

Maria Fernanda Braguim Villela

A presença da América Latina na imprensa cultural brasileira

CELACC/ECA-USP

2010

Maria Fernanda Braguim Villela

A presença da América Latina na imprensa cultural brasileira

Trabalho de conclusão de curso de pós-graduação em Mídia, Informação e Cultura produzido sob a orientação do Prof. Dr. Wilton Garcia Sobrinho

CELACC/ECA-USP

2010

AGRADECIMENTOS

Em crônica publicada no ano de 1979 Gabriel García Márquez reconhecia que a realidade é melhor escritora do que os próprios escritores. Posto isso, presto minha homenagem em primeiro momento aos grupos minoritários e subalternos das nações latinas que de maneira constante nesses países são relegados ao esquecimento pelos grupos hegemônicos. A realidade permeada de obstáculos e a luta pela sobrevivência desses grupos são elementos que não podem tornar-se invisíveis. Assim, meu tributo merece destaque a essa parcela das sociedades civis latinas que mesmo condenadas ao silêncio pelas elites não deixaram que ocorresse o desaparecimento de suas identidades culturais e nacionais.

Mas sem o apoio dos professores do Celacc e minha turma de pós-graduandos com seus conhecimentos intelectuais não teria sido capaz de desenvolver o presente artigo. A minha família também dedico parcela enorme nessa jornada, pelo apoio e incentivo que depositaram.

Ficam aqui expressos meus eternos agradecimentos a minha família biológica e a “nova família” que conquistei durante esse período de afloramento intelectual. O companheirismo, o diálogo durante os longos sábados, as alegrias com a conquista de cada percurso percorrido e também as angústias que compartilhávamos diante de um novo desafio ficarão guardadas para sempre em minha mente e coração. Mais do que professores e colegas posso dizer que conquistei amigos eternos, dignos das mais admiráveis qualidades humanas.

Resumo: O presente texto aborda o conteúdo editorial do suplemento cultural veiculado pelo jornal *Folha de S. Paulo* com ênfase aos assuntos relacionados à América Latina. Assim, examina questões que norteiam esse comportamento tanto sob a égide dos jornalistas responsáveis pelo conteúdo, como também aspectos histórico-sociais semelhantes nesses países. Conceitos como identidade cultural, globalização de mercados, ideologia neoliberal e submissão às notícias provenientes das grandes agências transnacionais mundiais estão intrinsecamente ligadas às discussões do Cone-Sul na imprensa hegemônica cultural brasileira.

Palavras-chave: América Latina; Comunicação, Globalização; neo-colonialismo.

Abstract: This paper is about the editorial content of the cultural supplement conveyed by the newspaper *Folha de S. Paulo*, with emphasis on issues related to Latin America. Thus, it examines issues that guide this behavior both under the aegis of the journalists responsible for the content, but also the historical-social similar in these countries. Concepts such as cultural identity, globalization of markets, neoliberal ideology and submission to the news agencies from large transnational world are inextricably linked to discussions of the Southern Cone-Brazilian cultural hegemony in the press.

Keywords: Latin America, Communication, Globalization, post-colonialism.

Resumen: Este artículo es sobre el contenido editorial del suplemento cultural transmitido por el diario *Folha de S. Paulo*, con énfasis en temas relacionados con América Latina. Por lo tanto, analiza los temas que guían este comportamiento, tanto bajo la égida de los periodistas responsables por el contenido, sino también los similares histórico-social en estos países. Conceptos como la identidad cultural, la globalización de los mercados, la ideología neoliberal y la sumisión a las agencias de noticias del mundo de grandes transnacionales están inextricablemente vinculados a los debates de la hegemonía cultural del Cono Sur y Brasil en la prensa.

Palabras clave: América Latina, Comunicación, Globalización, post-colonialismo

SUMÁRIO

Introdução.....	5
1. Jornalismo cultural no Brasil.....	7
2. Breve histórico.....	9
3. Aspectos da latinidade.....	11
4. Considerações finais.....	14
5. Referências bibliográficas.....	16

Introdução

De acordo com o *Relatório MacBrid* realizado pela *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization* (UNESCO) em 1980 verificou-se pouco conhecimento referente aos fluxos informativos latino-americanos que relegam os grupos subalternos a um nível secundário na maioria dos suplementos culturais. Segundo explica o pesquisador Dennis Moraes (2009) esse processo caracteriza-se pelo viés legislativo da região.

Em grande parte dos países latino-americanos, um reduzido número de megagrupos controla de maneira oligopólica, expressiva parcela de difusão de informações. Esses conglomerados ambicionam lucratividade através da regulação das demandas coletivas pelo mercado e assim excluem identidades, tradições e anseios do povo. Os atrasos tecnológicos nessa área geográfica bem como a ausência de legislação antimonopólicas motivaram a instalação de parcerias entre corporações transnacionais, com as dinastias familiares comuns na região.

Desse modo, o objetivo em questão nesse artigo visa abordar a maneira como tem sido realizada a cobertura editorial contemporânea pelo suplemento cultural do jornal *Folha de S. Paulo* referente à produção desprivilegiada dos bens culturais latino-americanos em detrimento da visão primeiro-mundista dos fatos, disseminada através da transnacionalização dos processos comunicativos, bem como a dicotomia entre produções culturais globais e locais e os processos de exclusão das classes subalternas diante do discurso hegemônico.

Os dados expostos até aqui mostram as relações existentes entre jornalismo cultural, cultura subalternas e hegemônicas e identidade latino-americana que serão abordados adiante. A primeira parte do artigo discorre sobre o Jornalismo cultural desde sua consolidação sob influência do pensamento Iluminista até a abordagem contemporânea bem como a explanação histórica do suplemento cultural do jornal *Folha de S. Paulo*. Para isso, o aparato teórico utilizado serão os seguintes autores, Claudio Tognolli (2007) e Daniel Piza (2007) e Gisela Taschner (1992).

A segunda parte trata-se de um histórico do suplemento cultural do jornal *Folha de S. Paulo* desde a veiculação de seu primeiro exemplar em 1958 até a cobertura contemporânea marcada pelas transformações tecnológicas e consolidação de novas mídias

digitais. Os rumos da atividade jornalística serão o principal foco da discussão. A abordagem será norteadada sob o pensamento de Marcos Augusto Gonçalves (2008).

A terceira parte contextualiza a questão cultural no continente através de uma relação intrínseca entre o conceito de hegemonia, mecanismos de reação das classes subalternas, meios de comunicação de massa e sociedade civil para fazer uma conexão entre cultura, significação, identidade e poder. O aparato teórico utilizado será o pensamento dos seguintes autores: Jesús Martín-Barbero (2002), Néstor Canclini (2008), Alberto Moreiras (2001), Armand Mattelard (2005) e Maria Nazareth Ferreira (1997). Com base na abordagem epistemológica desses teóricos e leitura empírica do conteúdo editorial do caderno cultural em questão nota-se que a centralidade da informação pelas corporações nacionais e internacionais atrapalha os processos integrativos dos países da América Latina e excluem de seu discurso grupos sociais minoritários que lutam contra o *status quo*.

Essa terceira parte trata da teorização da diferença social e dos fenômenos identitários latino-americanos em um contexto marcado pela integração global. No âmbito cultural, cabe ressaltar a desnacionalização de vários ramos. Grupos norte-americanos, espanhóis, britânicos e alemães detêm editoras, as *majors* dominam as cadeias de distribuição cinematográfica com supremacia de filmes estrangeiros. Conforme dados da pesquisa de Dennis Moraes (2009), os filmes nacionais retêm apenas 10% das bilheterias no Brasil, enquanto a produção norte-americana responde por 79,4 % do mercado. Isso evidencia a cobertura editorial cultural pela imprensa hegemônica local que exclui ou reserva menor espaço as produções culturais latinas, o que favorece as disparidades entre grupos subalternos e hegemônicos. O papel da imprensa é de grande importância nesse sentido visto que uma das funções mais notórias dos media consiste na disseminação de informações que permitem os processos do indivíduo autônomo, ou seja, dotado de senso crítico apurado.

A escolha deste tema deve-se, sobretudo, a emergência do debate a cerca do paradigma que norteia o âmbito comunicacional diante das produções culturais locais. Visto que o direito à informação é uma premissa de interesse coletivo e não deve limitar-se diante das vontades corporativas que regem o conteúdo editorial da imprensa hegemônica. Cabe nesse contexto, ressaltar soluções legais que respondam a situação peculiar de cada

sociedade latina em oposição à maneira mercantilizada da cultura difundida pelos monopólios midiáticos.

Jornalismo cultural no Brasil

As atividades jornalísticas refletem o momento histórico, político, social vivenciado por determinada sociedade. No caso específico do jornalismo cultural a Europa do século XVIII sob a influência do pensamento iluminista representou o nascedouro das primeiras coberturas de manifestações culturais. Esse momento histórico significou ruptura com relação aos padrões medievais de opressão e deu lugar ao conhecimento racional como forma de emancipação ao ser humano.

A publicação pioneira desse segmento foi a *The spectator* criada pelos ensaístas ingleses Joseph Addison e Richard Steele e que segundo o jornalista Daniel Piza surgiu com a seguinte finalidade: “Tirar a filosofia dos gabinetes e bibliotecas, escolas e faculdades e levar para clubes, assembléias, casas de chá e cafés” (PIZA, 2007, p. 38). Como exposto em momento anterior, à existência do paradigma democrático na comunicação consolidou-se nesse período histórico, sobretudo porque a idéia de liberdade nos sistemas comunicativos vincula-se a autonomia formal do poder político constituído. Ou seja, conceitos como imparcialidade, independência na produção de mensagens e ética, essenciais ao bom exercício da função jornalística são produto dos ideais iluministas.

No século XX com a solidificação do capitalismo muitos âmbitos adquirem a forma de mercadoria e as atividades jornalísticas não escaparam a regra. Devido ao ritmo acelerado com que as manifestações culturais eram produzidas percebem-se grandes mudanças no Jornalismo Cultural visto que a esfera pública adquiriu características mercadológicas. Assim, as obras de arte, outros bens culturais e sobretudo o debate público precisaram se adaptar as novas regras de mercado. Como explica Márcia Andres: “As indústrias culturais serviram como alicerce para solidificar o sistema capitalista” (ANDRES, 2008 , p. 26).

No caso do caderno *Ilustrada* do jornal *Folha de S.Paulo*, objeto aqui estudado segundo Marcos Augusto Gonçalves na obra *Pós-Tudo-50 anos de cultura na Ilustrada*: “A preocupação é absorver um pouco mais as temáticas do individualismo hedonista, do mundo do lazer e do consumo, das novidades da ciência, das promessas de medicina e da agenda do mercado cultural” (GONÇALVES, 2008, p. 352).

Ao comparar com as décadas de 40 e 50 nota-se grande referência a cultura nacional expressa através das crônicas feitas por híbridos de jornalista e escritor. Ao longo dos anos o foco na literatura foi substituído por entretenimento e com o processo de globalização forte predominância de assuntos dos países de primeiro mundo.

Posteriormente na década de 80, o perfil da cobertura cultural era o chamado “Jornalismo cidadão” que passou a ser substituído pelo “Jornalismo de consumo”. Como explica Claudio Tognolli (2007):

Pois bem, nossa mídia apagou e diligentemente tem apagado fronteiras que francamente falando deveriam ter sido mantidas estanques. Lentamente é o que vemos, o estatuto de cidadania virou estatuto do consumidor, ali nos cadernos de cidades e todo o Brasil, o espaço tradicionalmente dedicado aos problemas da cidadania foi perdendo força para os problemas do consumismo (TOGNOLLI, p.54)”. Ainda referente ao mesmo período o jornalista e escritor Renato Pompeu afirma existir apenas uma única diferença entre o Jornalismo que faz hoje e o que se fazia há 30 anos atrás.” Antigamente , você ia vender uma história ao diretor de redação e ele dizia: vamos publicar porque ninguém está falando disso agora, prossegue Pompeu, você procura um diretor de redação , oferece uma história e ele te responde: Não vamos dar isso porque ninguém está falando nisso (idem, 2007, p. 54).

Os cadernos culturais, também, são chamados de segundos cadernos por que muitos denotam menor importância a eles quando comparados aos cadernos de economia ou de política. No entanto diversas pesquisas de leitura apontam a seção como à primeira ou segunda mais lida dos jornais .Isso ocorre porque em geral os segundos cadernos focam sua abordagem editorial em assuntos considerados mais leves como: arte, entretenimento, cultura e lazer. Diferente das outras seções dos jornais em que predominam as “*hard news*” ou seja, altos índices de criminalidade, escândalos políticos e econômicos.

O contexto atual encontra-se marcado pelo empobrecimento de conteúdo nos veículos culturais, regidos sob a égide do consumo com predominância de assuntos que repercutam grande audiência, e um tipo de abordagem não aguça a reflexão no leitor.

Dessa forma, percebe-se que os assuntos abordados em um caderno cultural não buscam novas alternativas. A esse texto unilateral, atrelado ao marketing denomina-se matéria cultural. Em contrapartida quantos textos que apontem irregularidades nos órgãos públicos que lidam com cultura são publicados? E assim o país segue com a ausência de uma identidade cultural definida, sem dar valor às expressões culturais de seu povo, fechada a um circuito mercadológico que não tem sido capaz de semear em seu público a

luz da reflexão e do senso crítico, tão distante da maneira como era feito no momento das primeiras coberturas culturais.

Breve histórico

O primeiro exemplar do caderno *Ilustrada* circulou no ano de 1958. O proprietário da *Folha de S. Paulo* na época o idealizou com o objetivo de entreter as mulheres enquanto os homens liam o noticiário dito sério. Como explica Marcos Augusto Gonçalves “A idéia pode soar machista, mas refletia um momento de modernização da sociedade e da imprensa, com a ampliação da esfera de entretenimento e a emergência das mulheres como leitoras e consumidoras” (GONÇALVES, 2008. p. 20). As principais notícias do caderno eram alimentadas por agências de notícias internacionais que distribuía histórias e telefotos de estrelas de cinema, do Jet-set internacional ou jazz.

O Jornalismo sofria algumas transformações nesse período tais como: a preferência pelo modelo americano mais objetivo e conciso em detrimento do francês mais retórico e também a presença de um mercado publicitário profissional e diversificado.

Em 1962 a Folha foi comprada pelos empresários Octavio Frias Filho e Carlos Caldeira Filho. Em meados da década o jornalista Cláudio Abramo assumiu a redação e mudou o perfil do caderno motivado pelo concorrente *O Estado de São Paulo* que publicava artigos de renomados intelectuais como Décio de Almeida Prado e Antônio Cândido. Nessa época a *Ilustrada* foi apelidada de “salada russa”, uma grande mistura de assuntos variados.

A partir de 1969 o jornal Folha de S.Paulo adota uma postura editorial em sintonia com o regime militar. Um caso singular na imprensa brasileira visto que, a maioria dos veículos informativos passava por um processo de modernização e transformação contrário ao regime autoritário que havia se instalado no país. Outro fator peculiar desse período diz respeito a consolidação da indústria cultural tal como Adorno havia preconizado em seus estudos. O grupo Folhas adquire então: “As últimas características que lhe faltavam para se tornar definitivamente um conglomerado empresarial ligado ao setor de comunicação de massa”. (TASCHNER, 1999. p.133).

Em virtude dessa solidificação da indústria cultural percebe-se que o conteúdo editorial da maioria dos veículos do grupo Folhas volta-se para a atração do consumidor-leitor. Tanto é que o slogan do grupo era o seguinte: “Maior número de notícias, no

mínimo de espaço”. A parte gráfica excluía os espaços em branco, as fotos abertas em várias colunas seguiam as novas tendências de diagramação. Como foi visto, as transformações acabaram por envolver tanto forma como conteúdo em prol de atender as necessidades de um novo leitor com potencial aguçado de consumo. O que soa um tanto controverso no entanto diz respeito a angulação dada as informações visto que eram elaboradas para apoiar o regime militar e acabam funcionando como a linha editorial do jornal.

Na época, muitos jornalistas são demitidos. A princípio sob alegação de incompetência, no entanto, o verdadeiro motivo resume-se em suas participações em alguma manifestação que os caracteriza-se como de esquerda. Elemento fundamental no processo de fluxo jornalístico nas redações do grupo Folha é o papel exercido pela Agência Folha .

Sua origem está ligada ao DICS, Departamento de Interior, Comunicações e sucursais. Durante o regime militar coube a ela centralizar a censura dos jornais. “A tal ponto que a maior parte dos jornalistas não chegava nem mesmo a tomar conhecimento de certos assuntos pois as notícias eram cortadas antes de chegar a redação”. (TASCHNER, 1999,p. 162). Aos olhos dos jornalistas a agência era vista como símbolo de desemprego e censura. Como explica Gisela:” Os que se sujeitavam a trabalhar para ela, no início eram malvistas pelos colegas. E nas redações, em graus diversos os jornalistas sempre tentavam contornar a existência da agência e concorrer com ela. Assim, o jornal apresentava certa subserviência a fotos que enobreciam o regime militar tais como manchetes favoráveis a Transamazônica ou mesmo aos índices econômicos positivos que o “milagre brasileiro” proporcionou. No entanto, sua linha editorial negava a existência da tortura e segundo explica Gisela Tachener possuía canais de informações com pessoas ligadas aos principais órgãos de repressão.

Com o declínio do regime militar, a Folha de S. Paulo passa a tomar uma posição de defesa das eleições Diretas para presidente, tanto a redação quanto o conteúdo da Agência Folha. Fica nítido com essa mudança de postura editorial o vínculo direto que o grupo possui do sistema político vigente. Assim quando o sistema militar começou a ruir, os responsáveis pelo conglomerado trataram de mudar sua posição e passaram a defender o regime democrático do qual foram tão contrários.

No caderno *Ilustrada*, a virada de 1988 para 1989 o projeto editorial do caderno foi denominado de “Guerra total” para descrever a concorrência que existia na imprensa diária. Mas a grande virada editorial do caderno ocorre nos anos 80 e estava relacionada ao momento político vivido pelo país, eram os anos da democratização e do Movimento pelas Diretas Já. Nesse período a *Folha* começou a informatizar-se, e o suplemento foi o pioneiro no trabalho com as novas máquinas.

Ao acompanhar as mudanças da história no Brasil a *Ilustrada* entra nos anos 90 com um perfil muito mais mercadológico com leitores mais individualistas além de grande aumento de assuntos a serem editados e assídua concorrência com a internet. Podemos dizer que as preocupações editoriais iniciais permanecem de maneira mais criteriosa e voltada a áreas que antes não eram tão abordadas como moda, design, gastronomia, a esse tipo de abordagem denomina-se serviços.

Aspectos de latinidade

A escassa e defasada cobertura feita pela imprensa brasileira referente aos bens culturais latinos, pode ser explicada sob a égide de muitos aspectos que norteiam a história da sociedade. No continente, o processo histórico das nações estabeleceu sociedades civis enfraquecidas e dominadas por forças hegemônicas. Como explica Darcy Ribeiro (1986): “A unidade geográfica jamais funcionou aqui como fator de unificação porque as distintas implantações coloniais das quais nasceram às sociedades latinas coexistiram sem conviver ao longo dos séculos” (idem, 1986, p. 55).

Apesar dos processos de independência das metrópoles, os Estados formados no século XIX não alteraram a estrutura de poder, continuam dependentes economicamente de outras nações; fator esse que dificultou as tentativas populares de transformação que na maioria das vezes foram reprimidas de maneira atroz. Uma das conseqüências dessas tentativas malogradas de mudanças tem sido a legitimação pelo Jornalismo da História dos vencedores em detrimento dos vencidos. “Diante da constatação dessa problemática do “altruísmo civilizatório”, cabe apontar possíveis soluções para que as nações desse bloco consigam transformar a ordem social a fim de minimizar as desigualdades sociais e assim começar mesmo que de maneira tardia transformar os rumos para que concretizem-se o

amadurecimento político, social e cultural tão necessários aos países do Cone-Sul. Essas mudanças têm sido preconizadas desde o século XIX pelo visionário Simon Bolívar e ainda não conseguiram incorporar-se nesses países.

Tal premissa pode ser explicada sob o olhar da formação das identidades nacionais. Como define Canclini, “A identidade é uma construção que se narra e se desenvolve quase sempre baseada na apropriação de um território por um povo” (CANCLINI, 2006, p. 129). Nos séculos XIX e no início do XX muito se falava em culturas nacionais homogêneas, dotadas de discurso e identidades próprias. Esse período caracteriza-se pelo nacionalismo, baseado na idéia de uma cultura nacional através da legitimação da unidade que superava os processos de fragmentação, responsáveis pelas insurreições regionais e federais bem como o fomento aos processos de comunicação entre várias regiões através de rodovias, estrada de ferro, telégrafos, telefones e rádio.

A partir da segunda metade do século XX alterou-se a forma de interação da sociedade com a cultura. O modelo antigo identificava como elementos culturais algo que fosse típico de seu país de origem. Com essa mudança de paradigma, a identificação de produtos e serviços passa a ser ditada por critérios baseado na economia de mercado em âmbito transnacional.

Os meios de comunicação de massa são agentes fundamentais nesse processo, pois responsabilizam-se por padrões de consumo e comportamento. Ou seja, apropriam-se de um discurso hegemônico pautado pelo viés mercadológico que denota menos visibilidade aos bens culturais locais. Martín Barbero (2004) aponta como fatores intrínsecos a essa realidade “Os novos modos de inserção no (e de percepção de) tempo e espaço, com tudo o que implicam de descentralização concentradora de poder e de um desraizamento que levou a hibridização das culturas” (idem, 2004, p. 60).

Esse processo sustentado pelos pilares globalizantes resultou na quebra não apenas de barreiras e fronteiras, como também num processo de perda das identidades culturais. Dessa forma, distintos modos de ser passam a concentrar-se e conviver na maioria dos territórios. No entanto, mesmo apesar dessa diversificação cultural, muitos grupos continuam à margem e lutam de maneira organizada para sua inserção pelos media ao status quo.

Em tempo de globalização, as culturas subalternas, expressão baseada no pensamento de Antonio Gramsci que consistia na diferença entre patrimônio cultural do

povo da cultura oficial ocupam espaço desfavorecidas diante das perspectivas neoliberais incorporadas pelo mercado e pelos media que devido ao caráter comercial extinguem suas verdadeiras origens visto que os meios de comunicação de massa realizam uma prática de desvalorização e desmobilização dos recursos comunicacionais voltados a essa parcela da sociedade . Nas nações latinas americanas esse comportamento é tão notório que esses grupos minoritários correm o risco de aniquilamento diante das diretrizes da elite. Os processos de democratização no âmbito comunicacional ainda são insuficientes nesses países. Merece destaque às discussões entre sociedade civil e governos locais visto que o sistema neoliberal vigente exclui as classes subalternas dos fluxos políticos e econômicos. Enorme paradoxo diante de países que são regidos sob égide democrática. As atrocidades dos anos ditatoriais ficaram no passado, no entanto a mordaza aos direitos dos cidadãos continuam presentes.

A cultura transnacional condiciona o comportamento das sociedades em uma direção homogeneizadora propicia a expansão neoliberal. Canclini em sua obra *A Globalização Imaginada* explica que se trata de um processo formado a partir da internacionalização econômica e cultural. Assim a idéia de transnacionalização está totalmente ligada à globalização cultural, caracterizada por homogeneizar as tendências no estilo de vida e no consumo de massas. Para o autor, a globalização no campo cultural subordina, discrimina, exclui as manifestações culturais locais, fazendo a mescla com a cultura de massas, deixando a míngua suas idiossincrasias.

A atuação dos media na construção da identidade cultural se dá pela tentativa de dominação através do controle psicológico como explica Nazareth Ferreira “A destruição da identidade é o primeiro passo em qualquer tentativa de dominação: a colonização da personalidade” (FERREIRA, 1997, p. 59). No contexto contemporâneo, esse doutrinação cultural realizado tornou-se mais pertinente com os avanços tecnológicos, por criar um novo conceito de cultura que atua no imaginário social, responsável por mudanças de atitudes e comportamento. “A autora afirma ainda que o mercado tornou-se o novo Deus que possui na técnica seu principal sacerdote” (idem, 1997, p. 4). No âmbito midiático o público-alvo da grande imprensa são aqueles cidadãos que tem condições de consumir os produtos anunciados nos media, encontram seu cotidiano e os lugares que costumam freqüentar retratados nas páginas dos jornais. Dessa forma, aqueles que não são escolhidos pelo mercado tornam-se excluídos da cobertura feita pela imprensa.

hegemônica. O resultado é o empobrecimento, cada vez maior, dos elementos identitários locais.

Importante ressaltar a relação direta entre resistência e identidade cultural. Como foi exposto em momento anterior, o sistema de comunicação torna-se reprodutor da cultura hegemônica em nível mundial. Assim, essa nova situação cultural responsabiliza-se pela espetacularização das manifestações culturais mais significativas no campo das tradições. Permanecer no esquema dos media sem perder a identidade cultural tem sido o principal desafio daqueles que dependem das estratégias de sobrevivência econômica e social de cunho subalterno.

O modelo neoliberal além de ferir a autodeterminação dos povos e suas identidades, desarticula o Estado e suas funções através das privatizações que facilitam a permanência das empresas transnacionais. Segundo aponta Maria Nazareth (1997) as principais agências de notícias são: *Associated Press, United Press International, Reuters e France Press*. Assim, a difusão de informações na América Latina corresponde aos interesses dos países em que essas agências localizam-se. Fator que não reforça a formação de um conceito de identidade cultural tão importante na disseminação de valores aos indivíduos visto que o sistema informativo global pende de maneira notória para o lado em que as relações mercadológicas são favorecidas.

Considerações finais

Pode-se constatar através da presente leitura que os media atuam de maneira cordial a ideologia neoliberal, ou seja, apesar dos avanços tecnológicos constantes, responsáveis pela introdução de novas mídias aos consumidores alguns segmentos da sociedade conseguiram interconectar-se, entretanto aos setores subalternos prevaleceu a mesma exclusão as quais foram condenados há séculos.

As manifestações culturais subalternas acabam condicionadas a perda de suas verdadeiras origens sob a égide mercadológica que adquirem. As identidades nacionais e culturais enfraquecem diante do neoliberalismo que através do discurso hegemônico padroniza comportamentos e a maioria das atividades humanas em âmbito global. Dessa forma, as tentativas de resistência desses grupos acabam amordaçadas em prol de uma visão que promete a inclusão de um maior número de indivíduos, no entanto reforça os

processos de exclusão e disparidades sociais já bastante acentuados nos países que compõem o Cone-Sul.

O papel dos media tem sido controverso, visto que o Brasil até agora teve poucas políticas públicas de comunicação e a maioria delas de cunho corporativo, ou seja, serviram para consolidar mesmo com o aparato estatal um sistema privado mercadológico que consiste no lucro e não na pluralidade informativa. A comunicação deve ser entendida como direito humano e não como mercadoria.

Diante desse fato cabe salientar a importância do debate a respeito da regulamentação da comunicação, visto que é função do Estado à garantia de políticas de acesso, produção e difusão da comunicação por segmentos sociais, sobretudo os setores minoritários da população. Diferente do que se pensa a respeito do tema, esse debate não possui ditames de repreensão e controle sobre os conteúdos veiculados. Pelo contrário trata-se de uma maneira de democratização da informação, essencial ao amadurecimento da recente democracia na maioria dos países latinos.

Referências Bibliográficas

CANCLINI, Nestor Garcia. *A globalização imaginada*. Trad. De Sergio Molina. São Paulo: Iluminaras, 2007.

_____. *Culturas híbridas*. Trad. de Ana Regina Lessa e Heloisa Pezza Cintrão. São Paulo Edusp, 1998.

DOWING, John D. H. *Mídia radical: rebeldia nas comunicações e movimentos sociais*. Trad. de Silvana Vieira. São Paulo: Senac, 2002.

GONÇALVES, Marcos Augusto. *Pós Tudo-50 anos de cultura na Ilustrada*. São Paulo: Publifolha, 2008.

MATTELARD, Armand. *Diversidade cultural e mundialização*. São Paulo: Parábola, 2005

NAZARETH, Maria. *Globalização e identidade cultural na América – Latina*. São Paulo: CELACC/ECA, 1997.

_____. (Org). *América Latina, a imagem de um continente na escola e nos meios de comunicação*. São Paulo: CELACC/ECA, 1997.

PIZA, Daniel. *Jornalismo cultural*. São Paulo: Contexto, 2003.

RIBEIRO, Darcy. *O Povo Brasileiro: a formação e o sentido do Brasil*. São Paulo: Companhia das Letras, 2006.

TASCHNER, Gisela. *Folhas ao vento. Análise de um conglomerado jornalístico no Brasil*. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

TOGNOLLI, Claudio. *Mídias, Máfias e Rock'n Roll*. São Paulo: Bispo, 2007.