

O NEGÓCIO DA TRADIÇÃO

Cultura de Massas no Brasil dos anos 90

Ângela Prysthon*

>Identificar em que medida tendências mais gerais da cultura contemporânea (multiculturalismo, descentramento pós-moderno, valorização do ex-cêntrico) influenciam e modificam a cultura de massa brasileira, analisando mais especificamente as transformações culturais das classes populares ocorridas na segunda metade da década de 90 pelas mudanças econômicas no país.

Cultura Contemporânea - Pós-moderno - Multiculturalismo - Periferia - Cultura de Massas

>The interrelations between contemporary global cultural trends (such as multiculturalism, postmodern de-centering, the emergence of localisms) and Brazilian mass culture, specifying in the analysis of the cultural transformations of the lower classes brought about in the second half of the nineties by the national economic changes.

Contemporary Culture - Postmodern - Multiculturalism - Periphery - Mass Culture

Uma nação, por exemplo, a esta altura é pouco definida pelos limites territoriais ou por sua história política. Sobrevive melhor como uma comunidade hermenêutica de consumidores, cujos hábitos tradicionais fazem com que se relacione de modo peculiar com os objetos e a informação circulante nas redes internacionais.

Néstor García Canclini (*Consumidores e cidadãos*)

No Brasil, depois de uma década na qual de certa forma não parecia interessar muito demonstrar “ser brasileiro” e a busca da identidade nacional reverberava numa espécie de vazio, os anos 90 representam menos uma drástica mudança e mais um gradual amadurecimento de um cosmopolitismo pós-moderno e uma retomada dos preceitos culturais elaborados pelo modernismo. São muitos os fatores que contribuem para esta retomada. Mesmo influências que poderiam ser consideradas marginais, imperceptíveis. Primeiro, as próprias tendências mundiais (paradoxalmente saídas dos centros metropolitanos) rumo a uma valorização do ex-cêntrico, do periférico, do marginal. Todo os novos paradigmas filosóficos e sociológicos trazidos à tona pelas teorias pós-coloniais, embora de maneira muito lateral e específica, abalam hegemonias, ou dizendo melhor, redefinem o próprio conceito de hegemonia. Segundo, porque esses novos paradigmas (que podemos associar ao termo pós-modernidade) vão, entre outras coisas, demarcando uma *política das diferenças* (West, 1993) que se apresenta não apenas como uma alternativa à vanguarda (conceito em destroços), como também como possibilidade de configuração de uma teoria menos hierarquizada, mais aberta para a o estudo da contemporaneidade: os Estudos Culturais e, mais precisamente, os Estudos Culturais periféricos (Prysthon, 1998). O objetivo deste artigo é identificar em que medida tais tendências culturais mais abrangentes influenciam e transformam a cultura de massa brasileira nos anos 90.

A cultura brasileira da década de 90 vai mostrando uma forte inclinação para o passado, vai se definindo como matéria reciclada não apenas na teoria, mas na sua materialidade cotidiana. Muitas vezes essa rearticulação da tradição pode ser o sinal de uma nostalgia, o sintoma de uma saudade cultural: a afirmação de uma identidade nacional. Como também pode ser a explicitação de um diálogo dessa tradição com a modernidade, pode ser a subversão da idéia de identidade nacional tendo em vista um cosmopolitismo ex-cêntrico (Prysthon, 1999). O passado, a tradição, a História passam a ser material fundamental de todas as esferas da cultura brasileira - talvez um pouco em oposição aos

anos 80, quando o pós-moderno era predominantemente território da palavra impressa, aqui nos anos 90 há uma maior penetração desse segundo pós-modernismo em todas as áreas -, especialmente da cultura popular: música popular, cinema, televisão, teatro e mesmo literatura são invadidos por uma vontade de revisitar o que constitui a(s) diferença(s) da cultura brasileira.

Todas essas transformações sugerem um outro pós-modernismo, em oposição àquele corrente nos anos 80 (pontilhado pela obsessão pelas metrópoles, pela cultura do simulacro, pela hegemonia norte-americana). Esse outro pós-modernismo vai ser marcado pelos princípios de “recuperação”, de “reciclagem”, de “retomada” da tradição, da história e do já-visto em oposição ao gosto pelo estrangeiro, pelo cosmopolitismo tradicional, pelo importado do pós-modernismo brasileiro da década anterior. Ou seja, recorre-se mais uma vez à herança do cosmopolitismo dialético dos modernistas, às proposições antropofágicas andradianas, ao Brasil profundo de Mário de Andrade, que já haviam sido reutilizados um pouco antes pelos tropicalistas dos anos 60 e 70.

A partir da segunda metade da década de 80 e mais intensamente a partir dos anos 90, portanto, a crítica da cultura brasileira vê a constituição de uma perspectiva pluridimensional como tendência metodológica dominante. A definição do *entrelugar*, da “terceira margem do rio”, de uma zona intermediária entre o Mesmo e o Outro como o espaço tanto da análise como da formação da identidade brasileira (Santiago, 1978; Sevcenko, 1993; McGuirk, 1996) também tem um elo intrínseco com a gênese da própria cultura *mainstream* brasileira dos anos 90. Todo o movimento de busca e pesquisa em cima desses conceitos parte de uma tendência mundial que vem à tona com o multiculturalismo e pós-colonialismo para finalmente chegar a refletir na retomada da discussão sobre e nos usos da *identidade nacional* (Bhabha, 1998), não só no campo da teoria, como também no espaço pragmático da produção cultural.

O multiculturalismo, ou a emergência bem sucedida da crescente mercantilização da *world culture*, que leva ao consumo e à disseminação de produtos concebidos fora dos *centros*, não só nesses mesmos *centros*, mas na *periferia* também, pode ser uma das causas da reversão de dominantes culturais em contraste com a década de 80. Se a cultura pós-modernista brasileira dos 80 implicava na concepção tradicional do cosmopolitismo e na aspiração a um estilo originado na *metrópole* (Prysthon, 1993), o pós-modernismo dos 90 vai ter que necessariamente incluir uma revisão dessa concepção cêntrica - por mais que essa revisão tenha aparecido primeiro na *metrópole*. O que não significa, contudo, uma transformação total em relação aos anos 80. Não há, por exemplo, dissolução dos fortes elos da cultura com o mercado estabelecidos na década anterior. Pode-se dizer que tais elos foram reforçados de maneira até mais sofisticada.

Ou seja, a cultura brasileira dos anos 90 dá continuidade à política de adaptação aos padrões globalizados do mercado com táticas ousadas de vendagem e estratégias de ampliação de uma cultura de massas relativamente poderosa para um país periférico. O sistema econômico do país abre-se cada vez mais ao mercado externo - seguindo uma inclinação mundial: restrições à importação de bens de consumo são relaxadas, a Lei de informática dos anos 80 (que limitava a importação de tecnologia) é reformulada, entre outras medidas de “integração” a um mundo globalizado. Como orientação cultural, entretanto, o elemento mais novo é paradoxalmente a reciclagem de imagens de *brasilidade* que haviam sido engavetadas no período anterior. Esse retorno ao paradigma da *identidade nacional* para a cultura brasileira contemporânea não corresponde exatamente ao carregar das bandeiras libertárias e utópicas da cultura dos anos 60, a uma repetição da ideologia

desenvolvimentista ou menos ainda à mentalidade provinciana do discurso nacional-popular. A cultura brasileira dos 90 rearticula a tradição nacional mais na direção de um diálogo com a modernidade, mais como redefinição e superação dessa modernidade incompleta da periferia, mais como demarcação de uma verdadeira dimensão pós-moderna (num sentido bem menos superficial e unidimensional que o utilizado na década de 80, quando pós-moderno era um “estilo”, era “vestir-se de preto”, era a música minimalista...) nas margens.

Na produção da nação como narração ocorre uma cisão entre a temporalidade continuísta, cumulativa, do pedagógico e a estratégia repetitiva, recorrente, do performativo. É através desse processo de cisão que a ambivalência conceitual da sociedade moderna se torna o lugar de *escrever a nação* (Bhabha, 1998, 207).

Incorporando alguns aspectos e simultaneamente apontando todos os limites dessa consciência e autoconsciência periférica e pós-moderna, vem à tona um outro Brasil: o Brasil bárbaro da televisão, o Brasil selvagem das namoradas sem calcinha de um presidente e das apresentadoras seminuas de programas infantis, o Brasil violento das brigas diárias na frente das câmeras, o Brasil dos grupos de pagode e “sambalço” e das duplas sertanejas. Uma configuração cultural que às vezes parece pôr em questão toda a rearticulação da tradição efetuada pelas culturas alta e média, porém que simultaneamente enriquece o debate sobre a democratização dos meios e das mensagens.

Alinhando-se de forma peculiar à rearticulação majoritariamente “cult” - ou no mínimo *midcult* - da tradição brasileira, emerge, ao final da década, um debate extremamente polêmico no que diz respeito à televisão brasileira e à indústria fonográfica mais especificamente, mas em geral também atingindo todos os outros níveis de produção cultural: a representação, a atuação e o poder de decisão crescentes das classes baixas (desse modo também das suas “tradições”) na programação da televisão brasileira e no lançamento de discos e fitas. Esse vai ser um dos temas de discussão fundamentais em relação à cultura produzida no primeiro mandato do presidente Fernando Henrique Cardoso (1995-1998). O *Plano Real*, de certo modo, possibilitou um maior acesso das classes mais baixas ao consumo tanto de produtos culturais (CDs, ingressos de cinema, livros, filmes em vídeo), como dos aparelhos eletrônicos para usufruir destes produtos - sem que isso significasse, contudo, uma melhor distribuição de renda no país. Isso tem reflexos não apenas na esfera do consumo, mas também da produção.

Vai-se criando uma crescente massificação de gêneros abastardados, simplificados e formatados para o consumo em larga escala, um cardápio rigorosamente kitsch. Um pouco mais de dendê e macumba para turista do lado da Bahia, um pouco mais de feijoada e fundo de quintal no sudeste e aquela mexicanização texana no interior. (Gonçalves, 1998).

A entrada das chamadas classes “C” e “D” num universo de consumo antes bem mais restrito dá margem, portanto, a algumas transformações marcantes na cultura brasileira, especialmente nos âmbitos do mercado fonográfico e da veiculação televisiva. A partir de 1996, as maiores atrações musicais do país (em termos de vendagem e aparições na mídia) passam a ser os grupos de “pagode” (grupos de samba de roda, quase sempre acompanhados por dançarinas), como o mineiro *Só para contrariar*, ou os baianos *Terrasamba* e *É o tchan*. Com o último, surge uma figura extremamente representativa da

cultura de massas dos últimos anos no país, a “dançarina” Carla Perez, que sai do anonimato ao protagonizar a “dança do bumbum”.

No caso da televisão, a manifestação de maior destaque desse novo estado de coisas é a multiplicação de programas sensacionalistas de auditório no “horário nobre” (onde antes havia o predomínio das telenovelas e dos grandes telejornais). Se esses programas não chegam a ser novidade (pois estão na própria origem da televisão brasileira), o formato apresenta, a partir da segunda metade dos anos 90, algumas alterações significativas. Primeiro, há uma aproximação enorme aos *talk shows* e *reality shows* americanos, especialmente àqueles que lidam com os problemas do cidadão comum e mais ainda àqueles que exploram de maneira sensacionalista e grotesca esses problemas (como *Jerry Springer* ou *Ricky Lake*). Ou seja, deixa de ser predominante o programa de variedades musicais e entretenimento leve (obviamente esse modelo não deixa de existir) para dar lugar à reportagem sensacionalista, aos debates em tom confessional, às brigas de família no ar, à apresentação de todo tipo de deformidade e aberração (física e moral). Diga-se de passagem que essas são tendências mundiais, são estratégias “globais” de captação de audiência. Beatriz Sarlo, por exemplo, comentando a TV argentina, constata que:

La “nueva televisión” se concentra en formatos como el *reality shows* y los programas participativos: es decir, aquellos que, por definición, son imposibles sin público en el estudio y frente a las cámaras, a diferencia de un tipo más arcaico de programa que podía basarse en competencias entre miembros del público o podía admitir público en el estudio, pero no trasladaba estos recursos al resto de la programación (Sarlo, 1994, 81-82).

Entre meados de 1997 até o final de 1998, estavam no ar pelo menos cinco desse tipo de programas, com diferentes gradações de sensacionalismo e apelação: *Márcia* (SBT), *Madalena* (Manchete), *Sílvia Poppovic* (Band) -uma das pioneiras do gênero no Brasil, no ar desde os anos 80 -, *Ratinho* (Record) e *Leão* (Record). O principal representante dessa tendência - por sua popularidade, por uma imensa identificação com a massa brasileira - é o apresentador Carlos Massa, conhecido como Ratinho, que, em meados de 1998, sai da emissora Record para o SBT, com um contrato milionário.

Comete alguns erros primários de português, poucos, mas certos; explora o manancial de gírias de efeito fulminante; abusa de palavrões e expressões idiomáticas com dúbia leitura; dá mostras de não saber o nome de coisas difíceis ou a pronúncia correta de palavras estrangeiras. Não tendo concluído o segundo grau, Ratinho explora sua fluência verbal fazendo da necessidade virtude (Miceli, 1998).

Transcendendo suas atividades, carreiras e personalidades, Carla Perez e Ratinho passam a ser símbolos da cultura de massas brasileira no fim do século, tornam-se os arquétipos da cultura dos *emergentes*. Este termo, *emergente*, tem um significado muito especial no glossário dos noventa brasileiro, no dicionário da chamada “era FHC”. Emergentes são tanto a leva de novos consumidores da classe baixa (os que agora compram CDs, aparelhos eletrônicos, frango e iogurte, usando as palavras de FHC), como os novos-ricos que também se beneficiaram da globalização e das mudanças não só na economia como também na cultura (incluídos aí Perez e Ratinho). Esses dois emblemas dos *emergentes* representam ao mesmo tempo a abertura da esfera do consumo a um número muito maior de pessoas, uma configuração brasileira de uma estrutura cultural globalizada

e uma (inevitável?) decadência de padrões éticos e estéticos na cultura nacional. Eles são o reverso da moeda da rearticulação da tradição da cultura nacional: ao invés de insistir na retomada de valores e expressões tradicionais, eles vão veicular apenas seus traços mínimos (talvez apenas no caso de Perez, com algo do samba; os moldes de Ratinho são totalmente exógenos) utilizando formatos adaptados da indústria cultural internacional e adaptáveis às flutuações desse mercado.

Ao longo de 1998, vários suplementos dos principais jornais do país - em especial os da *Folha de São Paulo* -, tentam dar conta mais analiticamente do fenômeno de popularização da cultura brasileira. Em abril sai um caderno "Mais!" (suplemento dominical do jornal) com artigos sobre "A cultura de massas emergente", onde dados estatísticos e reportagens são combinados aos comentários analíticos de jornalistas e teóricos como Marcos Augusto Gonçalves, Teixeira Coelho, Luiz Tatit e Sérgio Miceli. Essa seção do suplemento divide-se justamente em dois blocos, um de informações e análises relativas ao mercado fonográfico e outro sobre contexto geral da televisão sensacionalista no Brasil. O tom é, em geral, relativamente otimista - em especial no caso das reportagens -, por dois motivos principais: o primeiro, naturalmente, diz respeito à ampliação do acesso aos bens simbólicos e nas conseqüências possíveis dessa abertura. O segundo motivo tem relações com a indústria fonográfica brasileira e com uma espécie de quebra da hegemonia da música pop norte-americana no país. Constatava-se que os grupos de axé music (ritmo baiano, ligado aos trios elétricos do carnaval) e os de pagode vendem dez vezes mais que os nomes mais lucrativos da música pop internacional, o que seria, em princípio, sinal de "saúde" cultural, confirmação da rearticulação da tradição prenunciada na cultura "oficiosa" e mainstream, da qual falamos anteriormente. Ou seja, tem-se por um lado a "democratização" dos meios e por outro a valorização do nacional, mesmo que em ambos os casos esteja constatado também um certo declínio cultural.

No caso da música popular, Luiz Tatit vê a tendência como desdobramento lógico das oscilações mercadológicas das gravadoras, mas que também por isso estaria fadada ao esgotamento a médio prazo. As "novidades" brasileiras seriam repassadas hegemonicamente durante algum tempo, para depois ceder espaço a uma reestruturação dos projetos multinacionais:

Já podemos prever que a exarcebação do gênero tipicamente brasileiro - e em português - prenuncia médio prazo um novo boom da música inglesa e norte-americana, quando não da italiana, espanhola ou da hispano-americana. Afinal todas essas compõem a dicção brasileira e sua ausência prolongada, por incrível que pareça, também ameaça nossa cultura musical (Tatit, 1998).

Problematizando a primeira constatação e a noção de cultura de massa comumente veiculada nas escolas de comunicação - e politicamente correta -, Teixeira Coelho parte do pensamento marxista para questionar a falsa premissa de que o maior acesso aos bens simbólicos significaria um maior acesso à cultura (entendida como "ilustração"). Na verdade, todo esse processo (o Plano Real", o maior poder aquisitivo das classes baixas, o maior consumo de bens simbólicos) não teria conseqüências drasticamente diferentes do rumo natural das indústrias culturais do mundo desenvolvido. Ele faz questão de frisar que quando menciona a cultura de massa está se referindo ao entretenimento e que este, tal como se manifesta atualmente, sempre foi não apenas consumido pela massa, mas também produzido por ela.

Isso era evidente quando a TV começou no Brasil, era visível nos anos 70 e continua perceptível agora: com as exceções habituais, as pessoas que produzem, escrevem, selecionam, apresentam e comentam programas na TV (em particular nas emissoras de menor expressão econômica, mas não só nelas) tiveram e ainda têm sua origem nessas mesmas “classes menos favorecidas” econômica ou culturalmente (o que significa, sem juízo de valor, que não passaram por uma universidade ou não puderam exercer um gosto variado) (Teixeira Coelho, 1998).

O Brasil, portanto, estaria apenas vendo serem agudizadas as tendências “naturais” da cultura de massa a partir dos acontecimentos da segunda metade da década de 90: “popularização” (no sentido do empobrecimento, limitação, facilitação dos conteúdos, formatos e mensagens) da cultura de massa, televisão e música popular em particular. Outra das discussões mais pertinentes trazidas à tona nesses artigos, contudo, é sobre a necessidade ou não de uma regulamentação para a TV aberta promovida pelo Estado. Enquanto a censura é repudiada ou sequer referida (seria certamente um retrocesso), a idéia de que cabe a órgãos estatais, se não controlar totalmente, pelo menos regular os conteúdos veiculados pela mídia, é defendida no ensaio de Teixeira Coelho e no de Jorge da Cunha Lima (a propósito, o diretor da Fundação Padre Anchieta, mantenedora da TV Cultura, a principal emissora educativa do país).

A liberal França (...) controla a TV e o mesmo fazem os EUA, o Irã e o Japão. Os resultados podem não ser notáveis e certamente não são imediatos. Mas é o que cabe ao Estado fazer. Controle não é censura: é diálogo em que a parte que detém o direito sobre as ondas eletrônicas, e que é a parte pública, diz à parte privada o que espera que se faça e não se faça com esses meios (Idem, Ibidem).

Em outubro de 1998, alguns dias após a reeleição de Fernando Henrique para a presidência, sai na *Folha* o suplemento especial “Tempos Tucanos”, apanhado geral dos anos do primeiro mandato, com particular ênfase para os aspectos discursivos da presidência e as particularidades culturais do período. É evidente que o principal foco cultural recai novamente sobre as figuras de Ratinho e Carla Perez (inclusive foto da capa do suplemento) como os principais símbolos da “Era FHC”. Realçando e ironizando um provável desconforto ao aliar esse aspecto da cultura brasileira contemporânea ao governo de um intelectual e estadista respeitado, o jornalista Fernando Barros e Silva vê os dois como sintoma incômodo - para a elite - do velho descompasso brasileiro com a modernidade-mundo:

Vista, por exemplo, pelo ângulo da nossa suposta modernidade, desde sempre tão desejada quanto inalcançável, e apenas há quatro anos prometida como algo viável por uma certa elite paulista -que nos vendeu o sonho da moeda estável como porta de acesso ao Primeiro Mundo -, essa dupla é uma pedra no sapato. Ela exprime um negativo, por assim dizer, a frustração de uma certa idéia de modernidade ou, antes, a ilusão à aspiração a uma certa modernidade que inebria nossa pequena elite (Barros e Silva, 1998).

Seja como sugestão de impossibilidade da modernidade ou como sintoma de uma relativa aridez da cultura de massa brasileira contemporânea, Carla Perez e Ratinho (e a programação de domingo da televisão aberta, o contínuo sucesso da música sertaneja desde

o final dos anos 80, os concursos para se eleger a “nova loura do Tchan” após a saída de Carla Perez, a escalada da mexicanização nas telenovelas, a inclusão do catolicismo “carismático” - ramo da igreja católica que se inspira em cultos evangélicos - nos programas de auditório, a vendagem crescente do “fornó eletrônico” - onde o tradicional ritmo nordestino é aliado aos sintetizadores e à produção industrial, entre uma série infundável de fatos semelhantes) demonstram o divórcio cada vez mais óbvio entre a cultura oficial e canonizada (da qual fariam parte, entre outras manifestações, a MPB, o novo cinema brasileiro e a literatura *mainstream*) e as opções e aspirações estéticas realmente populares.

Diante desse quadro é realmente muito arriscado ou mesmo precipitado tentar falar em “rearticulação da tradição”, em cosmopolitismo periférico ou mesmo na antropofagia na era da globalização, pelo menos enquanto fenômenos massivos. A “tradição” (como autoconsciência de um discurso e como processo) é apenas mais uma peça nas engrenagens de um negócio extremamente rentável. Entretanto, nessa mesma indústria cultural (como todos os seus aspectos bizarros e medonhos) e até em algumas dessas manifestações mencionadas, há indícios de maiores articulações e negociações complexas da identidade nacional e das linhas evolutivas da cultura brasileira. Basta pensar no trabalho de recuperação - admitindo sempre as limitações dessas releituras - do samba de roda feito pelos grupos de pagode ou do fornó pelas bandas de fornó eletrônico, ou como no caso da Bahia, na própria configuração de uma nova cultura negra e carnavalesca (axé music e seus aparentados). Da periferia de São Paulo, um grupo de rap, os Racionais MCs, consegue vender cerca de meio milhão do seu disco *Sobrevivendo no inferno*, sem aparecer na televisão, sem suporte de grandes gravadoras e com discursos inflamados contra o “sistema”. O *mangue beat*, de Pernambuco, se surge num contexto mais à margem da indústria cultural - ou se pode ser considerado mais culto que esses outros fenômenos por suas características ideológicas, discursivas e metalingüísticas -, lança alguns dados importantes para o redimensionamento do papel do popular no contexto contemporâneo: se no início eram bandas urbanas de filhos da classe média a ganharem expressão nacional, nos últimos anos têm saído sob esse rótulo (às vezes até inadequadamente) artistas de origem indiscutivelmente “popular” e proletária, como Selma do Côco (uma senhora de idade “revelada” ao público num festival de rock em Recife em 1996), a cirandeira Lia de Itamaracá ou as bandas hardcore do subúrbio Alto José do Pinho, também de Recife, todos conquistando espaço na mídia, desde programas de auditório de grande audiência (como Selma do Côco no programa do Faustão, o de maior audiência aos domingos na Rede Globo) a documentários na TV Cultura (como o caso das bandas do Alto José do Pinho).

Ademais, algumas das análises sobre a cultura de massa brasileira dos últimos anos apresentadas aqui tendem a tratar o fenômeno como se realmente fosse possível constituir, controlar e direcionar um público alvo (a massa, homogênea, amorfa, inerte) para consumir esse tipo de produto indistintamente. Esse seria o ideal dos meios, atingir a todos, chegar até um denominador comum que sirva de espelho a todos. Curiosamente, contudo, a medição de audiência, as estatísticas de vendagem de produtos culturais, as pesquisas de opinião demonstram que paralelo ao achatamento e decadência estética da televisão aberta e dos grandes fenômenos de vendagem do mercado fonográfico, há a crescente especialização dos públicos culturais, há uma forte tendência em se criarem redes de culturas próprias (os *rappers* urbanos, os *funkeiros* cariocas, os pagodeiros, os forrozeiros, os *mangueboys* e *manguegirls* recifenses, surfistas, *clubbers* paulistas, os ativistas negros, os defensores ferrenhos da cultura popular - no sentido mais folclorizador - e muitas outras

“tribos” e grupos representativos da cultura brasileira contemporânea). Cada uma dessas redes constituindo-se como objetos de análise riquíssimos para a compreensão da sociedade brasileira contemporânea.

Porém, talvez o dado mais fundamental relativo a essas redes seja a sua natureza altamente intercambiável, fruto da dissolução das monoidentidades (nacionais, regionais e até mesmo estaduais e municipais). Parece cada vez mais evidente a interpenetração não apenas entre esses diversos grupos culturais, mas entre os interesses de cada indivíduo participante desses grupos. O sujeito contemporâneo brasileiro (consumidor de cultura) tem a potencialidade das escolhas múltiplas, da utilização da consciência periférica para um cosmopolitismo que também articule a auto-estima e as tradições locais junto a um contínuo fluxo de idéias “universais”. A discussão sobre “a cultura dos emergentes”, para além de ilustrar um panorama preponderantemente desolador e estéril, serve para indicar os problemas, as incompletudes e as limitações do multiculturalismo e do cosmopolitismo periférico articulado pelas culturas média e de elite brasileiras no mesmo período.

Bibliografia

- BARROS E SILVA, Fernando. “Bregas e bárbaros são os novos ricos da cultura”, Folha de São Paulo, 9 out 1998.
- BHABHA, Homi K.. *O local da cultura*. Belo Horizonte: Editora da UFMG, 1998.
- GONÇALVES, Marcos Augusto. “Barulho das massas”, Folha de São Paulo, 12 abr 1998.
- McGUIRK, Bernard. “Space, Self, Other: Latin America and the ‘Third Term’”, *Brazil and the Discovery of America. Narrative, History, Fiction*. [Bernard McGuirk, Solange Ribeiro de Oliveira, eds.] Lewiston/Queenston/ Lampeter: The Edwin Mellen Press, 1996, p. 180-198.
- MICELI, Sérgio. “Ratinho acorrentado”, *Folha de São Paulo*, 12 abr 1998.
- PRYSTHON, Ângela. “Estudos Culturais latino-americanos contemporâneos: Periferia, subalternidade, diferença e hibridismo”, INTERCOM - XXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 1998.
- _____. “Identidades urbanas contemporâneas: Cosmopolitismo e periferia”, *Identidade(s)*. Recife: Editora Universitária da UFPE, 1999, p.43-56.
- _____. “Imprensa cultural e pós-modernidade brasileira nos anos 80”, *Jornal do Commercio*, 1993.
- SANTIAGO, Silviano. *Uma literatura nos trópicos*. São Paulo: Perspectiva, 1978.
- SARLO, Beatriz. *Escenas de la vida posmoderna. Intelectuales, arte y videocultura en la Argentina*. Buenos Aires: Ariel, 1994, p.81-82.
- SEVCENKO, Nicolau. “In Search of the Third Bank of the River: Reflections on the Burden of the Past in Contemporary Brazilian Culture”, *Travesía. Journal of Latin American Cultural Studies* 1:1 (1992), p.69-86.
- TATIT, Luiz. “A cumplicidade do público”, Folha de São Paulo, 12 abr 1998.
- TEIXEIRA COELHO. “A revolução silenciosa”, 12 abr 1998.
- WEST, Cornel. “The New Cultural Politics of Difference”, *The Cultural Studies Reader*. [Simon During, ed.] London/New York: Routledge, 1993, p. 203-17.