

TERRAS DE FRONTEIRA: A VARIEDADE DAS ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO NO BRASIL MERIDIONAL

Ada Cristina Machado SILVEIRA

(UFSM)

Resumo: Trata de uma pesquisa em andamento sobre as práticas de comunicação, cujos processos de significação concorrem para desenhar o contorno do Estado nacional brasileiro no enclave platino-uruguaio. Investiga uma malha de comunicação que, analisada em sua discursividade, contempla a produção de sentido orientada pela ação da sociedade civil organizada e contextualizada pelo Estado federado, a par de manifestar consciência do enquadramento propiciado pelo marco do Estado nação. Os conteúdos produzidos, quase sempre, estreitamente vinculados à atividade agropecuária, exibem representações midiáticas que contribuem para a construção de um discurso polifônico que opera em conformidade com a ordem heterônoma determinada pelo Estado nação nas terras de fronteira do Brasil Meridional.

Palavras-chave: Comunicação Rural, Terras De Fronteira – Estratégias De Comunicação

Este artigo comenta o projeto de pesquisa em andamento intitulado Terras de Fronteira. A variedade das estratégias de comunicação no Brasil Meridional. A investigação ocupa-se das práticas de comunicação cujos processos de significação concorrem a desenhar o contorno do estado nacional brasileiro no enclave platino, definido pela fronteira sudoeste do Rio Grande do Sul (ou microrregião da Campanha) e aqui denominada Terras de Fronteira do Brasil Meridional. Suas práticas de comunicação apresentam conteúdos estreitamente vinculados à atividade agropecuária em representações midiáticas que contribuem para a construção de uma variedade de manifestações, aqui tomadas como discurso polifônico, mas sem afetar sua conformidade à ordem heterônoma determinada pelo estado nação.

A presente investigação pretende sanar uma série de dúvidas a respeito das atividades de comunicação realizadas em íntimo compromisso entre o nível local e os interesses regionais e

nacionais. Estes elos configurariam uma malha de comunicação que, analisada em sua discursividade, contempla a produção de sentido orientada respectivamente pela ação da sociedade civil organizada em veículos de comunicação localizados na estremadura de uns municípios contextualizados pelo estado federado e enquadrados no marco do estado nação. Considera-se ademais que este último é localmente percebido como o limite de um sistema político em permanente confronto bélico com outros sistemas políticos externos, quais sejam os demais estados nação do Cone Sul.

ANTECEDENTES ESPAÇO-TEMPORAIS

“Fronteiras vivas” denominam-se aqueles territórios à mercê de um duplo embate. Historicamente, constituem territórios ameaçados de saques e espoliações de parte da banda inimiga. De parte da banda amiga, no entanto, tais terras arrasadas freqüentemente padeceram e continuam a sofrer rejeições culturais e políticas, dada sua especial condição de serem contíguas ao estado nação, porém distintas culturalmente do mesmo por seu inerente hibridismo cultural fronteiriço.

O surgimento das indústrias culturais nas Terras de Fronteira do Brasil Meridional implicou um grande incremento das relações próprias à vida no território confinante politicamente, mas contíguo do ponto de vista cultural. As Terras de Fronteira dos estados nação do Cone Sul comungam de uma cultura comum e, no caso, das sul-brasileiras, os choques e lutas armadas que lhe concederam o seu caráter especial e inclusive emprestaram um traço distintivo à própria cultura do gauchismo como um todo.

As fronteiras com as quais, a meados do século XIX, alcançou-se delimitar o estado sul brasileiro do Rio Grande do Sul constituem 10% das fronteiras internacionais do Brasil, num estado que representa tão somente 3,32% do território nacional. Ademais, são as mais densamente povoadas. Situado no paralelo 30 da latitude sul, o estado tem ao sul a República Oriental do Uruguai, que se situa em alguns dos mais conflituosos 1.003 Km. de linha de fronteira da história do Brasil. Dela, dois terços foram demarcados considerando-se acidentes geográficos, como elementos fluviais de lagos e rios, como o Jaguarão e o Quaraí. O outro terço foi ganho num corpo a corpo hoje evocado por uns marcos de pedra cravados esparsamente e

depois estabelecidos por linhas geodésicas. O turbulento Oceano Atlântico está ao leste, com 622 Km. de litoral de praias de areias de difícil aperto. A oeste, outro litoral; os 724 Km. das barrancas do caudaloso Rio Uruguai estabelecem uma divisa natural com a República Argentina.

No mapa abaixo se pode observar como ocorreu ao longo da história a demarcação de uma sucessão de linhas de fronteira responsáveis pelo surgimento de uma região com características de marca de fronteira a sudoeste do Rio Grande do Sul:

A atual micro-região da Campanha surgiu como a herdeira americana de confrontos peninsulares históricos entre as coroas ibéricas no período que se estendeu entre o final do século XVII e início do XIX. Ela corresponde à faixa de fronteira cuja delimitação culminou-se com a criação do estado nação do Uruguai (1826), configurado em *buffer zone* entre o Império do Brasil e as Províncias Unidas do Rio da Prata, mais tarde Argentina.



A situação colindante das Terras de Fronteira e o desenvolvimento de sua sociedade civil estimulou uma estrita ocupação das bandas de emissões radiofônicas, entre outras características do seu sistema de comunicação. Indo ao encontro de seus conterrâneos, a imprensa e, na sua esteira, as emissões radiofônicas e televisiva atuaram e assim continuam intercedendo no tempo e no espaço de seus públicos com a certeza e o orgulho de que oferecem algo fundamental a sua existência limítrofe. Deduz-se desta proposição que, nas Terras de Fronteira do Brasil Meridional, a incumbência de manutenção dos ideais do estado nação – aqui entendidos por ordem heterônoma - teriam sido assumidas principalmente pelos meios de comunicação audiovisuais.

É necessário ter em consideração que a imprensa e as literaturas nacionais, a partir do século XVIII, são reconhecidas como os grandes fatores aglutinadores e propiciadores de uma consciência nacional, um fenômeno que Benedict Anderson (1983) identificou em outras sociedades como o advento das comunidades imaginadas, configuradas discretamente com base num um lastro cultural comum e desestimando o peso da contigüidade física para sua coesão

interna. A precedência desta noção permite encaminhar-nos às considerações da construção do objeto de investigação.

O OBJETO DE PESQUISA

As vozes que se alçaram como grandes representantes da sociedade de fronteira forjaram práticas cuja análise pressupõe categorias que instituem uma realidade servindo-se do poder de revelação e de construção exercido através da objetivação do discurso. Consideramos que tal discurso é produzido por umas representações midiáticas cuja discursividade propende a ser condizente com a ordem heterônoma determinada pelas políticas de consolidação das fronteiras dos estados nação do Cone Sul, mas que nem por isso esgotam a competência discursiva nem abrem mão de sua variedade em termos de estratégias de comunicação. Tal variedade é denominada malha de comunicação por entendermos que, à diferença da Economia Política da Comunicação, não nos ocupamos das características de uma estrutura de comunicação de per si, mas diferente dela, estamos ocupados em comprovar uma noção orgânica e repleta de aspectos singulares, cuja existência evidencia o caráter único e irrefutável de um dado conjunto de práticas de comunicação em sua condição discursiva.

Assim, podemos considerar, por exemplo, a importância da longa vigência de um “*programa de avisos à Campanha do município*”, ou uma “*rádio comunitária de um assentamento vinculado ao Movimento Sem Terra*” e tantas outras práticas, e elucidar os aspectos inerentes a sua produção de sentido num contexto concreto. Desta maneira, pretendemos observar no material levantado aquelas estratégias discursivas que contribuíram e continuam a atuar no cumprimento da ordem heterônoma em benefício do estado nação. Historicamente, a relação entre o que denominamos representações midiáticas e a ordem heterônoma apóia-se na recorrente emissão de um *leitmotif* enunciador da suprema renúncia realizada por todos em favor dos interesses do estado nação e cujo núcleo significante provém de um elemento de características transcendentais, denominado “*espírito da cavalaria*”.¹

É mister considerar que enquanto o *leitmotif* é sustentado pelo “*espírito da cavalaria*”, sua configuração material pode ser observada quando vem a ser incorporado em estratégias discursivas concretas como podem sê-lo a orientação lingüística presente ou não no acento

dialetal e seu respectivo léxico, ou noutras eleições como as programações e conteúdos midiáticos, cobertura de efemérides, títulos, formatos e fórmulas de programas e veículos, vinhetas, aberturas, *slogans*, campanhas etc.

A proposição genérica e indistinta das representações midiáticas segue o que já foi denominado por Mikhail Bakhtin (1989, p. 250) de discurso secundário.² Suas produções discursivas surgem em condições culturais complexas e depreende-se também que perderam sua relação imediata com a realidade empírica e outros enunciados reais.³ Seguindo a proposição de Bakhtin, e tratando de adaptá-la a nossas considerações a respeito da categoria de representação midiática, o discurso secundário tampouco seria tomado por um acontecimento da vida cotidiana. Quando proposto pelo desenvolvimento da indústria cultural, requer formas estandardizadas, cujas estratégias serão objeto de nossa investigação.

O projeto está desdobrado em duas fases distintas. Na Fase A, ocupamo-nos do reconhecimento discursivo da malha de comunicação da faixa de fronteira e suas estratégias de comunicação. É propósito desta fase detectar os principais antecedentes da ocupação da banda de rádio e o surgimento de outros veículos, frequências, propriedade, identidade jurídica, etc., até chegar aos elementos que permitiram o precoce aparecimento dos canais comunitários de televisão nos anos 70.

Na Fase B, ocupamo-nos do reconhecimento discursivo das estratégias de cobertura realizada pelo jornalismo especializado em agropecuária, pondo de manifesto seus vínculos com a fronteira sudoeste, sua sociedade e suas instituições. O jornalismo especializado em agropecuária e sua particular atuação na Campanha, seus conteúdos jornalísticos e publicitários, a difusão de informes científicos, o atendimento ao público preferencial de cabanheiros e criadores de gado, a manutenção de editorias especializadas, etc. são alguns elementos ordenadores do conteúdo produzido. A atividade jornalística especializada é observada como práticas elitizadas de comunicação ou dirigida a estratos de nível empresarial da atividade primária no nível regional.

O objetivo geral da pesquisa, assim, define-se pela análise das estratégias de comunicação no espaço da fronteira sudoeste do Rio Grande do Sul em cumprimento de seus desígnios de bastião lançado do estado nação brasileiro, demonstrando que debaixo da ordem heterônoma subsiste uma variedade de vozes que possibilitou a criação de uma diversificada malha de comunicação, compreendida como um discurso polifônico.

Os objetivos específicos operam o reconhecimento discursivo da malha de comunicação e as estratégias de comunicação da micro-região da Campanha, pretendendo levantar os conteúdos (pautas, matérias e fontes) do jornalismo na atualidade. Também se objetiva identificar e analisar os elementos recorrentes em termos de estratégias discursivas que revelem a dimensão do nível local, estudando as relações plurimidiáticas com outros meios de comunicação locais e regionais em termos de repercussões para os fins da vigência da ordem heterônoma. Por fim, pretende-se sopesar o papel do precoce aparecimento dos canais comunitários de televisão e sua importância discursiva para a manutenção da ordem heterônoma na Campanha, na Fase A.⁴

Na fase B, é nossa pretensão realizar o reconhecimento discursivo das estratégias de cobertura realizada pelo jornalismo especializado em agropecuária, tanto de seus aspectos econômicos, como sociais, históricos, difusionistas etc., a partir do período referente ao chamado jornalismo empresarial. Estamos avaliando as relações entre os cadernos especializados em editoria rural e sua atualização com vistas à integração do MERCOSUL .

INVESTIGAR A ORDEM HETERÔNOMA

A metodologia de investigação compreende vários métodos e técnicas, condizentes com os objetivos e necessidades de cada fase, mas sempre orientada para o desenvolvimento do conhecimento de nosso objeto de investigação: as representações midiáticas ocupadas da ordem heterônoma do estado nação e que, na sua variedade e diversidade, compõem um discurso polifônico. O trabalho obedece a uma dinâmica em que, na Fase A, constitui uma análise intrínseca às estratégias de comunicação das Terras de Fronteira por ocupar-se dos discursos produzidos exclusivamente no seu restrito âmbito interno.⁵ Na Fase B realiza-se uma análise extrínseca às estratégias de comunicação das Terras de Fronteira por ocupar-se dos discursos produzidos fora de âmbito interno. O conhecimento destes veículos produzidos em Porto Alegre, Montevideu ou Buenos Aires, os quais detinham um caráter protagônico para os veículos locais da Campanha, é considerado importante, dado que sua repercussão é imprescindível para revelar o sentido das próprias práticas de comunicação a que nos dedicamos estudar.⁶

O conhecimento produzido nas duas fases, A e B, deverá nortear o estudo daquilo que entendemos como a variedade das estratégias de comunicação das Terras de Fronteira.

JUSTIFICATIVA SOCIAL

O projeto enquadra-se nas prioridades de agentes financiadores de pesquisa, quando aborda a necessidade de que as ciências sociais aplicadas ocupem-se da cultura organizacional e dos quadros de referência cultural e valorativos de grupos sociais específicos. Também o faz quando ressaltamos a premência do estudo das estratégias de comunicação enfocadas como interações sociais, identificando-se os meios e práticas de comunicação, agentes sociais e os públicos receptores englobados dentro de um mesmo conjunto de ações.

Para analisar as estratégias de comunicação no espaço da fronteira sudoeste do Rio Grande do Sul, não é possível ignorar sua condição marginal em relação à centralidade do exercício do poder político no estado nação. No entanto, esta condição marginal não bastaria para definir o conjunto de elementos que definem as características culturais em sua totalidade. O cumprimento de seus desígnios de bastião lançado do estado nação brasileiro não foi contraditório, mas antes um elemento integrante das manifestações culturais que são concebidas basicamente a partir dos seus vínculos culturais regionais. Faz-se evidente a constatação empírica de que as práticas discursivas mais significativas deste estado nunca abriram mão de sua condição de representações integrantes da cultura do gauchismo, uma cultura transfronteiriça e cuja expressão por antonomásia constitui-se, paradoxalmente, no seu principal contendor, o argentino.

A realidade apontada acima tem um amplo pano de fundo, para a qual contribuíram a condição de identidade nacional do gauchismo argentino - igual ao que ocorreu também no Uruguai, mas cuja expressão, evidentemente, tem uma posição secundária no Cone Sul -. A condição de identidade nacional propiciou a que fossem recrutadas as reservas intelectuais e artísticas superiores da sociedade argentina, ocupada em construir sua comunidade imaginada e conceder consistência ao seu projeto nacional.

Muito distinta foi a sorte da cultura do gauchismo no Brasil, sustentando sua perspectiva de cultura regional, algo considerado próprio àqueles regiões consideradas periféricas ao estado

nação. E pontificaram neste propósito autores de outros quadrantes, reconhecidos em seu regionalismo como Gilberto Freire ou Câmara Cascudo, os quais, muitas vezes, foram tomados como expressivos da oposição existente entre as regiões e o estado nacional. Eles podem ser tomados como reflexo de uma posição que, inevitavelmente, teria relação com o relativo descaso de algumas identidades regionais em certos momentos e também de suas manifestações artístico-culturais no mercado de bens simbólicos.

Os antecedentes deste processo evidenciam que nos anos 70, os arquipélagos culturais e a autonomia relativa das grandes regiões geográficas brasileiras (algumas delas maiores que a Europa Continental) foram em parte afetados pela ideologia de segurança nacional dos governos militares, traduzida em consideráveis investimentos em telecomunicações ao mesmo tempo em que não se descuidava dos mecanismos de censura nos conteúdos. Especialmente a partir deste período, as Terras de Fronteira, acusando um *“baixo dinamismo regional”* e deprimidas economicamente por um complexo de fatores econômicos (latifúndio, concorrência internacional pela similaridade de produtos e técnicas produtivas, rígidos sistemas de produção, distanciamento dos centros de decisão política, etc.), dão mostras de padecer igualmente uma certa forma de *“exclusão simbólica”*.

As Terras de Fronteira do Brasil Meridional, deslocadas em mais de 2.000 Km. do eixo Rio de Janeiro - São Paulo, por ser berço de origem de alguns dos generais e assessores dos Governos Militares, tiveram parte de sua atividade descaracterizada pela força que um tal vínculo proporcionava. Contradizendo o largo processo rumo à centralização ora observada, a imprensa e o sistema de rádio conseguiram manter um forte caráter regional, eles que sempre tornaram possível e instituíram-se em sustentáculo da representação de distintas vozes nos discursos das identidades regionais brasileiras. As identidades culturais, ou mesmo o folclore, sofreram em compasso de espera até que, nos anos 80, viriam a reclamar presença, prestando sua voz crítica contra a anodinação de conteúdos prescritos nos governos militares, de um lado, e à homogeneização provocada pela caráter industrial das atividades culturais orientadas pelos mecanismos de mercado capitalista, de outro.

As indústrias culturais e seu mercado de bens simbólicos refletem o caráter particular do estado federado no interior do estado nação.⁷ Em que pese os fortes mecanismos de controle federal na concessão de frequências e canais de radiodifusão, sua produção de conteúdos tem tradição de autonomia política e empresarial, fato que mesmo com a presença das grandes cadeias

nacionais iria requerer que se mantivessem suas peculiaridades através de mecanismos específicos de inserção regional. São condições que, associadas ao pioneirismo da televisão local já nos anos 60-70 e os vínculos estabelecidos com as cadeias e redes nacionais, possibilitam uma perspectiva cultural de forte arraigo regional.

A REGIONALIZAÇÃO DA PRODUÇÃO DE CONTEÚDOS

A tradição de cobertura das atividades especializadas no *agrobusiness* ministrou o conhecimento necessário ao desenvolvimento dos meios audiovisuais. A atividade jornalística dedicada à agropecuária sempre exigiu editorias permanentes, especializadas no tema que se ocupassem da edição semanal de cadernos nos periódicos locais e do estado, colunas que comentam as repercussões no estado das atividades do Congresso Nacional e dos Ministérios afetos ao tema em Brasília, das Bolsas de Nova Iorque e Chicago, São Paulo e Rio de Janeiro, Buenos Aires e Londres, programas de televisão, de rádio, um canal temático de televisão por cabo do grupo *RBS*, além de periódicos editados regularmente por editoras específicas destinadas a tal (como *DBO - Jornal de Leilões* ou *Globo Rural*, editados em São Paulo, entre outros).

Neste contexto, a Feira Internacional de Esteio, que há meio século ocorre em setembro, no final do inverno do Hemisfério Sul, tem especial destaque. Emparelhando-se a outras como a *Feria del Prado* em Montevideu, ou a *Feria de Palermo*, na Argentina, a Feira de Esteio insere-se no calendário obrigatório também das atuações artísticas, tal a variedade de atividades e a ampla cobertura midiática recebida. A estas feiras, segue-lhes um surtido calendário de outras no interior do estado, onde manifestações artístico - culturais, diversão, ócio e evasão somam-se ao negócio da pecuária. Um espaço lúdico que realiza aquilo que Jorge González (1994, p. 54) observou nas feiras do México como se configurando em frentes culturais e arenas de sentido.

Atentos a esta realidade, os meios de comunicação desenvolvem uma cobertura especializada e de rotina, algo que depois viria a ser incorporado pela rádio, a televisão e a publicidade, mantendo o vínculo dos gaúchos com suas raízes rurais, transfigurado em *agrobusiness* e se amoldando às tecnologias de comunicação. A produção, distribuição, patrocínio, programação e conteúdos específicos que estabelecem interações entre as indústrias culturais e o consumo de produtos referentes ao tema da identidade cultural gaúcha encontram-se hoje amplamente estabelecidos nos hábitos de consumo cultural do extremo sul do Brasil, configurando a riqueza do *agrobusiness*.

No caso da televisão, a programação regional expressa a preocupação com uma sociedade com fortes vínculos com a sociedade agrária das suas origens. O fenômeno da urbanização acelerada, o traslado vertiginoso e brutal de contingentes migratórios do campo e dos povoados para a periferia das cidades observado no Rio Grande do Sul não é um fenômeno restrito ao desenvolvimento do estado.

Podemos observar na América Latina que as culturas possuem processos que lhes são peculiares, os quais fixam muitas das suas enormes diferenças internas; um destes processos consiste na sua polarização em duas culturas por seus idiomas dominantes e oficiais o que, obviamente, evidencia-se como uma simplificação. Entretanto, ainda que este argumento possa soar muito convincente, permaneceremos atolados num maniqueísmo e não nos ajudamos quando não compreendemos que os sistemas midiáticos operam precisamente desde a hegemonia dos idiomas oficiais. As corporações de comunicação foram capazes de explorar o tamanho massivo dos mercados domésticos da América Latina, os quais possuem uma homogeneidade lingüística única, o que daria oportunidade a Rafael Roncagliolo (1995) de classificar a Argentina e a Brasil como exportadores de conteúdos para Paraguai e Uruguai.⁸ A realidade cultural revela que esta perspectiva está longe de ser adequada porque, desde logo, a heterogeneidade interna não deveria ser ignorada. Roncagliolo opina que, considerando-se a riqueza dos sistemas de comunicação de América Latina, também de um ponto de vista quantitativo sua realidade é antes de uma visível opulência.

Apesar desta riqueza cultural e tecnológica, é possível que as mensagens flutuem sem destino e aqueles significados provenientes de uma memória oxidada não alcancem recuperar vigor e atualidade. Acreditamos que a principal questão que se formularam os sistemas de comunicação latino-americanos foi a de se suas identidades representadas poderiam animar uma comunidade de comunicação. Responder a esta pergunta consistiu em empreender a busca de um espaço fundador comum à busca de algo muito mais sólido que o estudo de uma identidade cultural específica. Na aparição e consolidação do estado nação, a identidade vincula-se com os nacionalismos, é um tema seu e por isto vem a constituir-se num objeto preferente da emergente classe burguesa. Não é de estranhar, portanto, que a identidade nacional seja, muitas vezes, tomada pela produção cultural mesma: poesia, prosa, música, artes plásticas, danças, língua.

Todas elas são expressões que recheiam o cotidiano das indústrias culturais e afirmam a pertinência de seus conteúdos.⁹

O caso singular do interior do estado entraria para os anais da história da comunicação na América Latina ao serem pioneiras no sistema que viria a integrar a televisão local e de interior aos sistemas nacionais.¹⁰ Duas emissoras da micro-região da Campanha requerem nossa atenção. Em 1974, numa concorrida cerimônia com dois ministros e outras autoridades, inaugurou-se uma emissora às margens do Rio Uruguai, TV Uruguiana. A crônica do evento registra a colaboração de esforços entre representantes da maçonaria, poder eclesiástico e os judeus titulares do atual grupo RBS. Distante cerca de 600 Km dali, em Bagé, a televisão chegou 117 anos depois da introdução da imprensa na cidade.¹¹ Em 17.01.1977, o Ministro Higino Corsetti do governo do General Ernesto Geisel (a cidade recém havia tido um filho seu na presidência da República, o General Emílio G. Medici) inaugurou a emissora de uma sociedade privada com parte de capital local, a Tv Clube de Bagé Ltda., vinculada ao atual grupo RBS.

No centro do estado, o surgimento da Tv Imembuí, a partir da ação dos titulares da rádio de mesmo nome, em Santa Maria, registra o voluntarismo popular. Cerca de 650 acionistas mobilizaram-se no esforço de integralização do capital necessário à inauguração de suas atividades em 1969, após anos de esforços que mobilizaram também o empresariado local e sua universidade federal.¹²

O protagonismo das redes de comunicação regional não somente veio a consolidar-se nos anos subseqüentes, como vem se incrementando até a atualidade. No sentido horizontal, observa-se que até pequenos municípios recém emancipados procuram incrementar seus veículos locais de rádio, jornal e mesmo televisão. No sentido vertical, o fortalecimento dos grupos multimídia, como a Rede Brasil Sul de Comunicações (RBS), permite a consolidação de grandes estruturas e plataformas de comunicação associadas a outras indústrias, alavancando a inserção global das práticas de comunicação regionais. É duvidoso, no caso concreto das Terras de Fronteira, afirmar que a existência de um grande grupo de comunicação possa ser uma ameaça às práticas de comunicação local, onde desperta concorrência, apesar de ser uma força inquestionável.

O consumo de produtos específicos regionais, especializados na exposição de seus tipos, garante um vigoroso consumo cultural com um mercado seguro e fiel. Sua produção inclui a fonografia, os produtos de cerca de 40 festivais e concursos musicais de edição anual ou bienal, espetáculos artísticos, grupos de danças, espetáculos musicais televisivos e radiofônicos, literatura de ficção e não-ficção, conteúdos informativos de imprensa, tiras e caricaturas humorísticas, crônicas, entrevistas e mesas redondas nos meios locais e regionais. Uma sucessão de acordos entre a indústria fonográfica, as emissoras de rádio e televisão assinalam a sua progressiva convergência à precoce formação de grupos multimídia no Brasil. Para estes, o *agrobusiness* como consigna publicitária é um dos interesses econômicos mais estratégicos, ao congregar audiências regionais, identidades regionais e os complexos agro-industriais controlados por cooperativas de produtores e empresas transnacionais, com vistas a sua plena exploração num mercado crescente.

AS RELAÇÕES ENTRE REPRESENTAÇÕES MIDIÁTICAS E MEMÓRIA COLETIVA

Pertencem ao debate os esforços de oposição interpostos pelas regiões contra o estado centralizador, as quais buscaram re-equilibrar seu capital político por via do simbólico. No caso do gauchismo sul-rio-grandense, sua diégesis foi vítima de ambos espaços metropolitanos aos quais se mantém ligada. Tal fenômeno alcançou-lhe tanto desde as vias da marginalização dentro do estado nação brasileiro como pelas vias da folclorização do gauchismo nas representações literárias uruguaio-argentinas, influenciando as representações midiáticas desenvolvidas no Rio Grande do Sul e no Brasil.

As Terras de Fronteira, portanto, constituem-se num lugar um tanto especial. É nelas que as coisas acontecem. É um lugar no qual tudo tende a ser decidido em favor de uma ordem heterônoma, superior aos desígnios e intenções pessoais. Como Marcas históricas, as Terras de Fronteira concentram episódios singulares da história de um estado nação. Como encruzilhada de interesses conflitantes, elas confrontam experiências e perspectivas distintas, concedendo um valor único à sociedade que as conquista.

A variedade das estratégias de comunicação contemplada na vasta extensão do Brasil nação propicia a análise de uma multiplicidade de vozes que necessita ser estudada. As Terras de

Fronteira do Brasil Meridional, em particular, contém uma intensa história de pugnas e seu desafio consiste em transformar a memória dos pioneiros em soluções do presente que tenham um alcance de futuro. E é fruto dela uma herança cultural que se evidencia na proliferação de estratégias e seus correspondentes dispositivos, cuja singular caracterização comunicacional carece de estudos aprofundados.

Esclarecemos neste momento incipiente da investigação que os antecedentes teóricos considerados apóiam-se em duas noções fundamentais: a) a condição descentrada da identidade gaúcha e b) a diversidade de vozes no espaço comunicativo das Terras de Fronteira. A primeira permite constatar uma arena descentrada na qual a identidade gaúcha mantém um sistema de lealdade cruzada, sustentando simultaneamente um apoio político ao Brasil nação ao mesmo tempo em que atualiza continuamente seus profundos vínculos culturais com os países platinos.

Outro ponto crucial para o estudo é a recuperação dos parâmetros que possibilitaram a regionalização da produção de conteúdos das indústrias culturais no Rio Grande do Sul, evidenciando um arranjo que toma o caráter de polifonia discursiva de suas práticas. Esta característica, em parte, fruto do multiculturalismo sul-americano, proporciona um dos elementos mais ricos no momento em que pretendemos sustentar a diversidade de vozes que sustentaram e continuam a sustentar a ordem heterônoma nas Terras de Fronteira. Ambos aspectos a) e b) concorrem a elucidar o ponto c) as relações entre as representações midiáticas e a memória coletiva.

É importante refletir sobre as condições de produção de conteúdos. Considera-se que a prática da modernização das identidades opera na atualização e difusão de aspectos da cultura, principalmente dos níveis populares, que se apresentam folclorizados muitas vezes, através de novos códigos e por novos procedimentos tecnológicos.¹³ As representações operam, em algumas situações, despertando reminiscências antigas já desaparecidas do cotidiano. Sua atuação consiste em pôr em dia conteúdos culturais subtraídos do contexto original. Estima-se que, nas culturas populares pré-industriais, e também com relação às minorias sociais, os símbolos obedecem a um código no qual seu significado apresentar-se-ia fechado. Tenta-se atualizá-los, em conseqüência, sopesando sua manutenção nos cânones consagrados desde o passado, o qual pode ser afetado ou não. Estes cânones especificam que existe um código, um cerimonial e um protocolo reconhecido por seus praticantes. Referir aos símbolos, por fim, pode implicar em reverenciar ou desestimar o passado e suas tradições legitimadoras da ordem.

Acredita-se que o conhecimento da relação entre as representações realizadas nas práticas comunicativas poderá revelar a memória mais cara a sua sociedade e as estratégias de comunicação utilizadas na manutenção da sua atualidade em termos de conteúdos preferidos. O estudo acurado de suas estratégias e dispositivos poderá revelar o potencial transformador e o nível de identificação entre estratégias de comunicação e os alicerces do futuro.

REFERÊNCIAS

- ALVES, R.; RONDINELLI, E. Medios de comunicación de masas y poder en América Latina. *Telos*, Madrid, p. 73-83, 1996.
- ANDERSON, B. *Imagined communities*: reflections on the origin and spread of nationalism. London: New Left Book, 1983.
- BAKTHIN, M. *Teoría y estética de la novela*. Madrid: Taurus, 1989.
- CAPARELLI, S. *Comunicação de massa sem massa*. São Paulo: Summus, 1986.
- _____. *Ditaduras e indústrias culturais no Brasil, na Argentina, no Chile e no Uruguai*. Porto Alegre: UFRGS, 1989.
- GILROY, P. Los estudios culturales británicos y las trampas de la identidad. In: CURRAN, J.; MORLEY, D.; WALKERDINE, V. (Comp.) *Estudios culturales y comunicación. Análisis, producción y consumo cultural de las políticas de identidad y el postmodernismo*. Barcelona: Paidós, 1998. p. 63-83.
- GONZÁLEZ, J. A. *Más (+) Cultura (s). Ensayos sobre realidades plurales*. México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, 1994.
- KOTECK, L. M. *Conhecendo o Rio Grande do Sul. Estudos Sociais*. 16. ed. São Paulo: Ática, 2000.
- MEYER, D. *Speaking for themselves. Neomexicano cultural identity and the Spanish language press: 1880-1920*. Albuquerque, USA: University of New Mexico, 1996
- RONCAGLIOLO, R. Trade integration and communication networks in Latin America. *Canadian Journal of Communication*, Montreal, v. 20, p. 335-342, 1995.

RÜDIGER, F. R. *Tendências do jornalismo*. **Porto Alegre: UFRGS, 1993.**

SAID, E. *Cultura e imperialismo*. Barcelona: Anagrama, 1996.

SCHLESINGER, P.; MORRIS, N. Comunicación y identidad en América Latina. **Telos**, Madrid, p. 54-76, mar./mayo 1997.

SCHUTZ, A. *El problema de la realidad social*. Buenos Aires: Amorrortu, 1974.

SILVEIRA, A. C. M. *El espíritu de la caballería y sus representaciones mediáticas. Intertextualidad, memoria y estereotipo en la identidad gaucha*. 2000. 661 f. Tese (Doutorado em Jornalismo) - Universidad Autónoma de Barcelona, Barcelona, 2000.

SINCLAIR, J. Geolinguistic region as global space. The case of Latin America. In: 21st SCIENTIFIC CONFERENCE AND GENERAL ASSEMBLY OF THE INTERNATIONAL ASSOCIATION FOR MEDIA AND COMMUNICATION RESEARCH- IMCR, 1998, Glasgow, Scotland. [*Anais eletrônicos...*] Glasgow: IAMCR, 1998. Disponível em: <<http://www.iamcr.org.edu>> Acesso em: 30 ago 1998.

_____. *Latin American television: a global view*. New York: Oxford, 1999.

SMITH, A. D. *La identidad nacional*. Madrid: Trama, 1997.

THOMPSON, J. B. *The media and the modernity*. Cambridge: Polity Press, 1995.

TODOROV, T. *Mikhail Bakhtine*: Le principe dialogique suivi de ecrits du Cercle de Bakhtine. Paris: Seuil, 1991.

VANPRÉ, O. A. *Raízes e evolução do rádio e da televisão*. Porto Alegre: FEPLAM/RBS, 1979.

NOTAS

¹ Os fundamentos da relação entre o que denominamos *representações midiáticas* e a *ordem heterônoma* determinada pelo estado nação, cujas manifestações culturais estão infensas pelo *espírito da cavalaria* nas manifestações da cultura do gauchismo, estão expostos em nossa tese doutoral (Silveira, 2000).

² Sobre os aportes de M. Bakthin, veja Tzvetan Todorov (1991).

³ Os gêneros discursivos secundários ou complexos seriam aqueles referentes à ficção (novelas, dramas), às investigações científicas de todo tipo, e os grandes gêneros jornalísticos, entre outros. Na classificação de A. Schutz eles receberam o título de “*construções de segundo grau*” (Schutz, 1972, p. 37-38).

⁴ A malha de comunicação das Terras de Fronteira, ainda que com dificuldades para impor-se profissionalmente em outros locais, apresenta vitalidade. Temos informação da existência de pelo menos 59 veículos de comunicação: 16 jornais entre diários e quinzenais (alguns com larga existência), correspondentes locais de Zero Hora, 35 rádios AM e FM, duas emissoras de televisão (RBS Tv Bagé e RBS Tv Uruguaiana) e pelo menos duas sucursais com produção de programação (Dom Pedrito e Sant’Anna do Livramento), seis sucursais de companhias editoras de Porto Alegre.

⁵ Ela prevê a execução de um levantamento de cunho etnográfico, o qual permitirá conhecer o volume de veículos de comunicação (jornais, revistas, rádios, editoras e televisões); é nosso especial interesse levantar as estratégias recorrentes em termos de análise de discurso. Para tal, proceder-se-á a uma seleção dos veículos mais expressivos em alguns municípios - tomados como base de pesquisa – , os quais fornecerão os elementos recorrentes em termos de estratégias de comunicação para os fins de revelar a orientação do nível local em termos de práticas discursivas. Pretende-se ainda estabelecer algumas conexões entre as empresas jornalísticas,

rádio, televisão e publicidade no que se fere à produção de conteúdos. Igualmente é propósito desta fase detectar os principais antecedentes da ocupação da banda de rádio, frequências, propriedade, identidade jurídica e outros elementos junto a diversas fontes primárias e arquivos, como a biblioteca da Associação Gaúcha de Rádio e Televisão (AGERT) da Associação Brasileira de Rádio e Televisão (ABERT) e da Secretaria Geral do Ministério das Comunicações, em Brasília, literatura de investigadores especializados (Alves; Rondinelli, 1992; Caparelli, 1988; Rüdiger, 1993), bancos de dados como o gerido pelo jornalista e pesquisador Daniel Hertz, dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) e outros.

⁶ A Fase B considera o estudo da trajetória de alguns veículos como o *Suplemento Rural* editado pelo diário *Correio do Povo* por mais de duas décadas, o caderno especializado do *Jornal do Comércio*, os almanaques e vários outros cuja publicação ainda persiste com a finalidade de avaliar a sua contribuição e influência na produção do discurso polifônico das Terras de Fronteira.

⁷ Uma recompilação organizada por Doris Meyer (1996) apresenta um conjunto de investigações ocupadas de uma problemática com alguns elementos comuns à nossa, embora desenvolvidas no contexto do Novo México. O conjunto de trabalhos analisa as distintas vozes que aparecem na produção jornalística em língua castelhana após a anexação daquele estado aos Estados Unidos, efetivada em 1876.

⁸ O investigador australiano John Sinclair (1998), conforme o texto que nos foi facilitado na 21. *International Conference* de la *IAMCR*, ocupar-se-ia, especialmente, deste argumento. Veja, também, seu livro, Sinclair (1999).

⁹ Existe ampla literatura sobre a questão da identidade, seja entendida como coletiva, nacional ou cultural. Um trabalho muito elucidador no assunto é o de Anthony D. Smith (1997) sobre a identidade nacional. Paul Gilroy (1998) elaborou um esclarecedor apanhado sobre as tendências dos estudos no tema e os classificou num esquema interessante, tendo em conta os estudos culturais britânicos, e advertindo sobre as freqüentes dificuldades que se interpõem nos estudos sobre identidade. Igualmente Stuart Hall; Paul du Gay (1996) organizaram um notável conjunto de trabalhos a respeito. Edward Said (1996) tem estudo muito referenciado nas questões de identidade e relações coloniais. Os britânicos Philip Schlesinger e Nancy Morris (1997) dedicaram-se à questão da identidade latino-americana e suas representações nos meios de

comunicação de massa a partir das proposições teóricas do espanhol-colombiano J. Martín-Barbero.

¹⁰ O Brasil contava, em 1977, com 75 emissoras de televisão. Sem dúvida, o cenário mais promissor da América Latina em termos de televisão local, sendo nove em São Paulo e outras nove no Rio Grande do Sul. Em 1969, foram criadas as duas primeiras emissoras do interior: em Caxias do Sul, a TV Caxias e a TV Imembuí, em Santa Maria, em 1972, a TV Tuiti, em Pelotas, e em Erechim uma emissora com o mesmo nome. Posteriormente, a TV Bagé (1977). Os anos de criação dos canais televisivos podem ser confirmados em Octavio Augusto Vampré (1979). Já em 1984, este número de 75 emissoras no cenário nacional havia saltado para 95 emissoras (Caparelli, 1989).

¹¹ Conforme investigação de Francisco Rüdiger (1993), em 1861, Izidoro P. de Oliveira criou os periódicos *A Aurora* e *O Bageense*.

¹² Cf. entrevista concedida pelo seu primeiro diretor-administrativo, Sr. Antonio Abelim, em 23.02.2001.

¹³ O inglês J. B. Thompson (1995) faria uma análise que nos é muito oportuna, estabelecendo a relação entre os aspectos da tradição e sua recuperação pela modernidade nos meios de comunicação em termos de desterritorialização e re-territorialização.