

Cosmopolítica, mídia e virtualização da América Latina

Sebastião Guilherme Albano

Resumo

O texto descreve as formações discursivas na sociedade latino-americana desde o denominado Consenso de Washington até nossos dias e suas implicações no âmbito das indústrias culturais nacionais. Integram-se dois blocos de proposições, o primeiro adscrito à categoria de cosmopolítica, neologismo que intenta dar conta dos modelos de atuação política e econômica relacionados a níveis e instâncias de produção e reprodução midiática e seus vínculos com as sensibilidades contemporâneas. O segundo é norteado pela reflexão sobre a mídia e a virtualização da América Latina, um processo de reorganização das instituições e identidades em face da emergência de parâmetros de reconhecimento em que os signos e a verossimilhança condicionados aos cronotopos nacionais tiveram de se aclimatar aos padrões cognitivos das novas mídias. Trata-se desde a imigração física até a imigração do gosto, bem como das novas estruturas de fomento e produção cultural até as modalidades de consumo e reprodução simbólica.

Palavras-chave:

Cosmopolítica. Mídia. América Latina.

1 Introdução

O intuito deste estudo é apresentar um quadro das grandes formações discursivas advindas na sociedade latino-americana a partir do que se convencionou denominar o Consenso de Washington até nossos dias e suas implicações no âmbito das indústrias culturais nacionais. Para esse fim, buscou-se integrar dois blocos de proposições que serão apresentados conjuntamente. O primeiro está embasado na categoria de *cosmopolítica* (CHEAH; ROBBINS, 1998), um neologismo já registrado no debate norte-americano sobre os modelos de atuação política e econômica e seus vínculos com as sensibilidades contemporâneas, mas aqui circunscrito a certos níveis de produção e reprodução midiática. O segundo bloco será norteado pela reflexão sobre a mídia e o que será referido como a virtualização da América Latina, a saber, um processo de reorganização das instituições e das identidades regionais em face da emergência de parâmetros de reconhecimento em que os signos e a verossimilhança condicionados aos *cronotopos* históricos e geográficos locais, tão caros aos modos de representação desde o

Sebastião Guilherme Albano | tiaosalbano@unb.br

Possui graduação em Comunicação Social (Jornalismo) pela Universidade Federal Fluminense (UFF) e pela Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM, 1986-1991), mestrado em "Letras Latinoamericanas" pela Universidad Nacional Autónoma de México (1994-1998), com estágio na University of Texas at Austin (UT), e doutorado em Comunicação pela Universidade de Brasília (2004-2007), com estágio na UNAM e na University of Texas at San Antonio (UTSA). Atualmente é professor adjunto da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Foi coordenador do Departamento de Português da "Agência de Notícias de México" (NOTIMEX) e da Agência de Notícias Nova China (XINHUA) e fez crítica de cinema e de cultura em vários jornais mexicanos entre 1994 e 1998. Foi professor convidado na UNAM (2006) e Visiting Scholar na UT Austin (2009). Tem artigos em periódicos e capítulos de livros publicados no Brasil, na América de língua castelhana e nos Estados Unidos. Seus interesses epistemológicos são nas áreas de Comunicação, Ciências Políticas, História Cultural e Sociologia.

século XIX, tiveram de se aclimatar aos padrões cognitivos surgidos com as novas mídias. Tratar-se-ão desde a imigração física até a imigração do gosto, bem como das novas estruturas de fomento e produção cultural até as modalidades de consumo e reprodução simbólica.

Isso posto, cumpre aclarar também que, ao mencionar cosmopolítica, faz-se alusão ao momento em que políticas nacionalistas foram implementadas em todos os quadrantes da América Latina por suas elites a fim de que se constituíssem os Estados nacionais e participassem do concerto internacional, o que foi nomeado por Immanuel Wallerstein de sistema-mundo (1984) ou universalismo europeu (2007), e arriscaríamos ironizar referindo-nos a uma universalização da nacionalidade. Convém recordar que o predicado cosmopolita é anterior à criação dos Estados nacionais, portanto precede à noção de nacionalismo, e em princípio encerra sentidos mais progressistas se observado da perspectiva dos direitos e dos deveres do cidadão, isto é, quando se lhe contempla o arco de enunciados que dão conta das relações em sociedades com alto grau de complexidade. Mas no plano das representações midiáticas a questão se torna um pouco mais intrincada.

Remete-se ainda ao fato de tais programas nacionalistas, ao menos os que concernem à representação (mimese) literária ou midiática e sua ilusão de referência do local, perderem sua feição pedagógica e estratégica, de indução

de uma só identidade nacional, e afirmarem-se como globais a partir do último quartel do século XX, devido talvez às diretrizes do Consenso de Washington. Concatena-se ainda cosmopolítica com as discussões atuais sobre a necessidade de formulação de marcos regulatórios para práticas sociais que vão além dos limites nacionais, inclusive aquelas que concernem à produção e recepção de conteúdo simbólico. Consideram-se as representações como práticas sociais e o regime de representações atual – do qual será aludido o projetado pelo cinema regional nos últimos 20 anos – corresponde a um tipo de cultura que se pode considerar global.

No que tange à reflexão sobre a mídia e o termo de virtualização da América Latina, descrever-se-á o crescente desempenho dos meios na validação dos sentidos que circundam as práticas sociais e sua inflexão na região, onde o espaço público burguês esboçado no século XIX, embasado nos meios impressos e mormente no jornalismo, contou com uma comunidade interpretativa engajada e reduzida; e, em contrapartida, o espaço público multimidiático contemporâneo já parece coadunar, em potência, com o gosto e as habilidades intelectivas das maiorias. Seu escopo remonta à emergência da democracia partidária em âmbito político no século XIX junto com o jornalismo de massa e, no século XX, aos fluxos econômicos transnacionais e às modalidades eletrônicas e digitais de *poiesis* e comunicação e sua codificação em plataformas determinadas para

a veiculação imediata e a grandes audiências. O cerne dessa vértebra do estudo tem origem na própria denominação *América Latina*, uma noção etérea que ganhou corpo a partir de seu registro nas atas da geopolítica do dezenove europeu e na atualidade parece desencarnar em razão de inúmeros processos do que se habitou chamar *desterritorialização* – do capital, das pessoas em relação a seus lugares de origem e, principalmente, dos novos meios de informação e comunicação que atuam em uma ambiência virtual (BIGNELL, 2000).

2 Cosmopolítica

A mundialização da ideia de multiculturalismo no plano das políticas públicas apenas em aparência chancela a fórmula mais figurada que factual de compreensão do outro por via da miscigenação inventada pelos pensadores cosmopolitas, liberais e *criollos* do século XIX na América Latina, leitores de Jean Jacques Rousseau, e radicalizada por seus epígonos ideologicamente mais complexos do século XX, tais como José Vasconcelos, José Carlos Mariátegui, Fernando Ortiz e Gilberto Freyre. Entre nós, o que foi tomado como uma política de nacionalização progressista (miscigenação) e valorização das raças, etnias e costumes locais, isto é, uma política de identidades fortes mas híbridas, foi se resvalando a acepções associadas ao multiculturalismo, e não a políticas de identidades heteroglóssicas, ou políticas heteroglóssicas de identidade, consubstanciadas,

talvez, na categoria de cosmopolítica. Com efeito, o multiculturalismo funciona como um eufemismo asséptico baseado no gosto burguês pelo exótico no campo do entretenimento e que, na economia política, revela uma nova divisão do trabalho e um novo tipo de segregação. De outro lado, mas não contraditoriamente, manifesta ainda o pendor à convergência superficial de valores no capitalismo que “transforma as atividades sociais em propriedade” (YÚDICE, 2002, p. 21, tradução nossa).

Dois exemplos da operacionalidade do multiculturalismo no esquema liberal contemporâneo podem ser apontados no nosso continente. O primeiro corresponde à inexistência de uma cláusula que aluda à permissão da circulação de pessoas no documento fundador do Tratado de Livre Comércio da América do Norte (TLCAN) entre o México, os Estados Unidos e o Canadá, com vigência a partir de 1994, sendo que há cerca de 12 milhões de mexicanos ilegais no país vizinho. O outro se refere à pouca circulação de produtos das indústrias culturais de outros países nos Estados Unidos, notadamente de filmes para o cinema. Naquele mercado, mais de 90 por cento das obras que estréiam em cinemas são realizadas lá mesmo, ou ao menos os direitos são registrados por empresas nacionais.

Desde logo não compartilhamos a ideia altissonante de que a política hoje é *a política da mídia*, feita por e para a mídia (CASTELLS,

2009, p. 320). Mas tampouco nos furtamos ao fato de que, alcançada uma tal influência, os meios colaboram para apresentar e orientar o espaço público em que se encenam os contenciosos de interesse comum, seja no plano local ou global. Em todo caso, percebe-se que esses meios têm se desempenhado como instrumentos de práticas sociais sob condições jurídicas cujas premissas são a *propriedade* intelectual e o *copyright*, dois tropos espaciais propagados pela Organização Mundial do Comércio (OMC) como uma rubrica cada vez mais requisitada na economia. Nesse sistema de contradições, em que convivem desterritorialização, propriedade e virtualização, o entendimento de cosmopolítica na América Latina está norteado pela

[...] transformação dos sistemas de comunicação mediante processos neoliberais (privatização, desregulamentação, eliminação de serviços proporcionados pelo Estado de bem-estar por razões políticas e econômicas) resulta em uma recomposição e ressignificação dos territórios e públicos. A transnacionalização e (neo) liberalização das indústrias culturais impõem (1) a necessidade de inserir-se em uma economia supranacional e (2) reestruturações que facilitem essa inserção, respondendo a 'uma dialética da uniformização e da diferenciação' (YÚDICE, 2002, p. 21-22, tradução nossa).

A máquina de argumentação moderna e liberal processa a heterodoxia em convergência e, nesse caso, sua inversão resulta em um sofisma que apenas se desvela quando se percebe que a obtenção dos lucros das empresas transnacionais, emblemas da globalização *desterritorializada*, derivam da posse de direitos de propriedade onde

antes era bem público e da denominação de bem público universal ao que antes era próprio dos Estados-nacionais. Talvez essa seja uma nova forma de espacialização, o que David Harvey chama de *espaços do capitalismo global* (2006). Não há uma nota moral na asserção anterior, seu perfil sentencioso corresponde apenas à surpresa pela constatação de um dado. Já em 2002, cerca de 12% do Produto Interno Bruto dos Estados Unidos provinha da criação de tal modalidade de patrimônio, a propriedade intelectual (SÁNCHEZ RUIZ, 2006, p. 21).

Para aclarar o âmbito em que uma cosmopolítica é aplicada, cabe o comentário de Bruce Robbins sobre o caráter *culturalista* do termo (1999), sem a inflexão pejorativa. Em tal situação, pode-se afirmar que as políticas culturais hoje não são prerrogativas apenas dos Estados, a despeito de esses seguirem como poderosos reguladores de identidades, mas se manifestam cifradas em atitudes grupais politizadas em favor do reconhecimento de signos não identificados, ao menos da maneira como nos ensinaram, com a nação projetada tão somente pelo território, pelo vernáculo e pela população. As marcas da nacionalidade, que permanecem no idioma ou no sotaque, nos costumes representados etc., transitam agora cifradas em instâncias que se dizem intangíveis, como a sensibilidade, o gosto e as trocas simbólicas que decorrem da imigração física e do gosto, da recepção e da utilização dos *gadgets*, dos produtos audiovisuais e de outras textualidades multimidiáticas, principalmente as

que a tecnologia digital propicia. Nesse sentido, aparecem na produção e no consumo de bens da cultura global.

Há mais de 20 anos, durante a transição argentina à democracia, Óscar Landi já apontava em seu comentário ao *Plano Nacional de Cultura* (1984-1989), que “O estado está distante de ser um desejado centro irradiador de sentido à cotidianidade, ao trabalho e à criação artística e científica” (1987, p. 147, tradução nossa), e, parafrazeando o mesmo documento, exorta à “instauração de uma nova ordem da comunicação e da informação” que talvez tenha a mesma importância relativa “que os debates e decisões sobre o sistema educativo de fins do século passado” (p. 163, tradução nossa). Em meados do decênio de 1980, já se advertia para uma nova sensibilidade que fazia convergir a ordem econômica hegemônica, as limitações políticas e os deslocamentos dos paradigmas culturais. Portanto, hoje se consideram agentes de cosmopolíticas esses grupos ou comunidades interpretativas (RADWAY, 1984) porquanto compõem novas esferas públicas cuja espacialidade e as marcas referenciais navegam em imaginários transnacionais e em ambientes virtuais que suscitam experiências de cunho intercultural.

De qualquer maneira, quando observamos as características de intervenção de grande parte dos latino-americanos nesses meios, o ideário composto pelas políticas nacionalistas e que

resultou em ensaios, romances, filmes, música, teatro e artes plásticas com acentuada cor local, ou ao menos em um determinado sistema de representações regionais, não parece ter sido de todo aplacado pela entrada de novos atores e novas racionalidades ao drama da história. Sobrevivem figuras de contestação junto a certo *miserabilismo populista* (GRIGNON; PASSERON, 1991), mesmo nas esferas discursivas que permitem, além da representação, uma simulação digital das identidades e uma narratividade interativa e *em tempo real*. Essas atividades são realizadas em uma chave de entretenimento que de algum modo dissimula a raiz econômica de suas propostas intelectivas e estéticas, a ponto de não percebermos que estamos consumindo um produto, o resultado de uma produção (HARVEY, 2006), seja quando se usa a rede, por exemplo, apenas como dispositivo de comunicação ou informação ou quando é utilizada como meio de pesquisa ou de suporte para realização artística. Mary Douglas e Baron Isherwood anotavam já há mais de 30 anos em *O mundo dos bens* (1979) que o consumo torna a cultura visível e estável (1996, p.38).

Mesmo assim, na América Latina as instâncias de produção de sentido e validação social que as novas comunidades ativam mediante o consumo consubstanciam uma espécie de projeto político inconsciente (JAMESON, 1981), de vez que muitas dessas expressões tendem a ser alternativas (pirataria, trabalho informal, vindicação de direitos sociais) e parecem ir de

encontro à razão mercadológica da sociedade da informação, malgrado não haja temas impertinentes para os meios, cujos parâmetros discursivos, mais ainda ao abrigo dos postulados do Consenso de Washington, naturalizam sem delongas quase toda dissidência. Campeiam na rede sites de associações políticas sem que, até agora, haja uma pronta resposta social para seus argumentos, salvo no teatro virtual de ações, onde comunidades se conectam para intercambiar experiências, entre outras exceções.

Certamente hiperbólicas, as conjecturas contemporâneas acerca dos atributos que os meios de comunicação possuem, sejam tradicionais ou novos, e sua ingerência na caracterização das identidades e das subjetividades na chamada sociedade da informação (CASTELLS, 2009) é uma tendência que medrou primeiro como teoria sobre o influxo da técnica sobre o sujeito na sociedade de massas (INNIS, 1951; McLUHAN, 1987; BAUDRILLARD, 1988) e tem uma precedência extensa que sem muito esforço nos levaria primeiro à *arte retórica* da Idade Média e talvez até aos sofistas. A limitação das trocas humanas ao que logra ser informado nos parâmetros da técnica tem algo de determinista, bem como o tem a submissão do intercâmbio simbólico ao mercado capitalista e da experiência do poder às relações de classe. Ao mesmo tempo, nenhuma dessas simplificações é de todo impertinente, como já o demonstrou o onipresente estudo de Benedict Anderson *Comunidades imaginadas* (1990), cuja tese

central sobre a invenção das nações pelo discurso da imprensa é hoje contestada (GUERRA, 2003).

Evita-se, portanto, aqui uma reflexão unilateral que neste caso equivaleria a consignar, por exemplo, a cosmopolítica à economia política dos meios antes que a uma administração progressista de valores locais e nacionais e de negociação entre esses e uma ordem global. Para contornar essa propensão sentenciosa que extrai verdades ao que se observa mediante uma lente epistemológica determinada, trataremos de levantar uma série de questões sobre o desempenho dos meios nos processos sociais que permearam e permeiam o debate público e enfatizaremos uma discussão a partir de sua atuação em uma dinâmica multidimensional, não como estrutura autônoma de criação de signos que ditem as relações sociais sob o pretexto de representá-las, e sim que indiquem a interdependência entre os fatores que compõem a sociedade. A finalidade é enfeixar e refletir sobre dados relativos ao advento dos valores que propiciaram uma cultura ou civilização das mídias e sua manifestação no que se tem convencionalmente chamado de sociabilidades (AGULHON, 1984; GUERRA, 2003; MOREL, 2005) contemporâneas.

3 Mídia e virtualização da América Latina

É certo que há uma influência crescente dos meios como legitimadores dos vínculos sociais, notadamente no que concerne à figuração de uma nação tangível, à configuração de

identidades nacionais durante todo o Oitocentos até meados do século passado e à composição de identidades culturais na contemporaneidade. Noções como política, sociedade, espaço público, constituição e Estado nacional, novidades que ascenderam com a Revolução Francesa e penetraram no vocabulário utilizado para o debate sobre as relações humanas em comunidade, mantêm proximidade com o avanço das técnicas de registro e emissão de conteúdos, algo sugerido na expressão *capitalismo impresso* cunhada por Benedict Anderson para o papel da imprensa na legitimação do formato social. Articulados como mensagens em um discurso que dilui sua proposição específica, esses conceitos se projetam até a atualidade e compõem parte dos pilares em que está sustentada nossa percepção da realidade social, apresentando-se naturalizados e, como diz Roland Barthes, *despolitizados* (1993, p. 163).

A renovação contínua dos modos de elaboração e de circulação das intersubjetividades levou a que os suportes técnicos que realizam a tarefa didática de ensinar a civilidade adquirissem o estatuto de processadores de enunciados econômicos, políticos e culturais e ganhassem ampla ascendência social, em substituição às instituições do Estado. Assim, a dependência da cidadania contemporânea ao manejo das ferramentas técnicas da comunicação mediada e ao acesso a seus conteúdos desestabiliza o paradigma anterior em que boa parte das decisões de ordem civilizadora, do instituto dos

parâmetros do gosto coletivo (as iconografias nacionalistas) às organizações corporativas (sindicatos) e mesmo à inclusão ao mundo do saber e do trabalho (conteúdos escolares, inscrições nos centros de ensino, busca por emprego), parecia estar em mãos do Estado.

Esse perfil era ainda mais acentuado no caso da América Latina, em que o Estado surgiu antes que a nação e forjou-se a si mesmo, à força mais de posições autoritárias do que de fomento a instituições modernas sólidas, o mito de Estado forte. Tal como os jornais do século XIX começaram de pronto a utilizar peças novas no vocabulário, como vimos (constituição, pátria, nação etc.), disseminando a reflexão sobre esses temas, hoje tópicos políticos e econômicos tais como a globalização, o multiculturalismo, a tolerância com as chamadas diferenças, a ecologia, os direitos humanos etc., povoam a imaginação dos publicitários, dos produtores de conteúdo dos jornais, dos programas de televisão, dos filmes de cinema e dos sites da internet.

Essa convergência de narrativas é possibilitada pelas estruturas discursivas das plataformas midiáticas, que operam sob protocolos comuns em qualquer parte do planeta, não obstante a possível heterogeneidade dos conteúdos. Esse esforço pelo consenso da imaginação alcançado por intermédio de um padrão técnico de comunicação e informação não é um dado recente. Temos dedicado muita atenção às querelas entre *Google* (a empresa cujo lema é

Não seja mau e hoje a maior corporação de mídia do mundo) e o governo chinês sobre o controle ao acesso de determinados temas no programa de buscas. O bloqueio inicial a consultas relacionadas a Taiwan, aos eventos da Praça de Tianamen ou ao Dalai Lama, todos sensíveis ao regime político daquele país, e à atual exortação à renegociação dos termos do contrato, explicitam a existência de atores econômicos (e políticos) globais que não são propriamente enquadrados no formato do Estado nacional. Convém repisar sobre o fato de que esse tipo de investidas não é novo.

Por exemplo, George Yúdice (2002, p. 20) alerta para as opiniões recentes do Banco Mundial (BM) e da Organização Mundial do Comércio (OMC) sobre as políticas relativas ao audiovisual na América Latina. Se recuarmos mais, chegamos às ações do *Escritório para Assuntos Interamericanos*, entre 1940 e 1946, em mãos de Nelson Rockefeller, que cumpriu papel semelhante. Essa orientação à homogeneidade pode haver surgido em 1918 com a promulgação da lei *Webb-Pomerene* pelo Congresso norte-americano, que proibia os *trusts* de mídia dentro dos Estados Unidos, mas os fomentava em outros países (MILLER; MAXWELL, 2006, p. 35).

Essas mobilizações, de uma maneira ou de outra, dão conta de um estado de coisas em que a técnica de registro, transmissão e recepção de conteúdos (saberes, informação, dados numéricos etc.) é naturalizada, importando a partir de então a ordem de relação entre formatos de

segundo grau, como os programas, os conteúdos, o tipo de mensagens etc. Essa sinalização de homogeneidade cultural, como se a cultura fosse apenas cultura das mídias, resultou em diagnósticos peremptórios sobre o papel do Estado ou do Estado nacional na condução das práticas associativas mais determinantes para as relações sociais contemporâneas. Néstor García Canclini atesta que as políticas culturais dos Estados nacionais na América Latina não devem custodiar o patrimônio tradicional (artes plásticas, teatro, música, dança etc.), mas formular uma gestão clara para a indústria cultural que, em sua opinião, parafraseando James Clifford, enfatizaria políticas pós-identitárias (1999, p. 37). Para Jesús Martín-Barbero (2005), as novas mídias carecem de um status semelhante ao conferido aos serviços públicos, tais como a saúde e a educação. Para o antropólogo Gustavo Lins Ribeiro, “A ‘estrutura dos sentimentos contemporânea’ [...] é frequentemente baseada nos meios de comunicação [...]” (2005, p. 10, tradução nossa).

As políticas voltadas para a ordenação dos meios de comunicação tradicionais, em especial no que tange à televisão, demonstram o mito do Estado forte na América Latina e a irrelevância das leis voltadas para sua normatização, o que talvez se reflita no diletantismo das instituições regionais em face do avanço das corporações midiáticas e da ausência de legislação atualizada. A despeito de as leis sempre destinarem aos meios como rádio e TV o estatuto de concessões

públicas, seu desenvolvimento esteve antes em mãos de homens de negócios que do Estado, seguindo um padrão norte-americano de gestão, como atestam os inúmeros vínculos entre a *Associação Interamericana de Radiodifusão* (AIR, fundada em 1945) e a NBC e a CBS, afora sua inspiração nas diretrizes do *Escritório de Assuntos Interamericanos*.

Othon Jambeiro (2001) detalha que a criação do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), em 1939, pelo regime do Estado Novo, consolidou a censura à programação radiofônica, televisiva e mesmo cinematográfica e ao conteúdo dos jornais ao mesmo tempo em que instituiu a obrigação de transmitir “uma ideologia nacionalista dedicada à construção de um capitalismo urbano-industrial [...] voltado para sua própria cultura e seus valores tradicionais” (2001, p. 44). Em que pese essa roupagem autoritária e *estatizante*, os meios de comunicação de massa “têm sempre sido predominantemente controlados e operados por interesses privados. Sua sustentação financeira tem, portanto, se originado da venda de anúncios e patrocínio” (2001, p. 46). Com efeito, na América Latina há um extenso rol de homens de negócios como fundadores das redes de televisão locais, como o cubano Goar Mestre e o mexicano Emilio Azcárraga. Ambos tornaram-se grandes empresários de mídia, o primeiro na Argentina e em outros países da América do Sul, e o segundo com a fundação da *Televisa*, no rádio, em 1923, e na TV, em 1951, e

hoje com interesses na área de telefonia. O caso da Rede Globo é conhecido.

O Estado moderno (capitalista, liberal, burguês) urdiu teias de sentidos coletivos a fim de sustentar seus postulados que, por sua vez, ganham autonomia e se replicam em novas práticas significativas e sociabilidades. A função da mídia nos primórdios dessa universalização da forma Estado (capitalista, liberal, burguês) parece ter sido sua representação mediante bases retóricas em que a verossimilhança tanto remetia a uma sublimação da realidade física como evocava recursos históricos de uma tradição representativa determinada, estabilizada no que se conhece como a tradição ocidental, muito embora esses esquemas políticos e estéticos tenham permeado sociedades tão díspares como a Índia. Arjun Appadurai (1996) inclusive formulou uma série de dimensões em que os povos não ocidentais absorvem os supostos estímulos da modernidade, tais como *ethnoscapes*, *financescapes*, *mediascapes* e *ideoscapes* (1996, p. 37). Os meios, orientados por diretrizes capitalistas, operaram um processo de internacionalização já anunciado por Marx e Engels em 1848 (1981), quando disseram que a expansão de mercados é inerente às práticas capitalistas.

Sob essas condições, pode-se dizer que o Estado moderno tanto cultivou como se tornou objeto de representação, alusão, evocação

direta ou indireta dessas textualidades. Nesse processo de mitificação necessária para naturalizar essa tradição representativa e seus suportes discursivos, criou-se a impressão de indiferenciação das classes (outro fator integrante desse sistema) e na atualidade divulga a máxima de tolerância racial, dos direitos humanos, do multiculturalismo etc. para que sua informação abarque o maior número de pessoas. Pode-se concluir que se ao princípio o Estado ainda se representasse na mídia, na atualidade é a mídia que se representa no Estado.

Na história universal, a América Latina sempre foi objeto de miradas utópicas; basta consultar o repertório em que, entre os mais proeminentes do século XX, estão *La invención de América*, publicado em 1958 pelo mexicano Edmundo O’Gorman, e *Visão do paraíso*, publicado em 1959 por Sérgio Buarque de Holanda. Devido a nossa experiência de colonização, migrações, extermínio, tráfico de escravos etc., podíamos nos assemelhar aos territórios que James Clifford disse existir “apenas na ficção” (1988, p. 98, tradução nossa). As elites que construíram os Estados nacionais mantinham uma atitude reflexiva em relação às instituições europeias, emulando com régua e compasso países como a França e mais recentemente os Estados Unidos. Chegou-se a adotar oficialmente as teorias positivistas e outras *ciências* que ao mesmo tempo em que defenestravam a escravidão faziam uma série de associações deletérias entre raça, clima e modernidade. No século XX,

as guerras civis, os regimes militares e outros desvios ainda orientaram nossa história que, sem poder assimilá-los de todo, confrontou-se com novas séries de técnicas e valores que decidem a sensibilidade contemporânea. Denominamos essa transição como um período de virtualização da América Latina.

Nosso intuito aqui para finalizar é apontar um declínio dos modelos e dos motivos mais sólidos e já consagrados de representação da identidade nacional na América Latina. A inconstância e a volatilidade das instituições políticas e econômicas, em relação aos padrões ocidentais, e o apego à terra e às tradições, grandes *topoi* locais, estão em processo de reorganização em seus desempenhos como figuras descritivas da região. De fato, são inúmeros os elementos que ao menos em aparência estão em processo de desterritorialização ou de virtualização. Um dado importante a esse respeito foi o fenômeno das migrações e imigrações. O histórico regional motivou que parte da população latino-americana optasse pela saída de seus países, especialmente rumo à Espanha, aos Estados Unidos e ao Japão. De acordo com Marta Nubia Bello (2005, p. 69-92), que reproduz cifras até conservadoras e relativas a 2005, há mais de 650 mil latino-americanos na Espanha, sendo que os equatorianos e os colombianos representam a maior parte. Nos Estados Unidos, estimam-se 12 milhões de mexicanos ilegais. No Japão, cerca de 300 mil brasileiros buscam o sonho oriental.

É no plano das representações suscitadas pelas indústrias culturais que podemos medir o pulso desse processo. A internet está crivada de sítios dos movimentos sociais mais destacados da região, tais como as páginas da *Assembleia Popular dos Povos de Oaxaca* (asambleapopulardelospueblosdeoxaca.blogspot.com), bem como a que nos *enlaça* com o *Exército Zapatista de Libertação Nacional* (www.enlacezapatista.ezln.org.mx) e os *www.cacerolazos.com* argentinos, ou de reflexão estética de cunho nacionalista, como os sites de curta-metragens para a web, como *www.tech-mex.mx.org*, *www.solocortos.com* e *www.tuminuto.com*, do México, ou *www.videometraje.com.ar*, da Argentina. Nos suportes *standards* como o cinema de longa-metragem, por exemplo, a herança dos *Nuevos Cines Latinoamericanos* foi enfeitada tanto pelo regime de produção como pelo de representação dos filmes.

Segundo Fredric Jameson (1998, p.65), “the free movement of American movies in the world spells the death knell of national cinema everywhere, perhaps of all national cinemas as distinct species”. Essa situação teve ressonância em quase todos os planos do sistema cinematográfico regional. Na América Latina, as medidas tomadas pelos primeiros governos democráticos, no início do decênio de 1990, foram a eliminação dos órgãos estatais que estavam encarregados de apoiar as produções nacionais, tais como Embrafilme no

Brasil (1990), e *Películas Nacionales* e COTSA (1992), de distribuição e exibição no México. Na Argentina, foram esses setores os mais atingidos, e as companhias estrangeiras controlam 70 por cento do setor. Para a produção, houve a necessária promoção de canais para parcerias internacionais, como o programa *Ibermedia*, que fomenta co-produções entre países da América Latina e da península Ibérica, o *Sundance Institute* e o *Hubert Bals Project*, com o apoio do Festival de Rotterdam.

Criaram-se várias produtoras independentes na região, como a argentina *Patgonik* (produziu *Nueve Reinas*, 2000, e *Kamchatka*, 2002), a mexicana *Altavista* (*Amores perros*, 2000) e a brasileira *Videofilms* (*Cidade de Deus*, 2002, e *Madame Satã*, 2002). Na distribuição, ocorre uma concentração de multinacionais como *Buenas Vista International*, *Sony Pictures*, *Miramar Films* e *20th Century Fox*. É importante comentar que essa reacomodação de forças no sistema cinematográfico da região, segundo Deborah Shaw (2007, p. 03), faz com que hoje “there are more Latin American films than ever before on screens in big cities in Europe, the United States [...] There has never been such visibility for films from the region”. Não obstante, o quadro da representação modificou-se sensivelmente. A direção de arte, a fotografia, a montagem e os gêneros delatam a qualificação de Tamara Folicov (2004, p. 335) a *Nueve Reinas* (2000), de Marcelo Piñeyro: filme norte-americano falado em espanhol.

Referências

AGULHON, Maurice. **Penitents et franc-maçons de l'ancienne Provence**: essai sur la sociabilité méridionale. Paris: Fayard, 1984.

APPADURAI, Arjun. **Modernity at large**: cultural dimensions of globalization. Minneapolis: Minnesota University Press, 1996.

BARTHES, Roland. **Mitologias**. Tradução: Rita Buongiorno e Pedro de Souza. Rio de Janeiro: Bertrand, 1993.

BAUDRILLARD, Jean. **Xerox and infinity**. Tradução: Agitac. Londres: Touchepas, 1988.

BELLO, Nubia. Migración, redes sociales y ciudadanía: aportes para la definición de políticas migratorias en Colombia, Ecuador y España. In: MARTÍN-BARBERO, Jesús *et al.* **América Latina**: otras visiones desde la cultura. Bogotá: Convenio Andres Bello, 2005. p. 69-92.

BIGNELL, Jonathan. **Postmodern media culture**. Edinburg: Edinburg University Press, 2000.

CANCLINI, Néstor García; MONETA, Carlos (coords.). **Las industrias culturales en la integración latinoamericana**. Cidade do México: Grijalbo; Caracas: Sistema Económico Latinoamericano, 1999.

CASTELLS, Manuel. **Communication power**. Oxford: Oxford University Press, 2009.

CHEAH, Pheng; ROBBINS, Bruce (orgs). **Cosmopolitics**: thinking and feeling beyond the Nation. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1998.

CLIFFORD, James. **The predicament of culture**: twentieth-century ethnography, literature, and art. Cambridge: Harvard University Press, 1988.

_____. **Itinerarios transculturales**. Barcelona: Gedisa, 1999.

DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD, Baron. **The world of goods**: towards an anthropology of consumption. Londres: Routledge, 1996.

FOLICOV, Tamara L. Argentina's blockbuster movies and the politics of culture under the neoliberalism, 1989-1998. **Media, Culture and Society**, n. 22-23, p. 327-342, 2004.

GRINGON, Claude; PASSERON, Jean-Claude. **Lo culto y lo popular**: miserabilismo y populismo en sociología y en literatura. Tradução: Maria Sondereguer. Buenos Aires: Nueva Visión, 1991.

GUERRA, François-Xavier. A nação moderna: nova legitimidade e velhas identidades. In: JANCÓS, Istvan (Org.). **Formação do Estado e da nação**. São Paulo: Hucitec, 2003. p. 33-60.

HARVEY, David. **Spaces of global capitalism**: towards a theory of uneven geographical development. Londres: Verso, 2006.

INNIS, Harold. **The bias of communication**. Toronto: University of Toronto Press, 1951.

JAMBEIRO, Othon. **A TV no Brasil no século XX**. Salvador: Universidade Federal da Bahia, 2001.

JAMESON, Frederic. Notes on globalization as a philosophical issue. In: _____; MIYOSHI, Masao (eds.). **The cultures of globalization**. Durhan: Duke University Press, 1998. p. 54-80.

_____. **The political unconscious**: narrative as a socially symbolic act. Londres: Methuen, 1981.

LANDI, Óscar. Campo cultural y democratización en Argentina. In: CANCLINI, Néstor García. **Políticas culturales en América Latina**. México: Grijalbo, 1987. p. 145-173.

MARTÍN-BARBERO, Jesus. Culturas y nuevas mediaciones tecnológicas. In: _____ et al. **América Latina**: otras visiones desde la cultura. Bogotá: Convenio Andrés Bello, 2005. p. 13-38.

MARX, Karl; ENGELS, Friedric. **Manifiesto del Partido Comunista**. Tradução: Editora Progresso. Moscou: Progreso, 1981.

McLUHAM, Marshal. **Understanding the media: the extensions of man**. Londres: Ark, 1987.

MILLER, Toby; MAXWELL, Richard. Film and globalization. In: BOYD-BARRET, Oliver (ed.). **Communications media: globalization and empire**. Eastleigh, Grã-Bretanha: John Libbey Publishing, 2006.

MOREL, Marco. **As transformações dos espaços públicos: imprensa, atores políticos e sociabilidades na Cidade Imperial (1820-1840)**. São Paulo: Hucitec, 2005.

PITMAN, Thea; TAYLOR, Claire. **Latin American Cyberculture and Cyberliterature**. Liverpool: Liverpool University Press, 2007.

RADWAY, Janice A. **Reading the romance: women, patriarchy, and popular literature**. Chapel Hill: The University of North Caroline Press, 1984.

RIBEIRO, Gustavo Lins. **Pos-imperialism: a Latin-American cosmopolitics**. Brasília: Universidade de Brasília, 2005.

ROBBINS, Bruce. **Feeling global: internationalism in distress**. Nova York: New York University Press, 1999.

SÁNCHEZ RUIZ, Enrique. La industria cinematográfica del TLCAN: del “mercado libre” a las políticas públicas. In: CANCLINI, Néstor García; MONTECÓN, Ana Rosas; _____ (coords.). **Situación actual y perspectivas de la industria cinematográfica en México y en el extranjero**. Guadalajara: Universidad de Guadalajara/Instituto Mexicano de Cinematografía, 2006. p. 11-85.

SHAW, Deborah (ed.). **Contemporary Latin American cinema: breaking into the global market**. Lanham: Rowman & Littlefield, 2007.

YÚDICE, George. La globalización y la nueva división internacional del trabajo cultural. In: LACARRIEU, Mónica; ÁLVAREZ, Marcelo (comps.) **La (indi)**

gestión cultural: una cartografía de los procesos culturales contemporáneos. Buenos Aires: Ciccus, 2002. p.19-45.

WALLERSTEIN, Immanuel. **Modern world-system: capitalism, agriculture and the origins of the European world-economy in the sixteenth century**. Nova York: Academic Press, 1984.

_____. **O universalismo europeu: a retórica do poder**. Tradução: Beatriz Medina. São Paulo: Boitempo, 2007.

Cosmopolitics, media and virtualization of Latin America

Abstract:

This text describes the rising of discursive forms in Latin American society since the so-called Washington Consensus until today and their implications on the national cultural industries field. There are two propositional sections. The first is related to cosmopolitics category, a neologism that tries to reveal economic and political models of actions and their connections with contemporary sensibilities. The second is focused on debates about media and virtualization of Latin American, a sort of reorganization process of institutions and identities that surpasses a former system of representation based on national cronotops and seeks to achieve new media cognitive patterns. It deals with physical and taste immigration, as well as new structures of cultural agency and production, and new consumption and symbolic reproduction modalities.

Keywords:

Cosmopolitics. Media. Latin America.

Cosmopolítica, medios y la virtualización de Latinoamérica

Resumen:

El texto describe las formaciones discursivas en la sociedad latinoamericana a partir del denominado Consenso de Washington hasta la actualidad y sus implicaciones en el ámbito de las industrias culturales nacionales. Se integran dos bloques de proposiciones, uno adscrito a la categoría de cosmopolítica, neologismo que trata de dar cuenta de los modelos de actuación política y económica relacionados a algunas instancias de producción y reproducción mediáticas y sus vínculos con las sensibilidades contemporáneas. El otro es orientado por la reflexión sobre los medios y la virtualización de América Latina, un proceso de reorganización de las instituciones e identidades en relación a los parámetros de reconocimiento en que los signos y la verosimilitud son condicionados a cronotops nacionales que tuvieron de adaptarse a los patrones cognitivos de los nuevos medios. Se consideran aquí desde la inmigración física hasta la inmigración del gusto, además de las nuevas estructuras de fomento y producción cultural, y las modalidades de consumo y reproducción simbólica.

Palabras clave:

Cosmopolítica. Medios. Latinoamérica.

Recebido em:
18 de outubro de 2010

Aceito em:
29 de outubro de 2010

Expediente

A revista E-Compós é a publicação científica em formato eletrônico da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós). Lançada em 2004, tem como principal finalidade difundir a produção acadêmica de pesquisadores da área de Comunicação, inseridos em instituições do Brasil e do exterior.

E-COMPÓS | www.e-compos.org.br | E-ISSN 1808-2599

Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. Brasília, v.13, n.2, maio/ago. 2010.

A identificação das edições, a partir de 2008, passa a ser volume anual com três números.

CONSELHO EDITORIAL

Afonso Albuquerque

Universidade Federal Fluminense, Brasil

Alberto Carlos Augusto Klein

Universidade Estadual de Londrina, Brasil

Alex Fernando Teixeira Primo

Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil

Alfredo Vizeu

Universidade Federal de Pernambuco, Brasil

Ana Carolina Damboriarena Escosteguy

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Brasil

Ana Sílvia Lopes Davi Médola

Universidade Estadual Paulista, Brasil

André Luiz Martins Lemos

Universidade Federal da Bahia, Brasil

Ângela Freire Prysthon

Universidade Federal de Pernambuco, Brasil

Antônio Fausto Neto

Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Brasil

Antonio Carlos Hohlfeldt

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Brasil

Arlindo Ribeiro Machado

Universidade de São Paulo, Brasil

César Geraldo Guimarães

Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil

Cristiane Freitas Gutfreind

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Brasil

Denilson Lopes

Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil

Eduardo Peñuela Cañizal

Universidade Paulista, Brasil

Erick Felinto de Oliveira

Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Brasil

Francisco Menezes Martins

Universidade Tuiuti do Paraná, Brasil

Gelson Santana

Universidade Anhembi/Morumbi, Brasil

Goiamérico Felício

Universidade Federal de Goiás, Brasil

Hector Ospina

Universidad de Manizales, Colômbia

Herom Vargas

Universidade Municipal de São Caetano do Sul, Brasil

Ieda Tucherman

Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil

Itania Maria Mota Gomes

Universidade Federal da Bahia, Brasil

Janice Caiafa

Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil

Jeder Silveira Janotti Junior

Universidade Federal da Bahia, Brasil

João Freire Filho

Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil

John DH Downing

University of Texas at Austin, Estados Unidos

José Luiz Aidar Prado

Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, Brasil

José Luiz Warren Jardim Gomes Braga

Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Brasil

Juremir Machado da Silva

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Brasil

Lorraine Leu

University of Bristol, Grã-Bretanha

Luiz Claudio Martino

Universidade de Brasília, Brasil

Maria Immacolata Vassallo de Lopes

Universidade de São Paulo, Brasil

Maria Lucia Santaella

Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, Brasil

Mauro Pereira Porto

Tulane University, Estados Unidos

Muniz Sodre de Araujo Cabral

Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil

Nilda Aparecida Jacks

Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil

Paulo Roberto Gibaldi Vaz

Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil

Renato Cordeiro Gomes

Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Brasil

Ronaldo George Helal

Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Brasil

Rosana de Lima Soares

Universidade de São Paulo, Brasil

Rossana Reguillo

Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores do Occidente, México

Rousiley Celi Moreira Maia

Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil

Samuel Paiva

Universidade Federal de São Carlos, Brasil

Sebastião Albano

Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Brasil

Sebastião Carlos de Moraes Squirra

Universidade Metodista de São Paulo, Brasil

Simone Maria Andrade Pereira de Sá

Universidade Federal Fluminense, Brasil

Suzete Venturrelli

Universidade de Brasília, Brasil

Valério Cruz Brittos

Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Brasil

Veneza Mayora Ronsini

Universidade Federal de Santa Maria, Brasil

Vera Regina Veiga França

Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil

COMISSÃO EDITORIAL

Felipe da Costa Trotta | Universidade Federal de Pernambuco, Brasil

Rose Melo Rocha | Escola Superior de Propaganda e Marketing, Brasil

Adriana Braga | Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Brasil

CONSULTORES AD HOC

Roseli Figaro | Universidade de São Paulo, Brasil

Miguel Serpa Pereira | Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Brasil

João Maia | Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Brasil

Paulo Cunha Filho | Universidade Federal de Pernambuco, Brasil

Benjamim Picado | Universidade Federal Fluminense, Brasil

Josimey Silva | Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Brasil

EDIÇÃO DE TEXTO E RESUMOS | Everton Cardoso

TRADUÇÕES PARA O INGLÊS | Lisa Earl Castillo e Sabrina Gledhill

EDITORIAÇÃO ELETRÔNICA | Roka Estúdio

COMPÓS | www.compos.org.br

Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação

Presidente

Itania Maria Mota Gomes

Universidade Federal da Bahia, Brasil

itania@ufba.br

Vice-presidente

Julio Pinto

Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Brasil

julio Pinto@pucminas.br

Secretária-Geral

Ana Carolina Escosteguy

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Brasil

carolad@puccrs.br