

A “identidade latino-americana” e a integração regional: o projeto da rede de comunicação Telesur

Silvia Garcia Nogueira

A capacidade humana de reflexão e aprendizado pode ser apreendida por meio de uma investigação do modo pelo qual os indivíduos e atores sociais conferem sentido ao mundo material, assim como pela maneira como o mundo que conhecem, vivenciam e compreendem é enquadrado cognitivamente por eles. Como nos lembra Adler, tais entendimentos coletivos oferecem às pessoas “razões pelas quais as coisas são como são, e indicações de como elas devem usar suas habilidades materiais e seu poder” (1999: 206). Nesse sentido, então, as identidades, os interesses e os comportamentos dos agentes devem ser entendidos como socialmente construídos por significados, interpretações e pressupostos coletivos sobre o mundo (:209).

A partir de uma interpretação construtivista, pressupõe-se que os fatos institucionais são resultado tanto de processos de socialização internacional, que envolvem a difusão de significados entre países, quanto de processos políticos e diplomáticos, que incluem negociação, persuasão¹ e coerção.

Diante de tais pressupostos, os meios de comunicação

Silvia Garcia Nogueira é Professora da Graduação e do Mestrado de Relações Internacionais da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB), Doutora em Antropologia (Museu Nacional/UFRJ). Membro da diretoria do Comitê Paraibano de Educação em Direitos Humanos (CPEDH), coordenando o GT Educação e Mídia.

de massa podem ser entendidos como importantes agentes sociais envolvidos em processos de construções cognitivas coletivas. Essa ideia é ainda reforçada por outro pressuposto analítico: o de que as relações com a mídia são uma marca das interações sociais modernas, como ressalta Thompson (1998).

Nesse sentido, este trabalho² pretende analisar e discutir o modo como efetivamente a rede de comunicação multiestatal Telesur³ (da qual fazem parte Venezuela, Argentina, Cuba, Uruguai e Bolívia) tenta construir o que ela chama de “identidade latino-americana” e, em uma dimensão mais geral, os processos de objetivação cultural através dos meios de comunicação de massa.

Processos de Formação de Identidade e Objetivação Cultural

Para iniciar uma discussão acerca dos processos de formação de identidades é preciso antes, fazer uma importante ressalva: do ponto de vista antropológico, nem o próprio conceito de identidade nem os significados a ele atribuídos são aceitos unanimemente pelos especialistas da área. Esse trabalho não se propõe a aprofundar o debate conceitual entorno do tema. A intenção aqui reside apenas em apontar a complexidade que requer a abordagem do assunto, enfatizando o perigo de tratar a “identidade” como um dado da natureza humana e não como resultado de um embate simultaneamente político e cultural, seja entre agentes sociais ou entre intelectuais e demais intérpretes da realidade.

Feito o alerta, e por entendermos que as representações

sociais não se separam de modo algum daquilo que expressam simbolicamente, concordamos com Hall (1993:51), para quem a construção social de identidades é necessariamente anterior às concepções mais óbvias de interesses; ou seja, um ‘nós’ é estabelecido antes que seus interesses sejam articulados.

Pensando a formação desse “nós”, daquilo que poderíamos chamar de identidade de grupo, alguns princípios estão em jogo: o de que as identidades se formam a partir de uma lógica contrastiva (“nós somos o que os outros não são”), de uma dimensão ideológica (“queremos ser percebidos socialmente de um modo singular”) e com o objetivo de inclusão em um sistema de classificação social mais amplo.

Entendendo, portanto, o sistema internacional como uma espécie de sistema de classificação social relativo aos Estados-Nacionais ou nações⁴ – e supondo-se que, em

A identidade nacional existe em dois níveis: no sentimento do “eu” do indivíduo como nacional e na identidade do todo coletivo em relação aos outros da mesma espécie.

acordo com Verdery (2000: 242), “as nações, assim como os indivíduos, tenham identidades, amiúde baseadas no chamado caráter nacional” – é preciso destacar que a identidade nacional existe em dois níveis: no sentimento do “eu” do indivíduo como nacional e na identidade do todo coletivo em relação aos outros da mesma espécie.

Sobre isso, Verdery (ibid) problematiza a questão do seguinte modo: “como se desenvolve o sentimento do ‘eu’ como nacional?”. Para ela, que entende a pergunta como relativa ao problema das subjetividades nacionais – “no plural, pois não podemos presumir que haja apenas uma forma de nos experimentarmos como nacionais” (*id. Ibid.*) –, há uma diferença entre nacionalismo e ‘nacionidade’ (*nationess*)⁵. O primeiro refere-se aos sentimentos conscientes que tomam a nação como um objeto de devoção ativa e, o segundo, às interações e práticas cotidianas que produzem um sentimento intrínseco, frequentemente não articulado, de pertencer, de estar em casa⁶.

Frente a essa questão, Verdery ressalta ainda que a nação (como símbolo) legitima numerosos atos e movimentos sociais, muitas vezes dotados de objetivos diversos, e que, como todos os símbolos, possui sentido ambíguo. Assim, as pessoas a utilizam de distintas maneiras e, com isso, são capazes de mobilizar grupos díspares (internos e internacionais) que imaginam-se compreendidos em um mesmo fenômeno. Em outro sentido, seu uso evoca sentimentos e disposições formados em relação à nação por meio de períodos da chamada construção nacional.

Tem-se assim que o discurso nacionalista pode ser homogeneizador, diferenciador ou classificatório, uma vez que dirige seu apelo a pessoas que supostamente têm coi-

sas em comum, em contraste com pessoas que se acredita não terem ligação mútua. “Nos nacionalismos modernos, entre as coisas mais importantes a ter em comum figuram certas formas de cultura e tradição, além de uma história específica” (Verdery 2000: 240).

Embora o referencial dessa discussão diga respeito ao que podemos chamar de âmbito nacional, entendendo-a como uma questão de construção de fronteiras socioculturais que separam “quem somos nós” de “quem são eles”, é possível trazer o debate para o tema da construção de identidades regionais, que, em princípio, se constituiriam contrastivamente em relação a outras identidades de mesmo tipo.

Sendo assim, como será analisado mais adiante, uma concepção de identidade latino-americana por meio da Telesur - e a partir de um projeto político identificado com ideais bolivarianos – é construída em um campo de relações de poder em que o referencial de oposição é os Estados Unidos. Esses são singularizados pela rede em termos identitários como “imperialistas”, em contraposição ao pluralismo da América Latina.

Cabe uma pergunta: de que modo a identidade regional, que aparentemente pertence ao nível das representações sociais (como os atores sociais se vêem e são vistos), se concretiza em “realidade”? Trata-se de uma pergunta equivocada, uma armadilha teórica que pressupõe uma análise dicotômica do conceito, separando fatos e concepções, comportamentos e representações. Como lembram Goldman e Neiburg, a respeito das teorias que privilegiam o caráter nacional – mas que pode referir-se a outros conjuntos de teorias, se elas não são certamente a ‘expressão’ direta de uma ‘realidade’, tampouco são sua pura deformação ou falsificação. São, antes, “discursos simultaneamente descritivos e normativos que, através de sua circulação social, tendem a funcionar como estruturas performativas, sintetizando, difundindo e, no limite, criando seus próprios referentes” (1996:25).

Bourdieu (1982) já chamava a atenção para o caráter performativo dos discursos, em que os enunciados possuem a capacidade de criar percepções. O campo em que tais representações são formuladas por meio da produção de discursos não são neutros. As representações sempre existem em lutas sociais e são hierárquicas. Além disso, em direção inversa, as formas de agir sobre o real agem sobre as representações do real. É nessa perspectiva que deve-se compreender a ideia de que todo enunciado é descritivo e prescritivo ao mesmo tempo.

Uma outra questão em jogo neste trabalho - que busca refletir sobre a relação existente entre o discurso midiático, a construção de uma identidade latino-americana e os efeitos de ambas sobre “a realidade”, é a seguinte: de que modo o desejo de construção de uma identidade única regional pode se converter “na” identidade efetivamente

compartilhada pelos membros da região?

Se aceitamos o efeito descritivo e performativo dos enunciados discursivos, a produção de discursos passa a ser uma das maneiras de se estabelecer um processo de objetivação cultural. O conceito de cultura aqui inclui tanto aspectos simbólicos quanto materiais relativos a um grupo social. Mas tais discursos não são desinteressados. Para Foucault (1996:10), “o discurso não é simplesmente aquilo que traduz as lutas ou os sistemas de dominação, mas aquilo por que, pelo que se luta, o poder do qual nós queremos apoderar”. Portanto, não serve apenas para profetizar um futuro, mas para suscitar a adesão da sociedade, contribuindo para a realização dessa profecia (LARANGEIRA, RIZZOTTO&RODRIGUES 2007:2).

Não surpreende, então, o fato apontado por Hroch (2000:93) de que o crescimento dos movimentos nacionais tenha caminhado de mãos dadas com o avanço da comunicação e da mobilidade sociais, processos inseridos numa transformação mais geral da sociedade. Também não chega a ser uma novidade o **papel dos meios de comunicação de massa** – como um agente produtor de discursos em grande escala - em processos de “modernização” e “desenvolvimento”⁷ de países da América Latina, inseridos em um sistema internacional de hierarquização entre regiões⁸.

Na verdade, a importância dos meios de comunicação de massa como agentes envolvidos em processos de objetivação cultural já fora detectado por Anderson (1989; 2002) em relação ao período de formação dos Estados-Nacionais. Cunhando a expressão “capitalismo de imprensa” ou “capitalismo editorial”, o autor enfatiza que essa nova forma de organização política de comunidades tornou-se imaginável pela interação entre um sistema de produção e de relações produtivas (capitalismo), uma tec-

Não surpreende que o crescimento dos movimentos nacionais tenha caminhado de mãos dadas com o avanço da comunicação e da mobilidade sociais, nem o papel dos meios de comunicação de massa em processos de “modernização” e “desenvolvimento” de países da América Latina.

nologia de comunicações (a imprensa) e a fatalidade da diversidade linguística do homem. Para ‘agrupar’ tal variedade de línguas correlatas, foram criadas línguas impressas, mecanicamente produzidas, passíveis de disseminação pelo mercado. Tinha-se, aí, uma estratégia aplicada para a promoção de uma homogeneização sociocultural.

Embora os processos de formação de identidades e objetivação cultural mereçam uma discussão mais ampla e aprofundada, a intenção neste trabalho é a de situar os mecanismos sociais envolvidos na tentativa de construção de uma identidade latino-americana por meio do discurso midiático da rede de comunicação Telesur, e dentro de um

projeto político mais amplo de integração regional em sua dimensão cultural.

A Telesur: um breve histórico e o ideal integracionista

Com sede na Venezuela, a rede latino-americana de comunicação, Telesur, é uma sociedade multiestatal (Venezuela, com maior participação, seguido por Argentina, Cuba, Uruguai e Bolívia) que pretende, nas palavras de seu diretor Aram Aharonian na ocasião da inauguração, estar “a serviço da integração das nações e povos da América Latina e Caribe”. Com transmissão inaugural no dia do aniversário de Simon Bolívar (24 de julho de 2005), o propósito inicial seria revelar a “alma destes povos”, constituindo-se em uma iniciativa de resistência regional ao “imperialismo cultural” que sempre foi dominante – uma alusão à hegemonia midiática norte-americana.

A rede possui correspondentes em Caracas, La Paz, Porto Príncipe, Brasília, Buenos Aires, Havana, Los Angeles, Cidade do México e Washington. É bilíngüe (espanhol e português), transmitida por redes de televisão comunitárias e privadas do Brasil, Cuba, Colômbia, Argentina e Uruguai, dentre outros países da América Latina. Pode ser acessada também pelo site <http://www.telesurtv.net>. Possui mais de 30 parcerias com emissoras autônomas a TVBrasil e a Al-Jazeera (Qatar) são duas delas. O conselho consultor é integrado por intelectuais latino-americanos e internacionais de prestígio.

Idealizada pelo presidente venezuelano Hugo Chávez, desde antes de sua inauguração a Telesur foi duramente criticada pelo governo americano, sendo comparada à Al-Jazeera, uma “rede terrorista” segundo a visão norte-americana oficial. Para seus idealizadores, o objetivo é apresentar-se como uma alternativa ao discurso único das grandes cadeias informativas, representando uma pluralidade de vozes e constituindo-se como um ponto de encontro, um espaço para se (re)conhecer, se compreender e se integrar⁹.

Ao veicular o que seus dirigentes chamam de “diversidade cultural” de uma região que possui, segundo eles, laços históricos e sociais, a rede pretende colocar em prática ideais de integração regional¹⁰. Nesse sentido, o domínio dos meios de comunicação parece ocupar um papel central na estratégia política adotada pelo presidente venezuelano Hugo Chávez, para quem o jogo político mundial, hoje, se confunde com o jogo midiático. Nesse contexto, em um plano a identidade latino-americana é construída em oposição à identidade norte-americana, em outro, pela oposição entre a Telesur e as redes “imperialistas” (termo utilizado pela Telesur) de comunicação, como a CNN e a BBC.

A tentativa de construção de uma identidade latino-americana, portanto, ocorre como um meio de fortalecer

a autonomia regional, uma forma de fazer frente ao que Hélio Jaguaribe (1976) classifica como o campo gravitacional das Américas, os Estados Unidos. Nesse sentido, mas sob outro ângulo, seguindo o princípio contrastivo mais elementar dos processos de formação de identidade, a integração latino-americana desejada pretende apresentar-se como uma resposta contrária ao “imperialismo americano”, para que, em um jogo de relações em que forças são medidas constantemente, as chances de disputa econômica, política e cultural sejam maiores. No plano retórico, esse ideal de integração está presente em vários discursos venezuelanos e na razão de ser da Telesur.

A discussão sobre a formação de identidades nacionais ou regionais parece ter sido um ponto frequente de reflexão por parte de diferentes atores sociais e analistas (BAUMAN 2005; ANDERSON 1989, 2002; BALAKRISHNAN 2000;

O domínio dos meios de comunicação parece ocupar um papel central na estratégia política do presidente venezuelano Hugo Chávez, para quem o jogo político mundial, hoje, se confunde com o jogo midiático.

LASK & WINKIN 1995; WILSON 1995; BHABHA 1994; APPADURAI 1993; FRIEDMAN 1992; HERZFELD 1992; CLIFFORD & MARCUS 1986; DUMONT 1983), que tendem a enfatizar os aspectos culturais, étnicos, políticos ou econômicos da questão.

Em entrevista à revista *Caros Amigos* (agosto de 2004), Hugo Chávez atribui aos donos das agências internacionais de notícias a articulação do golpe de 2002, em que os empresários simularam a renúncia de Chávez diante do golpe, veiculando informações falsas para a população¹¹. Nessa época, foi criada a TV Vive, um canal estatal para “dar visibilidade à produção das comunidades étnicas, dos movimentos sociais, dos trabalhadores e dos jovens que jamais apareceriam nos canais privados”, segundo suas palavras. Na base dessa iniciativa já existia a intenção de promover a integração dos povos latino-americanos “no contexto da Alba”. Ainda nessa entrevista, ele manifestava o desejo de formar uma Rede Sul Americana de televisão como alternativa à CNN e “aos veículos controlados pelo grande capital”.

Em 2007, o governo venezuelano decidiu não renovar a licença da RCTV -uma das empresas de comunicação que participava ativamente do “golpe midiático” de 2002, gerando uma grande polêmica provocada pelos veículos de comunicação privados nacionais e estrangeiros. Em seu lugar, fez surgir a estatal Televisora Venezolana Social (TEVES).

O curioso em relação à TEVES é que o discurso de inauguração proferido pela presidente da rede, Líl Rodríguez, assemelhou-se àquele proferido pelo diretor da Telesur: a nova rede representaria uma alternativa ao discurso único das grandes cadeias informativas e pretendia representar

princípios fundamentais esperados dos meios de comunicação, ou seja, veracidade, justiça, respeito e solidariedade (LARANGEIRA, RIZZOTTO & RODRIGUES 2007:8).

Ao apoiar a Telesur, e ter a comunicação como um dos pilares de seu governo, Chávez parece tentar resolver um dilema típico dos tempos atuais, já apontado por Hemer & Tufte (2005), sobre como usar os meios de comunicação para articular processos de mudança e desenvolvimento social em um contexto de globalização e massificação da informação. Ao lado de propostas como a Petrosul, o Banco Popular e o banco de sementes entre outras, a Telesur faz parte de um projeto de integração social da América Latina.

Diante desse panorama, os meios de comunicação passam a ocupar uma posição central em um jogo político no qual parte dos diálogos entre os países ocorre pela imprensa tendo em vista a formação de opinião pública diante das questões levantadas. Nesse sentido, e em acordo com Chávez, o jogo político passou a se confundir com o que se convencionou chamar de jogo midiático, ocorrendo disputas por legitimidade dos diversos discursos veiculados¹².

O “Pluralismo de Vozes” na Grade de Programação

Desde seu início, a Telesur se auto-proclamou como um veículo de comunicação a serviço do pluralismo cultural da região da América do Sul e do Caribe. É precisamente a partir da possibilidade de dar voz àqueles que sempre foram excluídos da mídia internacional, ou retratados de modo parcial e desfavorável sob vários aspectos, que a rede latino-americana vem justificando sua razão de ser – ao lado do objetivo de integração regional. É ainda em nome do pluralismo que sua identidade vem sendo construída frente à “ditadura” ou “hegemonia” midiática, imposta pelas grandes cadeias de comunicação. Segundo a própria rede:

a todos los habitantes de esta vasta región, difundir sus propios valores, divulgar su propia imagen, debatir sus propias ideas y transmitir sus propios contenidos, libre y quitativamente. Frente al discurso único sostenido por las grandes corporaciones, que eliberadamente niegan, coartan o ignoran el derecho a la información, se hace imprescindible una alternativa capaz de representar los principios fundamentales de un auténtico medio de comunicación: veracidad, justicia, respeto y solidaridad (<http://www.telesutv.net/concepto/index.php>).

Para isso, conta com uma programação produzida por diversos países com os quais mantém parceria e procura veicular conteúdos distintos. Os objetivos da Telesur são, conforme divulgado no site, **informar** (“porque la información es un derecho inalienable”), **formar** (“porque la educación es un deber inexcusable”) e **recrear** (“porque el

entretenimiento es un patrimonio común de los latinoamericanos”).

De acordo com a pesquisa realizada por Salö & Terenius (2008), tendo como foco a análise da grade de programação e dos conteúdos da Telesur na internet entre os dias 10 a 16 de dezembro de 2007 – em um total de 130 programas – e acompanhamento do jornal dos **Noticieros Meridianos** em outubro (dias 15, 22, 29) e novembro (5,12,19,26) do mesmo ano, chegou-se às seguintes conclusões:

- 1) em relação aos *gêneros de programas*, a Telesur cumpre claramente com seu caráter educativo (e não veicula nem *soap opera* nem telenovela);
- 2) quanto à *representação geográfica* dos programas produzidos, a Telesur Venezuela realizou 168 programas; a Argentina, 21; Colômbia, 12; Uruguai, 12; México, 6; Cuba, 6; Equador, 2; Chile, 1; Europa, 1 e Brasil, 1. A principal produtora de material veiculado é, portanto, a própria Telesur;
- 3) quanto ao *conteúdo dos segmentos de notícias*, política doméstica foi o tema mais apresentado, seguido por esportes, política internacional, outros¹³, tragédias/desastres, militarismo/guerrilha/terrorismo, crime/legal, cultura, meio-ambiente;
- 4) quanto aos *conteúdos, do ponto de vista regional*, 52% são sobre a América Latina, sendo que destes, 63% provêm da Telesur. Quanto às *notícias internacionais*, a Telesur produz apenas 23% delas, utilizando-se da produção das agências internacionais APTN (46%), Reuters (22%), Al-Jazeera (7%) e VTV (2%).

Sendo assim, de acordo com Salö & Terenius, se por um lado a rede segue tendências de mídias mais tradicionais em relação às notícias veiculadas (ênfases em assuntos de política e esportes, com exceção da pouca atenção dada ao tema economia), por outro, a rede serve ao propósito de tentar quebrar com a dependência de material estrangeiro

Hugo Chávez atribui aos donos das agências internacionais de notícias a articulação do golpe de 2002, em que os empresários simularam a renúncia de Chávez diante do golpe, veiculando informações falsas para a população.

– de fora da região, da imitação de fluxos de informações por países periféricos e dos fluxos informativos unidirecionais.

Outras conclusões do estudo indicam que a Telesur possui valores masculinos (ao enfatizar assuntos como política, militarismo e esporte, e ao possuir poucas fontes de informações femininas) e que assume um posicionamento “esquerdista” (Salö & Terenius, 2008:51) no enfoque dos assuntos retratados, contrariando valores pressupostos do jornalismo, como a busca da objetividade.

Os textos ficam à disposição dos usuários do site, po-

dendo ser acessados em qualquer momento, como uma espécie de banco de dados de opiniões. Consultando a seção, percebe-se a presença de uma significativa discussão sobre o universo midiático e o papel dos meios de comunicação¹⁴.

Situando os propósitos apresentados pela Telesur em uma perspectiva mais ampla, a rede parece apresentar-se como uma resposta ao diagnóstico feito pela Unesco sobre a situação do campo das comunicações na região, situação esta que permanece inalterada desde a publicação do relatório pela entidade na década de 70. (BÉLTRAN *apud* GUARESCHI 2001:82-83). Entre os pontos observados pelo órgão estão: a) a situação da América Latina como caracterizada pela pobreza de opções no tocante ao acesso de informação, desfavorecendo o desenvolvimento nacional; b), a subordinação dos países latino-americanos à influência dominante de interesses políticos e econômicos extra-regionais nas relações que travam entre si, principalmente dos EUA; c) um parecer favorável à regulamentação da comunicação pelos governos nacionais, cujas regras devem ser formuladas “democraticamente” e de forma pluralística; d) a necessidade de se conciliar os interesses de todos os segmentos da sociedade com o desenvolvimento nacional, dentro das características e possibilidades de cada país; e) a sugestão de que todos os países da América Latina devam ter algumas normas conjuntas sobre os comportamentos estrangeiros de comunicação que afetam os territórios nacionais.

Diante desse quadro, a Unesco declarou os seguintes princípios de comportamento, baseados nos “quatro Ds”, para a mídia internacional na sua relação com os países de “Terceiro Mundo” (CARLSSON *apud* SALÖ & TERENIUS 2008): 1) **democratização** dos fluxos de informações entre países; 2) **descolonização** (identidade cultural, independência e auto-determinação); 3) **desmonopolização** (restrições das atividades de companhias de comunicação transnacional); 4) **desenvolvimento** (cooperação regional, educação e infraestrutura).

Nota-se claramente a tentativa de afirmação da Telesur como uma alternativa comunicacional da região, submetida às pressões de grandes grupos hegemônicos de comunicação. Nesse sentido, a exploração do assunto imprensa, assim como de outros temas, não é realizada com base nos ideais de objetividade e imparcialidade tão preciosos a uma representação social e profissional compartilhada. Antes, a intenção na abordagem dos diversos conteúdos na rede parece passar pela possibilidade de construção de um lugar de veiculação de discursos geralmente excluídos, no sistema internacional hierarquizado, que seja simétrico aos espaços de poder ocupados pelas grandes cadeias de comunicação e de agentes que delas se utilizam para fazerem valer seus discursos.

Considerações finais

A adoção de uma perspectiva construtivista para analisar o papel dos meios de comunicação de massa em processos de construção de uma identidade regional a partir de estratégias de objetivação cultural implica em um estudo empírico das condições que fazem com que uma concepção intersubjetiva particular de interesse prevaleça sobre outras. Como Adler já observou, ideias novas ou modificadas precisam ser comunicadas e difundidas, de modo que se transformem em causas políticas (1999:228).

Isso só é possível quando está se formando o que Deutsch (1957) já chamava de “comunidade de segurança” ou que Anderson (1989) denominou “comunidade imaginada”. A primeira entendida como um grupo de pessoas que compartilham um ambiente comunicativo e, conseqüentemente, compartilham valores, responsabilidades (um sentimento de ‘nós’) e confianças mútuas; a segunda interpretada não apenas como a soma das crenças de um grupo nacional, mas da existência física dos indivíduos traduzidas em símbolos, práticas, instituições e discursos que, por sua vez, constroem o “real”.

Nesse sentido, particularmente no caso da Telesur, é preciso entendê-la inserida em um contexto mais amplo relacionado a um projeto político venezuelano que promoveu a mudança da chamada “Quarta República” para a “Quinta República”, ou seja, quando a Venezuela passou a ser institucionalmente denominada República Bolivariana da Venezuela (RBV)¹⁵.

Tal transformação é uma consequência de um movimento atrelado ao que ficou conhecido como “bolivarianismo”. Por este entende-se não uma doutrina ou um corpo teórico a ser utilizado para solucionar os problemas reais que a sociedade enfrenta; antes o “bolivarianismo” constitui-se em um quadro de ideias que alimenta o imaginário da sociedade venezuelana (Rojas 2001).

Longe de ser um fenômeno inédito, a utilização da imprensa com o objetivo de promover a homogeneização nacional é um elemento constante na história moderna de comunidades imaginadas constituindo-se como nações.

A Venezuela não se constitui em uma rede promotora de discursos bolivarianos isolada. De fato, a utilização dos meios de comunicação de massa na RBV insere-se em um planejamento político estratégico de difusão cultural. O discurso midiático homogeneizador de integração regional baseia-se na veiculação de símbolos e valores compartilhados por Estados que supostamente teriam um passado (experiências e memória) e um presente (ocupação de uma posição não-hegemônica na América) comuns.

É precisamente nessa dimensão que tal ideal bolivariano de construção cultural de uma identidade latino-

americana se apresenta. Do mesmo modo, também é nela que se engendra a possibilidade de objetivação cultural do plano simbólico, no qual os discursos ou enunciados que carregam valores e interesses se transmutam em realidades culturais – vividas e compartilhadas pelos membros da comunidade. Ou, lembrando Foucault (1996:42): “é pela partilha de um só e mesmo conjunto de discursos que indivíduos tão numerosos quanto se queira imaginar, definem sua pertença recíproca”.

Por fim, mais uma observação sobre a qual é preciso entender a temática discutida neste trabalho. Trata-se da questão das fronteiras culturais construídas por aquilo que está se entendendo como “identidade regional latino-americana”. Deve-se levar em consideração as assimetrias de diversas naturezas existentes entre os países que formam o continente americano, e – como já abordado – os projetos políticos de construção e fortalecimento de uma identidade nessa região. Tais projetos constituem, atualmente, uma estratégia de sobrevivência política, econômica e cultural de uma região, em um cenário internacional no qual as relações entre os Estados tendem a ocorrer não mais somente entre países, mas entre blocos deles.

Gustavo Lins Ribeiro (2007), chama a atenção para o caráter ambivalente das fronteiras, servindo tanto para unir quanto para separar. Embora os limites territoriais dos Estados-Nações sejam, em sua maioria, cenários de demonstração de força do controle estatal, ao gerarem relações complexas entre diferentes populações fronteiriças, tornam-se espaços de transgressões, transformando-se em transfronteiras. As fronteiras, na perspectiva do autor, podem ser vistas como espaços de separação, fluxos e integração.

Em relação aos fluxos de informações descontextualizadas que são apropriadas, produzidas e consumidas, no que Ribeiro chama de transfronteiras, Ivana Bentes (1997:202-203) ressalta que “a globalização não significa mais intercâmbio e troca entre Estados-Nações, mas a produção em escala global de uma cultura mundial integrada que aponta tanto para uma hibridização quanto para uma homogeneização entre o nacional e o global”. Por outro lado, Martin-Barbero (2006:30) lembra que as culturas locais estão “mais fortes e passando por mudanças que afetam a maneira de viver a sensação de pertencer a um território e a maneira de viver a identidade”.

O modo como os distintos atores se relacionam com a mídia e os objetivos pretendidos variam, mas o recurso à visibilidade e à publicização que os veículos de comunicação de massa possibilitam parece ser uma estratégia comum, compartilhada. A procura dos meios de comunicação por diversos agentes sociais, inseridos em um campo político específico, é uma ação empreendida de administração da visibilidade diante dos outros, um aspecto inevitável da política moderna que exige um contínuo processo

de tomada de decisões sobre o quê, a quem e como se pode tornar público.

Tem-se, portanto, que a utilização constante dos meios de comunicação para a difusão de uma série de conteúdos particulares em uma sociedade marcada por relações midiáticas corresponde a um dos processos sociais cotidianos de objetivação de uma dada cultura¹⁶. Longe de ser um fenômeno inédito, a utilização da imprensa para a difusão de conteúdos culturais com o objetivo de promover propostas de homogeneização nacional (ou regional, no caso da América Latina) – o “capitalismo de imprensa”, definido por Anderson – é um elemento constante na história moderna de comunidades imaginadas, formando-se ou querendo constituir-se concretamente como nações.

Se, como observou Schudson (1982:106), as notícias não trazem apenas a narrativa dos políticos – e podemos ampliar a observação para outros agentes sociais, mas fazem parte da forma narrativa deles, entender a Telesur, suas atividades e o contexto no qual está inserido em sua complexidade torna-se fundamental.

Notas

¹ De acordo com Adler (1999:230), citando Klotz (1992), “persuasão é uma disputa para definir entendimentos mútuos que corroboram identidades, direitos, insatisfações, interesses e tentativas de controle do comportamento através de um amplo arco de sanções sociais, em que o uso da força é apenas um”.

² Este texto corresponde a uma versão ampliada e modificada da comunicação apresentada no I Seminário Paraibano de Estudos e Pesquisas em Relações Internacionais (I Sepespri), realizado em João Pessoa (PB) entre os dias 10 e 14 de novembro de 2008.

³ A Telesur deve ser entendida como um “caso privilegiado”, no sentido maussiano do termo, pois de algum modo serve para se pensar processos mais gerais de construção sociocultural através da mídia.

⁴ “Os sistemas de classificação social não fazem apenas classificar; na forma institucionalizada, também estabelecem as bases da autoridade e da legitimidade através das categorias que estipulam; fazem suas categorias parecerem naturais e socialmente reais. A nação, portanto, é um aspecto da ordem política e simbólica-ideológica, bem como do mundo da interação e dos afetos sociais. Ela tem sido um elemento importante dos sistemas de classificação social há muitos séculos. (...) No período moderno, a nação tornou-se um símbolo potente e uma base de classificação num sistema internacional de Estados Nacionais. Ela dá nome à relação entre os Estados e seus súditos e entre um Estado e os demais; é um constructo ideológico essencial para conferir posições ao sujeito no Estado moderno, assim como na ordem internacional” (Verdery 2000:239-240).

⁵ Esta diferença é estabelecida pelo antropólogo John Boreman (*apud Verdery 2000:242*).

⁶ Bauman, porém, possui uma leitura particular a esse respeito: “Pode-se até começar a sentir-se *chez-soi*, “em casa”, em qualquer lugar – mas o preço a ser pago é a aceitação de que em

qualquer lugar se vai estar total e plenamente em casa” (2005: 20).

⁷ A uso de aspas para os termos “modernização” e “desenvolvimento” significa que estão sendo utilizadas categorias empregadas com relação ao contexto internacional, sem que com isso não se perca de vista o caráter problemático e passível de reflexão crítica que os termos engendram em sua dimensão concreta, ou seja, em uma estrutura de poder internacional compartilhada.

⁸ Essa questão vem sendo discutida e problematizada por pesquisadores como SCHRAMM (1966), GUARESCHI (2001) e MARTIN-BARBERO (1987; 2006).

⁹ Essas idéias foram expressas em vários discursos, reportagens e entrevistas na ocasião da inauguração da rede, veiculadas nos sites <http://www.mercosur.org.uy>; <http://www.alternativabolivariana.org>;

<http://www.overmelho.org.br>

¹⁰ O caráter essencialista dessa perspectiva adotada pela rede é revelado pela veiculação de conteúdos que apresentam elementos de identificação entre conjuntos sociais culturalmente distintos. Isso ocorre por meio da construção discursiva de um passado comum, de experiências compartilhadas, que produzem efeitos sobre os receptores dessas mensagens.

¹¹ Para maiores detalhes do golpe, ver o documentário “A Revolução não será televisionada”.

¹² De acordo com Salö & Terenius (2008:12-14), na Venezuela existem mais de 40 estações privadas de televisão, 128 canais a cabo operando e cerca de 700 mídias comunitárias formadas com apoio financeiro governamental. A maioria das mídias privadas é simpática aos opositores do governo.

¹³ A categoria “outros” abrange emprego, economia, saúde, indústria, direitos humanos, ciência, educação, indígenas e migração (SALÖ & TERENIUS 2008: 42).

¹⁴ Tal aspecto não foi detectado por Salö & Terenius (2007). No entanto, o tema ocupa uma posição de destaque no que se refere aos conteúdos veiculados.

¹⁵ Para um entendimento mais detalhado desse processo, ver Lander (2005).

¹⁶ Como ressalta Miguel (1999:253), a utilização dos meios de comunicação relaciona-se à idéia de que nas sociedades contemporâneas, a capacidade de disseminar representações da realidade social está concentrada na mídia.

Referências bibliográficas e outras fontes

ADLER, Emanuel. “O Construtivismo no Estudo das Relações Internacionais”. *Lua Nova*. 47 – 99, pp. 201-246, 1999.

ANDERSON, Benedict. *L'Imaginaire National. Réflexions sur l'Origine et l'Essor du Nationalisme*. Paris: La Découverte, 2002.

_____. *Nação e Consciência Nacional*. São Paulo: Ática, 1989.

APPADURAI, Arjun. “Disjuncture and Difference in the Global Economy”. In: Bruce Robbins (org.), *The*

- Phantom Public Sphere. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1993.
- BAUMAN, Zygmunt. *Identidade. Entrevista a Benedetto Vecchi*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2005.
- BENTES, Ivana. "Cultura e Globalização na América Latina: Globalização Eletrônica". In: *Globalização na América Latina: Integração Solidária (Seminário Internacional)*. Rio de Janeiro: Funag, 1997.
- BHABHA, Homi K. *The Location of Culture*. New York: Routledge, 1994.
- BOURDIEU, Pierre. *Ce que Parler Veut Dire: l'Économie des Échanges Linguistiques*. Paris: Fayard, 1982.
- CLIFFORD, J., MARCUS, G. (orgs.). *Writing Culture*. Berkeley: University of California Press, 1986.
- DEUSCH, Karl W. *Political Community and The North Atlantic Area*. Princeton: Princeton University Press, 1957.
- DOMINGUES, Maurício & MANEIRO, María. "Introdução". In: José Maurício Domingues e María Maneiro (orgs.), *América Latina Hoje, Conceitos e Interpretações*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2006.
- DUMONT, Louis. "Une Variante Nationale: Le Peuple et la Nation chez Herder et Fichte". In: *Essais Sur L'Individualisme: Une Perspective Anthropologique sur L'Idéologie Moderne*. Paris: Seuil, 1983.
- FOUCAULT, Michel. *A Ordem do Discurso*. São Paulo: Loyola, 1996.
- FRIEDMAN, Jonathan. "Being in the World: Globalization and Localization". In: _____ (org.), *Global Culture*. London: Sage Publications, 1992.
- GOLDMAN, Marcio, NEIBURG, Federico. "Teoria Antropológica, Política e Ética nos Estudos de Caráter Nacional". Comunicação apresentada na XX Reunião da Associação Brasileira de Antropologia, Salvador, 14-18 de abril de 1996. (mimeo)
- _____. "Anthropology and Politics in Studies of National Character". *Cultural Anthropology*, v. 13, n. 1, pp. 56-81, 1998.
- GUARESCHI, Pedrinho A.. *Comunicação e Poder. A Presença e o Papel dos Meios de Comunicação de Massa Estrangeiros na América Latina*. Petrópolis: Vozes, 2001 (13a. ed.).
- HALL, Stuart. *A Identidade Cultural na Pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 1993.
- HERZFELD, Michael. *The Social Production of Indifference*. Chicago: The University of Chicago Press, 1992.
- HROCH, Miroslav. "Do Movimento Nacional à Nação Plenamente Formada: O Processo de Construção Nacional na Europa". In: Gopal Balakrishnan (org.), *Um Mapa da Questão Nacional*. Rio de Janeiro: Contraponto, 2000. pp. 85-105.
- JAGUARIBE, Helio. *Crises e Alternativas da América Latina*. São Paulo: Perspectiva, 1976.
- LASK, Tomke & WINKIN, Yves. "Frontières Visibles/ Frontières Invisibles". *Quaderni* 27: 59-64, 1995.
- LANDER, Edgardo. "Venezuela: a Busca de um Projeto Contra-Hegemônico". In: Ana Esther Ceceña (org.), *Hegemonias e Emancipações no Século XXI*. Buenos Aires: CLACSO, 2005.
- MARTIN-BARBERO, Jesús. "Projetos de Modernidade na América Latina". In: José Maurício Domingues e María Maneiro (orgs.), *América Latina Hoje, Conceitos e Interpretações*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2006.
- _____. "Modernidad y massmediación em América Latina". Terceira Parte de *De los Medios a las Mediaciones*. México: G. Gili, 1987.
- MIGUEL, Felipe. "Mídia e Eleições: A Campanha de 1998 na Rede Globo". *Dados*, n. 42, vol.2, 1999.
- RIBEIRO, Gustavo Lins. "Fronteiras: Separação, Fluxos e Integração na América Latina". Comunicação oral, Simpósio Especial 1, VII Reunião de Antropologia do Mercosul, Porto Alegre, 24 de julho de 2007.
- SALÖ, Freja & TERENIUS, Elisabeth. *Telesur. 'Tele-Chávez' or the Public Service os Latin America? A Case Study*. Journalism and Multimedia, Söderton University Colege, Stokolm, Sweden. (<http://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:sh:diva-1459>) (2008-03-20).
- SCHRAMM, Wilbur. *Mass Media and National Development*. Stanford: Standorfd University Press, 1966.
- SHUDSON, Michael. "The Sociology of News Production Revisited". In: James Curran & Michael Gourevitch (eds.), *Mass Media and Society*. New York: Edward Arnold, 1992.
- SMITH, Anthony D.. "O Nacionalismo e os Historiadores". In: Gopal Balakrishnan (org.), *Um Mapa da Questão Nacional*. Rio de Janeiro: Contraponto, 2000. pp. 185-208.
- THOMPSON, John B. *A Mídia e a Modernidade. Uma Teoria Social da Mídia*. Petrópolis: Vozes, 1998.
- VERDERY, Kateherine. "Para onde Vão 'Nação' e 'Nacionalismo?'". In: Gopal Balakrishnan (org.), *Um Mapa da Questão Nacional*. Rio de Janeiro: Contraponto, 2000. pp. 239-247.
- WILSON, Thomas M. "La Reconstruction de L'Invisibilité à la Frontière Irlandaise". *Quaderni* 27:79-93, 1995.