Identidade nacional e televisão: uma leitura sobre as políticas de comunicação e cultura da Nicarágua nos anos 80[1]

Felipe Canova Gonçalves[2]

Elen Cristina Geraldes[3]

Universidade de Brasília

Resumo

Neste artigo, abordamos as políticas de comunicação e cultura na Nicarágua dos anos 80, em que a televisão foi escolhida como um meio para a construção de uma identidade nacional. Estudar o caso da Nicarágua tem relevância acadêmica principalmente por um aspecto: é pouco conhecido no Brasil, e pode se integrar a um esforço de compreensão do complexo cenário de políticas de comunicação da América Latina. O aporte teórico foi dado pelo conceito de identidade, compreendida como um mecanismo de resistência e de luta contra valores hegemônicos e como fundamento de um projeto nacional. Metodologicamente, foi utilizada a pesquisa bibliográfica e o método histórico.

Palavras-chave: Políticas de comunicação; identidade; Estado; televisão; Nicarágua.

Os debates norteadores das políticas públicas de cultura na América Latina tradicionalmente relacionam questões como identidade nacional e diversidade cultural dentro de um papel unificador do Estado. Um exemplo recente no Brasil é o Plano Nacional de Cultura, sancionado pelo presidente Luiz Inácio Lula da Silva em 2010, que tem, dentre os seus dezesseis objetivos, elencado como ponto primeiro a necessidade de "reconhecer e valorizar a diversidade cultural, étnica e regional brasileira" (BRASIL, 2012, p.159). Pensar a cultura nacional tem sido, em outras palavras, tomar uma posição política sobre os rumos da nação e o papel do Estado, como afirma Ortiz: "Não é por acaso que a questão da identidade se encontra intimamente ligada ao problema da cultura popular e do Estado; em última instância, falar em cultura brasileira é discutir os destinos políticos de um país" (1994, pg. 13).

No campo das políticas de comunicação latino-americanas atualmente esse debate assume outros contornos. A existência de um consenso hegemônico em torno da atuação do

[1] Trabalho apresentado no GP Políticas e Estratégias de Comunicação do XIII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.
[2] Mestrando em Comunicação na linha de Políticas de Comunicação e Cultura, UnB, email: canovagoncalves@gmail.com.
[3] Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação na Faculdade de Comunicação – UnB, email: elenger@ig.com.br.

mercado como ente regulador das dinâmicas da comunicação e da cultura – que tem suas origens na formação das indústrias culturais em nossos países e sua consolidação na retomada das ideias liberais nos anos 80 –, entra em conflito com o surgimento de governos progressistas[4] e de esquerda na primeira década do século XXI. No bojo das mudanças políticas, econômicas e socioculturais trazidas pela ascensão destes governos está colocada, entre outros desafios, a consolidação de novos paradigmas para a ação do Estado e as políticas públicas, em especial as políticas públicas de comunicação. Valores como "pluralismo, transparência, diversidade cultural, criatividade, desenvolvimento econômico e tecnológico e bem-estar social" (BRITTOS; MIGUEL, 2009, p. 7), apontados como centrais por pesquisadores e militantes das Políticas de Comunicação para a atuação mediadora dos Estados contemporâneos passam a ser incorporados. Contraditoriamente, percebemos que o conceito de identidade nacional perde força com a globalização, e a emergência de um "multiculturalismo" rapidamente incorpora uma lógica funcional aos interesses do capital.

Neste artigo, elaboraremos uma reflexão que relacione as políticas de comunicação aos conceitos de identidade nacional e diversidade cultural. Para isso, refletiremos sobre o papel do Estado enquanto mediador das políticas públicas, utilizando como perspectiva de análise as políticas de comunicação e cultura implementadas na Nicarágua durante os anos 80, com o enfoque na construção do Sistema Sandinista de Televisão como elemento-chave na apropriação das ideias de identidade nacional e diversidade cultural por um meio de comunicação estatal. Estudar o caso da Nicarágua tem relevância acadêmica principalmente por um aspecto: é pouco conhecido no Brasil, e pode se integrar a um esforço de compreensão do complexo cenário de políticas de comunicação na América Latina.

O aporte teórico para esta reflexão será dado pelo conceito de identidade. Para isso, consideraremos, na primeira parte deste artigo, sua tríplice filiação aos estudos de Comunicação: identidade, enquanto multiculturalismo ou diversidade; identidade, como mecanismo de resistência e de luta por transformação social; e identidade como um recurso central para a elaboração de um projeto de país. Metodologicamente, utilizamos as técnicas da pesquisa bibliográfica e o fio condutor fornecido pelo método histórico, que foge das linearidades e lê a trajetória histórica, a partir de um aspecto escolhido antecipadamente.

[4] Raymond Williams aponta que podemos usar esse termo como "oposto a conservador; isto é, para referir-se a alguém que aprova ou defende a mudança" (2007, p. 328).

Identidade e Comunicação: as três apropriações

Profundamente inserido no debate sobre identidade nacional e meios de Comunicação, ao pensar o projeto de país forjado durante a ditadura militar de 1964, Ortiz destaca o caráter duplo de formação do conceito de identidade. Em primeiro lugar "toda identidade se define em relação a algo que lhe é exterior, ela é uma diferença" (2003, pg. 7). Contudo, a constatação da diferença em relação ao outro não basta, devemos considerar uma dimensão interna, ou seja, "é necessário mostrar em que nos identificamos" (2003, pg. 7-8), o que constitui um campo de embates quando pensamos a questão nacional.

Certamente, a concepção de identidade nacional passa por uma construção do próprio "ser nacional" mediada pelo Estado, o que é historicamente perceptível nas intervenções estatais na cultura, seja em regimes autoritários ou não. Barbalho afirma que tanto nos países subdesenvolvidos da América Latina, como os países de primeiro mundo "vivem processos de valoração de identidades nacionais monolíticas" (2001, p. 2). Um exemplo levantado pelo autor é a ideia da "britanicidade", promovida pelo governo conservador de Thatcher no Reino Unido dos anos 80 para diluir os conflitos de classe com uma retomada dos "genuínos valores" do povo britânico. Tal prática, de caráter hegemônico, consistia na "elaboração de um discurso sobre cultura nacional britânica baseado na re-descoberta e re-valorização dos tempos de ouro do "Império Britânico"." (2001, p. 3).

Embora aponte uma das opções do Estado brasileiro em um momento autoritário, que elegeu uma identidade nacional e a construiu por meio da televisão, negando outras possibilidades e excluindo a contribuição de grupos populares, Ortiz não pensa que este seja um conceito monolítico. A identidade, para o autor, envolve relações de poder, escolhas, trocas, e em cada momento histórico pode ser redefinida de forma mais ou menos plural. Neste aspecto, não se trata de um multiculturalismo com suas inclusões, com o convívio harmonioso das diferenças, mas da tensão e dos jogos de força daqueles que enxergam a cultura como um espaço de afirmação ou de negação de si e do Outro.

Uma questão que emerge a partir desses elementos colocados é como relacionar esse debate sobre a identidade nacional com a pluralidade de identidades característica da contemporaneidade. Um dos desafios na construção de novas políticas públicas de cultura e comunicação é a *problematização crítica da diferença*, entendendo-a como espaço de

conflito. Barbalho afirma que "uma política cultural que trata de questões identitárias tem que dar conta das diferenças e relações de poder que se estabelecem entre elas e da transitoriedade de todas elas, identidades e diferenças" (2001, pg. 5).

A incorporação da ideia de um "multiculturalismo" tem surgido atualmente, tanto no espaço acadêmico como na ação do Estado, como uma alternativa à fragmentação da identidade e aos limites de construção de uma identidade nacional[5]. A concepção de diversidade cultural da UNESCO, adotada pelo Plano Nacional de Cultura do governo Lula, remete a essa perspectiva:

> a multiplicidade de formas pelas quais as culturas dos grupos e sociedades encontram sua expressão. Tais expressões são transmitidas entre e dentro dos grupos e sociedades. A diversidade cultural se manifesta não apenas nas variadas formas pelas quais se expressa, se enriquece e se transmite o patrimônio cultural da humanidade mediante a variedade das expressões culturais, mas também através dos diversos modos de criação, produção, difusão, distribuição e fruição das expressões culturais, quaisquer que sejam os meios e tecnologias empregados. (UNESCO, apud BRASIL, 2012, p. 27).

Ortiz afirma que o termo diversidade é atribuído de forma generalizadora a fenômenos de naturezas diversas, tanto a "tipos de formações sociais radicalmente distintas – tribos indígenas, etnias, civilizações passadas e nações", como também "enquanto diferenciação intrínseca à própria modernidade-mundo: indivíduo, movimento feminino, homossexual, negro, crise de identidades, etc." (1999, pg. 81).

A partir dessa distinção inicial entre diferentes fenômenos colocados dentro da categoria de diversidade, podemos retomar a ideia de *problematização crítica da diferença*, colocada acima. Ortiz afirma que "na discussão sobre a diversidade é necessário distinguir qualitativamente entre as diferenças. Postulá-las como equivalentes (como faz o discurso pós-moderno) é um equívoco" (1999, pg. 82).

Assumir que as diferenças são produzidas socialmente é um passo importante neste debate. Como exemplo, podemos recordar que questões comumente atribuídas a um problema de diversidade como a luta pela emancipação das mulheres, os direitos dos povos indígenas, a igualdade sexual, o movimento negro, devem ser entendidas em suas particularidades, seja em seu sentido simbólico como em seu sentido histórico. "Afirmar o

[5] "Por Multiculturalismo entenda-se a afirmação do respeito e do direito de existência e de manifestação das diferentes expressões culturais minoritárias de uma dada sociedade" (BARBALHO, 2001, pg. 6).

sentido histórico da diversidade cultural é submergi-la na materialidade dos interesses e dos conflitos sociais (capitalismo, socialismo, colonialismo, globalização). A diversidade se manifesta portanto em situações concretas." (ORTIZ, 1999, pg. 83).

A ideia de diversidade é fundamental também para pensarmos a nossa condição latino-americana. Articular cultura brasileira e latino-americana com unidade regional e a relação dessa unidade com nossa diversidade é um caminho traçado por muitos intelectuais que refletiram sobre a questão da formação dos povos latino-americanos. Ángel Rama, crítico literário uruguaio, coloca a questão da unidade como um projeto real, fundamentado em persuasivas razões:

> Em sua maioria, elas residem no passado e modelaram profundamente a vida dos povos: vão de uma história comum a uma língua comum e modelos semelhantes de comportamento. As outras forças são contemporâneas e compensam o fato de serem minoria com uma alta potencialidade: respondem às pulsões econômicas e políticas universais provocadas pela expansão das civilizações dominantes do planeta. (2001, p. 281).

Com essa unidade enquanto base, para o autor, podemos encontrar uma "interior diversidade que é a definição mais precisa do continente" (p. 281). Essa diversidade, própria da formação latino-americana, se dá tanto no plano das nações e suas diferentes iniciativas de integração, como também na existência de regiões culturais, que muitas vezes se estabelecem em conflito com a concepção de unidade nacional. Para Ángel Rama, "se a unidade implica um sistema de diferenciações com relação às culturas externas, (...) a macrorregionalização implica em uma diferenciação interna mediante um correlativo sistema de oposições" (p. 283-284), em critérios estabelecidos por áreas como a antropologia cultural, a economia e a história.

Identidade e unidade nacional: televisão no Brasil e na Nicarágua

No Brasil, o debate sobre identidade nacional esteve, em um momento específico de nossa história, atrelado à formação de uma indústria cultural nacional. Referimo-nos ao projeto autoritário da ditadura militar iniciada em 1964, onde a política de Estado centrada no binômio integração-segurança nacional apostou na consolidação de um mercado de bens culturais no país, utilizando o desenvolvimento da televisão como elemento chave.

> Penso que o que melhor caracteriza o advento e a consolidação da indústria cultural no Brasil é o desenvolvimento da televisão. (...)

> Com o investimento do Estado na área da telecomunicação, os grupos privados tiveram pela primeira vez a oportunidade de concretizarem seus objetivos de integração do mercado. (ORTIZ, 1994, p. 128).

Maria Rita Kehl, ao estudar a estruturação da TV Globo nesse período, considera que o papel da televisão consistiu em levar a ideia de integração – sonho político dos militares – ao nível do imaginário, onde as imagens transmitidas simultaneamente em "um país tão dividido como o Brasil contribuem para transformá-lo em um arremedo de nação, cuja população, unificada não enquanto "povo", mas enquanto público, articula, uma mesma linguagem segundo uma mesma sintaxe." (1986, p. 170).

A aspiração pela entrada na modernidade – expressada nas imagens da televisão de um Brasil urbano, cosmopolita, industrializado – representa para Ortiz uma vontade que "nos países de periferia se encontra ligada estreitamente à construção da identidade nacional." (1994, pg. 34).

> Televisão e integração nacional: a inclusão de subculturas isoladas entre si e distantes dos centros de produção cultural, numa visão de mundo clara, ordenada, unificada. Publicidade e integração nacional: a inclusão de subculturas isoladas entre si etc. etc., numa ordem de desejos, símbolos e hábitos próprios da sociedade de consumo. (KEHL, 1986, p. 170).

Contudo, podemos afirmar que a estruturação da televisão em um determinado país, como política de Estado, e sua relação com a identidade nacional não é consolidada unicamente pelo caminho da criação de um mercado de bens culturais. Um possível contraponto à formação da televisão brasileira é a experiência da Nicarágua, no período da chamada "revolução sandinista", de 1979 a 1990.

Levada ao governo da Nicarágua por uma insurreição popular que combateu durante um longo período a ditadura da família Somoza – perpetuada no poder durante 43 anos –, a Frente Sandinista de Libertação Nacional (FSLN) assumiu o poder em uma Junta de Governo de Reconstrução Nacional[6], que incluía outras forças políticas progressistas, em julho de 1979.

Entre outras mudanças estruturais e urgentes a serem feitas no país, arrasado pela guerra civil, estava dada a oportunidade histórica de reverter um modelo comunicacional que desde seu surgimento, segundo o pesquisador nicaraguense Rothschuh Villanueva,

[6] Cabe ressaltar que a hegemonia política dentro da Junta de Governo cabia à Direção Nacional da FSLN, que era composta por nove membros, denominados "Comandantes da Revolução".

seguiu a influência determinante do modelo estadunidense, onde os meios de comunicação estiveram atrelados aos interesses imediatos das classes dominantes locais e ao mercado (VILLANUEVA, 1992).

Os princípios do pluralismo político e da economia mista, adotados pelo sandinismo, foram centrais para a nova conformação dos meios de comunicação. Não existiu – à exceção da televisão, pensada como estatal de serviço público – um sistema estatal de comunicação único, e sim uma situação de disputa dos novos meios estatais com os meios já existentes no somozismo, que logo se tornam de oposição. Esta etapa de reestruturação dos meios de comunicação, que a pesquisadora Penelope O'Donnell define como "reconfiguração da oferta cultural", consolidou-se em quatro pontos fundamentais: "houve uma reconfiguração de todo o regime de propriedade do sistema de meios de comunicação de massa na Nicarágua, seu marco jurídico, sua instituição responsável e sua orientação cultural" (1993, p. 226 [tradução nossa]).

A criação do Ministério da Cultura pela Junta de Governo de Reconstrução Nacional teve papel fundamental na consolidação de uma nova organização dos meios de comunicação, sendo a instituição responsável diretamente por eles, além de criar uma ampla oferta cultural. Foram várias as experiências em comunicação e cultura, vinculadas à política cultural desenvolvida pelo *Ministerio de Cultura*, e inexistentes anteriormente na Nicarágua. Rosario de Mateo (1988) cita como mais importantes o surgimento do cinema nacional com a criação do *Instituto Nicaraguense de Cine* (INCINE); a agência de notícias *Nueva Nicaragua* (ANN), que manteve correspondentes em vários países e produzia informação sobre o país para veiculação em outros meios de comunicação; a *Empresa Nicaraguense de Grabaciones Culturales* (ENIGRAC), que produzia e controlava a distribuição e comercialização de material audiofônico, e a editora de livros *Nueva Nicaragua* (ENN).

Ainda no primeiro ano da revolução sandinista (1979), houve a promulgação da *Ley General Provisional sobre los Medios de Comunicación* e sua regulamentação, que colocou como pilares centrais o direito à informação, opinião e expressão, bem como a responsabilidade social dos meios em favor dos interesses nacionais. Em seu artigo 3º, a lei apontava o dever do Estado em promover o desenvolvimento e o progresso da cultura e da educação nicaraguenses, sendo os meios de comunicação veículos das mesmas. Como contrários a estes valores eram mencionados o uso publicitário da mulher como objeto sexual, os anúncios de bebidas alcoólicas e tabaco, como também a publicação de materiais

que "*estimulen los vicios, rebajen la dignidad humana o que sean de dañina sensualidad o morbosidad*". Na regulamentação da lei merece destaque o artigo 37º, que menciona diretamente o papel dos meios na construção da unidade nacional, ao fortalecerem as conquistas e a defesa da revolução, a ampliação da educação popular e a difusão da cultura nacional, seus princípios e tradições (NICARAGUA, 1979).

Entre as várias experiências criadas na reestruturação dos meios de comunicação na Nicarágua, a maior mudança em termos de estrutura organizativa, técnica, de linguagem e política ocorreu com a televisão (MATEO, 1988). Embora o rádio fosse o meio de ampla penetração por todo o país, a televisão foi incorporada como parte do projeto de unidade nacional articulado pelo sandinismo de forma radicalmente distinta aos outros meios, através de um sistema de televisão estatal, o *Sistema Sandinista de Televisión* (SSTV).

Originado do processo de apropriação das televisoras ligadas à oligarquia nicaraguense após a insurreição popular, o SSTV forma-se a partir do canal 6, de propriedade da família Somoza, e do canal 2, de propriedade da família Sacasa, politica e economicamente vinculada à base de apoio da ditadura somozista. O controle ideológico somozista sobre a televisão era direto, e ambos os canais eram vinculados à *American Broadcasting Co.* (ABC), que fornecia a maior parte dos programas e veiculava publicidade de produtos industriais norte-americanos (WHEELOCK, 1985). Mario Kaplun (1973) aponta que aproximadamente 50% da programação destes canais era norte-americana e 25% de telenovelas mexicanas (*apud* MATEO, 1988). A produção de programas nacionais era mínima, e os aparelhos e a cobertura da televisão eram restritas às áreas urbanas da capital Manágua e da orla do Pacífico, como León e Granada, regiões estas mais habitadas e viáveis para a televisão enquanto mercado.

Definida em seu marco legal, estabelecido em 1984, como "Corporação Estatal de Direito Público" e administrada por um conselho integrado por membros dos ministérios da Educação, Cultura, Telecomunicações, por um representante da Junta de Governo e por membros da sociedade civil – associação nacional de educadores e sindicato de jornalistas – (NICARAGUA, 1984), a televisão adotou o paradigma europeu. Tomas Borge comenta que a adoção do paradigma europeu estava relacionada a novas práticas na comunicação diretamente imbricadas no contexto de transformação social e em um amplo espaço de debate conceitual, o que o convertia num modelo tipicamente nicaraguense (1988).

Na estruturação da televisão no governo sandinista, as prioridades centrais eram aumentar a cobertura a todo o território e ampliar a produção nacional de programas. Tendo

como instituição responsável o Ministério da Cultura, houve um forte caráter de invenção nesta produção, incorporando elementos do teatro e da música nacional, além da criação de gêneros nunca antes realizados no país como documentários e programas infantis. A televisão se tornou uma área prioritária de investimento estatal, inclusive com a importação massiva de aparelhos. Além de uma maior estrutura de transmissão, que atingiu 70% do país em seu melhor funcionamento, houve um grande programa de capacitação técnica de seu pessoal com a criação de um centro de capacitação e o estabelecimento de inúmeros convênios com países da América Latina e da Europa (O'DONNELL, 1993).

Enquanto sistema organizativo, a estrutura do Sistema Sandinista de Televisão era composta por quatro áreas de atuação: informativa, administrativa, produção e técnica. As duas últimas inexistiam na televisão nicaraguense até então, pela dependência tanto de programas oriundos dos EUA e México, como de assistência técnica também desses países. De fato, a ampliação do acesso à televisão, promovida na ideia de consolidação da unidade nacional em torno do projeto de poder sandinista, e principalmente a criação de programas nacionais com caráter educativo e cultural – que passaram a compor 40% da programação – consistiram no principal acúmulo da experiência (MATEO, 1988).

Um desafio para a embrionária experiência em televisão, assim como para os demais meios de comunicação estatais, era articular suas ações organicamente com os distintos aparelhos de hegemonia da revolução. O'Donnell comenta que

> percebeu-se a necessidade de pensar os meios de comunicação de massa relacionados a outras instâncias de produção ideológica da sociedade, ou seja, de não separar sua função da função da instituição escolar ou da cultura. Dentro da FSLN existia consciência sobre a necessidade de articular de maneira orgânica os diferentes setores culturais. Retomava-se assim o conceito de hegemonia de Gramsci, para propor a intenção de construir a hegemonia sandinista mediante a unidade nacional. (1993, p. 214 [tradução nossa]).

A experiência da Cruzada de Alfabetização – também denominada Insurreição Cultural – é o principal exemplo da articulação orgânica entre educação, cultura e comunicação sandinistas, um dos elementos responsáveis pelo sucesso da iniciativa, que erradicou o analfabetismo no país. Mais de sessenta mil brigadistas, em sua maioria jovens urbanos de classe média, partem para o campo, onde tomam contato com a pobreza e as árduas condições de trabalho. O conflito entre o trabalho manual e intelectual é problematizado, com o mútuo envolvimento dos brigadistas nas atividades produtivas

camponesas e dos trabalhadores nas aulas de alfabetização. Com forte influência da pedagogia de Paulo Freire, a campanha foi entendida como um "ato político com implicações pedagógicas", ao mobilizar o povo e promover um reencontro deste com sua terra e sua tradição (SANTOS, 1990, p. 77).

Nilton Santos aponta que a comunicação teve papel fundamental para o êxito da campanha. A criação de um sistema de comunicação próprio da Cruzada, com uma equipe de rádio e a participação de radioamadores, somou-se ao apoio dos meios estatais, da FSLN e privados, que "se responsabilizavam por serviços de informação e comunicação de massas e do reforço das orientações técnicas, pedagógicas e políticas que eram dadas nas oficinas de capacitação." (1990, p. 63).

Programas de rádio como "A Insurreição Cultural em Marcha" foram fundamentais no período prévio à Cruzada, para a mobilização dos camponeses e sua participação na campanha. Na televisão, ainda restrita na época à região urbana da costa do Pacífico, promoveu-se uma publicidade orientada aos pais dos brigadistas, conclamando que permitissem a participação dos filhos na iniciativa. Toda a publicidade da campanha, inclusive nos meios privados, foi realizada gratuitamente (SANTOS, 1990).

Durante a Cruzada, o programa de tevê *Desde la A hasta la Z en la Alfabetización*, exibido em 28 sessões de trinta minutos, aprofundava temas de interesse dos alfabetizadores com entrevistas, mesas-redondas, documentários. No rádio, o programa *Puño en Alto*, com duas transmissões diárias de 45 minutos, assumiu papel primordial na unidade da campanha. Inicialmente concebido como um serviço aos alfabetizadores, passa gradualmente ao apoio técnico e pedagógico dos brigadistas. Os jornalistas transmitiam das regiões onde a Cruzada atuava, socializando as condições de trabalho e os desafios enfrentados em cada localidade (SANTOS, 1990).

Em síntese, por meio da comunicação, reforça-se o valor da educação e da cultura, e há uma superação de um analfabetismo estrutural da sociedade nicaraguense, que atingia a quase 100% das mulheres da zona rural. Em cinco meses de campanha, mais de 400 mil nicaraguenses foram alfabetizados. A Nicarágua se reinventa também por meio do apagamento do apagamento, em que comunidades indígenas consideradas indesejadas e reprimidas no governo somozista, recuperaram sua autonomia política e de expressão e readquiriram visibilidade: o misquito, falado na costa leste, foi transformado em segunda língua oficial do país.

A experiência nicaraguense não foi ignorada no cenário mundial. Tratava-se de um país pequeno, pouco conhecido, aparentemente pouco integrado ao capitalismo global, mas rapidamente as potências estrangeiras mobilizaram-se para boicotá-la. Os dez anos de governo da FSLN foram constantemente ameaçados por uma "guerra de baixa intensidade" financiada pelos Estados Unidos, que tinha como objetivo desestabilizar o país e arruinar sua economia (ESCALANTE, 2008). Os meios de comunicação fizeram parte dessa guerra: houve uma deliberada contrapropaganda que incluiu a penetração de sinais radiofônicos e televisivos de outros países em território nicaraguense. Rosario de Mateo aponta que em 1985, chegavam na Nicarágua "emissões de 15 televisões estrangeiras, principalmente de Honduras, Costa Rica e Estados Unidos, afetando a todo o país, mas, primordialmente as zonas de fronteira onde as necessidades provocadas pela guerra eram mais gritantes" (MATEO, 1988, p. 94 [tradução nossa]).

Com a derrota eleitoral da FSLN para Violeta Chamorro e a sua posse em 1990, ocorre a derrubada do marco legal para a comunicação construído no governo sandinista. Rothschuh Villanueva afirma que, com essa nova conjuntura, ocorre a perda de "um modelo que propiciava a participação de vários setores sociais, dentro de um formato que propunha a democratização das comunicações na Nicarágua" (1992, pg. 153). É criado o *Sistema Nacional de Televisión*, composto pelo canal 6 apenas, sendo o canal 2 devolvido à família Sacasa. A FSLN fica com a frequência do canal 4, o qual detém até hoje. Dentro da televisão estatal, entre as primeiras medidas estão a demissão em massa dos funcionários ligados à FSLN; a destruição da maior parte do acervo audiovisual que documentava as conquistas do período sandinista, e uma significativa redução do orçamento da televisão.

A despeito da singularidade da experiência nicaraguense nas políticas de comunicação e cultura, em especial na construção de sua televisão estatal, é interessante debater a experiência em diálogo com os novos rumos das políticas públicas de comunicação na América Latina. O debate sobre a ação do Estado quanto aos meios de comunicação em uma árdua disputa de hegemonia permanece candente na conjuntura de nosso continente. Inclusive o contexto da "guerra de baixa intensidade" ocorrida na Nicarágua pode dialogar com as tentativas de golpes à institucionalidade que países como Venezuela, Equador, Bolívia e Paraguai sofreram recentemente, acontecimentos estes que tiveram impacto na conformação dos meios de comunicação estatais e na consolidação das políticas públicas de comunicação.

Considerações finais

A experiência nicaraguense é muito elucidativa, principalmente por três aspectos. O primeiro é que ela reúne, em um mesmo esforço, políticas de comunicação e de cultura. Os meios de comunicação tornam-se sujeitos na luta pela erradicação do analfabetismo e na valorização de identidades culturais esquecidas e apagadas. Não há uma oposição, entre uma comunicação que diverte e uma cultura que educa. A comunicação também é assumida como cultura e se assume, com os riscos e responsabilidades que advém dessa opção.

O segundo aspecto é a possibilidade de se pensar os meios de comunicação além da lógica do mercado. Um mundo em que cidadania e consumo não sejam sinônimos, e em que a primeira não se subordine ao segundo.

Por fim, a Nicarágua nos ensina que é possível pensar uma identidade nacional enquanto resistência. Não mais um conceito monolítico, cujo preço é o aniquilamento das diferenças, mas um conceito plural, que perceba que nos jogos entre os grupos, entre as línguas, entre as etnias que compõem um país, opções são necessárias e não cabe ao mercado regulá-las.

Referências

BORGE, Tomas. **Incorporemos al pueblo a la comunicación.** Managua: Centro de Capacitación de CORADEP (Corporación de Radio Difusión del Pueblo), 1988.

BRASIL. Ministério da Cultura. **As Metas do Plano Nacional de Cultura.** São Paulo: Instituto Via Pública; Brasília: MinC, 2012.

BARBALHO, Alexandre. **Políticas de cultura, políticas de identidade.** XXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Campo Grande – MS, 2001. Disponível em: < http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/312583230747311314767105154920741375 72.pdf>. Acesso em 15 de junho de 2013.

BRITTOS, Valério Cruz; MIGUEL, João. **Políticas de comunicação e sociedade civil: implicações conceituais e desafios práticos.** VIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte – Porto Velho – RO, 2009. Disponível em: < http://www.intercom.org.br/papers/regionais/norte2009/resumos/R18-0128-1.pdf>. Acesso em 15 de junho de 2013.

ESCALANTE, Fabián. **Operación Calipso.** La guerra sucia de los Estados Unidos contra Nicaragua, 1979-1983. México D.F.: Ocean Sur, 2008.

KEHL, Maria Rita. Eu vi um Brasil na TV. In: I. F. SIMÕES, A. H. da COSTA, M. R. KEHL (Orgs.). **Um país no ar**: história da TV brasileira em três canais. São Paulo: Brasiliense, 1986.

MATEO, Rosario de. Poder y modelo de comunicación em Nicarágua: de Somoza García al sandinismo. **Revista CIDOB d'afers internacionals**, n. 14-15, Barcelona, 1988, pg. 81-99. Disponível em:

< http://www.raco.cat/index.php/revistacidob/article/viewFile/27793/51920>. Acesso em 15 de junho de 2013.

NICARAGUA. Dirección de divulgación y Prensa. **Ley General y Reglamento sobre los medios de comunicación.** Manágua: Patria Libre, 1979.

NICARAGUA, Junta de Gobierno de Reconstrucción Nacional de la República de. **Ley de Creación del Sistema Sandinista de Televisión.** Decreto No. 1398 de 10 de fevereiro de 1984. La Gaceta, n.38, de 22 de fevereiro de 1984. Disponível em: <http://legislacion.asamblea.gob.ni/normaweb.nsf/9e314815a08d4a6206257265005d21f9/8c96e58e996707e5062570a10057c271?OpenDocument>. Acesso em 15 de junho de 2013.

O'DONNELL, Penelope Ann. **La enseñanza-aprendizaje de la comunicación en Nicaragua durante la Revolución Popular Sandinista.** Dissertação de mestrado em comunicação – Universidad Ibero-Americana. México, DF, 1993.

ORTIZ, Renato. **A moderna tradição brasileira.** São Paulo: Brasiliense, 1994. 5ª ed.

_____. **Cultura brasileira e identidade nacional.** São Paulo: Brasiliense, 2003. 5ª ed.

_____. Diversidade cultural e cosmopolitismo. **Lua Nova**, n. 47, São Paulo, 1999, p. 73-89.

RAMA, Ángel. Regiões, Culturas e Literaturas. In: AGUIAR, F.; VASCONCELOS, S. G. T. (Orgs.). **Ángel Rama**: Literatura e Cultura na América Latina. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2001.

SANTOS, Nilton. **E também lhes ensinem a ler…**: a experiência da Cruzada Nacional de Alfabetização da Nicarágua. Rio de Janeiro: Ayuri Editorial, 1990.

VILLANUEVA, Guillermo Rothschuh. **Cambio de carril.** Manágua: Universidad Centro-Americana, 1992.

WHEELOCK ROMÁN, Jaime. **Imperialismo y dictadura.** Managua: Nueva Nicaragua, 1985.

WILLIAMS, Raymond. **Palavras-chave**: um vocabulário de cultura e sociedade. São Paulo: Boitempo, 2007.