

As nações não são mais espaços hegemônicos

ORTIZ, Renato. *Mundialização e Cultura*
São Paulo, Brasiliense, 1994.

Mundialização e Cultura, como Renato Ortiz anuncia na introdução da obra, parte da premissa da existência de processos globais que transcendem os grupos, as classes sociais e as nações. A hipótese central da obra é a “emergência de uma sociedade global”. A partir desses dois pontos, empenha-se em compreender a condição cultural contemporânea, revendo conceitos, propondo uma abordagem que ora se alinha, ora se distancia dos postulados teóricos pós-modernos.

Segundo Ortiz, esta (pós-moderna), e as demais análises que precedem a sua, refletem a globalização sob o signo do fim, do término – do Estado, do espaço e da arte, que perderia, definitivamente, sua especificidade aurática. Propõe, então, a sobremodernidade ao invés da pós, já que estaríamos vivendo a radicalização das modernidades anteriores. Esse conceito, desenvolvido por Sérgio Rouanet em *As Razões do Iluminismo*, obra que, aliás, não é citada no livro em pauta. Apesar dessa lacuna, *Mundialização e Cultura* tem o mérito de reunir as contribuições mais significativas sobre globalização, convidando o leitor a uma visão menos pontual da realidade, onde inúmeras realidades estariam sobrepostas; a perceber o fenômeno da globalização como um processo em curso, não acabado, e que se verifica no cotidiano por uma infinidade de sinais: a publicidade, a potencialização dos recursos da informática, a perda dos contornos territoriais, entre outros.

O autor, ao criticar a “profusão de análises parciais e metafóricas sobre o processo de globalização”, prefere adotar a expressão mundialização para relacioná-la à cultura. Argumenta que nas análi-

ses mais freqüentes – as da área econômica – o termo globalização é aplicado à produção, distribuição e consumo de bens e serviços, organizados a partir de uma estratégia mundial. O mundo, em sua totalidade, escapa a esta análise. Do mesmo modo, as visões ecologistas, políticas e sociológicas tratam a globalização a partir de estruturas nacionais. É neste ponto que o livro adquire estrutura própria, ou seja, no antagonismo que estabelece entre o *global* e o *nacional*.

Para Ortiz a constituição da nação como totalidade integrada implica na reformulação do próprio conceito de espaço. Desde o século 19 o conceito de nação encontra-se intimamente vinculado à idéia de progresso, mas encerra (mesmo em Marx, Engels e Marcel Mauss) a de entidade perene, bem acabada. Ela surge com a Revolução Industrial – antes existia apenas o Estado – diz o autor. Logo, nação sempre esteve vinculada à idéia de algo novo, conjugando o advento da modernidade. Só que esta conjugação se rompe, pois o que denomina “modernidade-mundo” se realiza fora do âmbito das nações. E é para entender essa ruptura que se faz necessário refeitir sobre as transformações das noções de tempo e espaço.

O conceito de tempo transforma-se no decorrer dos séculos (o advento da hora-padrão, no início do século 19, interna a cada país, no final do mesmo período se impõe para o planeta como um todo) e vem se adequando (a partir de Greenwich) às exigências de uma civilização urbano-industrial. Do mesmo modo, o encurtamento dos espaços (pelos meios de transporte, pelos cabos submarinos) durante o século 19 unifica as várias partes do mundo. Mas só vai potencializar-se, ou realizar-se em sua plenitude, durante o século atual, com o advento da indústria cultural.

Ortiz acentua que “o modo de produção industrial, aplicado ao domínio da cultura, tem a capacidade de impulsioná-la no circuito mundial”. Os exemplos são muitos – desde o cinema, que nos seus primórdios forma a cultura da imagem transcendendo a origem nacional; a indústria fonográfica, que quase duas décadas após a invenção do fonógrafo já vê nascer empresas com claras políticas de atuação mundial; a indústria da publicidade, que cedo adquire feição transnacional, entre outros. Todas essas manifestações vinham formando um circuito de traços culturais com dimensões mundiais. E tal circuito só irá fortalecer-se com o rádio e a televisão.

Ortiz defende que as novas tecnologias incidem diretamente sobre as noções de tempo e espaço, pelo estímulo à integração e à sintonia – o que as torna um “processo-orientador”, com importan-

te papel na mundialização da cultura, formando a infra-estrutura material para que ela se consolide.

É importante ter claro que o aparato tecnológico não é a causa da mudança social, mas é sua fonte potencializadora. Ou seja, o movimento da modernidade é aprofundado pelas técnicas informatizadas.

O processo – a mundialização – não se sustenta apenas no avanço tecnológico. Há um universo habitado por objetos compartilhados em grande escala. Uma forma de entender o que se passa sugerida pelo autor é focalizar o movimento de deslocalização da produção (filmes, fast-food, automóveis) dos objetos transformados em compostos resultantes de combinações de pedaços dispersos aleatoriamente pelo planeta. Não há como definir suas origens. Trata-se da deslocalização. Este é o espírito da época, em que o presente se alinha ao passado. Tome-se o exemplo da arquitetura pós-moderna, reunindo elementos do passado. Nada mais é que a desterritorialização dos estilos. É este movimento que, conforme Ortiz, está na base da formação de uma cultura internacional-popular, cujo fulcro é o mercado consumidor.

Refletir sobre mundialização da cultura é, portanto, contrapor-se à idéia de cultura nacional. “Se a autonomia do Estado-Nação encontra-se comprometida com o processo de globalização das sociedades, por que a cultura permaneceria intacta?” Ortiz vê aí indícios da formação de uma memória coletiva internacional-popular. É que consumo e memória nacional se entrelaçam. E o consumo, ao se mundializar, configura um tipo de relação de identidade específica. A memória internacional-popular funciona como um sistema de comunicação. Por meio de referências culturais comuns estabelece uma comunicação entre as pessoas e se revela como instância de reprodução da ordem social. “Sua presença não garante apenas a possibilidade de comunicação entre espaços planetarizados, mas confirma os mecanismos de autoridade contidos na modernidade-mundo”.

O antropólogo convida o leitor a refletir sobre novas formas de fronteiras que estariam sendo criadas em contraposição à ideologia moderna. Se a distância entre o primeiro e o terceiro mundo é diluída pela mundialização, outras surgem em seu interior, agrupando ou excluindo as pessoas. E pergunta: nesse caso, não seria o outro aquilo que o “nós” gostaríamos de excluir?

Juçara Gorski Brittes

Professora do Departamento de Comunicação Social da
Universidade Federal do Espírito Santo, mestranda em Comunicação Social no IMS

A voz e o(s) dono(s) da voz

GALVANI, Walter. *Um século de poder: os bastidores da Caldas Junior*
Porto Alegre, Mercado Aberto, 1994, 568 p.

– Com que então, o Papa se foi, hein?

– É... - responde-lhe o “velho” Amaro, vagarosamente - O *Diário* vem com essa aí. O *Correio* não. Vamos esperar o *Correio* de amanhã para ver se é mesmo verdade!

O diálogo, travado no dia 8 de outubro de 1958 entre o diretor do *Diário de Notícias*, Ernesto Correa, e o “barbeiro das celebridades” do Clube do Comércio de Porto Alegre, atesta a credibilidade do *Correio do Povo* junto ao seu público, mesmo no dia em que levou um “furo” histórico de um de seus inúmeros concorrentes em cem anos de história. E reafirma a frase conhecida dos gaúchos, especialmente jornalistas: “Se o *Correio do Povo* deu, então é verdade”.

A saga deste que é o oitavo jornal mais antigo (em circulação) do Brasil, que gerou um pequeno império formado por duas estações de rádio e uma de televisão, cuja empresa, além dele, chegou a manter mais três jornais diários em Porto Alegre, é o desafiante tema de *Um século de poder - Os bastidores da Caldas Junior*, escrito pelo jornalista Walter Galvani. O jornal é protagonista mas também cenário onde se revelam “envolvimentos inimaginados, amores, perseguições, lutas, vitórias, conquistas, perdas, ganhos, invejas, ódios, raivas, prisões, deportações, censura, revoltas, rompimentos, divisões familiares e pacificações, intrigas e verdades, mentiras e injustiças” da família que o deteve por mais de noventa anos e de suas relações internas, com a sociedade, os concorrentes e os políticos.

Não faltam histórias na longa trajetória iniciada pelo fundador Francisco Antônio Vieira Caldas Junior no distante 1º de outubro de 1895, quando lançou o jornal que pretendia fosse “sem partidarismos, um jornal para as massas, livre, independente, que não há de ser lido apenas por indivíduos desta ou daquela facção, mas por todo mundo. Um jornal, enfim, que não será escravo de políticos, nem de politiquinhos. Um jornal no bom sentido!”. As preocupações não eram infundadas, pois o *Correio* surgia entre sete concorrentes em sua maioria ligados a partidos ou tendências políticas e religiosas em voga. Mas o pluralismo e a imparcialidade, “o espírito, nosso farol”, impressos na primeira capa, sofreriam graves arranhões ao longo da história.

Caldas Junior morreu prematuramente aos 43 anos, em 1913, oito anos depois de ter perdido a primeira esposa, deixando o jornal e as dívidas de sua implantação para a viúva Dolores Alcaraz Caldas, que conduziu a empresa, com a ajuda dos irmãos, durante 44 anos. Dois casamentos, cinco filhos, dois deles homens, com cada uma das esposas. O fato causaria problemas futuros, quando o primogênito Fernando, aos dezoito anos exigiu da madrasta a sociedade e direção da empresa. Não era o momento. Teria seu tempo em 1925, quando assume a chefia de redação, ascendendo à direção menos de dois anos depois e encerrando sua atuação na empresa em agosto de 29. O destino da Empresa (então Companhia) Jornalística Caldas Junior caberia a seu meio-irmão, filho de Dolores, Breno Alcaraz Caldas, que deteria o poder, no jornal e no Rio Grande, por quase sessenta anos.

Mas se o *Correio do Povo* podia ser “indestrutível como o Rio Grande”, conforme o ex-governador e ministro Jair Soares (personagem que não socorreu o velho aliado em momento crítico), não o foram os homens. Amparado na credibilidade e influência que seu jornal desfrutou junto à opinião pública rio-grandense e acostumado à reverência dos políticos ao longo de décadas, Breno Caldas cometeu erros, alguns dos quais se arrependeu no fim da vida. Entre os erros, sua gestão centralizadora, que não acompanhou nem a evolução de técnicas de administração nem a de seu concorrente – *Zero Hora*, carro-chefe do império RBS. A teimosia, que o fez insistir na fundação de um canal de televisão (TV Guaíba), fora de rede, quando a saúde financeira da empresa não suportaria tal investimento ou quando não aceitou alternativas possíveis para contornar a execução de uma dívida de milhões de dólares com o Bannrisul, o banco estadual.

A dívida, inicialmente tolerável, foi agravada com a maxidesvalorização sofrida pelo cruzeiro em relação ao dólar, catorze dias depois da execução pelo banco, e doze dias depois do primeiro de dois artigos ofensivos, ao então governador Amaral de Souza, intitulados *Palmo e meio*. O governador tinha pouco mais de metro e meio de altura. Breno atacou-o por considerar que ele o havia abandonado em momento tão delicado. Estes episódios se desdobraram entre 4 e 18 de fevereiro de 1983, e afetaram a saúde de uma empresa que só tinha experimentado crise financeira entre os anos 29/30, mas que fora este período desfrutou de tal robustez que pagava salários quinzenalmente. Mas o fatídico ano de 83 natural-

mente trouxe a debilidade e dois fatos inéditos na vida da empresa: atraso de salários e greve. Com a proximidade do fim de ano e mais de dois meses de atraso no pagamento de salários, a maioria das categorias de jornalistas, gráficos e administrativos decide paralisar suas atividades no dia 12 de dezembro. Era o que faltava.

Legitimada pela justiça, que a considerou legal, por sua articulação e duração (66 dias), a greve agravou ainda mais a situação da empresa, que se viu forçada, no dia 16 de junho de 84, a suspender a circulação dos jornais *Correio do Povo* e *Folha da Tarde* – os outros dois títulos, *Folha Esportiva* e *Folha da Manhã*, estavam desativados, respectivamente, desde 73 e 80. Foi o mais duro golpe sofrido por Breno Caldas, “amigo de presidentes”, e visto pelo autor, no auge da trajetória da empresa, como “o rei do Rio Grande”. Em setembro de 1985 é decretada a falência da Empresa Jornalística Caldas Junior. Mas não é o fim. No dia 4 de maio de 1986 o empresário Renato Ribeiro, maior plantador de soja do Estado, dono da Incobrasa, indústria de óleo vegetal, adquire a empresa e, no dia seguinte, quita a dívida trabalhista e anuncia o retorno do *Correio do Povo* à circulação. Renato Ribeiro gasta 20 milhões de dólares para devolver ao Estado uma segunda voz, uma reação ao monopólio da informação exercido pela RBS desde que o *Correio do Povo* se calara.

O jornal volta no dia 31 de agosto, em seu tradicional formato standard, antes de passar ao formato tablóide, mudança radical que ocorre no dia 26 de maio de 1987. Seu novo proprietário “não visa lucro” e quer um jornal combativo, acessível “para o povo” e auto-sustentado. Alcança o que pretende com brilhante estratégia de vendas (aumenta bonificação para as bancas, renegocia assinaturas, impõe preço simbólico de capa, mantém número fixo de páginas) e, ironia, ganha em dezembro de 88 o Prêmio Top de Marketing da ADVB, entre outros motivos, por ter adotado o formato do concorrente – que quase o abateu. Afastado de seu jornal, Breno Caldas vive perplexo a morte de seu filho, Francisco Antonio Caldas, em maio de 86. Não resiste. No dia 10 de dezembro morre em sua fazenda, sem ver a retomada do prestígio do *Correio do Povo* junto ao seu público, em 94, quando o jornal alcança a marca inédita de 193 mil assinantes e, finalmente, ingressa em seu centenário.

Ricardo Barreto

Jornalista, professor da UFSC, mestrando em Teoria e Ensino da Comunicação no IMS

Um presente de aniversário

Momentos do Livro no Brasil

São Paulo, Ática, 1995.

Em 1995 a Editora Ática completou trinta anos de atividade. A Ática originou-se da gráfica que publicava as apostilas do Curso de Madureza Santa Inês (curso supletivo dos então chamados ginasial, clássico e científico) fundado em 1956, na Liberdade, São Paulo, mesmo bairro onde hoje se localiza a sede da Editora.

Essa origem, semelhante a das editoras Atual e Moderna, desenha desde cedo o perfil preferencial da Ática – livros didáticos de 1º e 2º graus. Após três, quatro anos, de lenta atividade, a Ática, teve um crescimento extraordinário no início dos anos 70, devido ao *boom* educacional que houve então no país.

Beneficiada pela expansão do ensino no país engendrada pelos governos militares, que visavam a massificação e a ampliação das unidades escolares, a Ática passa a atuar agressivamente nesse novo mercado ampliado do livro escolar. A principal estratégia de *marketing* adotada foi a aproximação cuidadosa e agressiva junto aos professores de 1º e 2º graus, estratégia inspirada nas armas de venda usadas pelos vendedores de produtos farmacêuticos, conhecidas pelo diretor fundador da Ática, Anderson Fernandes Dias, médico especialista em doenças infecto-contagiosas.

O Brasil é o oitavo mercado mundial em termos de produção de livros. Em 1994 foram editados no Brasil cerca de 300 milhões de exemplares. Em 1995, segundo dados preliminares a serem confirmados, esse número pode ter chegado a 304 milhões. Em 1994, a Editora Ática comercializou 20 milhões de livros, o que representa cerca de 8% do mercado editorial brasileiro e 30% dos didáticos. Líder no setor no qual convivem cerca de 600 editoras.

Comemorando seus trinta anos de existência, a Editora Ática publicou o volume *Momentos do Livro no Brasil*, sob a coordenação geral de Fernando Paixão. É um volume grande (31cm X 26cm), capa dura, com um belo projeto gráfico – atraente e sofisticado, dinâmico e equilibrado – farto em ilustrações frutos de uma minuciosa pesquisa iconográfica.

O livro enfoca o mercado editorial brasileiro de 1900 a 1995, dividindo-o em seis momentos que têm como marcos os anos de: 1900, 1914, 1930, 1945, 1964, 1985 e 1995. Em cada um desses momentos há inicialmente, um panorama do período e depois são destacados, em

textos isolados, alguns editores, alguns livreiros, alguns escritores e alguns livros, ou, ainda, algumas bibliotecas.

O texto se apresenta como um mosaico, ou uma sucessão de *boxes*, de maneira que o leitor pode ler salteado, parando nas personagens ou fatos sociais que forem de seu maior interesse. Não se trata de um texto assinado, que defenda alguma postura ou que tenha um fio analítico que costure todos esses momentos. Trata-se de um volume comemorativo dos trinta anos de uma editora altamente industrializada e voltada para o mercado e, como sói acontecer então, no geral, o texto apresenta uma visão louvatória dos vários momentos que representaram passos rumo a essa industrialização da cultura.

Apesar desse princípio manifesto e da franca adesão aos momentos da industrialização da cultura que ele engendra, o livro *Momentos do Livro no Brasil* não deixa de mencionar, nos seus lugares e com os espaços e a relevância que merecem, iniciativas que vão em um sentido contrário a esse que a Ática representa: como as revistas de resistência dos anos 60 e 70 da Editora Civilização Brasileira, ou a atual Editora Noa Noa, que trabalha com papel artesanal e composições a mão rodadas em máquinas tipográficas com tiragens médias de 650 exemplares.

Belo volume. Diagramação, projeto gráfico e ilustrações de primeira linha. Texto comemorativo bem redigido e baseado em sólidas pesquisas. *Momentos do Livro no Brasil* é um agradável presente que a Ática dá aos estudos do livro no Brasil nessa passagem de seus trinta anos.

Sandra Reimão

Professora da Pós-Graduação em
Comunicação Social no IMS