

A questão da memória na esfera pública global

Rodolfo Fiorucci*

Resumo

Este trabalho propõe discutir a questão da memória na sociedade global. Coloca em pauta a desestruturação das formas tradicionais de conservação e de transmissão da memória intragrupos, causada em grande parte pelas novas mídias e pela verticalização do território em escala mundial. Para tanto, aborda a problemática da esfera pública que, ao longo dos anos, sofreu mudanças importantes que contribuíram para a formação do atual cenário globalizado.

Palavras-chave: Globalização, Esfera Pública, Memória.

Abstract

This paper purpose to discuss the memory question in the global society. It places in the guideline the changes in the traditional forms of conservation e transmission of memory, also caused for the new medias e for changes in the territory. Also discussthe one problematic of the public sphere that, during the years, was changed and contributed to the formation of the current scene.

Key-words: Globalization, Public Sphere, Memory.

Um das problemáticas mais espinhosas discutidas nas Ciências Humanas já há algum tempo é a da memória. Tema que contém grande parcela de subjetividade, sendo ligado à Psicologia, mostra-se como uma questão árdua e que requer cuidado no trato com seus desdobramentos. O autor que deu maior destaque a essa temática e lançou-a como objeto de análise nas Ciências Sociais foi M. Halbwachs, em 1925, quando elaborou uma espécie de sociologia da memória e ratificou a proposta com sua obra póstuma, *A memória coletiva*. (HALBWACHS, 1990) A partir daí, vários trabalhos abordaram o assunto, alguns estabelecendo novas visões e até mesmo discordando de Halbwachs, contudo, sempre bebendo na fonte do precursor.

O ponto a destacar é que o estudo acerca da memória ampliou-se, o que deu vazão a várias obras que trataram do tema.¹ Aqui, a preocupação se atém à crise da memória na sociedade globalizada, que perdeu seus vínculos tradicionais, suas bases padronizadas de transmissão e reprodução de memória. O presente estudo se justifica devido à importância da memória na construção da identidade dos grupos, seja no âmbito nacional ou regional, seja no social, econômico ou cultural. Trata-se portanto, de entender os mecanismos que trouxeram a sociedade atual à essa crise, cuja força abala as identidades e dilui as culturas num meio pretensamente homogêneo.

O atual processo de globalização deve-se, em grande medida, à mudança estrutural da esfera pública que, a partir de certo momento, principalmente com a formação dos Estados Nacionais, tornou-se progressivamente burguesa. Em sua tese de livre-docência, J. Habermas anotou que no século XVIII, com o desenvolvimento econômico e comercial, principalmente na Europa Ocidental, o estatuto de público se modificou, o que separou a sociedade do Estado

* Mestrando em História pela Universidade Estadual Paulista – UNESP/Assis.

¹ A título de exemplo: LE GOFF, Jacques. *História e memória*. Campinas: UNICAMP, 2003; NORA, Pierre. Entre memória e história: a problemática dos lugares. *Proj. História*, São Paulo, n° 10, dez. 1993; POLLAK, Michael. Memória e identidade social. *Estudos Históricos*, vol. 5, n° 10, Rio de Janeiro, 1992; RIOUX, Jean-Pierre. A memória coletiva. In. RIOUX, Jean-Pierre & SIRINELLI, Jean-François. *Para uma história cultural*. Lisboa: Estampa, 1998.

e fez com que surgisse, separadamente, a esfera pública e a esfera privada. (HABERMAS, 1984, p. 24) Houve, assim, uma necessidade crescente de dinheiro, o que revolucionou a estrutura de produção. As relações de dependência, que antes estavam confinadas no âmbito da economia doméstica, passaram para a esfera pública, o que estimulou a esfera privada (a privatização do processo de produção e sua respectiva expansão). (idem, p. 31-33)

Nesse sentido, a globalização começou a se impor de forma cada vez mais consistente, ainda mais com a supracitada centralização econômica e produtiva que atingiu as empresas midiáticas. Os meios de divulgação de informações e de cultura confinaram-se em monopólios gigantescos, que se traduzem, nos dias hodiernos, em empresas multimídias como AOL, Warner, Disney, Globo etc. No caso da última, como advertiu E. Hamburger, “a Rede Globo é apontada como um dos poucos conglomerados de comunicação que estariam a ameaçar a heterogeneidade cultural e a autodeterminação dos povos”. (HAMBURGER, 1998, p. 445)

A atual cultura do dinheiro que envolve praticamente todas as sociedades do globo, fortaleceu-se no pós-2ª Guerra Mundial, quando os EUA, por meio do Plano Marshall, impuseram condições aos países beneficiários para que liberassem a ajuda financeira que contribuiria na reconstrução dos territórios atingidos pelo conflito. Uma das condições era a abertura do mercado cinematográfico à indústria norte-americana, o que barrou por muito tempo o desenvolvimento da sétima arte nos países dependentes do empréstimo. Essa hegemonia no cinema e TV, não foi apenas um triunfo econômico, mas social, político e cultural, o que cerceou novas formas de relações sociais e expansão de idéias, pois a transmissão cultural estava bastante influenciada pelos EUA. (JAMESON, 2001, p. 52-55)

Antes, porém, essa invasão cultural norte-americana já atingira a América Latina, no período abarcado pela Segunda Guerra (1939-1945). Baseados nas políticas da *boa vizinhança* e do *pan-americanismo*, os EUA investiram em táticas de ideologização e aculturação das sociedades latino-americanas, para evitar qualquer influência dos regimes autoritários de direita da Europa (nazismo e fascismo) ou de esquerda da URSS (socialismo).² No Brasil, foram lançadas revistas que procuravam divulgar os valores da sociedade democrática caracterizada pelos EUA. Como exemplo apareceram, entre outras, as revistas *Em Guarda*, publicada entre 1941 e 1946 nos EUA e enviada para o Brasil, e a revista *Seleções* que, inicialmente, entrava como produto importado (1942-1950), mas a partir de 1950 passou a ser impressa em São Paulo.³

Toda essa interferência dos norte-americanos na América Latina teve como grande incentivador empresas privadas, como a Pennsylvania Rail Road e as de Rockefeller, que passaram a financiar os meios de comunicação e programas, como o *Repórter Esso*, além de outras empresas que chegavam e faziam com que os jornais e revistas ficassem cada vez mais dependentes da publicidade e propaganda que mantinham nos periódicos. Note-se também a

² Para um breve esclarecimento sobre as relações EUA-América Latina no século XX ver MOURA, Gerson. *Estados Unidos e América Latina*. São Paulo: Contexto, 1990.

³ No caso da relação entre o Brasil e os EUA durante a Segunda Guerra ver TOTA, Antonio Pedro. *O imperialismo sedutor – a americanização do Brasil na época da Segunda Guerra*. São Paulo: Cia. das Letras, 2000. Quanto a revista *Seleções* ver: JUNQUEIRA, Mary. *Ao Sul do Rio Grande – imaginando a América Latina em Seleções: oeste, wilderness e fronteira (1942-1970)*. Bragança Paulista: EDUSF, 2000; RAAD, Lenita Jacira Farias. “... denunciando os males do comunismo”: o anticomunismo na revista *Seleções Reader’s Digest (1950-1960)*. Dissertação de mestrado. Florianópolis, 2005.

influência de Hollywood e de gigantes da radiodifusão que espalhavam suas ondas por todos os países latino-americanos.⁴

Deste processo de contínuo bombardeamento ideológico, reforçado durante a Guerra Fria, e contando com as nações européias que se fortaleciam e cresciam economicamente, surgiu a atual globalização financeira, movida por palavras de ordem como “progresso”, “modernização” e “liberalização econômica”. O declínio acentuado do socialismo a partir dos anos 1980 também contribuiu para a expansão do ideal neoliberal e para a massificação da sociedade do consumo.⁵

A crise da memória tradicional

A dominação cultural que fincou as raízes na sociedade globalizada alterou os quadros que davam sustentação aos referenciais de memória estabelecidos por Halbwachs. O grupo organizado que formava sua memória coletiva dentro dos limites impostos pelo espaço e pelo tempo, perdeu seu ponto de equilíbrio, já que as fronteiras físicas que delimitavam o espaço de movimentação das coletividades e dos indivíduos, dissolveram-se frente aos novos meios de comunicação. Vive-se num presente hesitante, conturbado pelos *media*, que estimulou a degenerescência e o esquecimento da memória local e dos grupos desfeitos. Tal fato se deve ao tempo descontínuo e disperso do consumo, no qual encontra-se a individualização das mentalidades, resultando na desarticulação da memória tradicional. (RIOUX, p. 315-316 e 326)

As identidades e as memórias coletivas, que antes se firmavam por valores simbólicos impregnados em discursos, monumentos, símbolos ou insígnias, agora se vêem à deriva, flutuando em imagens de produtos espalhadas aos borbotões por todos os rincões do planeta. Trata-se de notar que a idéia de identidade, aqui, não se liga às proposições de Aristóteles – unidade da substância e/ou formas idênticas -, nem à noção de igualdade ou proximidade a isso. Admite-se que a própria identidade pode ser estabelecida ou reconhecida com base em qualquer critério convencional, que precisam, contudo, ser “estabelecidos” e “reconhecidos” mutuamente. Por se tratar de construção simbólica, ligada visceralmente a interpretações dadas à realidade, o que configura a visão de qual sua posição no mundo, é um meio de se diferenciar e diferenciar os outros a partir de critérios particulares. E não se pode falar em *identidade*, mas sim em *identidades*, já que existem vários níveis de construção desta. Pode-se falar em “identidade nacional”, ligada ao patriotismo e à nação, em “identidade regional”, como por exemplo as idéias formadas de *mineiro*, *nordestino*, *gaúcho* no Brasil, ou mesmo em “identidade social”, o que difere as diferentes posições que cada indivíduo ocupa dentro da sociedade. Neste sentido, o que se liga à discussão aqui proposta é que, apesar de não desaparecer essa identidade tradicional completamente, ela sofre visível transformação. A memória compartilhada por um determinado grupo não se conserva pura, sofrendo influências externas e imposições culturais que não se consegue barrar. As histórias e mitos de uma sociedade ou grupo, se perdem em meio à cultura acelerada e à massificação cultural, e os meios tradicionais de transmissão dos costumes dos grupos é alterado mediante a uniformização dos comportamentos de maneira mundial. O ator de cinema ou novela, o esportista famoso e o cantor se tornam ícones da sociedade e baluartes da modernidade; suas

⁴ Uma boa introdução para entender a invasão dos EUA nos meios de comunicação brasileiros é o livro de Carlos Eduardo Lins da Silva. Ver SILVA, Carlos Eduardo Lins da. *O adiantado da hora: a influência americana sobre o jornalismo brasileiro*. São Paulo: Summus, 1991.

⁵ Sobre globalização ver: DUPAS, Gilberto. *Economia Global e Exclusão Social: pobreza, emprego, Estado e o futuro do capitalismo*. São Paulo: Paz e Terra, 1999; _____, *Atores e poderes na nova ordem global: assimetrias, instabilidades e imperativos de legitimação*. São Paulo: Ed. Unesp, 2005; SEVCENKO, Nicolau. *A corrida para o século XXI: no loop da montanha-russa*. São Paulo: Cia. das Letras, 2001.

roupas, sapatos, frases, comportamento e consumo tendem a ser perseguidos pelas gerações mais jovens, o que a médio e longo prazo ocasionará profundas mudanças nas memórias tradicionais.

Sendo assim, progressivamente as tradições regionais ou locais que davam liga a uma cultura compartilhada por um determinado grupo e, conseqüentemente, estruturavam sua memória em torno de referências permanentes, desaparecem devido à massificação imposta à sociedade como um todo. Jameson destaca como essa diluição das culturas na cultura do consumo atual se impõe ancorando-se na sedução dos produtos determinada pelas práticas de propaganda. Tais produtos homogeneizam-se mundialmente, carregando uma marca que lhes imputa valor simbólico, ou seja, são fatores de diferenciação social para quem os adquirem.

É na substituição da literatura nacional pelos *best sellers* internacionais ou americanos, no colapso da indústria cinematográfica nacional, sob o peso de Hollywood, ou da televisão nacional invadida por importações americanas, no fechamento de restaurantes e bares locais com a chegada das grandes redes de *fast-food* que os efeitos mais intangíveis da globalização podem começar a ser reconhecidos em sua forma mais dramática. (JAMESON, *Op. cit.*, p. 39)

Trata-se, pois, de notar que a centralização dos meios de divulgação de informação e cultura por parte de grandes conglomerados adquiriu uma dimensão tamanha que ameaça já há algum tempo a diversidade cultural e as identidades e costumes tradicionais de certas regiões, o que altera também o sistema de conservação e transmissão da memória. Na cultura global, cuja tecnologia assume papel manifesto, os meios de comunicação e o culto à modernidade constroem novos paradigmas a serem seguidos. Tanto objetos simbólicos como materiais são apagados ou destruídos em função de novos que surgem. Essa noção comunga com a de Milton Santos, quando diz que o território está verticalizado, que sofreu uma transnacionalização. Ou seja, não está mais inscrito na idéia de território horizontal, palpável, já que a sociedade da informação o deformou. Cabe lembrar, contudo, que o autor apesar de confirmar essa nova concepção de espaço, matiza-a e propugna que o território tradicional não desapareceu por completo e que encontra novas formas de se manter, como as uniões de comunidades rurais em defesa de seus interesses.⁶

Não obstante raras manifestações como a apontada por Santos, parece que a tendência é a fragmentação contínua do espaço e do tempo, nos quais os indivíduos antes seguros de suas condições, culturas e locais determinados, encontram-se num labirinto com milhares de caminhos, mas que levam todos a um mesmo destino: a massificação e homogeneização culturais. Os objetos ou bens materiais, degustativos e de entretenimento, antes bem compartimentados por regiões ou grupos, agora abrem espaço para a padronização dos gostos culinários, do entretenimento e de novas tecnologias. O interessante é que apesar da acelerada renovação tecnológica, de bens e produtos da sociedade contemporânea, o que se encontra é sempre o mais do mesmo: mudam-se os objetos, mas os fins para os quais são criados se mantêm.

⁶ SANTOS, Milton. O retorno do território. In SANTOS, Milton; SOUZA, Maria Adélia; SILVEIRA, Maria Laura (orgs.). *Território: globalização e fragmentação*. São Paulo: Hucitec, 1998, p. 15-21. Note-se, porém, que no que concerne à urbanidade, as condições são outras. Segundo Ana Fani Carlos, a vida agitada da contemporaneidade nas cidades tende a desestruturar o tempo natural da vida cotidiana. O supermercado substitui a venda do bairro, os “sacolões” tomam o lugar das feiras, a drogaria ocupa o lugar da farmácia e os bares temáticos desarticulam os botequins ou “bares da esquina”. Esses lugares que surgiam como sinal e possibilidade de laços identitários entre as pessoas tendem a desaparecer e com isso surge a expressão de novas relações na cidade, mais concentradas mas também mais frias. Ver CARLOS, Ana Fani. Cidades. In. PINSKY, Jaime (org.). *O Brasil no contexto*. São Paulo: Contexto, 2007, p. 85 – 97.

As bases desse capitalismo pós-industrial, já foram discutidas por T. Adorno no livro *A indústria cultural*. Ao estudar a cultura norte-americana, Adorno aponta que a imprensa e o lazer não eram mais apenas informação e diversão, mas um maquinismo denominado “indústria cultural” que visava obter um comportamento dócil e uma multidão domesticada. (ADORNO, 2002) A configuração encontrada após décadas de atuação dessa indústria é uma sociedade determinada culturalmente, na qual as vontades, as práticas e as opiniões dos indivíduos caminham para uma eventual padronização.

É nesse sentido que a memória coletiva, tal qual a reconheceu Halbwachs, perde sustentação, pois este autor vê a memória como um fator de coesão social pela adesão afetiva ao grupo. Tal união se dissolve a medida em que se perdem os pontos de ligação dos indivíduos, da forma até agora exposta. Assim, no que tange à memória, o que prevalece parece ser a individual, já que diz respeito aos acontecimentos vividos pela pessoa. Ou, no limite, uma memória grupal, mas bastante reduzida, que se constrói na interdependência de um número limitado de indivíduos particularmente. Dessa forma, o que se procura esclarecer é que a memória coletiva, como formadora de uma identidade mais ampla, ligada a aspectos mais gerais, tende a desaparecer, principalmente nas gerações mais jovens, nascidas e criadas na aceleração do mundo atual.

De acordo com Pollak, a memória coletiva ainda resiste, embasada tanto em memórias produzidas pelos historiadores que ele chamou de “orgânicos”, quanto por instituições como os sindicatos, a igreja, as organizações políticas etc., e que depois de constituídas encontram formas de manutenção. (POLLAK, 1992) Entretanto, destaca-se que os apontamentos do autor remetem a gerações passadas, que viveram, por exemplo, a Segunda Guerra Mundial, o que não configura o público alvo em questão que, como mencionado, é composto pelas novas gerações da contemporaneidade. Nas palavras de Nora, a memória tradicional já não existe mais. Tudo o que é chamado hoje de memória, já não é memória, mas história. E aquela se prende aos arquivos, é uma memória registradora, que relega ao arquivo o trabalho de se lembrar por ela. Diante da individualização contemporânea no espaço vertical, o autor afirma:

Quando a memória não está mais em todo lugar, ela não está em lugar nenhum se uma consciência individual, numa decisão solitária, não decidisse dela se encarregar. Menos a memória é vivida coletivamente, mais ela tem necessidade de homens particulares que fazem de si mesmos homens-memória. (NORA, 1993, p. 12-18)

Dentro desta perspectiva, tem-se o processo de desmoronamento da memória coletiva, o que coloca o historiador como figura central na sociedade atual. (Idem, p. 21) Tal sociedade, arrancada de suas lembranças pela amplitude de suas mudanças, está obcecada por se compreender historicamente, à medida que perde seus referenciais de memória e de pertencimento.

No mundo globalizado, portanto, observa-se a perda crescente das memórias coletivas, que se dissolvem na cultura de massa e não encontram pontos de apoio para se firmarem, senão na cultura global que incute uma generalização forçada num meio heterogêneo. Não é o fim da memória coletiva, mas o seu enfraquecimento, a sua transformação, o que se deve às mudanças que os dias atuais estabelecem no que tange à movimentação contínua de informações, produtos, cultura, lazer, moda etc. Vale lembrar, ainda, que a imprensa tem papel de destaque nesse momento, aliada ao que Habermas chamou de mudança estrutural da esfera pública.

O papel da imprensa na esfera pública

A imprensa, na verdade, acompanhou todo o processo de desenvolvimento da globalização, como também da mudança da esfera pública que, ao se tornar burguesa, deu vazão a duas

esferas: a pública e a privada. Isto se deve, em grande medida, à necessidade crescente de capital que o setor privado requeria, isto é, na disputa por mercado com outras empresas, tornava-se mister a propaganda e a publicidade dos produtos. Para esta função, a imprensa encaixou-se perfeitamente, ainda mais quando o número de leitores crescia juntamente à urbanização.

Sendo oriunda do sistema de correspondências privadas, a imprensa organizou-se, inicialmente, em forma de pequenas empresas artesanais, onde o editor realizava todas as tarefas isoladamente, tendo como objetivo maximizar em curto prazo os lucros. Na Europa, esse plano durou até o século XIX, quando deu lugar a uma imprensa mais politizada, com artigos de fundo e voltada para a opinião pública. De imprensa de informação passou para a de opinião. Neste ponto, já que o número de leitores evoluía e as pessoas impunham-se como público portador de opinião, a imprensa resguardou para si aquela liberdade que era característica na comunicação das pessoas privadas enquanto público. (HABERMAS, *Op. cit.*, p. 213-215) Na América Latina, essa imprensa de opinião, política, também se desenvolveu no XIX chegando até as primeiras décadas do século XX, fato que se deveu aos movimentos de independência e de disputas de políticas de governabilidade.

Tanto na Europa quanto na América, com o estabelecimento do Estado de Direito burguês e com a legalização de uma esfera pública politicamente ativa é que a imprensa crítica se aliviou das pressões sobre a liberdade de opinião e pôde abandonar sua posição polêmica e reassumir as chances de obter lucro tal como uma empresa comercial. O número razoável de leitores, somado ao interesse de se publicizar nos periódicos produtos fabricados no setor privado, configurou a subordinação da política a pontos de vista da economia de mercado. Habermas infere que a imprensa tornou-se manipulável à medida que se comercializou, pois a venda da parte redacional estava em relação com a venda da parte de anúncios. “De pessoas privadas enquanto público, torna-se instituição de determinados membros do público enquanto pessoas privadas – ou seja, pórtico de entrada de privilegiados interesses privados na esfera pública”. (Idem, 216-218)

A tendência à centralização abarcou a imprensa e chegou ao seu máximo nos dias atuais com as novas mídias (TV, rádio, cinema, Internet, etc.). A relação público/privado concretiza-se ao mesmo tempo em que o espaço público é tomado pela publicidade comercial. No século XX, esse tipo de publicidade especializa-se recorrendo à Sociologia e à Psicologia para obter sucesso na cooptação dos corações e mentes dos consumidores. Destaca-se o fato de a estrutura de consumo ter mudado com o passar do tempo. Se antes determinados produtos eram privilégios de pouco, agora o objetivo é o estímulo do consumo em massa. “A socialização de bens que antes era exclusividade das camadas superiores desperta a maior atenção naquelas camadas que procuram ao menos simbolicamente adequar o seu estilo de consumo para o alto”. (Idem, p. 224)

É nessa massificação dos gostos e dos pensamentos que a imprensa interferiu na sobrevivência da memória tradicional. A relação da esfera pública com a privada barrou a representatividade coletiva dos grupos particularmente, orientando-os todos numa mesma direção. Essa orientação comportamental que a imprensa impõe, a aproxima, mesmo que por outras vias, daquela imprensa politizada do século XIX. Além de estimular o consumo padronizado, a imprensa também passou a trabalhar a opinião pública de acordo com interesses econômicos e políticos privados. Ou melhor, na promiscuidade relacional entre o público e o privado, entre economia e política, que os meios de comunicação passaram a agir, assumindo a esfera pública como política. (Idem, p. 226) O setor privado tendeu a organizar-se politicamente, o que fez com que as discussões políticas sofressem a interferência de

interesses privados. Revolucionou-se a antiga forma parlamentar e as decisões tomadas foram atingidas por novas formas de barganha.

Na espetacularização de tudo quanto possível por parte da mídia, observou-se, há pouco, que até as decisões, votações e debates parlamentares passaram a ser veiculados pelos meios de comunicação, o que não obteve o efeito que se desejou para tal empreitada. Pretendia-se tornar público todas as discussões que ocorriam no parlamento ou câmara, para que os eleitores tivessem acesso à movimentação política dos seus representantes diretos até então restrita aos bastidores, mas a midiaticização do Congresso fez com que os parlamentares agissem teatralmente, representando um papel frente às câmeras. Sua função crítica transformou-se em demonstrativa e fez com que tudo fosse tomado, representado e apreciado como simbólico. (Idem, p. 241)

Trata-se, pois, da homogeneização forçada de tudo o que pode ser imaginado. A moda, o consumo, o lazer e até mesmo a política. Tornou-se uma promiscuidade essa intervenção da publicidade em todos os setores da sociedade, o que arrebanhou o Estado para esse tipo de prática. Vendo que as empresas privadas sugerem, nas decisões de consumo, a consciência do cidadão, o Estado valeu-se dos mesmos estratagemas e passou a encarar o eleitor como um consumidor, o que se traduziu no uso dos mesmos princípios de publicidade na política. Não é à toa que, hoje, tem-se o trabalho político de pessoas apolíticas, os publicitários, que têm o encargo de produzirem propagandas que convençam o cidadão, para que este “compre” a idéia do candidato ou do partido.

O quadro que se configurou remete a um sistema no qual as coletividades perdem suas particularidades e entram num jogo de correspondências simultâneas e padronizadas. No uso político da imprensa e da esfera pública, via setor privado, forma-se o que Habermas chamou de *consenso fabricado*, do qual as pessoas dificilmente conseguem escapar. Esse consenso não é a opinião pública, já que não é uma coerência racional formulada num meio de concorrência aberta, mas age como se a fosse. Neste jogo, onde as vias de participação estão *feudalizadas* por grandes corporações, o fito é manter a aparência de que todos têm o direito de livre opinião num público de pessoas privadas, mas na verdade o que ocorre é a formação de um consenso. É a falsa consciência de que os indivíduos privados que pensam, ajudam de modo responsável e efetivo na formação da opinião pública.

Na contemporaneidade, com a confusão entre público e privado, o domínio de uma elite se “justifica”. Controlando as mídias, a elite constrói a opinião pública pela centralização do discurso político. (DUPAS, 2005, p. 154) A memória que antes se construía por autonomias regionais e culturas heterogêneas, perde sua base de sustentação ao ser bombardeada por esse discurso de legitimação de uma situação e da cultura de integração atual, que estimula todos a consumirem os mesmos produtos tanto quanto for possível. O quadro que se desenha na sociedade global mostra tanto a esfera pública quanto a privada valendo-se das mesmas práticas para se imporem frente aos eleitores-consumidores, com a publicidade assumindo papel de destaque. As possibilidades de as culturas se manterem intactas são mínimas, o que leva a crer que as memórias coletivas, tantas quantas forem, não se formam nem são transmitidas por gerações da maneira tradicional.

Diante deste quadro e a título de conclusão, vale recordar as afirmações de Nora, as quais defende que a memória ao estilo antigo já não existe na sua forma natural, o que configura a crise da memória antiga na sociedade homogeneizada à força, que tende a massificar a cultura por meio da atuação constante da imprensa, das indústrias e do Estado. Enfim, no público de indivíduos, até mesmo a memória tornou-se privada.

Referências bibliográficas

- ADORNO, Theodor. *Indústria Cultural e Sociedade*. São Paulo: Paz e Terra, 2002.
- CARLOS, Ana Fani. Cidades. In. PINSKY, Jaime (org.). *O Brasil no contexto*. São Paulo: Contexto, 2007, p. 85 – 97.
- DUPAS, Gilberto. *Economia Global e Exclusão Social: pobreza, emprego, Estado e o futuro do capitalismo*. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- _____. *Atores e poderes na nova ordem global: assimetrias, instabilidades e imperativos de legitimação*. São Paulo: Ed. Unesp, 2005.
- JAMESON, Fredric. *A cultura do dinheiro: ensaios sobre a globalização*. Petrópolis: Vozes, 2001.
- JUNQUEIRA, Mary. *Ao Sul do Rio Grande – imaginando a América Latina em Seleções: oeste, wilderness e fronteira (1942-1970)*. Bragança Paulista: EDUSF, 2000.
- LE GOFF, Jacques. *História e memória*. Campinas: UNICAMP, 2003.
- HABERMAS, Jürgen. *Mudança estrutural da esfera pública: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.
- HALBWACHS, Maurice. *A memória coletiva*. São Paulo: Vértice, 1990.
- HAMBURGER, Esther. Diluindo fronteiras: a televisão e as novelas no cotidiano. In. NOVAES, F; SCHWARCS, L. M. (orgs.). *História da vida privada no Brasil*. Vol. 4. São Paulo: Cia. das Letras, 1998.
- MOURA, Gerson. *Estados Unidos e América Latina*. São Paulo: Contexto, 1990.
- NORA, Pierre. Entre memória e história: a problemática dos lugares. *Proj. História*, São Paulo, nº 10, dez. 1993.
- POLLAK, Michael. Memória e identidade social. *Estudos Históricos*, vol. 5, nº 10, Rio de Janeiro, 1992.
- RAAD, Lenita Jacira Farias. “... denunciando os males do comunismo”: o anticomunismo na revista *Seleções Reader’s Digest (1950-1960)*. Dissertação de mestrado. Florianópolis, 2005.
- RIOUX, Jean-Pierre. A memória coletiva. In. RIOUX, Jean-Pierre & SIRINELLI, Jean-François. *Para uma história cultural*. Lisboa: Estampa, 1998.
- SANTOS, Milton. O retorno do território. In SANTOS, Milton; SOUZA, Maria Adélia; SILVEIRA, Maria Laura (orgs.). *Território: globalização e fragmentação*. São Paulo: Hucitec, 1998.
- SILVA, Carlos Eduardo Lins da. *O adiantado da hora: a influência americana sobre o jornalismo brasileiro*. São Paulo: Summus, 1991.
- TOTA, Antonio Pedro. *O imperialismo sedutor – a americanização do Brasil na época da Segunda Guerra*. São Paulo: Cia. das Letras, 2000.