

Cultura hegemônica: inação midiática nos meios de comunicação de massa

Moisés dos SANTOS¹

Resumo

O artigo enfoca como a cobertura, pela mídia impressa, adquire uma importância central para a elaboração de políticas culturais no século XXI. Ao mesmo tempo não se pode desconsiderar que é sua tarefa original analisar e informar as mudanças complexas de modernidades fragmentadas por intermédio do material empírico, refletindo sobre as discussões resultantes dessas análises que são levadas em consideração pela sociedade e pelo poder constituído na elaboração de metas e projetos de interesse social.

Palavras-Chave: Globalização. Mídia. Cultura. Mundialização. Hegemonia.

Abstract

This article focuses on how the coverage, by the print media, acquires a central importance for the development of cultural policies in the twenty-first century. At the same time, we cannot ignore that is its original task to analyze and inform complex changes of fragmented modernity through the empirical material, reflecting on the discussions resulting from these analysis that are considered by society and by the constituted power in elaboration of goals and projects of social interest.

Keywords: Globalization. Media. Culture. Mundialization. Hegemony.

Introdução

Se nosso coração fosse amplo o bastante para amar a vida em seus pormenores, veríamos que todos os instantes são ao mesmo tempo doadores e espoliadores e que uma novidade recente ou trágica, sempre repentina, não cessa de ilustrar a descontinuidade essencial do Tempo.
(Gaston Bachelard)

A frase em epígrafe, do filósofo francês Gaston Bachelard, é uma reflexão sobre a questão da relatividade do tempo. Para o autor, o conhecimento ao longo da história não pode ser avaliado em termos de acúmulos, mas de rupturas, de retificações, num processo dialético

¹ Professor da Universidade Municipal de São Caetano do Sul – USCS. Doutor pelo Programa em Ciências da Comunicação da ECA/USP. Pesquisador do Núcleo Celacc, ECA/USP. E-mail: moisesdosantos@uol.com.br

em que o conhecimento científico é construído por meio da constante análise dos erros anteriores. Por outro lado, o historiador francês Fernand Braudel (2005), ao privilegiar a permanência e a continuidade, muda a perspectiva temporal da pesquisa histórica, priorizando os movimentos repetitivos, em detrimento da mera ruptura brusca da história individual e dos eventos.

Similarmente, a sociedade vive em um dilema em que os meios de comunicação hegemônicos fazem circular textos noticiosos e culturais com diversas visões de mundo neles inseridos. Sendo assim, este artigo se fixa em fazer uma reflexão acerca desse processo, levado a cabo especialmente a partir da introdução da globalização da cultura. O texto tem por centro de reflexão dois aspectos interligados: as políticas públicas aplicadas no âmbito da cultura² em relação às classes populares, e o seu conseqüente processo de comunicação desencadeado pela imprensa no mundo capitalista. Esse processo concorda com o pesquisador Dênis de Moraes (1998, p. 11) ao mencionar: “Pensar o ambiente mediático implica também reconhecer a indústria da comunicação como máquina tecnocultural que reverbera a organização global dominante”. No primeiro aspecto, caracteriza-se as políticas públicas culturais no Brasil ao longo dos anos e, no segundo aspecto, analisa-se como a imprensa discrimina certos segmentos da cultura em seus textos publicados em jornais de grande circulação no país.

Em princípio, cabe mencionar que, na ideia de modernidade tardia, verifica-se um conjunto de alterações no campo comunicacional suscetível de ser detectado, que se inter-relaciona desde a sua origem por meio do processo de globalização. Tais alterações são disseminadas e invasivas culturalmente, influenciadas pela ação dos veículos de comunicação. Isso se harmoniza com a ideia de relação entre o mundo global e os processos de comunicação, mencionados nos estudos do sociólogo Armand Mattelart (1994, p. 155): “A noção de globalidade é, portanto, central. Sua causa ‘evidente e imediata’: as comunicações.” Todos sabem os efeitos e a importância da comunicação desde a antiguidade até os dias de hoje. Assim, há necessidade de entendê-la como fenômeno global que influencia e interfere nos diversos processos culturais. Mas, após o forte efeito da globalização pós-anos 90 e o surgimento de formas de comunicação interativas e transnacionais, surgiu a falsa ideia de que

² Como exemplos de políticas públicas, menciono os municípios de Santo André (SP), Sorocaba (SP) e Belém (PA), voltadas à área de cultura que serviram de parâmetros para esta pesquisa.



a relação entre comunicação e cultura é um fenômeno da modernidade, resultante, em parte, da introdução das novas tecnologias. No entanto, quando se observa a comunicação e a cultura dentro de um ponto de vista histórico, verifica-se que, de fato, as técnicas se transformaram, mas o processo de interferência e de manipulação do conteúdo continua o mesmo.

É importante lembrar que “cultura” é um processo contínuo que tem capacidade de superar as visões apocalípticas, adaptando-se aos novos tempos, linguagens e formatos da sociedade. Além disso, a cultura midiática se mostrou também capaz de fazer-se e refazer-se sem nunca perder a sua força. Incorporou novos fazeres para se dizer digital, dialogando com a aldeia global para divulgar práticas e manifestações dos mais variados grupos sociais. Todo esse percurso trouxe também o entendimento da cultura como um dos setores mais dinâmicos e ativos da sociedade.

Em contrapartida, a história da comunicação está repleta de exemplos sobre formas de manipulação do conteúdo cultural, passando pela produção midiática no período colonial, nos períodos de exceção e até os dias de hoje. Assim, é necessário manter-se constantemente atento a esses fatos a fim de entender os processos de mudança na sociedade e a importância da valorização da cultura, especialmente aquela que não recebe atenção da mídia de massa, caso aferido em relação à cultura popular.

Assim, cabe aqui salientar que “as culturas”, e não “a cultura” como quis a modernidade, devem ser compreendidas como sistemas simbólicos que são capazes de fornecer significados por meio dos quais as identidades e as diferenças podem ser representadas, ou seja, por meio dos quais ambas podem ser produzidas e ganhar vida em benefício do desenvolvimento dos grupos sociais.

O mundo moderno está sempre atento à funcionalidade de suas próprias práticas, buscando ampliar permanentemente seu espectro de influência ao fazer uso de conceitos como Globalização e Mundialização. Quanto ao fator globalização, em sua obra *A globalização imaginada*, o antropólogo Néstor García Canclini explica que esse momento se trata de um processo formado a partir da internacionalização não só econômica, mas também cultural. A partir disso, foram gerados organismos múltiplos, cuja sede não se encontra predominantemente em nenhum país, mas suas conexões mantêm traços das nações de origem. Dessa forma, o processo de globalização pode ser entendido sob uma ótica ampliada, permitindo ver nesse fenômeno implicações que superam a simples denúncia de apropriação



do sistema capitalista e de uma eventual homogeneização da cultura. Entende-se, então, que a ideia de transnacionalização está intimamente relacionada com o processo de globalização cultural, ou seja, quando se torna possível observar, sem dificuldades, uma certa homogeneidade no estilo de vida e tendências no consumo de massa, por exemplo, as pessoas lendo mais ou menos as mesmas notícias em diversas partes do planeta. Coelho (2000, p. 160) descreve esse conceito de maneira inusitada: “[...] do ponto de vista cultural, globalização não é nem homogeneidade nem fragmentação: é flexibilidade, jogos de fluxos em todas as direções – ortogonais e, sobretudo, oblíquas”. Esta parece ser ainda uma visão limitada da questão.

Desde a época das viagens marítimas do século XVI, o processo de globalização começou a despontar, intensificando-se depois da Segunda Guerra Mundial e, principalmente, nos últimos 20 anos, após o aperfeiçoamento dos meios de comunicação de massa e das novas tecnologias. Nessa última fase, as tecnologias da informação têm tido um papel facilitador nos processos globais de difusão dos conteúdos midiáticos. Para o teórico colombiano Jesús Martín-Barbero (2001), durante os anos 80, a globalização e os consequentes processos de transnacionalização adquiriram novos sentidos, ou seja, a imposição de um modelo que objetiva fazer frente à crise da hegemonia dos meios de comunicação de massa. A fase transnacional tem uma natureza política que rompe barreiras que as fronteiras nacionais ofereciam à concentração capitalista, alterando a natureza e as funções dos Estados.

Na América Latina, entre o final dos anos 60 e os anos 80, a crise mundial agravou as contradições entre o caráter nacional da estrutura política e o caráter transnacional da cultura econômica, influenciadas de maneira sobrepujante pela informação jornalística. Por outro lado, Milton Santos (2009, p. 39), reflete:

O que é transmitido à maioria da humanidade é, de fato, uma informação manipulada que, em lugar de esclarecer, confunde. Isso tanto é mais grave porque, nas condições atuais da vida econômica e social, a informação constitui um dado essencial e imprescindível.

Assim, entende-se que a transnacionalização e as novas tecnologias foram estratégias fundamentais das mudanças implementadas pelo sistema capitalista, que influenciaram fortemente os meios de comunicação massiva. No campo cultural, esse processo de transnacionalização provocou um choque do estilo imposto por culturas alienígenas com as

forças das culturas locais: mestiças, negras e dos povos originários. O mercado cultural comercial precisou da mediação das formas culturais regionais que, segundo a indústria cultural, não teria sido possível sem a instalação da indústria fonográfica, livreira e de radiodifusão, tão estratégicas na imposição da homogeneização cultural. Mas, até que ponto as políticas públicas voltadas para a preservação da identidade cultural têm refletido a diversidade do País?

Inação midiática

No Brasil, a indústria cultural é estruturada para atender os interesses das classes hegemônicas. No entanto, é necessário que se possibilite também que as classes populares tenham um maior acesso aos bens culturais. Na mídia impressa, quando aparecem, surgem fragmentadas, ocupando pequenos espaços em noticiários aleivosos.

Sobre as classes populares, é preciso considerar o resultado de estudos realizados por pesquisadores do Centro de Estudos Latino-Americanos de Comunicação e Cultura (CELACC). No estudo publicado pela professora Maria Nazareth Ferreira (2005b), as festas (manifestação cultural de grande valor simbólico da sociedade), por exemplo, são formas de expressão da própria cultura que possuem uma forte dimensão política, no amplo sentido do termo. Assim, estes estudos apontam as manifestações produzidas pelas classes populares como elemento com amplas possibilidades de desenvolvimento, de transformações e de superação das mais variadas limitações sociais encontradas nas diversas comunidades do país. É nesse sentido que tais eventos ganham um caráter emancipador capaz de transformar a trajetória histórica dos mais diversos povos.

O trabalho realizado por Ferreira (2005b) possibilita ainda uma importante discussão acerca das festas populares, ao analisar tanto as religiosas como as profanas, em especial as realizadas em pequenas cidades, transformando-se em promissores atrativos turísticos e fontes de geração de receita para as comunidades. Seu trabalho indica uma sólida relação entre história, cultura e turismo, pois contempla as festas populares a partir de uma perspectiva contemporânea, agregada à expansão do turismo interno e regional e, ao mesmo tempo, concebendo essas manifestações a partir de um acúmulo de experiências humanas das mais ricas e diversificadas. Sendo assim, Ferreira (2005b, p. 72) destaca a compreensão dessa manifestação como sentido de cultura: “[...] mesmo contrariando as práticas intencionalmente



concebidas no momento da festa, os usos e costumes mais profundos vivenciados pela cotidianidade e entranhados no inconsciente afloram, mostrando a verdadeira face de um povo [...]”.

No entanto, a valorização e a preservação de identidade desses movimentos, nem sempre (ou quase nunca) recebe o devido apoio dos meios de comunicação de massa. Essa inação midiática é especialmente observada nos cadernos de cultura e turismo publicados nos principais jornais em todo o país. Contudo, a valorização por parte desses veículos, com o objetivo de preservar e ampliar as manifestações culturais populares realizadas em milhares de municípios, pode ajudar no aumento de investimentos e na ampliação da base econômica dessas comunidades. Sobre a importância de se priorizar tal conteúdo, Ferreira (2005a) define essa categoria como força de processos civilizatórios integradores e como instrumento de comunicação de extrema relevância.

A importância da valorização da cultura local é, algumas vezes, questionada, quando nos deparamos com a produção massiva da indústria cultural. A necessidade de se atender aos interesses “mercadológicos” confunde-se com a disposição de valorizar o que verdadeiramente é feito pela comunidade, quer nas grandes cidades, quer nas comunidades mais distantes. Todavia, o conteúdo dos meios impressos também afeta diretamente as culturas locais por meio de inações que reduzem a importância da diversidade cultural em detrimento da ampla exposição da cultura de massa, causando a sua hibridização. García Canclini (2008) demonstra preocupação quanto ao resultado do processo de modernização e formação de tais espaços híbridos da cultura. Nesse sentido, ele abre novas perspectivas para os estudos culturais com sua crítica ao paradigma estético-historicista.

Quais as consequências? Canclini (2008) alerta contra essa globalização cultural que subordina, discrimina e exclui no campo midiático³. Diante das constantes mudanças da esfera pública, do crescimento descontrolado das cidades e dos movimentos migratórios, que intensificaram as relações, inclusive a diversidade, o autor afirma ter a cultura o papel de mediadora desses contatos, permeados de conflitos. Como alternativa, o autor vislumbra um mundo de intensas trocas culturais, cosmopolitas e transnacionais. Um “mundo” que busca valorizar a diversidade dos jovens artistas, dos artesãos do interior, dos povos originários, das

³ Em *Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade*, García Canclini analisa a cultura nos países da América Latina, levando em conta a complexidade de relações que a configuram na atualidade – as manifestações culturais coexistem com a modernidade.



pequenas e médias instituições culturais e de novos espaços híbridos da cultura, construindo uma sociedade mais plural e democrática. Essa não é a solução para todas as questões, mas pode ser um ponto de partida ao abordar a questão da cultura retratada pela mídia massiva.

Canclini acredita que analisar o espaço cultural significa focalizar o lugar em que se articula o sentido que a sociedade atribui aos seus processos políticos e econômicos. A arte, o desenho, a música e demais manifestações populares são sistemas culturais e comunicacionais que traduzem seus objetos em dimensões conceituadas como espaços-temporais. Diversos movimentos, principalmente do período do modernismo, buscaram reelaborar tais concepções de espaço e tempo. Na Europa, isso foi facilmente percebido por meio de importantes movimentos artísticos, como o cubismo e o surrealismo. Mas, na América Latina essa condição obteve características específicas. Ferreira (2005a, p. 26) esclarece ainda outro fator:

[...] no fenômeno “festa”, é possível extrair os elementos de identidade mais significativos de uma determinada cultura, bem como entender estes elementos como um sistema de comunicação, que permite ao observador avaliar como o passado e o presente se articulam no interior desta cultura e as várias formas de identidades que são ao mesmo tempo ressignificadas, assumindo novos aspectos.

García Canclini (2008, p. 67) explica o motivo de tal panorama ao relatar sobre certo “modernismo exuberante com uma modernização deficiente”. Com isso, o autor compara a efervescência do movimento europeu e a formação respectiva de mercados na América Latina. Canclini demonstra preocupação ao abordar o monopólio dos produtores de conteúdo, como no caso dos grandes conglomerados jornalísticos que pertencem à empresas familiares no Brasil. Segundo o autor, esses monopólios, que controlam a maior parte do mercado, serão desafiados pelos novos atores midiáticos. Ele ainda distingue diferenças ao usar os conceitos “hibridização” e “interculturalidade”: o primeiro sugere uma combinação feliz entre elementos de distintas culturas; o segundo, um contato em que a tensão, o conflito e a discriminação têm vez. A diferença entre os dois termos se torna fundamental, quando línguas e religiões diversas, por exemplo, precisam se confrontar de modo mais intenso no mesmo espaço, num processo que estimula maior diversidade e que tende a aumentar nas próximas décadas. A interculturalidade vai virar uma exceção com o passar do tempo.

Considerações finais

Assim, o processo de mundialização da cultura caminha lado a lado com a globalização, muitas vezes não levando em conta as realidades locais e reconfigurando o sentido de cidadania. Sobre isso, Octávio Ianni (2000) afirma que distintos modos de “ser” passam a ser encontrados em um mesmo lugar, convertidos em “síntese do mundo”. Martín-Barbero (2001), apesar de ter uma formação diferenciada, faz algumas observações apropriadas sobre esse tema em seus estudos sobre comunicação na América Latina. Segundo ele, a originalidade dos países latino-americanos foi constituída por fatores que escapam à lógica do sistema capitalista. Por outro lado, a América Latina deixou de ser, nos últimos anos, mero instrumento de transnacionalização, buscando a modernização para recuperar o tempo perdido. Por outro lado, a mundialização solidária da cultura, que poderia ter o seu lado positivo, trouxe outros desafios, entre eles: divisão e exclusão social. Há um grande número de excluídos do acesso aos meios de comunicação, tecnologias e educação; por exemplo: é surpreendente o número de pessoas na América Latina que nunca tiveram acesso à internet. Segundo García Canclini (2003, p. 52),

Cabe-nos discutir, apoiando-nos nos dados mais objetivos que pudermos conseguir, se tais recomposições devem ser chamadas de internacionalização, transnacionalização ou globalização. Multiculturalidade, racismo, desigualdade norte-sul, choque de civilizações ou zonas de contato?

Na discussão de conceitos de transnacionalização, os aspectos a serem pensados são os mais diversos. Por exemplo, a coexistência do local e do regional traz uma nova ordem ou desordem global, uma multiplicidade de sentidos; instala-se uma interculturalidade difícil de ser analisada até mesmo pelos cientistas sociais. Armand Mattelart (1994, p. 274), procurando reconstituir a genealogia do espaço comunicação-mundo, cita o antropólogo indiano Arjun Appadurai⁴ e Renato Ortiz⁵, ao distinguir esse processo:

A globalização da cultura – escreve o antropólogo indiano [...] – não é semelhante à sua homogeneização. No entanto, a globalização implica a utilização de uma variedade de ferramentas de homogeneização

⁴ APPADURAI, Arjun. Disjuncture and difference in the Global Culture Economy. **Public Culture**, vol. 2, nº 2, Primavera de 1990, p. 16.

⁵ ORTIZ, Renato. **A moderna tradição brasileira**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1988, p. 206.



(armamentos, técnicas de publicidade, hegemonias das línguas e estilos na maneira de se vestir) que são absorvidas pelas economias políticas e culturais locais, unicamente para serem repatriadas como diálogos heterogêneos de soberania nacional, livre empresa e fundamentalismo, nos quais o Estado desempenha um papel cada vez mais delicado: demasiada abertura aos fluxos globais e o Estado-nação fica ameaçado pela revolta (é a síndrome chinesa); ou abertura insuficiente, e o Estado sai da cena internacional, como é o caso da Birmânia, Albânia ou Coreia do Norte. [...] [...] Em uma linha similar de estudos, alguns antropólogos brasileiros se empenharam – tomando como fio condutor a gênese da indústria cultural e do mercado, propriamente nacional, dos bens culturais – em relatar a história da "moderna tradição" desse país, segundo a expressão de Renato Ortiz. Aliança do moderno com a tradição, como é testemunhado pela formidável mistura entre cultura de massa e culturas populares nos produtos de sua indústria altamente competitiva da televisão que consegue combinar, ao mesmo tempo, pós-modernidade e signos da era pré-industrial. Assim, passa à frente de países, como a França, no mercado mundial de programas. É a razão pela qual Ortiz conclui seu estudo com estas palavras: "O debate sobre o nacional adquiriu outra feição [...]".

Portanto, nesta análise, o Estado tem um papel central como propagador dos bens simbólicos culturais. Conclui-se que a cultura popular pode se inserir no contexto da globalização se os meios de comunicação de massa, especialmente os jornais, formadores de opinião, tiverem interesse em dar visibilidade a esses grupos, valorizando o que é genuinamente nacional.

Referências

BAUMAN, Zygmunt. **Globalização: as conseqüências humanas**. Tradução Marcus Penchel. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1999.

BRAUDEL, Fernand. **Escritos sobre a história**. Tradução Jacob Guinsburg e Tereza Cristina Silveira da Mota. São Paulo: Perspectiva, 2005. (Debates; 131)

COELHO, Teixeira. **Guerras culturais**. Arte e política no novecentos tardio. São Paulo, Ed. Iluminuras, 2000.

_____. **Dicionário crítico de política cultural: cultura e imaginário**. 3. ed. São Paulo: Iluminuras, 2004.

FERREIRA, Maria Nazareth. **As festas populares na expansão do turismo: a experiência italiana**. São Paulo: Arte & Ciência, 2005a.

_____. (Org.). **Identidade cultural e turismo emancipador**. São Paulo: CELACC/ECA/USP, 2005b.

GARCÍA CANCLINI, Néstor. **A globalização imaginada**. Tradução Sérgio Molina. São Paulo: Iluminuras, 2003.

_____. **Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade**. Tradução Heloísa Pezza Cintrão, Ana Regina Lessa. 4. ed. 4. reimpr. São Paulo: Edusp, 2008. (Ensaíes Latino-americanos, 1)

IANNI, Octávio. **Enigmas da modernidade-mundo**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2000.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações**. 2. ed. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2001.

MATTELART, Armand. **Comunicação-mundo: história das ideias e das estratégias**. Tradução Guilherme João de Freitas Teixeira. Petrópolis, RJ: Vozes, 1994. (Coleção Horizontes da Globalização)

MORAES, Dênis de. **Planeta mídia: tendências da comunicação na era global**. Campo Grande: Letra Livre, 1998.

ORTIZ, Renato. **Cultura brasileira e identidade nacional**. São Paulo: Ed. Brasiliense, 1985.

_____. **Mundialização e cultura**. São Paulo: Ed. Brasiliense, 1994.

SANTOS, Milton. **Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal**. 18. ed. Rio de Janeiro: Record, 2009.

SODRÉ, Nelson Werneck. **Síntese de história da cultura brasileira**. 8. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1980. (Retratos do Brasil, v. 78).