O imperialismo cultural: breve análise da influência dos EUA na mídia latino-americana.[1]

Carla Candida Rizzotto[2]

Universidade Tuiuti do Paraná

Resumo

Os meios de comunicação social latino-americanos, através do monopólio da informação e do conteúdo da sua programação, se converteram em propagadores da ordem do consumo e da ideologia capitalista, ignorando as características culturais e sociais das massas, a serviço dos interesses norte-americanos. A partir dessa informação, o objetivo deste artigo é estudar as razões que levam os Estados Unidos a exercerem tão forte dominação cultural nos países da América Latina, através dos meios de comunicação de massa, para em seguida verificar quais são os efeitos dessa dominação sobre os povos latino-americanos. Essa análise servirá de ponto de partida para um estudo mais aprofundado a respeito das relações entre a mídia de massa e o poder em alguns países do continente.

Palavras-chave

Imperialismo cultural; Estados Unidos; mídia latino-americana; ideologia capitalista.

Introdução

O termo "imperialismo" não é novo nos centros de discussão de cientistas políticos e pesquisadores em geral. Intensamente discutido, ele se refere à dominação dos centros dominantes exercida sobre os países periféricos. Neste artigo será discutido o imperialismo norte-americano, exercido sobre a América Latina, em especial no que se refere ao seu âmbito cultural de dominação.

[1] Trabalho apresentado no GT – Teorias da Comunicação, do Inovcom, evento componente do IX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul.

[2] Aluna do Mestrado em Comunicação e Linguagens da Universidade Tuiuti do Paraná.

A dominação norte-americana é exercida em três âmbitos principais: o econômico, o político e o cultural. A dominação econômica é a mais evidente de todas. Os EUA mantém um intercâmbio econômico com a América Latina marcado por grandes desigualdades, mantendo toda a região como uma fonte de matérias-primas a preços baixos e como um mercado para seus produtos manufaturados.

A dominação política também é muito evidente, além de ser indispensável para a manutenção desse processo de intercâmbio econômico que favorece os EUA. Beltrán e Cardona nos mostram que,

> Com muito poucas exceções, os Estados Unidos têm-se colocado tradicionalmente ao lado de governos conservadores e autoritários, militares ou civis, da América Latina, que asseguram a continuidade de sua dominação. Invariavelmente, os Estados Unidos também têm-se oposto a todas as tentativas de mudança social, econômica ou política, formuladas em nosso continente com vistas à sua emancipação. (BELTRÁN; CARDONA, 1982, p. 27).

O último âmbito dessa dominação é a "dominação cultural", que não se trata de um fenômeno ocasional, pelo contrário, é um processo vital para garantir a dominação econômica e a hegemonia política referidas acima. (BELTRÁN; CARDONA, 1982)

Não é difícil perceber, além de ser um consenso, que a América Latina tem enfrentado essa dominação por parte dos Estados Unidos desde as últimas décadas do século XX. Os países latino-americanos deixaram de ser colônias dos impérios espanhol e português há mais de um século e ainda hoje estão submetidos à dominação norte-americana: "a semelhança com as condições coloniais é tal que a relação se identifica como de “neocolonialismo”. (BELTRÁN; CARDONA, 1982, p. 25). Já em 1979, na III Conferência do CELAM (Conferência Geral do Episcopado Latino Americano), foi dito:

> O monopólio da informação, tanto por parte dos governos como por parte de interesses privados, favorece o uso arbitrário dos meios de comunicação e permite a manipulação de mensagens consonantes com interesses setoriais. É particularmente grave a manipulação

> informativa exercida pelas empresas e interesses transnacionais sobre nossos países.
> A programação, em grande parte estrangeira, produz uma transculturação não participativa e destruidora dos valores autóctones; o sistema publicitário e o uso abusivo do esporte, enquanto fator de escapismo, os transformam em fontes de alienação; seu impacto massivo e compulsivo leva à atomização e desintegração da comunidade familiar.
> Os meios de comunicação social converteram-se em veículo de propaganda do materialismo reinante, pragmático e consumista, criando em nosso povo falsas expectativas, necessidades fictícias, graves frustrações e um afã competitivo malsão. (apud BELTRÁN, CARDONA, 1982, p. 15).

Esse monopólio de informação é ao mesmo tempo causa e resultado da "dominação cultural" exercida pelos centros dominantes.

Para entender o termo "imperialismo cultural" ou "dominação cultural", que será ponto principal no desenvolvimento deste artigo, é imprescindível definir o que seria comunicação de massa, para possibilitar o entendimento de como os meios de comunicação de massa podem sofrer tal dominação. De acordo com Beltrão e Quirino, comunicação de massa é

> o processo industrializado de produção e distribuição oportuna de mensagens culturais em códigos de acesso e domínio coletivo, por meio de veículos mecânicos (elétricos/eletrônicos), aos vastos públicos que constituem a massa social, visando a informá-la, educá-la, entretê-la ou persuadi-la, desse modo promovendo a integração individual e coletiva na realização do bem-estar da comunidade. (BELTRÃO; QUIRINO, 1986, p. 57).

De acordo com Beltrán e Cardona, o termo "dominação cultural", "denota um processo verificável de influência social mediante o qual uma nação impõe a outros países um conjunto de crenças, valores, conhecimentos e normas de comportamento, assim como seu estilo geral de vida." O oposto do que eles chamam de "fluxo bidirecional", que seria um processo de comunicação social caracterizado por um "intercâmbio equilibrado de mensagens entre as partes interessadas." (BELTRÁN;

CARDONA, 1982, p. 18-9). Na união das duas definições, pode-se perceber que o meio mais fácil e rápido de exercer tal dominação deve ser a partir dos meios de comunicação de massa.

Partindo dessas primeiras observações este artigo fará um estudo, ainda que superficial nesse primeiro momento, sobre a dominação cultural exercida pelos Estados Unidos na América Latina na tentativa de incutir no imaginário dos povos latino-americanos a ideologia capitalista, sob a ótica do consumo.

1. Imperialismo Cultural

A influência dos Estados Unidos nos meios de comunicação da América Latina iniciou-se com investimentos diretos no rádio e televisão da região, processo que foi substituído pela gradual aplicação de recursos nas agências de publicidade, que financiam os veículos de comunicação, a partir da década de 1960. (BELTRÁN; CARDONA, 1982).

Existem alguns fatores principais, explicados por Beltrán e Cardona, que podem ajudar a resumir em quais âmbitos essa influência pode ser verificada:

1. Os meios de comunicação não levam em consideração as necessidades étnicas, sociais, culturais e informacionais das massas ao veicular informações em mensagens publicitárias dirigidas somente à pequena parcela da população que detém poder econômico para consumir os produtos anunciados. Assim, "as complexidades étnicas e culturais de um país, que constituem um importante elemento para o desenvolvimento autóctone e a sobrevivência nacional, vêem-se reduzidas a uma "média geral" que não as distingue e as desfigura." (BELTRÁN; CARDONA, 1982, p. 68);
2. Existe uma presença significativa de investimentos diretos de capitais norte-americanos em meios de comunicação do setor privado na América Latina;

3. As agências publicitárias norte-americanas financiam grande parte dos meios de comunicação da América Latina;
4. Os investimentos de empresas norte-americanas em publicidade na América Latina provém de empresas transnacionais estabelecidas nos Estados Unidos, que já realizaram operações prejudiciais aos países que as hospedam;
5. As propagandas veiculadas por essas agências publicitárias norte-americanas ou pelas empresas transnacionais representam um obstáculo à mudança social na região, principalmente porque estimulam o consumismo, sem respeitar as especificidades étnicas, culturais e econômicos dos países latinos, como já citado no item 1;
6. Essas propagandas ainda servem como instrumento que limita a informação recebida pelo público dos meios de comunicação de massa latino-americanos, na medida em que se ajustam aos interesses comercias e políticos dos seus anunciantes, em geral empresas transnacionais;
7. Ainda pode-se perceber uma influência mais direta dos Estados Unidos nos públicos latino-americanos através de filmes, livros e histórias em quadrinhos que têm suas versões em espanhol ou português veiculadas na América Latina;
8. A programação dos meios de comunicação de massa latino-americanos está submetida à uma concepção de maximização mercantil, desempenhando um papel mais comercial do que político, na medida em que promove o consumismo. Porém, não deixa de orientar também politicamente, promovendo o conformismo e favorecendo a manutenção do status quo: "estas formas de comunicação apresentam uma imagem do mundo que impede a compreensão da realidade nacional, a par de distrocê-la em favor da dependência política e econômica da América Latina em face aos Estados Unidos." (BELTRÁN; CARDONA, 1982, p. 69)

   Assim,

> o privilégio de decidir e organizar concentra-se numa classe e – o que é muito importante de se saber nos países do Terceiro Mundo – numa *etnia* (isto é, numa comunidade linguistica e culturalmente definida), que projeta narcisicamente a sua imagem étnico-cultural vitoriosa sobre o resto das populações, através dos *mass-media* ou quaisquer outros meios possíveis de difusão culturalista. (SODRÉ, 1994, p. 130).

Outra característica que pode ser destacada também diz respeito ao comportamento das agências de notícias, através de práticas que são contrárias aos interesses da América Latina, em especial aos dos países interessados em promover mudanças básicas em sua estrutura. Em primeiro lugar no modo como relatam as atividades de grupos revolucionários que lutam por uma alteração no regime, e, depois, através do uso de rótulos e adjetivos de conotação negativa para estigmatizar objetivos de alguns países em mudança, como por exemplo, ao se referirem à Allende como o "presidente marxista" ou à Hugo Chávez como "caudilho" ou "ditador".

Baseados nesses pontos principais, que indicam como a dominação cultural é exercida na América Latina, Beltrán e Cardona afirmam que

> Por enquanto, os estudos disponíveis acerca das imagens de televisão já proporcionam indicações razoavelmente válidas de que este veículo está tentando induzir seu público a aceitar determinadas crenças sobre a vida e o destino humanos, que vários críticos consideram nocivas. (BELTRÁN; CARDONA, 1982, p. 91)

Dentre essas crenças destacam-se: (a) individualismo, fazendo a população crer que as necessidades e aspirações do indivíduo predominam sobre as da sua comunidade; (b) elitismo, mostrando à massa que a ordem social requer o predomínio de poucos, mais preparados que os demais; (c) materialismo, a crença de que as metas mais importantes a serem alcançadas pelos seres humanos são a acumulação de bens materiais e a aquisição de riqueza; (d) conservadorismo, numa tentativa de provar que

as estruturas sócio-econômicas que caracterizam o capitalismo devem permanecer inalteradas por constituírem a única ordem social desejável; (e) conformismo, fazendo com que a população aceite a atual situação da sociedade com resignação, porque por mais que ela não seja justa, aquilo que é determinado pelo destino não deveria ser alterado; (f) providencialismo, mostrando à parcela mais desfavorecida da população que a justiça será feita por si só, e por tal razão não é necessário que eles tentem superar suas desvantagens sozinhos; e (g) autoritarismo, a crença de que o comportamento é controlado verticalmente, dando total liberdade para aqueles que detém o poder. (BELTRÁN; CARDONA, 1982, p. 92-3). Essas crenças ajudam na criação de um ambiente cultural conformador e impulsionam o consumo:

> Aprendemos que, principalmente na América Latina, os sistemas de comunicação faziam parte de um todo. Em decorrência disto, sempre que se iniciava um processo de mudança, os setores afetados tomavam imediatamente em suas mãos o controle ideológico dos meios de comunicação a fim de integrá-los numa estratégia maior de contra-ataque. Criavam assim as condições para a desestabilização dos regimes comprometidos com a transformação. Neste particular, as experiências vivenciadas pela América Latina durante a última década são bastante eloquentes. Por outro lado, ficou claro que a penetração capitalista transnacional se articula com a ação dos sistemas informativos. Estes criam o meio-ambiente cultural conformador de um sistema de vida, de um estilo de ser e relacionar-se em sociedade. Impulsionam o consumo como meta principal e inculcam a concepção de um cidadão tipicamente adequado à "civilização consumista" que se expande através de todas as fronteiras. (BELTRÁN; CARDONA, 1982, p.12).

Mas é claro que essa dominação não seria exercida de tal maneira, não fossem os facilitadores encontrados no interior das classes dominantes das sociedades latino-americanas, que se beneficiam dessa situação de dominação internacional, para exercer um domínio interno sobre as massas:

> Os efeitos da dependência cultural nas vidas dos latino-americanos não são consequência de uma "invasão" dirigida por um "inimigo"

> externo, mas sim o resultado de uma escolha feita pela sua própria classe dirigente em nome do desenvolvimento nacional. A partir desta opção, a vida e a cultura nacionais são subordinadas à dinâmica do sistema capitalista internacional, submetendo a cultura local a uma forma de homogeneização considerada como requisito para a manutenção de um sistema global. (DAGNINO apud BELTRÁN; CARDONA, 1982, p. 38).

O principal objetivo da dominação cultural exercida pelos Estados Unidos e apoiada pelas classes dominantes dos países periféricos, como já foi visto, é incutir no pensamento das massas a ideologia capitalista, para poder continuar exercendo a hegemonia política que resulta na dominação econômica, permitindo que os EUA continuem sendo o centro dominante das Américas. Essa ideologia capitalista, ou seja, a tentativa de instalar novos valores ou garantir a interiorização de velhos nas grandes massas, será tratada no item a seguir.

2. A ideologia capitalista

Em "Para ler o Pato Donald", Mattelart e Dorfman discorrem sobre as técnicas psicológicas empregadas pelos meios de comunicação para diluir alguns valores considerados como negativos para a manutenção do sistema capitalista e instalar outros que consideram positivos, principalmente a partir da análise das histórias em quadrinhos do Pato Donald que bem exemplificam essa situação.

A preocupação com a manutenção dessa ideologia deve-se ao fato de que é a ideologia que define o que se pode ou o que se deve ser: "aos poucos, todos os pensamentos, todos os instantes aparentemente livres tornam-se produzidos pelo sistema das máquinas reprodutoras da Ordem do consumo." (SODRÉ, 1989, p. 46).

Mattelart e Dorfman afirmam que duas importantes técnicas utilizadas são as técnicas de diluição e de recuperação. A técnica de diluição consiste em banalizar um fenômeno estranho ao corpo social, ou um mal que possa abalar as estruturas do

sistema, de modo que ele apareça como um incidente isolado e acabe sendo visto pela opinião pública como um inconveniente passageiro, convertendo o protesto em impostura, como muito bem definiu Guareschi (1987).

A segunda técnica, a de recuperação, é explicada da seguinte maneira:

> a utilização de um fenômeno potencialmente tão perigoso ao corpo social, que ele serve para justificar a contínua necessidade do sistema social existente e de seus valores, e, muitas vezes, justificar, também, a violência e a repressão que fazem parte do sistema. (GUARESCHI, 1987, p. 56).

A partir desses exemplos é possível visualizar qual é o papel exercido pelos meios de comunicação na manutenção da ideologia dominante: nas sociedades capitalistas, esses meios são instrumentos de legitimação da dominação capitalista. Essa ideologia, por si só, também cumpre uma função prática: a de conferir coerência e unidade, unificando o "edifício social", permitindo assim, a inserção dos indivíduos nas atividades que eles desempenham no interior do sistema, capacitando-os a participar da reprodução desse sistema de dominação sem que eles sequer se deêm conta de que são "cúmplices e autores da sua própria exploração". (GUARESCHI, 1987, p. 20).

> Resumindo, o *modus operandi* que caracteriza o processo ideológico consiste em fazer com que essas forças motoras sejam esquecidas; ou, em outras palavras, em fazer com que as verdadeiras origens da ordem social existente desapareçam de vista, de tal modo que as pessoas sejam capazes de viver nesta ordem natural. A ideologia encobre e disfarça os sinais que poderiam fazer alguém desconfiar de que todas as instituições são instrumentos da coerção. Ela tenta aliviar a sociedade burguesa dessa contradição, que, se não for mediada, corre o risco de revelar a incoerência dessa mesma sociedade, destruindo sua unidade. Esta contradição, que é a base de dominação social, é a mesma que possibilita a formação e a existência de um sistema de distribuição de objetos de consumo em que a maioria se apropria do *surplus* do produto social. Ela translada a discrepância entre a posse social e a apropriação capitalista e explica o antagonismo existente entre os agentes do modo de produção. (GUARESCHI, 1987, p. 20).

Responsáveis pela propagação dessa ideologia, os meios de comunicação, "aprofundam politicamente as linhas ideológicas tradicionais desejáveis (individualismo, familiarização etc.) e inculcam valores de mudança (hedonismo, desrepressão, modernização etc.) necessários à expansão do consumo." (SODRÉ, 1994, p. 45). Ainda segundo Sodré (1994), são pseudovalores, pseudoconhecimentos e pseudo-acontecimentos que compõem esse "jogo de ilusões", indispensável para reforçar a dominação político-ideológica.

Conclusão

É possível inferir a partir das características aqui descritas que o controle dos meios de comunicação é um dos fatores mais eficazes e importantes para a realização da dominação sobre determinada sociedade. A posse ou influência sobre esses meios permite aos interessados utilizar, reter e transmitir informação de seu interesse, realizando assim a dominação cultural das massas, que possibilita a consequente dominação política e econômica dos países periféricos, garantindo a homogeneidade dos centros dominantes, sejam eles internos (os detentores do poder nos países latino-americanos) ou externos (os Estados Unidos).

Como afirma Sodré (1994), são os meios de comunicação de massa, enquanto organizadores (de modo implícito) do espaço e do tempo social, que implicam novos dispositivos de controle. Mas além do meio por si só, os conteúdos por eles disseminados também são importantes e não podem ser deixados de lado, uma vez que quase sempre refletem os valores da ideologia capitalista e da ordem do consumo.

Por isso, se os meios forem utilizados de maneira consciente pelos povos dominados, também podem se constituir em "núcleos geradores de contradições e resistência". (SODRÉ, 1994, p. 125). E é nesse ponto que reside um fator fundamental para superar a dominação externa:

> Tanto no campo internacional, como no regional e individual, essa luta, embora muitas vezes mascarada e obscurecida, trava-se entre as forças da dominação dum lado e os que resistem ou desafiam essas forças, do outro. Todos os problemas básicos no campo da comunicação em nossos dias estão relacionados com essa confrontação fundamental e cada dia mais crescente. (SCHILLER apud GUARESCHI, 1987, p. 84).

Conclui-se então que o primeiro passo para superar a dominação dos povos, antes ainda de criar novas perspectivas de ação política e social, é resgatar a identidade cultural do continente latino-americano. Mas só é possível dar esse passo no momento em que a realidade presente nos meios de comunicação passar a ser a realidade das massas latino-americanas e deixar de refletir essa ordem econômica e social que nos é tão distante.

Referências bibliográficas

BELTRÁN SALMÓN, L. R., CARDONA, E. F. **Comunicação dominada, os Estados Unidos e os meios de comunicação da América Latina**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982

BELTRÃO, L., QUIRINO, N. O. **Subsídios para uma Teoria da Comunicação de Massa.** 2. ed. São Paulo: Summus, 1986.

GUARESCHI, P. A. **Comunicação & Poder**. A presença dos meios de comunicação de massa estrangeiros na América Latina. 12 ed. Petrópolis: Vozes, 1987.

MATTELART, A., DORFMANN. **Para ler o Pato Donald** – cultura de massa e colonialismo. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1980

SODRÉ, M. **O monopólio da fala.** 5 ed. Petrópolis: Vozes, 1989.

SODRÉ, M. **A máquina de Narciso.** Televisão, indivíduo e poder no Brasil. 3 ed. São Paulo: Cortez, 1994.