

Indústria cultural e globalização: o discurso local

Marcel Henrique Angelo¹, angelomarcel@gmail.com

1. Mestre em Teoria Literária e Crítica da Cultura pela Universidade Federal de São João del-Rei (UFSJ), MG; professor na Faculdade de Minas (FAMINAS), Muriaé, MG.

RESUMO: Ao contrário do que pregam as mais apocalípticas teorias da cultura de massa, os efeitos da Indústria Cultural são limitados na era da Globalização. O poder do elemento local diante da cultura global, manifesto discursivamente, é o objetivo do presente artigo, no qual pretendemos demonstrar a influência das identidades regionais neste cenário. Duas possibilidades são mostradas: a resistência da recepção local, que poderia estar causando transformações fundamentais no ambiente global; ou a manipulação das peculiaridades regionais, utilizadas pelos chamados “global players” em seu próprio proveito.

Palavras-chave: globalização, localismo, identidade, indústria cultural.

RESUMEN: Industria cultural y globalización: el discurso local. Al contrario de lo que predicen las más apocalípticas teorías de la cultura de masa, los efectos de la industria cultural son limitados en la era de la Globalización. El poder del elemento local delante de la cultura global, digo discursivamente, es el objetivo del presente artículo, en el cual queremos demostrar la influencia de la identidades

regionales en este escenario. Dos posibilidades son mostradas: la resistencia de la recepción local, que podría estar causando transformaciones fundamentales en el ambiente global, o la manipulación de las particularidades regionales, utilizadas por los llamados “global players” en su propio provecho.

Palabras llaves: globalización, localismo, identidad, industria cultural.

ABSTRACT: Cultural industry and globalization: the local speech. On the contrary to the ones who preach the most apocalyptic theories of the mass culture, the effects of the Cultural Industry are limited in the Globalization Age. The power of the local element in the presence of the global culture, manifested through the speech, is the objective of the present article, in which we intend to show the influence of the regional identities in this setting. Two possibilities are shown: the resistance of the local reception, which could be causing fundamental changes in the global environment; or the manipulation of the regional peculiarities, used by the called “global players” in their own profit.

Keywords: globalization, localism, identity, cultural industry.

Introdução

Houve um tempo, num passado recente, em que a maioria dos repórteres que trabalhavam em grandes emissoras de televisão no Nordeste brasileiro não pronunciavam as palavras com sotaque – ao menos era essa a impressão que tinham os telespectadores das regiões Sul ou Sudeste, no momento em que uma reportagem era exibida em algum telejornal veiculado nacionalmente. Como se pode presumir, as palavras cuja sonoridade era tida como “neutra” por quem ouvia do Centro-Sul eram pronunciadas por jornalistas que não possuíam origem nordestina.

Atualmente, mesmo ouvintes mais distraídos percebem, no **Jornal Hoje** ou no **Jornal Nacional**, o característico sotaque nordestino vocalizado por re-

pórteres nascidos naquela região. E também algumas vinhetas da Rede Globo, retratando, entre outros, o interior do Rio Grande do Sul, do Amazonas e de Goiás – enfatizando as peculiaridades concernentes a estas localidades, num gesto de afirmação das próprias raízes. Aos poucos, tem-se a impressão de que a rede criada por Roberto Marinho nos anos 1960 não é mais carioca, muito embora sempre tenha se pretendido nacional.

Ao vender quase todas as suas retransmissoras, a maior emissora do Brasil empreendeu um processo, ainda em curso, de regionalização de sua programação. Além de questões de caráter econômico-administrativas e jornalísticas, as quais não cabe aqui mencionar de maneira direta, o impacto dessa decisão vem provocando transformações significativas na cultura de massas nacional, conquanto não seja uma ocorrência restrita ao Brasil. Seria essa uma atitude de respeito às particularidades e individualidades de cada comunidade, há tanto tempo obrigadas a assumir o papel de receptores generalizados? Provavelmente esconde-se um emaranhado de interesses por trás desse “respeito”. Ponto pacífico mesmo, entre teóricos, é que tais modificações são representativas da tensão cultural que se constitui, na contemporaneidade, entre o fenômeno da globalização diante do chamado localismo.

Como numa espécie de reação – ou resposta – à pressão exercida pela homogeneização imposta pela Indústria Cultural, diversas culturas regionais parecem exercer um movimento de auto-afirmação. Apesar de toda a sedução publicitária, as transnacionais encontram limites bastante claros ao imperialismo simbólico por elas praticado: exemplo mais evidente disso é o fato de que não há no mundo empresa alimentícia disposta a vender carne bovina na Índia, já que, como é notório, a cultura religiosa daquele país considera a vaca um animal sagrado. Acrescentem-se, outrossim, as centenas de dialetos correntemente empregados em todo o território indiano, não obstante a maciça presença imperialista britânica ao longo do século XIX, o que em tese poderia ter implicado, em virtude da dominação neo-colonialista, o uso exclusivo da língua inglesa.

Retome-se, mais um instante, a questão do sotaque. No exemplo abaixo, Roberto Benjamin apresenta um exemplo no qual, conforme a concepção do referido autor, pode-se perceber o contraste entre a maneira de se falar em uma determinada região e os padrões estéticos auditivos propalados midiaticamente.

No Recife, um grupo de adolescentes e jovens adultos considerava ridículo o seu próprio sotaque quando veiculado pela televisão. Somente pelo contraste com os sotaques predominantes na mídia foi possível tal percepção aberrante, que coloca em xeque a auto-estima e a identidade cultural da população local (BENJAMIN, 1999, p. 130).

Benjamin faz menção a uma época em que o que se via na tevê não sofria influências regionais, prevalecendo os interesses da audiência situada mais ao sul no Brasil. Era este, portanto, o período que antecede a supracitada tendência de regionalização das programações televisivas brasileiras. Mas a citação acima é ainda mais destacável devido ao fato de que relaciona conceitos tidos, em princípio, como divergentes: de um lado, padronização, standardização; de outro, identidade e localidade.

Posto isto, será possível postular que a trajetória esmagadora da produção cultural em série, abominada por defensores de valores como legitimidade e autenticidade da cultura popular, encontra resistências comprometedoras em grupos ditos comunitários? E, diga-se ainda, diante de aspectos como a famigerada compressão espaço-temporal de que tratam inúmeros autores (BAUMAN, 1999, p. 47; HALL, 2003, p. 69), que implica um maior contato e influência entre culturas diversas, em que medida pode-se falar em “resistência”?

Para que se possa discutir tal problemática, proceda-se, previamente, a um breve panorama teórico.

I – Uma outra cultura industrializada?

Em se tratando de analisar a tendência à globalização e ao localismo, assunto vasto e multifacetado, é recomendável que se delimite minimamente um recorte – e, em razão da abrangência de sua atuação, deu-se preferência à observação da dinâmica da cultura de consumo. Esta, segundo Ortiz, “desfruta de posição de destaque. Na minha opinião, ela se transformou numa das principais instâncias mundiais de definição da legitimidade dos comportamentos e dos valores” (ORTIZ, 1994, p. 10).

Desde meados do fim da Segunda Guerra Mundial, impôs-se um modelo cultural eminentemente comercial e uma concomitante discussão acerca do tema. Conforme atestam analistas, a emergência da chamada Cultura de Massas acompanha o desenvolvimento tecnológico-industrial engendrado naquele período (MORIN, 1997, p. 14). Exemplo clássico de abordagem de tais questões foi empreendido por Max Horkheimer e Theodor W. Adorno, versando sobre a Indústria Cultural, em ensaio de mesmo nome. O texto é tido como basilar devido, entre outros aspectos, a seus ataques à massificação dos produtos culturais que então se tornavam preponderantes – em especial o rádio e o cinema – e que, de acordo com as premissas da dupla de filósofos, contribuíam sobremaneira para a manutenção de um sistema de alienação e dominação (ADORNO; HORKHEIMER, 1986, p. 184).

O paradigma da Escola de Frankfurt, que inclui ainda pensadores como Walter Benjamin, Herbert Marcuse e Jürgen Habermas, ganhou força, vindo a se tornar a principal referência de grande parte das batalhas teóricas relativas à

cultura no século XX. Conceitos como a homogeneização – que, segundo Ortiz (1999b, p. 105) é o que caracteriza a cultura de massa – e a padronização são sempre levados em conta, sejam eles pronunciados por apocalípticos ou integrados¹. Para Edgar Morin, “a tendência homogeneizante é ao mesmo tempo uma tendência cosmopolita, que tende a enfraquecer as diferenciações culturais nacionais em prol de uma cultura das grandes áreas transnacionais” (MORIN, 1997, p. 43). Percebe-se, nas palavras do sociólogo francês, o estabelecimento de um processo de solapamento do elemento particular, regional, face à necessidade de serialização dos produtos culturais para que se atinja um maior público com menores gastos.

Não obstante prevaleça, ao longo do século XX, a lógica massificadora que praticamente ignora peculiaridades referentes às preferências de consumidores isolados, é possível detectar uma preocupação, ainda que incipiente, quanto às questões locais. Nesta perspectiva, sempre mantendo o enfoque crítico, Morin demonstra que

Certos temas folclóricos são absorvidos pela cultura de massa e, com ou sem modificação, são universalizados. O folclore do Oeste americano dá origem ao western, que se torna um tema do novo folclore planetário. A arte do circo londrino dá origem à slapstick comedy, que, com os Mac Sennett, Benn Tunpin, O Gordo e o Magro, Harry Lagdon, Carlitos, fornecem ao cinema as fontes profundas de sua comicidade. O folclore infantil dos animais antropomorfos triunfa no desenho animado (1997, p. 64).

Assim, elucida Morin, a cultura de massas executa um duplo e dialético movimento: desintegra a cultura folclórica ao mesmo tempo que a integra, porém já enquadrada numa lógica temática universalizante (MORIN, 1997, p. 66). Desta forma, como se pode depreender, embora as realidades regionais não sejam de todo negligenciadas pela cultura industrial, predomina a noção de apropriação destes produtos dados como “periféricos” e sua conseqüente submissão ao sistema mundial. Conforme explicitado por Roberto Benjamin, “somente quando tomada como um adereço exótico é que a cultura tradicional vem a ser apresentada nos *mass media*, passando por um processo de decupagem, que diríamos mesmo de edulcoração” (BENJAMIN, 1999, p. 135).

1 Termos utilizados por Umberto Eco para designar os críticos à Indústria Cultural (apocalípticos), os quais atribuem-lhe um papel de propagadora da alienação, e aqueles que nela enxergam benefícios como a democratização (integrados).

Contudo, mudanças sensíveis neste processo ocorreram mais tarde², a partir da consolidação da globalização que hoje se apresenta. De acordo com Stuart Hall (2003, p. 84), “a continuidade e a historicidade da identidade são questionadas pela imediatez e pela intensidade das confrontações culturais globais”. Por sua vez, Vattimo analisa que vivemos hoje em uma sociedade transparente, na qual incorre ao menos uma mudança crucial: o afloramento de realidades locais, antes excluídas por uma postulação euroetnocêntrica da história – esta exclusivamente linear, progressista e em conformidade com a ideologia desenvolvida na Modernidade. Surge então um novo modelo, no qual a visão de mundo imposta pelo europeu passa a ser, aos poucos, secundária, ou pelo menos tem sua exclusividade relativizada (VATTIMO, 1996, p. 14). Nesse sentido, afigura-se plausível a concepção de Ortiz, segundo a qual “uma cultura mundializada não implica o aniquilamento das outras manifestações culturais, ela cohabita (*sic*) e se alimenta delas” (1994, p. 27). Na mesma obra, intitulada **Mundialização e Cultura**, porém mais adiante, o autor afirma que “o mundialismo não se identifica pois à uniformidade”(1994, p. 29).

II – Localismo: entre a auto-afirmação e a cooptação

É importante, porém, ter em conta o fato de que não se está substituindo a era dos produtos culturais ditos massificados por uma era da atomização. A homogeneização talvez seja ainda hegemônica, haja vista ter se modificado e se adaptado à realidade e à pluralidade contemporâneas. Introduzindo-se tal ponto de vista, nota-se a acentuação da até aqui discutida, porém não nomeada, polarização das posições: a primeira trabalhando com a hipótese de uma espécie de “reação avassaladora” da cultura local diante da global, que aos poucos estaria encontrando profundas limitações e enquadrando-se numa situação mais equilibrada; e a segunda, sustentando que a Indústria Cultural apresenta mudanças significativas, de fato, mas, ao se adequar às transformações conseqüentes da pós-modernidade, adquiriu maleabilidade, o que lhe permitiu manter sua hegemonia.

- 2 Por ser demasiado longo, e também fugir ao propósito deste trabalho, o debate em torno do início e do fim de períodos como a modernidade, a pós-modernidade, globalização e ainda a Cultura de Massas não será abordado. Apenas considerar-se-á, para efeito epistemológico, “pós-modernidade” e “globalização” como contemporâneas e originadas após o nascimento da cultura industrial.

No entanto, não se pode negligenciar a existência de comunidades, novas ou antigas, que partilham de valores não necessariamente vinculados à existência da Nação – haja vista poderem transcendê-la territorialmente, como no caso do *black*, que será visto mais à frente, ou existirem em seu interior, como ocorre com os bascos na Espanha. Há situações, portanto, nas quais os imperativos etnoculturais locais constituem, se não uma revolta, um entrave às pretensões globalizantes da cultura de consumo. Nas palavras de Octavio Ianni, “esse contexto em que se situam as ressurgências de localismos, provincianismos, nacionalismos, etnicismos, racismos, fundamentalismos e outras manifestações multiplica-se no âmbito da globalização em curso no fim do século XX” (IANNI, 1999, p. 38).

É preciso reconhecer que boa parte destas espécies de “microesferas” culturais, algumas vezes denominadas tribos ou comunidades, bem como a produção cultural deles conseqüente e a eles destinada, podem ser resultantes das transformações econômico-tecnológicas em curso. O capitalismo ganhou novas feições, que hoje o diferenciam do que era há cinquenta anos. A mudança de um modo de produção fordista para uma fase capitalista mais flexível não poderia passar impune e tampouco deixaria de causar implicações em nossa cultura.

Evidentemente (...) nenhum desses qualificativos se restringe ao nível econômico; cada um deles expressaria uma forma cultural *sui generis*, um modo de vida. Fordismo implica modernismo, “cultura de massa”, homogeneização do mercado; já o capitalismo flexível abre-se para outras dimensões – pós-modernidade, diversificação cultural, segmentação (ORTIZ, 1999b, p. 119).

Conquanto estejam fundamentados, estes argumentos não nos fornecem indícios de em que momento e por quais motivos ganhou projeção o fator “local” – seja enquanto “vítima” passiva ou agente de uma reação. Talvez a resposta tenha origem na própria exclusão, que, conforme defendido por estudiosos, aprofundou-se proporcionalmente ao desenvolvimento da “aldeia global”, no termo de Marshall McLuhan.

O tema da regionalização, em especial, ganha nova relevância num momento em que o desenvolvimento das tecnologias de informação e comunicação (TIC’s) cria uma verdadeira comunidade global, mantendo, ao mesmo tempo, à margem, a imensa maioria da população mundial, presa a um horizonte de vida e a valores próprios das culturas regionais, podendo-se observar até um avanço de diferentes

formas de xenofobia e de intransigência étnica. Inclusive, o local e o regional aparecem como fontes de resistência dos indivíduos à desterritorialização selvagem imposta pelo sistema no seu atual processo de reestruturação (BOLANO, 1999, p. 8).

Também apoiando a hipótese de resistência do localismo, Milton Santos argumenta que a globalização é criadora de escassez, ou seja, nem todos, evidentemente, dispõem de acesso até mesmo aos produtos mundializados da cultura de massas atual. Neste cenário, a saída encontrada pelas camadas populacionais excluídas para desfrutar de bens simbólicos é recorrer à própria cultura popular, economicamente mais acessível. E esta alternativa, ao contrário do que se supunha nas análises críticas mais ortodoxas, acaba agravando a heterogeneidade, impossibilitando o estabelecimento completo da homogeneização. “Uma das conseqüências de tal evolução”, esclarece-nos o eminente geógrafo, “é a nova significação da cultura popular, tornada capaz de rivalizar com a cultura de massas” (SANTOS, 2000, p. 143). Ao encontro desta opinião vai Ortiz, ao demonstrar como a dominação histórica participa efetivamente deste processo. Aqui, a própria subordinação é tida como fator gerador de reação – ou pelo menos de alternativa:

Um exemplo são as práticas musicais que expressam a consciência negra. África-Bahia-Caribe formam um universo que se sustenta a partir da condição de subalternidade dos negros nas sociedades atuais e do ludismo das gerações descendentes de escravos (ORTIZ, 1999a, p. 90).

Um outro enfoque, este formulado por Bernard Miège, não despreza o papel transformador da globalização quando em contato com o local. Contudo, apresenta limites a esse envolvimento e suas possibilidades: “(...) se o global se encontra mais ou menos no local, o local não se reduz ao global; por mais pregnantas que sejam as ‘influências do global, elas estão longe de imprimir uma marca uniforme e uma orientação unívoca” (MIÈGE, 1999, p. 14). Nota-se claramente a ocorrência de uma abertura, que se não confere maior liberdade e afirmação à regionalidade, no mínimo equilibra a relação, estabelecimento novos parâmetros e dando margem a outras possibilidades, até alheias ao padrão cultural consumista.

Soma-se a tal embate, por assim dizer, um outro: o das identidades. O pós-moderno global teria devastado as características identitárias peculiares? Ou estas encontram-se em franca insurreição a este movimento de padronização? Stuart Hall cita ambas as possibilidades, acrescentando uma terceira: o

surgimento de novas identidades, que muitas vezes são híbridos culturais constituídos a partir de elementos preexistentes. O estudioso jamaicano refere-se, por exemplo, ao movimento *black* nos anos 70, como resultante de influências desterritorializadas – a etnia negra – em meio a questões políticas locais, como o racismo nos Estados Unidos (HALL, 2003, p. 86).

A questão étnica, junto com a ecológica, é componente importante de uma dinâmica que envolve, ao mesmo tempo, o enfraquecimento das antigas nacionalidades, por um lado, e por outro o pluralismo de identidades. Renato Ortiz afirma que

O processo de mundialização incentiva a diferenciação no interior do sistema-mundo. O planeta ao se tornar único, reatualiza suas distinções em vários níveis. Dentro desse contexto há um claro apagamento do papel das identidades nacionais; elas se fragmentam em parte que podem agora se articular entre si, sem necessariamente ter de passar pela dimensão nacional (ORTIZ, 1994, p. 25).

Ainda que não haja consenso quanto às alterações culturais e identitárias até aqui mencionadas, não se pode negar que haja, no mínimo, um acompanhamento preciso destes movimentos por parte da cultura de consumo. Exemplifiquemos com o que ocorre no interior da Amazônia. A transnacional Coca-Cola, ao efetuar o patrocínio do mundialmente famoso festival da ilha de Parintins, parece render-se às especificidades daquela realidade local. Em atitude de respeito – evidentemente com objetivos comerciais –, a logomarca da empresa mais conhecida no planeta é colorida de azul quando exposta no território pertencente à agremiação do “Boi Caprichoso”, rival do “Boi Garantido”, cuja cor de apresentação é o vermelho. Desta forma, no intuito de atender a uma demanda simbólica essencialmente local, a citada empresa chega ao extremo de utilizar a coloração de sua adversária (Pepsi).

Retomemos o exemplo da regionalização da programação da Rede Globo de TV, que abre o presente trabalho. Ao enfatizar o localismo, a emissora recorre, simultaneamente, a dois procedimentos. 1) Em primeiro lugar, parte de uma premissa essencialmente pós-moderna ao investir no sentimento de identidade comum às comunidades de várias regiões. Sabe-se que este sentimento não é inato, e sim construído a partir de um amplo leque de fatores culturais, como narrativas e mitos fundadores, além da invenção de tradições populares (HALL, 2003, p. 53). Assim sendo, a maior empresa de comunicação brasileira utiliza, em suas propagandas de fim de ano, referências aos Pampas gaúchos, ao carnaval pernambucano e outros elementos de caráter estrita e notoriamente

te relativos às localidades a que estão associadas. 2) Em segundo, conseqüentemente, aposta num modelo cultural vastamente explorado pela cultura industrializada: a geração de *identificação* (MORIN, 1997, p. 101) entre aquele que assiste – isto é, o telespectador – e a coisa assistida.

Tudo isso faz supor, portanto, uma prova do triunfo do localismo? Não necessariamente, na visão de alguns estudiosos. Para Ortiz, é difícil falar, atualmente, em identidade, sendo o mais adequado trabalhar com identidades (ORTIZ, 1999b, p. 79). Conforme a noção sustentada pelo autor,

A civilização da modernidade-mundo se caracteriza, pois, como sendo, simultaneamente, uma tendência de conjunção e de disjunção de espaços. É isso que nos faz percebê-la como sendo marcada por duas direções, uma voltada para a homogeneização, outra, para a diversidade (ORTIZ, 1999c, p. 63).

Ortiz pondera ainda que a abordagem da tensão existente entre o global e o local – que, para ele, inclui também a questão do “nacional” – envolve fundamentalmente “linhas de força”, que atravessam planos sociais diferenciados. Assim, não considera a existência de uma hegemonia da globalização sobre o localismo, tampouco uma insurreição das chamadas “minorias” – que talvez constituam hoje as verdadeiras maiorias – ante a pasteurização cultural. Entretanto, faz questão de ressaltar que “as linhas de força que atravessam os lugares não são equivalentes. Elas possuem peso e legitimidades distintas. A mundialização da cultura traz com ela vetores poderosos de dominação, a ponto de se articularem em nível planetário” (ORTIZ, 1999c, p. 68).

A articulação entre as linhas de força supracitadas pode estar, no momento atual, envolvendo o uso de características pertinentes à cultura de consumo por parte dos “grupelhos” identitários. Ao pensamento de Ortiz acima mencionado pode-se acrescentar o de Yúdice (1993), segundo o qual “resistir aqui quer dizer usar o que oferece a cultura de massas mesma”. Assim sendo, os fatores determinantes da globalização *interagem*, no sentido mais amplo da palavra, com aqueles que constituem o que se entende por localismo – num processo cuja flexibilidade, não por acaso, é semelhante à da produção industrial no capitalismo tardio e também das identidades pós-modernas.

Considerações finais

Parece pertinente abandonar posições estanques no tocante à cultura pós-moderna. Haja vista que esta se encontra marcada pelo signo da pluralidade, não seria, conseqüentemente, o dogmatismo epistemológico o mais indicado para tratar de tais questões.

Contudo, para que se evite uma relativização ilimitada, alguns posicionamentos apresentaram-se mais contundentes e coerentes. Baseado no que foi exposto, considerar-se-á a existência da articulação entre elementos de natureza “global” – desterritorializados, universalizados e impregnados de uma ideologia orientada pela cultura do consumo – e outros, concernentes ao localismo, em geral associados a uma idéia de autenticidade (ORTIZ, 1999c, p. 59).

Assim sendo, a cultura de massas, que atravessou o século XX estigmatizada – não sem motivo – pela padronização, insere-se no contexto pós-moderno, influenciada pelas linhas de força, tanto de natureza global quanto local. Desta forma, adapta-se a determinados aspectos culturais contemporâneos, sem, no entanto, abandonar todas as características que lhe conferiram predominância não só no âmbito da cultura, mas também da política, economia e outros.

Referências bibliográficas

ADORNO, Theodor W., HORKHEIMER, Max. A indústria cultural: o Iluminismo como mistificação de massas. In: **Dialética do esclarecimento**: fragmentos filosóficos. Rio de Janeiro: Zahar, 1986.

BAUMAN, Zygmunt. **Globalização**: as conseqüências humanas. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999. p. 9-48.

BENJAMIN, Roberto. Culturas regionais: permanências e mudanças em tempo de globalização. In: BOLAÑO, César. **Globalização e regionalização das comunicações**. São Paulo: EDUC, 1999.

BOLAÑO, César. **Globalização e regionalização das comunicações**. São Paulo: EDUC, 1999. p. 7-11.

IANNI, Octavio. Nacionalismo, regionalismo e globalismo. In: BOLAÑO, César. **Globalização e regionalização das comunicações**. São Paulo: EDUC, 1999.

HALL, Stuart. **Identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2003.

MIÈGE, Bernardo. A Multidimensionalidade da comunicação. Um outro território. In: **Globalização e regionalização das comunicações**. São Paulo: EDUC, 1999.

MORIN, Edgar. **Cultura de massas no século XX**: neurose. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997.

ORTIZ, Renato. **Mundialização e cultura**. São Paulo: Brasiliense, 1994.

_____. Modernidade-mundo e identidades. In: **Um outro território**: ensaios sobre a mundialização. São Paulo: Olho d'Água, 1999a.

_____. Cultura, comunicação e massa. In: **Um outro território**: ensaios sobre a mundialização. São Paulo: Olho d'Água, 1999b.

_____. Um outro território. In: BOLAÑO, César. **Globalização e regionalização das comunicações**. São Paulo: EDUC, 1999c.

SANTOS, Milton. Transição em marcha. In: **Por uma outra globalização**: do pensamento único à consciência universal. São Paulo: Record, 2000.

VATTIMO, Gianni. Pós-moderno: uma sociedade transparente? In: **A sociedade de transparente**. São Paulo: Relógio D'água, 1996.

YUDICE, George. O "estado das artes" dos estudos culturais. In: PEREIRA, Carlos Alberto Messeder; FAUSTO NETO, Antonio (Orgs.). **Comunicação e cultura contemporânea**. Rio de Janeiro: Notrya/Compós, 1993.