguá do Sul está localizada na região Sul do Brasil, no nordeste catarinense. Em seu início, fazia parte das terras dotais doadas pela princesa Isabel do Conde d'Eu em 1864 e era conhecida como Estabelecimento Jaraguá. O processo de demarcação e de colonização teve como responsável o engenheiro Emílio Carlos Jourdan. Em 1876, após diversos problemas com a manutenção do Estabelecimento Jaraguá, Emílio abandonou o engenho e os colonizadores que eram em sua maioria alemães. Assim, os que aqui ficaram começaram a produzir para subsistência e gerar excedentes. Alguns colonos denominados "vendeiros" começaram a expandir seus territórios, o que alguns estudiosos como Soto, chamam de primeiro período de industrialização (LAHORGUE, 2016).

Com a vinda de mais imigrantes, algumas indústrias se instalaram, marcando o segundo período de industrialização e fortalecendo ainda mais a hegemonia germânica. Foi somente em 1943 que Jaraguá do Sul se elevou para o status de município, desvinculando-se de Joinville. Neste período o novo município já possuía cerca de 98 indústrias. A instalação da ferrovia, também ajudou a garantir uma maior

expansão. Neste sentido temos uma explicação do porque muitas vezes os colonos são tidos como “identidade” da cidade, já que, segundos as leituras, eles, e somente eles, elevaram a cidade ao status de destaque industrial (LAHORGUE, 2016).

Na cidade de Jaraguá do Sul, e no noroeste da Alemanha, acontece todos os anos a Schützenfest, ou Festa dos Atiradores. A Schützenfest é uma festa típica alemã organizada, em Jaraguá do Sul, pela Associação dos Clubes e Sociedades de Tiro do Vale do Itapocu, e apresenta um evento que dura cerca de dez dias, repleto de elementos da cultura alemã folclórica, como gastronomia, trajes típicos e música, além de competições de tiro. De acordo com a página oficial do evento no Facebook<sup>7</sup>:

a cultura é a essência do homem e não queremos que esta tradição seja esquecida. Portanto, anualmente realizamos esta grande festa não apenas com o objetivo de fortalecer nossos Clubes de Tiro porém, mais que tudo, como forma de manter viva entre nós esta tradição.

Além da Schützenfest, ocorre em Jaraguá do Sul e região encontros chamados de Stammtisch, ou “Festa dos Amigos”, que a princípio parece conter somente elementos da cultura alemã, mas que é possível conter também elementos de outras culturas presentes dentro de algo tomado como “típico evento alemão”.

[...] na medida em que há referência a um passado histórico, as tradições “inventadas” caracterizam-se por estabelecer com ele uma continuidade bastante artificial. Em poucas palavras, elas são reações a situações novas que ou assumem a forma de referência a situações anteriores, ou estabelecem seu próprio passado através da repetição quase que obrigatória. (HOBSBAWM; RANGER, 1984, p.10)

Portanto, as tradições germânicas presentes em Jaraguá do Sul e em outras cidades podem ser vistas, em parte, como tradições inventadas, por estabelecerem relação com o passado histórico e se tratar de um processo essencial para “formalização e ritualização caracterizado por referir-se ao passado, mesmo que apenas pela imposição da repetição” (HOBSBAWM; RANGER, 1984, p.13). Ou seja, os eventos como Schützenfest são efeitos de uma repetição anual feita pela população ao longo de gerações, assim como o Stammtisch.

#### 5.4 Culturas estrangeiras

---

<sup>7</sup>Disponível em: <https://www.facebook.com/OficialSchutzenfest/>

Voltando na história de Jaraguá do Sul, notamos que os elementos da cultura germânica mais presentes são a conhecida festa dos atiradores ou Schützenfest, e os aspectos arquitetônicos nas casas enxaimel. Outros aspectos, como o Stammtisch, são tidos como tradições inventadas, ou seja, não foram trazidos pelos imigrantes alemães.

Já no caso estadunidense, quando pensamos na potência capitalista, é corriqueiro imaginarmos um homem branco, de classe média e consumista. Isso, em partes, se deve ao fato de que em meados de 1920 o presidente Harry S. Truman iniciou seu plano para a criação de empregos de produção e capacidade aquisitiva. A ideia era alavancar a economia e intensificar o consumo da população estadunidense.

O estilo de vida americano se propagou para os demais países capitalistas, e, conseqüentemente, chegou até o Brasil, “esses países também se habituaram a beber coca-cola, a comprar e usufruir eletrodomésticos, além de empurrar seus carrinhos entre prateleiras dos supermercados” (BRANDÃO; DUARTE, 2004).

Esse fato garantiu a hegemonia dos Estados Unidos e tornou-se um dos principais elementos da influência americana no mundo (BRANDÃO; DUARTE, 2004).

Para Jelín *et al* (2000), um dos motivos para que ocorra a influência japonesa no Brasil seria o fato da indústria cinematográfica, bem como os *animes* - propagados pela cultura de massa - fugir do comumente apresentado pelo cinema estadunidense e inglês, apresentando assim uma linguagem página (JELÍN, et al, 2000). Os eventos de cosplay também surgiram se baseado em personagens de animes e posteriormente foram incorporados pelas demais culturas. Hoje existem cosplays de pessoas como John Lennon, integrante do popularmente conhecido grupo britânico Beatles.

Os Beatles, assim como os Rolling Stones, fizeram parte do movimento do rock britânico, e este surgiu como uma releitura do blues americano. Em meados de 1950, os britânicos enfrentaram a censura imposta pela estatal BBC, o rock n’ roll difundido nos Estados Unidos não tinha grande visibilidade, não alcançando a maior parte da população, surgiu então o rock britânico. Indo de Beatles até nomes menos conhecidos (The Doors, The Velvet Underground etc), a indústria cultural utilizou

essas bandas como ferramentas para criar novos bens de consumo (BRANDÃO; DUARTE, 2004).

## 6. METODOLOGIA

Assim como proposto, o grupo se apropriou de uma metodologia mais dinâmica e aberta, utilizando somente de métodos qualitativos. Para muitos objetos de pesquisa - talvez ainda mais intensamente nas ciências humanas e sociais - os métodos quantitativos são débeis em termos de validade interna - nem sempre sabemos se medem o que pretendem medir (SERAPIONI, 2000).

A pesquisa qualitativa não se preocupa com representatividade numérica, mas, sim, com o aprofundamento da compreensão de um grupo social, de uma organização, etc. Os pesquisadores que adotam a abordagem qualitativa opõem-se ao pressuposto que defende um modelo único de pesquisa para todas as ciências, já que as ciências sociais têm sua especificidade, o que pressupõe uma metodologia própria (GERHARDT, SILVEIRA, 2009, p. 31).

Para analisarmos as influências que as culturas estrangeiras exercem nos jovens, o grupo partiu de quatro frentes relacionadas à cultura: o cinema no Brasil, o grupo focal aplicado no IFSC - JAR, as observações de vitrines do comércio de produtos culturais e a análise do evento de cosplay ambientado no Campus IFSC - JAR.

As frentes cinema e observações no comércio de Jaraguá do Sul foram uma forma de verificarmos como a influência das culturas estrangeiras está presente no modo de vestir, pensar e agir no meio social; averiguar se o consumo de produtos culturais estrangeiros é maior do que o consumo de produtos culturais nacionais; e apurar se o consumo de produtos culturais estrangeiros pelos jovens é impulsionado pela indústria cultural ou não.

A vivência dessas situações pode proporcionar maiores angústias no pesquisador, comparativamente às outras metodologias de pesquisa, uma vez que a interação face a face continuada acarreta, em tese, maiores dificuldades e obstáculos comportamentais a serem transpostos. (SERVA, JÚNIOR, 1995, p. 69)

Inicialmente, a proposta era analisar os filmes exibidos no cinema Arcoplex de Jaraguá do Sul, contudo, não foi possível obter os dados de bilheteria do cinema da cidade, por isso houve uma mudança na metodologia. Ao invés de ser feita a análise

do cinema da cidade de Jaraguá do Sul, foi feita a análise do cinema do Brasil, com os dados fornecidos pela ANCINE.

As observações do comércio na cidade de Jaraguá do Sul foram realizadas ao longo do semestre nas seguintes lojas: Renner, Riachuelo, Locomotivos, Container Rock Wear, Havan, Grafipel, Ooba Presentes, Uva e Verde, Sebus e Barbara Presentes. Essas lojas foram escolhidas por terem uma grande demanda de artigo voltado para jovens. As observações tinham como objetivo analisar como a cultura nacional e as estrangeiras estão presentes nas roupas, na leitura, no modo de pensar e agir no meio social, e se essas indústrias direcionam seus produtos mais para uma certa cultura.

A escolha do grupo focal se deu por esse permitir uma melhor experiência de observação, assim como uma compreensão mais abrangente, já que o grupo esteve em contato direto com o objeto de pesquisa. Essa técnica pode ainda se caracterizar como um recurso para compreender o processo de construção das percepções, atitudes e representações sociais de grupos humanos (Veiga & Gondim, 2001 *apud* Gondim, 2003, p.151). Os grupos focais “são grupos de discussão que dialogam sobre um tema em particular, ao receberem estímulos apropriados para o debate” (RESSEL, 2008, p.780). No caso da presente pesquisa, o grupo focal foi utilizado para avaliar a percepção dos alunos quanto às culturas que os influenciam, e ajudar na validação de uma das hipóteses propostas - preferência por culturas estrangeiras.

O grupo focal foi escolhido para que analisar de forma mais clara as impressões que poderiam acontecer por parte dos estudantes, o que seria mais difícil ao optar por uma metodologia quantitativa, como um questionário. O grupo focal também possibilita que se tenha a abordagem de outros temas que não os levados inicialmente, como o que aconteceu com a turma em um determinado momento onde uma das estudantes afirmou não sofrer influência da cultura, o que gerou uma discussão por parte do grupo.

Para Kitinger (2000), o grupo focal é uma forma de entrevistas com grupos, baseada na comunicação e na interação. Seu principal objetivo é reunir informações detalhadas sobre um tópico específico (sugerido por um pesquisador, coordenador ou moderador do grupo) a partir de um grupo de participantes selecionados. Ele busca colher informações que possam proporcionar a compreensão de percepções, crenças, atitudes sobre um tema, produto ou serviços.(TRAD, 2009)

Para que o grupo focal fosse preparado, foi utilizada uma apresentação de slides. A apresentação contou com um total de 39 imagens - 10 imagens de filmes, onde 5 eram brasileiras. 10 de séries, onde 5 eram brasileiras. 13 de celebridades, onde 6 eram brasileiras. 6 de animações, onde 3 eram brasileiras - em que a proporção foi de para cada uma imagem da cultura nacional, uma imagem da cultura estrangeira.

Ao entrar na sala da turma da 3ª fase do curso Técnico em Química modalidade Integrado, onde foi aplicado o grupo focal, foi realizada uma breve explicação a respeito do tema e em seguida passadas algumas orientações, como a de não trocar respostas.

O cosplay foi uma alternativa semelhante à do grupo focal, com a diferença de que os participantes do evento não sabiam que estavam sendo avaliados de forma direta. A ideia surgiu já que, geralmente, esses eventos contam com um bom número de participantes com fantasias diferentes, o que forneceria um apontamento sobre quantas pessoas optaram por fantasias relacionadas ao Brasil e quantas optaram por referências estrangeiras.

A observação participante refere-se, portanto, a uma situação de pesquisa onde observador e observados encontram-se numa relação face a face, e onde o processo da coleta de dados se dá no próprio ambiente natural de vida dos observados, que passam a ser vistos não mais como objetos de pesquisa, mas como sujeitos que interagem em um dado projeto de estudos (SERVA E JÚNIOR, 1995, p. 69)

Ao longo do evento, duas pesquisadoras ficaram encarregadas de questionar os participantes quanto ao porquê da escolha de suas fantasias. Houveram relatos como “este foi um importante personagem da década de 90”, ou ainda, “porque Harry Potter é Harry Potter”. Todos os comentários coletados foram importantes para as análises, além das fotos tiradas ao longo do evento.

Após a aplicação das metodologias propostas, obtemos como resultado uma resposta muito positiva, o que qualifica esse tipo de metodologia. Pode-se dizer que foi possível avaliar a existência dessas influências e como elas se dão nos jovens.

## **7. RESULTADOS E DISCUSSÃO**

Durante a elaboração da pesquisa, foi atingido o consenso de que o trabalho a ser realizado representaria apenas um recorte baseado na realidade, vivências e

impressões do grupo, que apontou as culturas estrangeiras que pareciam ser mais evidentes em seu cotidiano, sempre salientando que, caso outra cultura aparecesse com destaque, a mesma seria adicionada ao trabalho, pois existe uma concordância sobre o fato de que existem várias juventudes, logo, é correto afirmar que existem diversas culturas que influenciam diferentes jovens, pois a juventude não se forma apenas por um modelo desses. Essas diferenças de elementos, identidades e contextos sócio-históricos leva-nos a pensar a respeito da pluralidade do termo juventude, adequando-o para juventudes (ARAÚJO; BATISTA, s.d, p.3). Por essa razão, o presente trabalho tratou das culturas estadunidense, inglesa, alemã folclórica e japonesa, pois entende-se que estas geram grande influência nos jovens de Jaraguá do Sul.

As análises feitas durante a pesquisa foram baseadas nos bens culturais de consumo - indústria cultural -, o que surgiu de discussões a respeito de influência cultural estrangeira nos jovens. Durante a discussão, foi apontado que realizar um recorte seria mais viável do que analisar todas as culturas e meios que influenciam todos os jovens da cidade. Portanto, é importante deixar claro que resultados não representam 100% dos jovens de Jaraguá do Sul, e sim uma pequena parcela destes.

## 7.1 Cinema no Brasil

A presença estrangeira no cinema brasileiro tem sua primeira aparição no final do século XIX, com a importação do “Omniographo<sup>8</sup>”, bem como na exibição e produção dos filmes locais:

O quadro técnico, artístico e comercial do nascente cinema era constituído de estrangeiros. (...) No terreno mais propriamente artístico, os encenadores e intérpretes provinham de elencos dramáticos em tournée sul-americana ou de grupos aqui radicados onde predominava o elemento estrangeiro. (GOMES *apud* Campos, 2004)

Contudo, ao passar dos anos, essa participação estrangeira no audiovisual nacional intensifica-se, especialmente a partir da Primeira Guerra Mundial, já que “houve uma expansão do cinema norte-americano em termos de mercado mundial, dada a crise enfrentada pelos países europeus em guerra.” (CAMPOS, 2004). Não

---

<sup>8</sup> Trata-se de um aparelho que projetava sobre uma tela colocada ao fundo de uma sala diversos espetáculos e cenas animadas, por meio de uma série enorme de fotografias. (adaptado de CAMPOS, s.p, 2004)

bastasse essa expansão, a indústria cinematográfica norte-americana - através de produção e publicidade maciça - firma de vez sua participação no mercado cinematográfico com as chamadas revistas especializadas, que “além de ovacionar as produções, criavam todo um ar mitológico ao redor dos atores e atrizes do ‘star system hollywoodiano’.” (CAMPOS, 2004)

Em território nacional, essa ocupação dá-se pela instalação de diversas distribuidoras americanas, o que elimina a necessidade da compra de filmes para a então locação destes. É a partir dessa possibilidade de locação que o setor de exibição deixa de lado o seu interesse na participação na produção de filmes nacionais, que eram mais economicamente viáveis à compra de filmes estrangeiros (CAMPOS, 2004).

Sendo assim, apesar do movimento da pornochanchada<sup>9</sup> (década de 1960 até início da década de 1980), que faz a produção de filmes nacionais tornar-se relativamente alta se comparada à dos anos anteriores, por volta da década de 1975 e 1980, o cinema brasileiro começa a perder espaço para os filmes estrangeiros novamente, tanto na produção de filmes, quanto na projeção destes nas salas de cinema (TAVARES, *et al.*, 2011).

Entretanto, a partir da década de 1990, devido à elaboração de políticas que encorajam a produção cinematográfica através de incentivos fiscais<sup>10</sup>, tais como a Lei do Audiovisual, de 1993, e a Lei Rouanet, de 1991, o número de filmes brasileiros produzidos e lançados apresenta crescimento, como exposto no Gráfico 1<sup>11</sup>:

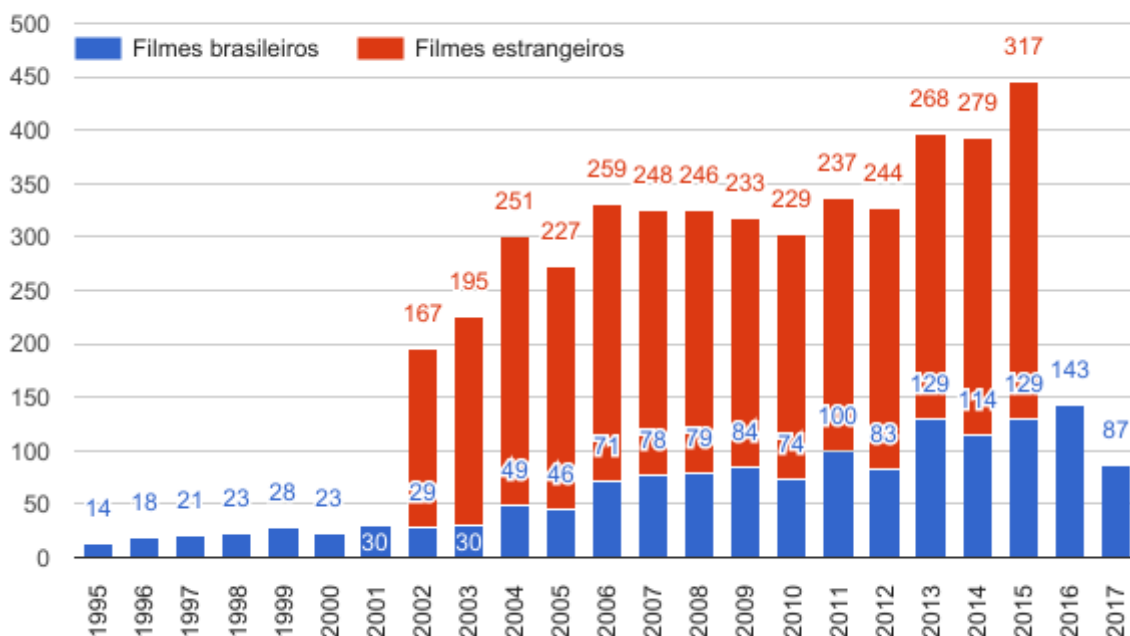
---

<sup>9</sup> “comédias eróticas recheadas de cenas simuladas de sexo, gênero que dominou o circuito comercial do cinema brasileiro durante a década de 1970” (NASCIMENTO, 2013)

<sup>10</sup> “Situa-se no campo da extrafiscalidade e implica redução da receita pública de natureza compulsória ou a supressão de sua exigibilidade. É um instrumento do dirigismo econômico; visa desenvolver economicamente determinada região ou certo setor de atividade.” (HARADA, 2011)

<sup>11</sup> Os lançamentos de filmes estrangeiros no Brasil nos anos de 1995, 1996, 1997, 1998, 1999, 2000, 2001, 2016 e 2017 não foram compilados pela ANCINE, conseqüentemente, eles estão ausentes no gráfico produzido pelo grupo.

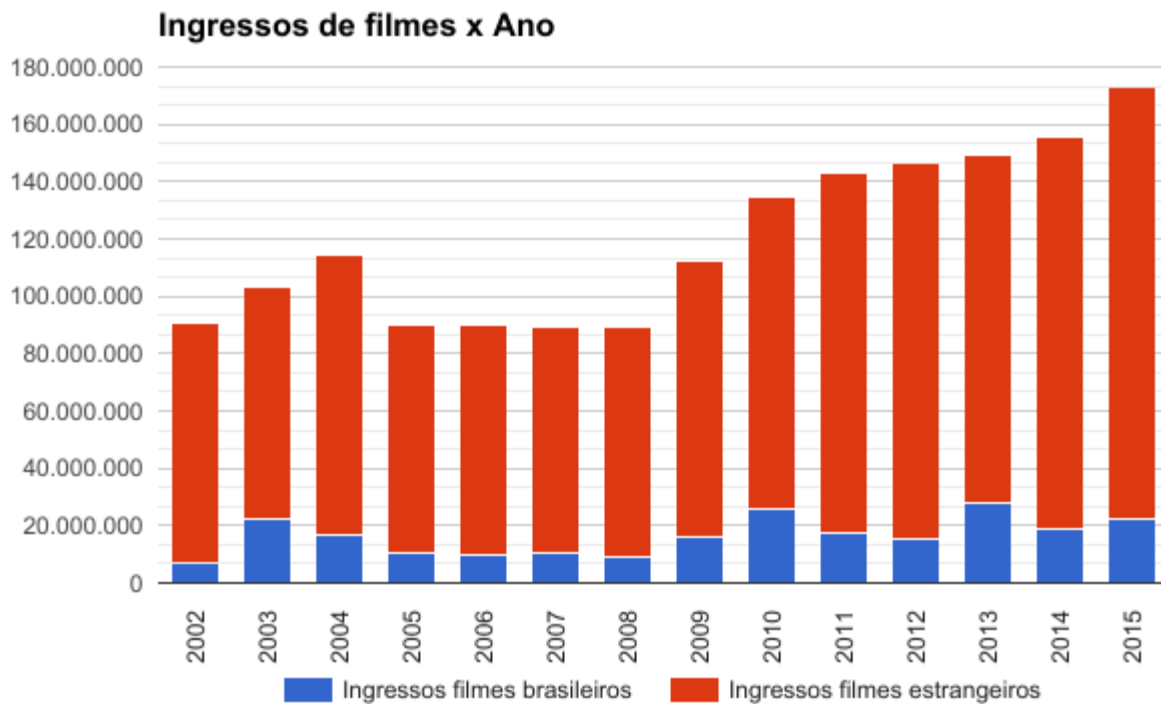
### Lançamentos brasileiros e estrangeiros (1995-2017)



**Gráfico 1** - Filmes brasileiros e estrangeiros lançados no período de 1995 até abril de 2017.  
Fonte: Produção própria com dados obtidos da Agência Nacional do Cinema (ANCINE).

Ao analisar o Gráfico 1, que demonstra o crescimento de lançamentos de filmes na indústria cinematográfica brasileira durante os anos, percebe-se que há uma grande diferença de lançamento de filmes estrangeiros em solo nacional: no período de 2002 à 2015, 13 anos, os filmes brasileiros lançados correspondem somente a 24,4% do total de filmes lançados, enquanto os 75,6% restantes pertencem aos filmes estrangeiros.

Essa discrepância pode ser resultado de uma série de fatores, dentre estes destaca-se a competição dos filmes nacionais com os filmes estrangeiros independentemente do gênero, o que resulta na situação exposta no Gráfico 2, na qual o número de ingressos vendidos para os filmes estrangeiros é extremamente maior do que o número de ingressos vendidos para os filmes brasileiros:



**Gráfico 2** - Ingressos vendidos de filmes brasileiros e estrangeiros  
 Fonte: produção própria com dados fornecidos pela ANCINE.

Partindo então do Gráfico 1 e 2, juntamente com a informação levantada de que os jovens compõem um quarto da população brasileira e, conseqüentemente, compõem parte dos dados exibidos nos gráficos, supõe-se que estes tenham uma preferência aos filmes estrangeiros do que aos filmes brasileiros (CNTTL, 2014).

Entretanto, é importante ressaltar que os dados liberados pela ANCINE não são divididos em faixa etária, região, renda, etc., e sim são dados do Brasil inteiro, ou seja, não há como afirmar sem sombra de dúvida que o jovem brasileiro prefere filmes estrangeiros aos brasileiros. Além disso, também é importante salientar a diferença entre lançamentos de filmes nacionais e filmes estrangeiros ao longo dos anos - como exposta no gráfico 1 -, bem como a divulgação e publicidade de ambos, fator esse que exerce grande influência na escolha do consumidor.

## 7.2 Grupo Focal

No dia 12 de maio de 2017, foi realizado um grupo focal na 3ª fase 2017/1 do curso Técnico em Química modalidade Integrado. A turma logo teria como tema da unidade curricular de Sociologia a ideia de Cultura, e o método de pesquisa foi aplicado antes de um aprofundamento no assunto por parte dos mesmos. O grupo focal abriu espaço para a obtenção de dados juntamente com uma discussão dos

alunos a respeito das influências das várias culturas em suas identidades culturais, o que proporcionou diferentes pontos de vista a respeito do tema.

Inicialmente, as pesquisadoras pediram para que os alunos tivessem uma folha em mãos, onde deveriam responder as perguntas previamente apresentadas - se conheciam a imagem, se essa era estrangeira ou nacional e por que meio de comunicação eles conheceram - Instruiu-se aos alunos para que não trocassem respostas entre si, salientando a importância das respostas individuais; após essa breve introdução, iniciou-se a apresentação de imagens com auxílio de slides<sup>12</sup>. Para uma melhor avaliação, o grupo se dispôs na sala da seguinte maneira: três integrantes ficaram de frente para a sala - duas mediando o grupo de alunos e uma fazendo observações mais pontuais - e a quarta integrante ficou posicionada no interior da sala, a fim de observar os grupos que se encontravam mais afastados.

Ao analisar os resultados, notou-se que das 18 imagens contendo celebridades, filmes, séries, músicas e animações nacionais, foram reconhecidas pela maioria apenas 6, todas mais antigas - ou seja, todas foram veiculadas há mais de 3 anos - outra semelhança foi que as 6 imagens foram transmitidas por uma grande rede de televisão nacional, essas identificadas como “A Grande Família”, “Até Que a Sorte Nos Separe”, “Turma da Mônica”, “Toma Lá Dá Cá”, e celebridades como Roberto Carlos, Chico Buarque, Gonzaga, Djavan e a dupla Sandy e Junior. Salvo algumas exceções, como a série “Verdades Secretas”<sup>13</sup> transmitida em 2015 e o filme “Hoje Eu Quero Voltar Sozinho” de 2014, que teve menor representatividade na mídia, todas as outras foram transmitidas pela Rede Globo, no período que vai de 1976 até 2014. As celebridades também já estiveram presentes em musicais ou filmes produzidos pela emissora de televisão.

Uma observação que atraiu atenção foi que uma grande parcela da turma reconheceu a figura do álbum Aladdin Sane do cantor inglês David Bowie, porém, quando mostrado sem a caracterização, nenhum dos estudantes associou tal imagem ao artista. Isso demonstra que a mídia, de forma geral, nos influencia, ou seja, a mídia possui “ingredientes que fazem parte do processo de hipnose e sedação produzidas pelas imagens” (CAMPOS, s.d., p.7 *apud* Apostólico 2006, p.12)

---

<sup>12</sup> As imagens foram escolhidas levando-se em conta as culturas analisadas pelo grupo - estadunidense, japonesa, inglesa e alemã folclórica - bem como as manifestações destas em músicas, filmes, séries, animações ou personalidades famosas - ao todo foram apresentadas 39 imagens.

<sup>13</sup> Telenovela transmitida pela emissora Rede Globo no período de junho de 2015 até setembro do mesmo ano, contando com 64 episódios.



**Figura 01:** David Bowie com e sem caracterização respectivamente.  
Fonte: <http://news.myway.pt/cinemateca-de-lisboa-dedida-julho-a-david-bowie/30900>

Filmes brasileiros mais conceituados e premiados mundialmente, como “Que Horas Ela Volta”, não foram reconhecidos, e a maioria só apontou como brasileiro porque reconheceram a atriz presente na imagem (Regina Casé).

Com o desenvolver do trabalho notou-se que havia uma presença mais efetiva da cultura alemã folclórica em relação a contemporânea, a fim de corroborar essa afirmação. Foi apresentada uma imagem de uma banda tradicional alemã - Harthauser Musi - e uma banda alemã contemporânea - Rammstein - além de um filme alemão “A Espiã<sup>14</sup>”. Quando mostrada a imagem com a banda tradicional, os estudantes reconheceram e fizeram comentários como “isso é dá Schützenfest” ou “deve ser uma banda de Schroeder”, porém, quando a banda Rammstein e o filme surgiram, nenhum estudante reconheceu as imagens; depois de revelado que a banda e o filme eram alemães, houve grande surpresa por parte da turma.

Após a apresentação, foi cedido um espaço para revelar no que cada imagem consistia (quem ou o que era e de qual cultura). Muitos alunos ficaram surpresos, tanto por descobrirem que algumas imagens que achavam ser estrangeiras eram na verdade brasileiras - o que ocorreu com a série 3% e o filme Faroeste Caboclo -, tanto por descobrirem o contrário: imagens que reconheciam como brasileiras serem estrangeiras - como foi o caso da animação Luluzinha, que na realidade é uma

---

<sup>14</sup> Também conhecido como Zwartboek, o filme teve seu lançamento em 11 de setembro de 2008 nos Estados Unidos e conta com o diretor Paul Verhoeven.

produção estadunidense. Ainda tiveram comentários como “Quem não conhece?”, e “Bandas brasileiras estão todas iguais, é só Ctrl C + Ctrl V” se referindo às bandas The Beatles e Charlie Brown Jr. respectivamente.



**Figura 02:** Desenvolvimento do grupo focal na 3ª fase 2017/1  
Fonte: registradas pelo grupo.

Posteriormente, um pequeno debate com as seguintes questões foi aberto: A partir das imagens e das suas reações, você diria ter preferência pela cultura brasileira ou pelas culturas estrangeiras?; Do seu ponto de vista, você consome mais produtos culturais brasileiros ou estrangeiros?; Esses elementos chegam a você por quais meios de comunicação?; Você diria que esses elementos culturais influenciam no seu modo de agir, vestir, pensar, falar, etc? Se sim, como?

Na primeira pergunta, a sala ficou dividida. Metade da turma respondeu que tem preferência pela cultura brasileira e outra metade pelas culturas estrangeiras, mas já na pergunta seguinte a resposta foi um pouco mais unânime, onde maior parte da turma relatou consumir mais produtos culturais estrangeiros do que os produtos culturais brasileiros. O principal meio de comunicação apontado foram as redes sociais, e família não foi reconhecida como fonte de informação sobre o assunto.

O primeiro comentário a respeito da última pergunta foi feito por uma estudante que disse não se sentir influenciada pela cultura, ou ainda, pelos produtos culturais. Tal afirmação causou espanto à parte dos alunos, que logo iniciaram um debate sobre o tema. Muitos tentaram demonstrar à estudante que a cultura está em todo lugar e passa por mudanças o tempo todo, logo, a afirmação mais sensata seria a de que,

mesmo não notando sua influência, a mesma ocorre. Um trecho do livro “Cultura - Um Conceito Antropológico” escrito por Roque Laraia enfatiza essa ideia:

O cidadão norte-americano desperta num leito construído segundo padrão originário do Oriente Próximo, mas modificado na Europa Setentrional, antes de ser transmitido à América. Sai debaixo de cobertas feitas de algodão cuja planta se tornou doméstica na Índia; ou de linho ou de lã de carneiro, um e outro domesticados no Oriente Próximo; ou de seda, cujo emprego foi descoberto na China. [...] Ao levantar da cama faz uso dos “mocassins” que foram inventados pelos índios das florestas do Leste dos Estados Unidos [...] Antes de ir tomar o seu breakfast, ele olha a rua através da vidraça feita de vidro inventado no Egito; e, se estiver chovendo, calça galochas de borracha descoberta pelos índios da América Central e toma um guarda-chuva inventado no sudoeste da Ásia. De caminho para o breakfast, pára para comprar um jornal, pagando-o com moedas, invenção da Líbia antiga [...]. (LINTON *apud* LARAIA, 1986, p.106)

Nota-se nesse trecho que muitas vezes, mesmo não percebendo, somos expostos a elementos de outras culturas. Ainda durante o debate surgiu uma inquietação quando um dos alunos citou que principal fonte de influência brasileira é o rap, porém o rap não tem origem no Brasil. *Rhythm and poetry*, ou apenas, rap, é um gênero musical que surgiu no Bronx, distrito de Nova Iorque, Estado Unidos (LOUREIRO, 2000, p. 236), mesmo que este seja muito difundido como um gênero nacional pelo senso comum. Além disso, foi exemplificado que a cultura estrangeira está tão intrínseca com a cultura nacional que até mesmo palavras estrangeiras, como *performing*, *cheeseburger*, *beef*, *bikini*, *cowboy*, *delete*, *dollar*, *yankee*<sup>15</sup>, e muitas outras, foram incorporadas ao linguajar brasileiro (BORGES, 2013).

Surgiram ainda outras colocações, como a feita por um estudante, que afirmou que “Tudo o que a gente consome nos influencia na forma que a gente é [...], jeito de pensar, agir, falar, tudo influencia a gente”, e a de outra estudante, que diz “Acho que influencia mais na forma de pensar comigo, eu assisti uma série e tinham coisas que eu não tinha pensado sobre ainda e a série me fez pensar de outra forma, me fez refletir sobre aquilo [...]”, respostas referentes à última pergunta.

Ainda durante a discussão, foi levantada uma questão sobre a indústria cultural e como ela influencia nos produtos consumidos por nós: como exemplo, foi utilizada a foto clássica da banda The Beatles (figura 03), onde os integrantes atravessam uma faixa de pedestres e, mesmo com nenhuma indicação que referenciava a banda, todos os estudantes conseguiram identificá-la. Essa imagem proporcionou uma discussão sobre como são transmitidos os produtos culturais que chegam a eles.

---

<sup>15</sup> Traduzido, respectivamente, como: performar, x-burger, bife, biquíni, caubói, deletar, dólar, lanque.



**Figura 03:** The Beatles  
Fonte: <http://www.popmatters.com>

Todos os dados coletados no grupo focal comprovam que uma metodologia com uma proposta mais aberta - dando aos indivíduos que participam do estudo tempo e espaço para discussão - pode ser melhor tratando-se de temas sociológicos que possuem uma temática mais abrangente, sem o uso de conceitos rígidos ou leis universais.

### 7.3 Observações no comércio de Jaraguá do Sul

É possível identificar traços comportamentais presentes no cotidiano dos adolescentes que remetem ao estrangeiro, refletidos no modo de vestir-se, no hábito de utilizar um vocabulário repleto de gírias ou nos tópicos de conversas cotidianas. Assim, como proposto na pesquisa, foram realizadas observações no comércio, pelo método da etnografia, na cidade de Jaraguá do Sul nas seguintes lojas: Renner, Riachuelo, Locomotivos, Container Rock Wear, Havan, Grafipel, Ooba Presentes Criativos, Uva Verde, Livraria Sebus e Barbara Presentes<sup>16</sup>, com a finalidade de averiguar as seguintes hipóteses:

- As culturas estrangeiras inspiram os jovens no modo de agir, se vestir, pensar e se comportar no meio social;
- Os jovens consomem mais produtos culturais (livros, músicas, séries de televisão, filmes, arte etc) estrangeiros do que nacionais;
- O consumo de produtos estrangeiros pelos jovens é impulsionado pela indústria cultural.

---

<sup>16</sup> As lojas Renner, Riachuelo, Havan e Barbara Presentes localizam-se na Av. Getúlio Vargas; as lojas Locomotivos e Grafipel localizam-se na R. Quintino Bocaiúva; as lojas Container Rock Wear e Uva Verde localizam-se na R. Reinoldo Rau; e as lojas Ooba Presentes Criativos e Livraria Sebus localizam-se na Av. Mal. Deodoro da Fonseca.

No método de etnografia, segundo Kottak (2013, p.71), o observador tem de dar importância a centenas de detalhes da vida cotidiana, eventos sazonais e acontecimentos inusitados. A etnografia caracteriza-se como:

[...] participação pública ou secreta do etnógrafo na vida cotidiana das pessoas por um período prolongado de tempo, observando o que acontece, escutando o que é dito, fazendo perguntas - na verdade, coletando qualquer dado que esteja disponível para esclarecer as questões às quais ele se ocupa. (HAMMERSLEY et. al, 1995, p.1 *apud* FLICK, 2009, p. 214)

As observações foram realizadas entre os dias 27 de abril e 10 de maio de 2017, visando observar e fotografar produtos culturais nacionais e estrangeiros expostos no comércio do consumo popular dos jovens.

Durante o período de execução da pesquisa ocorreram três datas comemorativas em Jaraguá do Sul, que transpareceram nas vitrines do comércio: o Carnaval - dia 28 de janeiro, a Páscoa - 16 de abril e o Dia das Mães - 14 de maio. Não foram realizadas observações nessas datas para evitar a influência de comemorações que não tinham como público alvo os jovens.

Entre os produtos encontrados no comércio, alguns tiveram destaque, aparecendo inúmeras vezes em lugares diferentes. Dentre os destaques estão: produtos temáticos dos filmes de Star Wars, como roupas, chaveiros, bonés, *action figures*<sup>17</sup> e até mesmo roupas íntimas; produtos relacionados à Marvel e DC, como camisetas, chaveiros, porta-copos, mochilas e *action figures*; bandeiras de países, especificamente EUA e Reino Unido (Figura 04); elementos que remetem aos Estados Unidos, como a figura da rodovia “U.S. Route 66”, à Inglaterra, com as icônicas cabines telefônicas inglesas e xícaras que fazem referência ao tradicional “chá inglês”, e à França, com aparições de réplicas da Torre Eiffel; e a presença muito forte de bandas de rock estrangeiras, como Nirvana, AC/DC, Slipknot, Metallica, The Beatles, Slayer, Kiss, Ramones e Rolling Stones, em forma de camisetas, relógios, porta-copos, chaveiros, máscaras, estojos, mochilas, cinzeiros, e *action figures*. Em relação à cultura japonesa, as únicas referências foram produtos temáticos de Pokémon, como chaveiros, almofadas e brinquedos.

---

<sup>17</sup> *Action figure*: boneco com uma capacidade de articulação nos membros que permite alterar as posições de ação.



**Figura 04** - Objeto de decoração com a bandeira do Reino Unido.  
Fonte: registro do grupo.

Foi possível notar a aparição de elementos culturais latino-americanos, como bonecos, quadros, aventais e chaveiros de El Chavo del Ocho (Chaves, no Brasil) e El Chapulín Colorado (Chapolin Colorado, no Brasil) (Figura 05), porém em menor proporção do que o restante dos produtos observados.



**Figura 05:** Bonecos de El Chavo del Ocho e Avental de El Chapulín Colorado  
Fonte: Observações do Comércio feitas pelo grupo

Durante a análise foi observada a escassez de elementos culturais nacionais, que foram detectados apenas três vezes em todas as observações: em um suporte para copos da Eisenbahn<sup>18</sup>, na presença de apenas um filme brasileiro entre cerca

<sup>18</sup> A Eisenbahn é uma marca que nasceu, em 2002, dá vontade de trazer para o Brasil a variedade e a qualidade de cervejas fabricadas na Europa há mais de 100 anos (WBeer, 2017).



desejassem, transformando-se em super-heróis, personagens de desenhos, filmes, séries, livros, animes ou celebridades.

O cosplay foi criado no Japão por volta de 1980, tornando-se muito popular entre os jovens. Os cosplayers se vestem e atuam conforme as personagens de mangás - histórias em quadrinhos impressas em papel jornal em preto e branco (NUNES, 2012). No Brasil, os eventos de cosplay chegaram dez anos depois, e atualmente os participantes têm em múltiplas personagens midiáticas fontes para montagem de seus trajes: das personagens de animês aos ícones da música pop ou do universo editorial (NUNES, 2012).

A realização do concurso surgiu como uma forma de analisar os jovens com base em algumas das hipóteses levantadas, observando nas fantasias se haveria uma preferência de determinadas culturas em relação a outras. O evento foi realizado nos intervalos dos turnos matutino e vespertino de uma quinta-feira e propôs também uma premiação para a “melhor fantasia” em ambos os períodos, com o intuito de atrair mais participantes. As escolhas foram realizadas por três professores do curso de técnico em Química, convidados previamente a compor o júri. O objetivo real do concurso não foi divulgado para que as escolhas das fantasias não sofressem nenhuma influência proveniente do tema.

O tema central da pesquisa abre espaço para diferentes métodos de análise, e assim como o método de grupo focal utiliza da interação de um grupo gerando dados e *insights* que não seriam facilmente obtidos de outra maneira (FLICK, 2007), promover um evento onde os jovens podem expressar seus gostos através do ato de fantasiar-se proporciona impressões mais verdadeiras do que aquelas que, se obtidas com questionários, muitas vezes fornecem respostas superficiais:

Pensar a cena cosplay com base nestes fundamentos significa conhecer os deslocamentos midiáticos que garantem a transmissão dos textos, códigos e signos de uma velha cultura, nas palavras de Lotman, para uma cultura mais jovem, aqui representada pela a cena cosplay. (NUNES, 2014, p. 229)

Inicialmente, foram observadas as fantasias, e em alguns casos, questionadas as suas escolhas, como a do aluno do curso Técnico em Química Vinícios Buzzi (Blade), que, quando questionado, afirmou que a escolha de sua fantasia teve ligação com a falta de personagens negros na indústria de super-heróis e nas histórias em geral, além de que o Blade (caçador de vampiros, herói da Marvel Comics), segundo ele, foi um importante personagem da década de 90 (1990).



**Figura 07:** Estudante fantasiado de Blade  
Fonte: foto tirada durante o evento.

Foi buscado ao máximo não interferir ou mesmo inibir os participantes, e por tal motivo os questionamentos foram pontuais, com perguntas de fácil resposta: “Por que você optou por essa fantasia?” ou “Como você conheceu esse personagem?”.

O que mais ganhou destaque foi o fato de que, no período matutino, nenhuma das fantasias escolhidas foi de origem brasileira, a grande maioria optou por fantasias de personagens estadunidenses, como Mortícia Addams e Wandinha Addams (Família Addams, seriado estadunidense), Arizona Robbins e Meredith Grey (Grey’s Anatomy, seriado estadunidense), Blade e X-23 (personagens da Marvel Comics, empresa editorial de quadrinhos estadunidense), Zorro (personagem fictício, criado pelo americano Johnston McCulley), Mulher-Gato (DC Comics, empresa de quadrinhos estadunidense), Marilyn Monroe (atriz e modelo norte-americana) e Doug (personagem da série de TV animada norte-americana). Única referência britânica, o personagem Harry Potter também apareceu dentre as fantasias do período matutino.



**Figura 08:** da esquerda para a direita: Harry Potter, X-23 e Zorro  
Fonte: fotos tiradas durante o evento.

No período vespertino, além das fantasias já vistas pela manhã (por ser um dia de aula integral), houveram referências a personagens da América Latina: Chiquinha, do seriado mexicano “El Chavo del Ocho”/Chaves e a grávida de Taubaté, única referência brasileira no concurso. O caso da grávida de Taubaté ficou muito conhecido em 2011, quando Maria Verônica noticiou sua suposta gravidez de quadrigêmeas, sendo comprovada a farsa algumas semanas após o anúncio, através a um exame falso apresentado pela mesma e veiculado pela mídia da época. Surgiram também outras referências estadunidenses, com os personagens Carl Grimes (The Walking Dead, seriado de televisão) e Elsa (Frozen, animação da Disney). Houve um único personagem japonês, Son Goku (Dragon Ball Z, anime japonês), uma referência britânica, Rainha de Copas (Alice no País das Maravilhas) e uma referência francesa, Amélie (O Fabuloso Destino de Amélie Poulain, filme francês).



**Figura 9:** da esquerda para a direita: Chiquinha, Grávida de Taubaté e Goku.  
Fonte: fotos tiradas durante o evento.

Com exceção de um dos jurados, que fantasiou-se de Goku, não houveram outros elementos da cultura japonesa no evento, mesmo que o cosplay tenha sido criado por fãs de seriados e mangás japoneses. Segundo Nunes (2014), o cosplay é um exemplo de junções imprevisíveis, que inicialmente surgiu com eventos vinculados a narrativas mangás, tokusatus, animes e posteriormente incorporou elementos das HQ's estadunidenses, dentre outros que surgiram com a modernização e a globalização de tal evento. Esse fenômeno ficou claro no concurso: haviam os mais diversos personagens, desde Chiquinha até X-23, porém, figuras vinculadas ao mangá não se fizeram presentes.

A ausência de elementos germânicos pode ser explicada pelo fato de que a cultura germânica se apresenta de forma pontual em algumas épocas do ano, como em outubro, onde acontecem as populares festas tradicionais germânicas (Oktoberfest em Blumenau e Schützenfest em Jaraguá do Sul) ou ainda nos *stammtisch* realizados ao longo do ano.

Ao longo do evento, foi possível observar que houve a predominância de elementos culturais estrangeiros em relação aos nacionais, o que expressa algumas das hipóteses inicialmente levantadas: a de que há uma preferência dos jovens pelas culturas estrangeiras; a de que as culturas estrangeiras inspiram os jovens no modo de agir e se vestir (claramente observável no evento de cosplay); e a de que os jovens consomem mais produtos estrangeiros do que nacionais (perceptível na escolha das fantasias, que em maioria, foram de fontes culturais estrangeiras).

## 8. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa teve como objetivo principal identificar a influência de culturas estrangeiras na construção da identidade cultural dos jovens de 14 a 20 anos de Jaraguá do Sul, utilizando de revisão bibliográfica, observação participante em evento de cosplay, aplicação de grupo focal e análise de dados sobre o cinema brasileiro, bem como de observações do comércio na cidade de Jaraguá do Sul.

Através do grupo focal e do evento cosplay foi possível identificar: a) quais aspectos culturais estrangeiros e nacionais são reconhecidos pelo público alvo; b) quais discursos e ações que resultaram da influência cultural estrangeira e c) relacionar a construção da identidade cultural jovem com a influência estrangeira.

Foi hipotetizado que os jovens de Jaraguá do Sul têm uma preferência pelas culturas estrangeiras; essa hipótese foi corroborada pelos resultados do grupo focal, pela análise dos dados do cinema brasileiro, bem como pela observação do evento cosplay. Tanto no grupo focal quanto na observação do evento cosplay houve a presença de elementos nacionais/resposta pela cultura nacional, entretanto essas respostas fizeram parte de uma parcela relativamente pequena de indivíduos.

Outra hipótese levantada foi a de que os meios de comunicação e entretenimento promoviam a interação cultural, exaltando as culturas estrangeiras. Essa hipótese foi corroborada pelo grupo focal e pela análise dos dados do cinema brasileiro. No grupo focal, os estudantes responderam sobre qual meio de comunicação os elementos culturais chegavam até eles, e as respostas estabeleceram que as redes sociais são as grandes responsáveis por esse acontecimento. Além disso, como levantado pela revisão bibliográfica e pela análise dos dados do cinema, as culturas estrangeiras dominam a publicidade e a divulgação de produtos culturais.

Também foi pressuposto que as culturas estrangeiras inspiram os jovens no modo de agir, vestir, pensar e se comportar no meio social. Tal hipótese foi corroborada pelo grupo focal com as falas dos estudantes durante os questionamentos propostos pelo grupo, que acabaram por gerar uma discussão sobre a origem do rap e de algumas palavras que, na verdade, são inglesas e foram incorporadas ao nosso idioma. Além do grupo focal, a observação de vitrines do comércio também serviu como método de verificação da hipótese.

A quarta hipótese, que prevê que os jovens consomem mais produtos culturais (livros, músicas, séries de televisão, filmes, arte etc.) estrangeiros do que nacionais, foi corroborada por todos os métodos utilizados; no grupo focal, os estudantes admitiram consumir mais produtos estrangeiros do que nacionais; a análise dos dados da quantidade de lançamentos de filmes estrangeiros e nacionais revelou que foram lançados mais filmes estrangeiros do que brasileiros, logo, há um maior consumo destes do que dos nacionais; os produtos vendidos nas lojas da cidade apresentam uma grande influência da cultura estrangeira, desde quadros, estampas de camisetas, livros, figuras de ação, etc., sendo assim, devido ao fato destes produtos estarem em várias lojas e em grandes quantidades, pressupõe-se que os jovens acabem por consumi-los em maior quantidade; no evento cosplay, a presença de alunos fazendo cosplay de figuras nacionais foi extremamente raro, revelando somente a Grávida de Taubaté, e o restante foram figuras estrangeiras.

Por último, foi levantada a hipótese de que o consumo de produtos estrangeiros pelos jovens é impulsionado pela indústria cultural. Essa hipótese foi corroborada pela análise dos dados do cinema brasileiro, pelo grupo focal e pela observação de vitrines do comércio da cidade, como desenvolvido nos tópicos 7.1, 7.2, 7.3 e 7.4.

Sendo assim, ao contrário do que alguns estudiosos dizem, a interação cultural que ocorre entre países não é maléfica, e mostra ser um fenômeno de agregação de saberes, como uma maneira de conhecer o mundo além da “esfera” em que vivemos. A cultura brasileira é uma grande mistura de elementos e, portanto, um grande exemplo disso, o que torna a tentativa de protegê-la, tornando-a uma cultura pura e inalterável, falha, como exibido pelos resultados e pela discussão levantados nesta pesquisa.

Concluindo, é importante ressaltar que todos os dados foram obtidos por meio de uma combinação de metodologias que acabaram proporcionando a pesquisa várias impressões, algumas sendo do próprio objeto de estudo, o que permitiu ao grupo ter uma visão mais abrangente do que estava sendo estudado e como proceder a pesquisa.

Ademais, foram levantadas várias informações e dados que podem vir a auxiliar em pesquisas futuras, bem como proporcionar um maior entendimento sobre quais as características e elementos estrangeiros que estavam presentes na cultura dos jovens de Jaraguá do Sul no período da pesquisa, e como elas

influenciaram/influenciam no processo de construção de identidade cultural dos mesmos.

## 9. REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Renan; BATISTA, Igor Mateus. **Juventude e Indústria Cultural: A produção de bens culturais em massa na era da globalização**. Disponível em: <[http://www.canal6.com.br/x\\_sem2016/artigos/9A-07.pdf](http://www.canal6.com.br/x_sem2016/artigos/9A-07.pdf)> Acesso em: 17 de Novembro de 2016.

BECHARA, Evanildo. **Dicionário da Língua Portuguesa**. 1ª edição, Rio de Janeiro. Editora Nova Fronteira, 2011.

BENJAMIN, Roberto. **Conceito de folclore**. Disponível em: <[http://www.unicamp.br/folclore/Material/extra\\_conceito.pdf](http://www.unicamp.br/folclore/Material/extra_conceito.pdf)> Acesso em 7 de junho de 2017.

BORGES, Ueritom Ribeiro. **76 palavras aportuguesadas da língua inglesa**. 2013. Disponível em: <<http://inglesparaleigos.com/76-palavras-aportuguesadas-da-lingua-inglesa/>> Acesso em 05 de junho de 2017.

BRANDÃO, Antonio Carlos; DUARTE, Milton Fernandes. **Movimentos culturais de juventude**. São Paulo: Moderna, 2. ed, 2004.

CAMPOS, Ivanir Glória de. **A INFLUÊNCIA DA MÍDIA SOBRE O SER HUMANO NA RELAÇÃO COM O CORPO E A AUTO-IMAGEM DE ADOLESCENTES**. Disponível em: <<http://www.saosebastiao.sp.gov.br/ef/pages/Saúde/Padrão/leituras/a2.pdf>>. Acesso em: 26 maio 2017.

CAMPOS, Renato Márcio Martins de. **História do Cinema Brasileiro – Os Ciclos de Produção Mais Próximos ao Mercado**. UFRGS. 2004. Disponível em: <<http://www.principo.org/ii-encontro-nacional-da-rede-alfredo-de-carvalho-florianopolis-v2.html>> Acesso em maio de 2017.

CNTTL. **51 milhões dos brasileiros são jovens, aponta Censo IBGE**. 2014. Disponível em: <<http://cnttl.org.br/index.php?tipo=noticia&cod=3138>> Acesso em 05 de junho de 2017.

FLICK, Uwe. **Introdução à pesquisa qualitativa** Flick; tradução Joice Elias Costa. 3 ed. Porto Alegre: Artmed, 2009.

FREITAS, Maria Ester de. O imperativo intercultural na vida e na gestão contemporânea. **Revista Organizações e Sociedade**, Salvador, v.15, n.45, p. 9-89.

GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo. **Métodos de Pesquisa**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/cursopgdr/downloadsSerie/derad005.pdf>> Acesso em maio de 2017.

GEWEHR, Mathias Felipe. **A explosão demográfica: causas e consequências**. 2006. Disponível em: <<http://www.egov.ufsc.br/portal/sites/default/files/anexos/26524-26526-1-PB.pdf>> Acesso em: 23 de novembro de 2016.

GONDIM, Sônia Maria Guedes. **GRUPOS FOCAIS COMO TÉCNICA DE INVESTIGAÇÃO QUALITATIVA: DESAFIOS METODOLÓGICOS**. Paidéia, v. 24, n. 2, p.149-161, dez. 2002. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/paideia/v12n24/04.pdf>>. Acesso em: 16 maio 2017.

**GRUPOS FOCAIS: conceitos, procedimentos e reflexões baseadas em experiências com o uso da técnica em pesquisas de saúde**. Rio de Janeiro: Physis, v. 19, n. 3, 15 maio 2009. Revista de Saúde Coletiva. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/physis/v19n3/a13v19n3.pdf>>. Acesso em: 17 maio 2017.

GRUZINSKI, Serge. **O pensamento mestiço**/ Serge Gruzinski; tradução de Rosa Freire d'Aguiar. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.

HARADA, Kiyoshi. **Incentivos Fiscais. Limitações constitucionais e legais**. Âmbito Jurídico, 2011. Disponível em: <[http://www.ambito-juridico.com.br/site/index.php?n\\_link=revista\\_artigos\\_leitura&artigo\\_id=10645](http://www.ambito-juridico.com.br/site/index.php?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=10645)> Acesso em maio de 2017.

HOBBSAWM, Eric; RANGER, Terence. **A invenção das tradições**. – Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1984.

KOTTAK, Conrad Phillip. **Um espelho para a humanidade: Uma introdução à Antropologia Cultural**/ Conrad Phillip Kottak; tradução Roberto Cataldo Costa. 8. ed. Porto Alegre: AMGH Editora LTDA, 2013. 388 p.

LAHORGUE, Josiele Bené. **Jovens, política(s), cidade(s): diálogos na urbe e suas (Im)possibilidades**. Florianópolis: Liquidificador, 2016.

LARAIA, Roque de Barros. **Cultura: Um Conceito Antropológico**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1986.

LOUREIRO, Bráulio Roberto de Castro. **Arte, cultura e política na história do rap nacional**. Revista do Instituto de Estudos Brasileiros. N. 63, abril de 2016.

Disponível em:

<<http://www.scielo.br/pdf/rieb/n63/0020-3874-rieb-63-0235.pdf>> Acesso em maio de 2017.

MOTTA, Fernando C. Prestes; ALCADIPANI, Rafael; BRESLER, Ricardo B. **A Valorização do Estrangeiro como Segregação nas Organizações**. Curitiba, RAC, 2001

NASCIMENTO, Jair Carvalho do. ENCONTRO ESTADUAL DE HISTÓRIA, 5., 2013, Bahia. **PORNOCHANHADA, CINEMA E CENSURA NO BRASIL: Estudo do Filme “Histórias Que Nossas Babás Não Contavam” (1979)**. Bahia: 2013. 11 p. Disponível em:

<<http://anpuhba.org/wp-content/uploads/2013/12/Jairo-Carvalho-do-Nascimento-.pdf>>. Acesso em: 26 maio 2017.

NUNES, Mônica Rebecca Ferrari. **A Emergência da cena cosplay nas culturas juvenis**. Significação: Revista de Cultura Audiovisual, Brasil, v. 41, n. 41, p. 218-235, julho 2014. ISSN 2316-7114. Disponível em:

<<http://www.revistas.usp.br/significacao/article/view/79000/86415>>. Acesso em: 04 de junho 2017.

NUNES, Mônica Rebecca Ferrari. **Consumo musical nas culturas juvenis: cosplay, mundo pop e memória**. In: Revista Contracampo, nº 25, dez. de 2012. Niterói: Contracampo, 2012. Pags: 80-96. Disponível em:

<<http://www.contracampo.uff.br/index.php/revista/article/view/272/125>> Acesso em: 04 de junho de 2017.

PAGNANI, Éolo Marques. **OS PRODUTOS BENS E SUAS RELAÇÕES COM A MERCADOLOGIA**. Universidade Estadual de Campinas. Disponível em: <[https://www3.eco.unicamp.br/neit/images/stories/CTAE\\_CD2/produtos\\_bens\\_relacoes\\_mercadologia.pdf](https://www3.eco.unicamp.br/neit/images/stories/CTAE_CD2/produtos_bens_relacoes_mercadologia.pdf)> Acesso em 7 de junho de 2017.

PATRIOTA, Lúcia Maria. **Cultura, identidade cultural e globalização**. 2002.

Disponível em: <<http://www.cchla.ufpb.br/caos/numero4/04patriota.pdf>> Acesso em 27 de novembro de 2016.

RESSEL, Lúcia Beatriz et al. O uso do grupo focal em pesquisa qualitativa. **Texto & Contexto: Enfermagem**, Florianópolis, v. 4, n. 17, p.779-786, 14 out. 2008.

Disponível em:

<[http://www.producao.usp.br/bitstream/handle/BDPI/3912/art\\_GUALDA\\_O\\_uso\\_do\\_grupo\\_focal\\_em\\_pesquisa\\_2008.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://www.producao.usp.br/bitstream/handle/BDPI/3912/art_GUALDA_O_uso_do_grupo_focal_em_pesquisa_2008.pdf?sequence=1&isAllowed=y)>. Acesso em: 17 maio 2017

SERAPIONI, Mauro. **Métodos qualitativos e quantitativos na pesquisa social em saúde: algumas estratégias para a integração.** Ciênc. saúde coletiva vol.5 no.1 Rio de Janeiro: 2000. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1413-81232000000100016](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-81232000000100016)> Acesso em maio de 2017.

SERVA, Maurício; JÚNIOR, Pedro Jaime. **Observação Participante e Pesquisa em Administração: Uma Postura Antropológica.** Revista de Administração de Empresas. São Paulo, v. 35, Mai/Jun de 1995. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rae/v35n3/a08v35n3.pdf>> Acesso em maio de 2017.

SOUSA, Leila Lima de. O processo de hibridação cultural: prós e contras. **Revista Temática.** Ano IX. n.03, 2012. Disponível em: <[http://www.insite.pro.br/2013/janeiro/processo\\_hibridacao\\_cultural.pdf](http://www.insite.pro.br/2013/janeiro/processo_hibridacao_cultural.pdf)>. Acesso em: 12 de Novembro de 2016.

\_\_\_\_\_. **Globalização e culturas híbridas.** 2012. Disponível em: <[http://www2.dbd.puc-rio.br/pergamum/tesesabertas/0812830\\_2012\\_cap\\_5.pdf](http://www2.dbd.puc-rio.br/pergamum/tesesabertas/0812830_2012_cap_5.pdf)> Acesso em: 23 de novembro de 2016.