

**MIAMI, CAPITAL POP DA
AMÉRICA LATINA**

Mainstream - a Guerra Global Das Mídias e
Das Culturas, de Frédéric Martel

Ana Gabriela Galante Garcia
Marcella Santos

MIAMI

- Grande parte da população de Miami é latina. “Na América latina não existem latinos. Os latinos estão aqui.”
- No início dos anos 2000 os latinos se tornaram a maior minoria dos EUA, ultrapassando os negros
- Concentração da sede latina da maior parte das empresas de entretenimento: MTV Latin, Warner Music Latin America, Sony, Universal Music, etc.
- Há também estúdios de gravação de grande qualidade e grupos de publicidade e marketing

MÚSICA

- A musica “latina” vendida para o mundo é feita nos EUA.
- O reggaetón surgiu em Porto Rico (território americano), considerado o “hip hop” dos latinos.
- Ao se espalhar pelo país, graças aos milhões de latinos, esse estilo revolucionou a cartografia tradicional da música latina nos Estados Unidos, que até então era compartimentada em nichos.

- As leis americanas, como negociação de direitos, gestão do copyright, redação de contratos, etc., facilitam o trabalho das grandes empresas de entretenimento.
- Ivan Alvarez, da Universal, afirma que “Miami é a América Latina sem criminalidade nem corrupção”
- As rádios, tanto as grandes quanto as ilegais de baixa frequência, também tiveram papel determinante para a expansão da musica latina em Miami

- A maioria dos artistas mundialmente famosos da música latina tem contratos com empresas sedeadas em Miami, alguns são dos Estados Unidos e grande parte deles fizeram fama em seu lugar de origem cantando em espanhol e depois passaram a cantar em inglês.
- José Eboli, diretor-presidente da Universal, afirma que o Brasil é como uma ilha e por causa do português os hispânicos tem mais dificuldade de penetrar no país. Segundo ele, a melhor forma de promover estes artistas aqui é colocando-os numa novela da Globo.

- Na América Latina em si o autor afirma que percebeu um ressentimento com a música latina exportada pelos EUA, por não ser a verdadeira música latina e, mesmo assim, fazer sucesso mundial (que as originais muitas vezes não fazem)
- Frédéric diz que o problema é maior: se existem músicas nacionais que conseguem ultrapassar fronteiras sem passar por Miami (como o Tango e a Bossa Nova) isso significa que não existe mais uma cultura pop comum aos diferentes países da América Latina.

- Segundo José Zimerman, da TV Brasil, a causa disso é que a “América Latina é um agregado de países muito nacionalistas que rejeitam os vizinhos (...) Essa guerra fratricida é o que explica o fato de não haver uma cultura comum, nem cinema ‘latino’: (...) os filmes americanos são o único cinema comum a todos os latinos”.
- André Midani, veterano da Bossa Nova, diz que “Cada país da América Latina tem sua própria guerrinha de independência cultural e musical. Cada um luta contra os outros como um reizinho feudal. Com isso, a música ‘latino’ não funciona entre os países da América Latina, exatamente como o Mercosul!”

- As crises econômicas têm mudado o cenário de Miami, pois muitas empresas mudaram suas sedes ou regionalizaram suas ações, mas em questão da música ela mantém sua vantagem.
- Mariano Kon, da produtora Cuatro Cabezas em Buenos Aires, afirma que a cultura “latino” dos EUA é um “elefante branco”, uma ilusão de que os hispânicos são mais ou menos iguais, uma visão americanizada. Diz que é algo artificial e que Miami é a capital desse mundo artificial.

- Zimerman afirma que o Brasil ainda é visto através das favelas, da miséria, da violência e que quando se derem conta do erro de nos ver assim já seremos uma potência com a qual serão obrigados a lidar, inclusive no entretenimento.
- José Tillan diz que as previsões de americanização da cultura latina são equivocadas. Ele conclui que, na verdade, “estamos promovendo a ‘latino-americanização’ da cultura dos Estados Unidos”.