



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

**A MUDIATIZAÇÃO COMO PROCESSO DE CONSTRUÇÃO DAS
IDENTIDADES CULTURAIS: ESTUDO DOS PROCESSOS DE PRODUÇÃO
DE SENTIDO – NA MÍDIA IMPRESSA BRASILEIRA E URUGUAIA – DAS
REPRESENTAÇÕES INTERCULTURAIS DOS IMIGRANTES¹**

Pedro Russi DUARTE

Doutorando em Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos,
UNIVALE

RESUMO - *O seguinte artigo pretende por “acima da mesa ded ttrabalho”, para discutir, o projeto de pesquisa que busca trabalhar a midiatização como processo de construção das identidades culturais, estudando os processos de produção de sentido das representações interculturais dos imigrantes no contexto do Mercosul – na mídia impressa brasileira e uruguaia. E compreender a produção de sentido produzido pela vivência do imigrante, assim como as interações que se articulam entre as representações construídas pelo agendamento da mídia impressa e as dinâmicas socioculturais vivenciadas no cotidiano das diferentes categorias de imigrantes.*

Palavras-chave: midiatização; imigração; identidade; América Latina; Mercosul.

¹ Trabalho apresentado no NP12 – Núcleo de Pesquisa Comunicação para a Cidadania, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04. setembro.2002.



1- Interesse no tema; as características do problema

Na atualidade, apresenta-se, em paralelo à globalização econômica, a existência de uma globalização de práticas sociais, num contexto atravessado por diferentes mídias que se entrelaçam configurando um complexo cenário midiático. Nesse conjunto de acontecimentos, ganham força os movimentos/fluxos de sujeitos pela experiência da imigração, através da qual estabelecem uma linha de jogo de duas forças: uma que *empurra* e outra que *puxa*. Esse jogo de variados movimentos no cenário econômico já mobilizou, pela oferta de trabalho massiva (aproveitamento dos países industrializados), muitos sujeitos que conformaram um quadro de mão-de-obra barata à margem de um processo de interação e inter-relação sociocultural.

Quer dizer, hoje a imigração ganha sentidos diferentes aos atribuídos inicialmente aos *antigos imigrantes* – no que diz respeito ao crescimento e desenvolvimento das nações, impérios, movimento vital na (con)formação de um fundo demográfico para sua consolidação futuramente –, frente a *novos imigrantes*. Para García Canclini, “*las migraciones del siglo XIX y la primera mitad del XX eran casi siempre definitivas y desconectaban a los que se iban de los que se quedaban, en tanto los desplazamientos actuales combinan traslados definitivos, temporales, de turismo y viajes breves*”¹. Mas, isso não deixa de ser uma tensão, já que, atualmente, se apresentam diferentes restrições aos sujeitos imigrantes: permissão de residência, discriminação segundo a nacionalidade, isto dependendo das necessidades dos países receptores.

Desse modo, o conceito de fronteiras como: muro e defesa altera-se e constitui-se como pontos de contato, espaços de relações que se (re)organizam pela intervenção dos sujeitos através delas. Para Lehnem *et al*, o redimensionamento desses pontos/superfícies de contato, nas relações internacionais, é consequência de que “*vai mudando rapidamente e progressivamente o conceito tradicional de fronteira*”,² através

¹ GARCÍA CANCLINI, N. *La globalización imaginada*. Argentina: Páidos, 2000; p. 78.

² LEHNEM, Arno Carlos; *et al*. *O espaço fronteira Brasil-Uruguaí*. In: Temas da integração latino-americana. Petrópolis: Vozes, 1990; p. 162.

1 Trabalho apresentado no NP12 – Núcleo de Pesquisa Comunicação para a Cidadania, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04. setembro.2002.



das quais os indivíduos se projetam no corporal e imaginário. Veja-se, nesse sentido, a progressiva reunião dos sujeitos nos centros urbanos, os quais chegam como resultado das marchas demográficas motivadas pela procura do desenvolvimento pessoal e/ou comunitário. Desse modo, em poucas ou, às vezes, numa só metrópole, observa-se uma intensa concentração de pessoas. Isso acontece, por exemplo, no Uruguai, Chile, Paraguai, Bolívia, Peru, Venezuela, Equador, Brasil e Argentina. A inquietação do projeto baseia-se nos fluxos de latino-americanos – internos e externos ao continente – que esvaziam as metrópoles, somando-se nas urbes dos países mais desenvolvidos (sejam esses imaginários ou reais), instituindo, desse modo, um jogo duplo: *hipertrofia* dos centros urbanos do “primeiro mundo”, em detrimento da *atrofia* do “terceiro mundo”.³

Esses movimentos recíprocos e contínuos, num contexto midiático, conduzem a (re)conceitualizar olhares – ao modificar as formas de estar juntos nas novas experiências de (des)territorialidade e (multi)identidade –, através da compreensão da inter-relação entre o imigrante produzido pela mídia e o imigrante vivificado.

O interesse pelo tema da pesquisa proposta não surgiu no mediato do doutorado, ele vem sendo articulado numa construção contínua no decorrer do tempo, faz parte de uma preocupação pessoal sobre os processos de mediação vivenciados nos cenários urbanos e das experiências comunitárias e comunicacionais no espaço urbano contemporâneo. Por estar vivenciando e interiorizando a experiência como uma das tipologias de imigrantes pré-observadas como objeto de elaboração do presente projeto, compreender minha situação pessoal permite que eu me coloque no lugar de pesquisador, o que me torna possível realizar determinados movimentos estratégicos no momento de articular a pesquisa.

Por conseqüência, é através deste projeto que minha preocupação – vinda de pré-observações decorrentes de minha caminhada – submete-se a contornos acadêmicos, uma vez que tal trabalho busca fundamentar-se teoricamente e apropriar-se de

³ “América Latina vive un desplazamiento del peso poblacional del campo a la ciudad que no es meramente cuantitativo – en menos de cuarenta años el 70% que antes era rural está hoy en las ciudades, quedando sólo el 30% en el campo – sino el indicio de la aparición de una trama cultural heterogénea”. In: MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Globalización y Multiculturalidad: notas para una agenda de investigación*. Bogotá; 1997; p.6.

¹ Trabalho apresentado no NP12 – Núcleo de Pesquisa Comunicação para a Cidadania, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04. setembro.2002.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

metodologias que coadjuvem e sistematizam o processo de análise e interpretação dos processos socioculturais. Tomo como um dos objetos de pesquisa, os jornais, brasileiros e uruguaios, por se tratarem de dispositivos midiáticos produtores de sentido nas relações que se estabelecem entre mídia e sociedade, inclinando-se às várias, simultâneas e diferentes negociações que acontecem no interior desse cenários socioculturais – urbanos – propriamente ditos.

Embora o eixo base da pesquisa esteja situado pontualmente na análise das mídias impressas dos países Brasil e Uruguai, especificamente, serão analisados dois jornais do Rio Grande do Sul (*Zero Hora* [ZH] e *Correio do Povo* [CP]) e dois de Montevideú (*El País* [EP] e *El Observador* [EO]). Os dois países fazem parte, desde 1990, de um bloco econômico reconhecido como Mercosul (Argentina, Brasil, Paraguai e Uruguai), no interior de um contexto de “porte maior”, configurado pelo continente Latino-americano. Reconhecer isso, vai-nos permitir explicitar e explicar que, embora nossa pesquisa procure o estudo dos processos de produção de sentido das representações interculturais dos imigrantes pela mídia impressa no contexto do Mercosul (especificamente Brasil e Uruguai), não se podem desconhecer os percursos migrantes dos outros países da América Latina.

Através de leituras e trabalhos que abordam diferentes processos comunicativos dos países latino-americanos, permito-me encaminhar minha atenção aos processos e relações originadas pelos fluxos migratórios internos e externos às Américas.

No cenário contemporâneo, o papel central da comunicação é apresentado de maneira diversificada pela mídia. Nesse amplo contexto, de forte propensão midiática, explícita pela intensidade com que atravessa os vários cenários cotidianos, têm importância os processos de inter-relação através da convivência e contato permanente com os produtos – midiáticos. Desse modo, entendemos que a experiência da comunicação humana encontra-se mediada pelas mídias. Instâncias produtoras e receptoras, que rodeiam e comprometem às interlocuções que acontecem e circulam nos cenários amplos e restritos da contemporaneidade. Tais processos midiáticos trazem com “autoridade” à atualização cotidiana, vivências políticas, econômicas, históricas,

1 Trabalho apresentado no NP12 – Núcleo de Pesquisa Comunicação para a Cidadania, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04. setembro.2002.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

sociológicas e psicológicas, já que ocupam um lugar na base (auto-atribuída) das complexas interlocuções entre sujeitos.

A midiaticização da imigração e as vozes imigrantes no contexto Mercosul convertem-se no objeto de estudo desse projeto, cuja finalidade é estudar os processos de produção de sentido da mídia impressa brasileira e uruguaia, nas representações das identidades na experiência da imigração, e o sentido produzido pela vivência do imigrante. E compreender as interações, na perspectiva de confrontar: as representações construídas pela mídia impressa, com as dinâmicas e práticas socioculturais vivenciadas no cotidiano pelas distintas categorias de imigrantes que atuam como pautas no agendamento midiático.

Para isso, a pesquisa prevê momentos de teorização, com vistas à contextualização dos processos midiáticos de produção de sentido e das vozes dos imigrantes, assim como, momentos para definição de metodologias que possibilitem a análise do trabalho empírico proposto. Portanto, cabe ressaltar que neste trabalho parte-se do pressuposto de que não se podem analisar os textos dos produtos midiáticos e o próprio conteúdo das entrevistas (histórias de vida), independentemente dos processos-contextos onde se produzem.

2- Objetivos pensados para o trabalho

2.1- Objetivo geral

Compreender os processos de produção de sentido da mídia impressa brasileira e uruguaia, sobre a experiência, identidades e processos da imigração contemporânea, considerando tais mídias como protagonistas de um processo de produção de sentido que instaura um determinado Mercosul. E compreender a produção de sentido produzido pela vivência do imigrante, assim como as interações que se articulam entre as representações construídas pelo agendamento da mídia impressa e as dinâmicas socioculturais vivenciadas no cotidiano das diferentes categorias de imigrantes.



2.2- Objetivos específicos

A análise a ser empreendida objetiva:

(1) identificar os distintos imigrantes e imigrações enunciadas pela mídia impressa brasileira e uruguaia no contexto latino-americano e do Mercosul, como construção e representações das identidades culturais através do processo de mediação no cenário do Brasil e do Uruguai.

(2) compreender e verificar os tipos de protagonismos assumidos pelos imigrantes nas estratégias e práticas de enunciação, configuradas pela própria experiência da imigração, que pautam a apresentada pela mídia impressa.

(3) levantar e compreender as inter-relações entre mídia e atores sociais – os imigrantes, como articulações comunicativas, na perspectiva de confrontar as identidades vivificadas no cotidiano pelos imigrantes nas suas dinâmicas socioculturais, e as representações construídas pela mídia impressa brasileira e uruguaia no contexto do Mercosul.

3- Base e apoio que justifica o problema de pesquisa.

Entender essas práticas migratórias – colocando em questão os lineamentos da tradição homogeneizadora – requer não partir de uma identidade “dada”, senão, dos modos que essa identidade é apresentada no interior de um cenário de reconhecimento do outro; e dessa forma, admitir novas modalidades de representação e participação política, quer dizer novas existências e maneiras de ser cidadão.

Para García Canclini, o afastamento dos eixos tradicionais da identidade, num cenário de crescimento e produção global da cultura, não pode ser considerada como situação desagradável ou temível, porque

“vivimos en un tiempo de fracturas y heterogeneidad, de segmentaciones dentro de cada nación y comunicaciones fluidas con órdenes transnacionales de información, de estilo y conocimiento. En medio de esta heterogeneidad encontramos códigos que nos unifican, o

1 Trabalho apresentado no NP12 – Núcleo de Pesquisa Comunicação para a Cidadania, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04. setembro.2002.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

por lo menos nos permiten comprendernos a nosotros mismos, esos códigos son cada vez menos cuestiones de etnia, clase o nación de nacimiento”.⁴

Nos processos de mediação das mídias impressas brasileiras e uruguaias, existe uma oferta ampla e complexa de sentido sobre a imigração, isto é, se consideramos as pré-observações realizadas como primeiro contato empírico com um dos objetos da pesquisa. Desse modo, as mídias narram sob estratégias e lógicas que condicionam e agendam práticas e alianças, seja acentuando ou diminuindo as novas tensões apresentadas na experiência cotidiana, aqui, das imigrações. Assim, de alguma forma, a lógica comunicacional midiática torna mais tênue e complexa as relações entre as condições reais e as condições representadas no campo discursivo, marcando *agenda* através da afirmação e estabelecimento de prioridades nas vidas públicas dos cidadãos, dificultando e fragmentando a capacidade de discriminar o real da ficção.

A preocupação e interesse pelo trabalho proposto, ancora-se na reduzida atenção que tem merecido, no espaço acadêmico dos países a serem pesquisados, o tema das inter-relações entre mídia e imigração. Embora existam estudos sobre migração nos campos acadêmico e de pesquisa, eles partem desde outros olhares e lugares de fala, mas não interessados na compreensão das interações entre a mídia – como produtora numa construção mediada da imigração, pela representação sobre essa experiência, no espaço e fluxos contemporâneos –, e imigração.

Portanto, transforma-se num desafio, inserir no cenário acadêmico de construção e processo epistemológico, a compreensão das articulações midiáticas (mídia impressa) sobre a imigração, através da pesquisa em comunicação proposta.

Isto é, conforme Martín-Barbero,

“mirar los modos hegemónicos de comunicación y los dispositivos de lenguaje que han desarrollado los medios no como proceso/progresso fatal

⁴ GARCÍA CANCLINI, Nestor. *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. Mexico D.F.: Girijalbo; 1992; p.50.

¹ Trabalho apresentado no NP12 – Núcleo de Pesquisa Comunicação para a Cidadania, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04. setembro.2002.



sino como modalidades de comunicación que responden a lógicas económicas y culturales que no agotan ni los modos de comunicación operantes en nuestras sociedades – la calidad de la comunicación no equivale ni es medible siempre en términos de cantidad de información – ni los lenguajes y los usos posibles de esos medios”.⁵

De fato, Martín-Barbero⁶ salienta que os meios de comunicação têm um papel importante nos processos e mudanças culturais. Quer dizer, os meios não podem ser pensados só como meios, senão também, como fins que estão participando nos modos de constituição e reconhecimento das identidades coletivas. Desse modo, os meios de comunicação tornam-se o lugar cada vez mais estratégico no que se refere aos processos de reconversão cultural exigidos pela globalização. Por intermédio deles se elaboram, negociam e difundem sentidos, valores e identidades; propondo à sociedade, pela exposição dos próprios modos de identidade, modos de leitura sobre a cidadania nas interfaces com a identidade cultural e diferentes experiências vivificadas. Tais meios asseguram modos de apropriação, existência e estruturação de determinadas realidades, através de determinados dispositivos, estratégias e competências específicas, que vão entrelaçando os fios para construir uma determinada realidade.

Essas características e práticas distintivas dos indivíduos, são midiaticamente (re)tomadas como critérios para determinar o *ser* imigrante com suas conseqüentes qualificações específicas e estigmatizantes.⁷ Sem dúvida, na interação sociocultural contemporânea, a mídia está presente como processo comunicacional e de produção de sentido, já que, uma importante quantidade do que se comunica é através dela (para nosso trabalho o jornal impresso). Esses meios de comunicação, num processo de midiaticização, apresentam-se nas interações sociais, agendando o cotidiano, por

⁵ MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Procesos de comunicación y matrices de cultura*. Itinerario para salir de la razón dualista. Mexico: G. Gili; 1988; p. 151.

⁶ MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dinámicas Urbanas de la Cultura*. Conferência apresentada no seminário “La ciudad: cultura, espacios y modos de vida”, Medellín, abril 1991, In: Revista Gaceta de Colcultura Nº12, diciembre 1991, Instituto Colombiano de Cultura. ISSN 0129-1727.

⁷ GOFFMAN, Erving. *Estigma*; notas sobre a manipulação da identidade deteriorada. 4. ed. Rio de Janeiro: Guanabara Koogan, 1988.

1 Trabalho apresentado no NP12 – Núcleo de Pesquisa Comunicação para a Cidadania, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04. setembro.2002.



diferentes entremeados e estratégias as conversas sociais como *lugar de fala*; nas quais o discurso não vale só por si mesmo, senão, por ser parte de um conjunto de forças que atravessam a fala configurando-a num campo que se inscreve além da superfície discursiva⁸.

Martín-Barbero assinala duas atitudes nessa reapropriação discursiva midiática, como forças que tensionam o reconhecimento e a integração do *outro* proveniente(s) de cultura(s) diferente(s),

“ya sea mediante el *acercamiento* que reduce las otras culturas a lo que tienen de parecido con la nuestra, silenciando o adelgazando para ello los razgos más conflictivamente heterogéneos y desafiantes, estilizando y banalizando lo que nos choca hasta volver al otro comprensible sin inmutarnos. O por el contrario, mediante un *distanciamiento*, que exotiza al otro, lo folcloriza en un movimiento de afirmación de la alteridad que, al mismo tiempo que lo vuelve ‘interesante’ lo excluye de nuestro universo negándole la capacidad de interpretarnos y cuestionarnos”.⁹

Portanto, o processo de midiatização do imigrante não só tem origem nas características próprias da imigração, senão, nos diferentes processos relacionados ao campo do simbólico. Pode-se compreender essa midiatização/interiorização como: *agendamento*, na capacidade de acelerar, amplificar e aprofundar tendências estruturais da sociedade, assinalando a diferença de nível entre o real vivido e o pressuposto pelas mídias. Nesse contexto, “*las nuevas condiciones (...), exigen la reinención de los lazos sociales y culturales, son a su vez las nuevas redes audiovisuales las que efectúan, desde su propia lógica, una nueva diagramación de los espacios e intercambios*”.¹⁰ Um jogo de transformação da cultura cotidiana, já que, a relevância das mídias não se encontra na cultura-conteúdo que difundem, senão “*en el cambio cultural que ellos*

⁸ BRAGA, Jose Luiz. Constituição do campo da comunicação. In: *Campo da comunicação, caracterização, problematizações e perspectivas*. Fausto Neto, A. et al. /Org. João Pessoa -Brasil- : UFPB. Pg. 11-39. 2001; p. 22.

⁹ MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Globalización y Multiculturalidad: notas para una agenda de investigación*. Bogotá; 1997; p.5.

¹⁰ GARCÍA CANCLINI, *apud* MARTIN-BARBERO; 1994 : 163.

¹ Trabalho apresentado no NP12 – Núcleo de Pesquisa Comunicação para a Cidadania, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04. setembro.2002.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

catalizan y potencian: ese que conecta las nuevas difusas condiciones del saber (...) con las nuevas maneras de ver/narrar (...) y de ambos con las nuevos modos de estar juntos.”¹¹

Castells, conforme isso, salienta que “*tudo o que fica de fora do alcance da mídia assume a condição de marginalidade política. O que acontece nesse espaço político dominado pela mídia, não é determinado por ela: trata-se de um processo social e político*”¹², amplificando mais na frente que, “*nas sociedades contemporâneas, as pessoas recebem informações e formam sua própria opinião (..) por intermédio da mídia (...) que atua como veículo de comunicação, influência e persuasão*”.¹³ As mídias como processos culturais-comunicacionais, criam seus moldes e sistemas considerados aqui como elementos de importância na produção de sentido e (re)construção social midiaticizada.

Desse modo, a pesquisa situa-se no cenário contemporâneo, através de questões que objetivam a produção de sentido pela mídia impressa sobre as identidades culturais na experiência da imigração, interagindo, a sua vez, nos processos sociais com as vozes dos imigrantes.

Então, o interesse por estudar a mídia como processo comunicacional e produtora de sentido do migrante/migração, ancora-se sobre três movimentos do aparelho midiático configurando o cenário social midiaticizado. Um, o de *inclusividade*¹⁴, por meio do qual os meios incluem os processos às internas das suas características e lógicas, modificando-os nesse espaço da inclusão. Modificações, no produto realizado, presentes através das marcas pelo “manuseio” midiático. O outro, é de *penetrabilidade*¹⁵, por meio do qual se percebe nos meios de comunicação, seus percursos de penetração nos processos sociais, dessa forme, modificando os modos operacionais.

¹¹ MARTIN-BARBERO, Jesús. Mediaciones urbanas y nuevos escenarios de comunicación. In: BELTRAN, L.Ramiro (org.) *Comunicación y espacios culturales en América Latina*. Cátedra de la UNESCO de comunicación social, 1994; p.163.

¹² CASTELLS, Manuel. *O poder da identidade*. Vol. II. São Paulo: Paz e Terra, 1999; p. 368.

¹³ Ibidem, p. 370.

¹⁴ Ibidem; p. 22.

¹⁵ Ibidem; p. 22.

1 Trabalho apresentado no NP12 – Núcleo de Pesquisa Comunicação para a Cidadania, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04. setembro.2002.



4- Estratégia metodológica em caminho

Quanto à metodologia, pode compor-se por um percurso metodológico qualitativo “duplo”, quer dizer, sobre dois eixos: (a) a análise discursiva dos textos midiáticos impressos, como produtores de sentidos do processo migratório. Enquanto a intenção da análise discursiva do jornal, não é estudar o meio em si mesmo, senão, reconhecendo-o como um meio de comunicação social, portanto, como fenômeno empírico através do qual vamos estudar o sentido produzido; (b) as vozes dos imigrantes por meio de entrevistas em profundidade, pela realização de *historia de vida*, com representantes das variadas experiências e tipologias migratórias agendadas pela mídia.

Quanto às etapas:

(a) a análise discursiva será realizada através do levantamento de um determinado conjunto de textos midiáticos; sobre os processos migratórios que são veiculados pela mídia impressa brasileira e uruguaia. As mídias impressas a serem pesquisadas são duas brasileiras e duas uruguaias. A escolha dessas mídias baseou-se sobre determinados elementos como: a cercania entre ambos países, os contatos fronteiriços, as diversas experiências vivificadas na contemporaneidade, assim como, a história desses “toques” de fronteiras, as relações políticas – atuais e passadas – entre ambos países e as relações atuais apresentadas por meio dos fluxos apresentados pelas mídias – jornais de ambos países que se vendem num e outro lado da fronteira.

Quanto às mídias uruguaias, a preferência foi pelos jornais *El País* e *El Observador*. Tais jornais abrangem o país todo e atingem um número importante de leitores no nível nacional, além de chegar ao Brasil especificamente ao Estado de Rio Grande do Sul; ambos jornais são enviados também a diferentes países da América.

Quanto às mídias impressas brasileiras, não por acaso, tomei fundamentação no marco da político, geográfico, sociocultural e histórico, conforme as relações entre o Estado do Rio Grande do Sul e Uruguai. O contato baseia-se historicamente através das ocupações pelas forças luso-brasileiras que anexaram em 1821 Uruguai ao Brasil como

1 Trabalho apresentado no NP12 – Núcleo de Pesquisa Comunicação para a Cidadania, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04. setembro.2002.



Província Cisplatina, e no ano 1827 com ajuda de tropas argentinas o Uruguai torna-se independente. Mas hoje, noutros termos, se estabelecem contatos sociais, políticos e culturais entre o Uruguai e o Estado do Rio Grande do Sul, mais do que com o resto do país. Desse modo, foram escolhidas as seguintes mídias impressas brasileiras: *Zero Hora* e *Correio do Povo*¹⁶, ambas se articulam no Estado de Rio Grande do Sul e são vendidas também no Uruguai.

Portanto, o *corpus* representativo das mídias brasileiras e uruguaias, a ser submetido a análise sobre os processos migratórios atuais são: no Brasil (*Correio do Povo* [CP] e *Zero Hora* [ZH]) e nos Uruguai (*El Pais* [EP] e *El Observador*[EO]).

Essas mídias impressas foram escolhidas também em base a sua representatividade, assim como, pela possibilidade de acesso aos arquivos das matérias por elas produzidas. Quer dizer, o material vai ser coletado utilizando os serviços oferecidos nas *home page* das mesmas, no arquivo – hemerotecas – da universidade e das próprias empresas jornalísticas a serem pesquisadas. Os dados a serem coletados, abrange o período compreendido entre o segundo semestre do 2001 e o segundo semestre do 2002 (três semestres). O material até agora coletado serve como primeira aproximação – mapeamento – ao sentido produzido sobre a imigração na mídia impressa.

As especificidades achadas nesse primeiro mapeamento dos textos midiáticos, permite compreender os lugares determinados, dentro do mapa discursivo da mídia, à experiência da imigração: internacional, esporte, econômicos, cultural, político, geográfico, artístico, policial, etc., assim como também os silenciamentos (ausência/s) das *vozes* imigrantes ponderando as falas permitidas, normativas e oficiais, que simplificam pasteurizando em categorias estereotipadas a diversidade da vivência intercultural migratória.

Esse inicial mapeamento, compreendido no período do segundo semestre do ano 2001 pelos nos jornais *Zero Hora* e *El Pais*, identificado mais como intuitivo do que

¹⁶ Vendas no Estado: *Correio do Povo*: 197,60; *Zero Hora*: 168,9. Dados em relação ao volume médio em mil exemplares. São os dois jornais mais vendidos no Estado de Rio Grande do Sul. In: *Almanaque Abril Brasil 2002*. São Paulo: Abril; 2002; p. 204

¹ Trabalho apresentado no NP12 – Núcleo de Pesquisa Comunicação para a Cidadania, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04. setembro.2002.



rigoroso, permite-nos uma primeira aproximação empírica às ofertas midiáticas de sentidos sobre o tema: *imigração*. Desse modo, torna-se possível a identificação e delineamento de certas estratégias de enunciação sobre as imigrações, como processo de midiaticização, através das quais se configuram diferentes tipologias de imigrantes quanto às experiências das imigrações contemporâneas:

- as imigrações desde países sul americanos e do bloco Mercosul a outros blocos e países economicamente desenvolvidos: ALCA (USA, Canada, México) e a CEE (Comunidade Econômica Européia) e Austrália, “evacuando” Sul América e configurando dessa forma uma nova “onda de imigrantes”.
- os fluxos imigratórios nas fronteiras específicas dos países a serem pesquisados, indocumentados, ilegais, envolvidos com trabalhos em condições de escravos; imigrantes: peruanos, equatorianos, bolivianos, colombianos, uruguaios, brasileiros (taipeiros), tensão entre mercado e identidade.
- imigrações especializadas, relação direta ao grau profissional, econômico, intelectual do imigrante “de qualidade”. Nessa tipologia apresenta-se também a imigração dos filhos/netos de imigrantes europeus para integrar Exército dos países de origem; imigrantes no/do campo esportivo.

Sob essas variadas tipologias configuradas pelas mídias, podem-se reconhecer polarizações atribuídas nessas experiências: policiais e criminosas em relação direta ao narcotráfico, prostituição; qualificando e desqualificando em: ilegais (pelo simples passo de fronteira sem documentos de residência, “*indocumentados*”), sofisticadas (quando o fator intelectual tem sua intervenção no jogo, qualificando à imigração: *fuga de cérebros*), movimento através do qual os sujeitos de países “subdesenvolvidos” estão pensando e ocupando lugares estratégicos nos países “desenvolvidos”. Uma redução da experiência imigrante, atribuindo-lhe sentido estatístico/quantificável (econômico, numérico, percentagem, tabelado, etc.) aos sujeitos imigrantes; as imigrações esportivas; universalização étnica: argentinos, paraguaios, brasileiros, negros, latinos,



mexicanos, equatorianos, uruguaios, fronteiriço, etc., esgotando naquele procedimento a *identidade* que integra as tensões das interações pelo multiculturalismo.

(b) A etapa seguinte visa trabalhar através da realização de *historia de vida* – de base etnográfica, com uma amostra representativa de imigrantes brasileiros no Uruguai e de uruguaios no Brasil, sendo eles atores da experiência cotidiana imigratória contemporânea representada na mídia impressa. Privilegiando para a análise os imigrantes oriundos do Mercosul e de outros países latino-americanos, estabelecidos em Rio Grande do Sul, mais especificamente em Porto Alegre no Brasil, e em Montevideú no Uruguai. Os tópicos a serem desenvolvidos nas entrevistas, procuram enfatizar a situação nos cenários cotidianos, os diferentes meios de expressão e atuação no contexto urbano estranho aos imigrantes, o sentido que adotam no cotidiano os processos de interação com os enunciados midiáticos sobre a imigração, articulação e apropriação de meios comunicativos. Isso na perspectiva de confrontar: o agendamento midiático com as práticas e estratégias cotidianas do cenário sociocultural construído pelos imigrantes.

O trabalho de campo apresenta-se como modo característico de coletar dados para reflexão na pesquisa, levando a tomar contato direto com os sujeitos. Como pesquisador obriga-me a interiorizar um processo profundamente relativizador das marcas e crenças referenciais já estabelecidas, realizando desse modo, uma dialética da experiência concreta com as teorias analisadas e trabalhadas no interior acadêmico.¹⁷

Por meio das entrevistas pretende-se obter as informações que vão permitir caracterizar, compreender e analisar o fenômeno de produção de sentido nas mídias impressas, nas representações dos imigrantes no cenário escolhido, nas dinâmicas socioculturais e estratégias na inter-relação e negociação mídia / atores sociais. Compreendendo portanto: (i) a própria experiência migratória – penetrada pela mídia – com suas estratégias vivificadas pelos distintos tipos de imigrantes, a negociação com o sentido elaborado pela mídia impressa; (ii) a vivência cotidiana: nas interações interculturais, nas tensões e (re)atualização com os marcos culturais próprios de origem, na negociação e interlocução com as práticas culturais da sociedade que atua de

¹⁷ DA MATTA, Roberto. *Relativizando; uma introdução à antropologia social*. Rio de Janeiro: Rocco, 1987.

1 Trabalho apresentado no NP12 – Núcleo de Pesquisa Comunicação para a Cidadania, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04. setembro.2002.



“hospedagem”); **(iii)** as estratégias e táticas de apropriação do midiático, como sujeitos que tensionam as representações culturais midiaticizadas oficialmente, atravessando-as pela própria constituição e experiência na condição de imigrante, pelas negociações do sujeito – como ator do agendamento midiático – com a imigração apresentada/proposta nas lógicas midiáticas.

A *historia de vida*, pode contar com apoio de outros suportes técnicos tais como: fotografia e vídeo, na busca da caracterização e compreensão permitindo uma análise mais diversa e aprofundada.

Quanto à escolha dos entrevistados, nesta instância/etapa do projeto, baseado nas pré-observações realizadas às particularidades da mídia impressa, considero coletar o material partindo dos seguintes critérios categorizados:

- (i)** Os imigrantes brasileiros e uruguaios estabelecidos no estrangeiro (Brasil/Uruguai);
- (ii)** os imigrantes que voltaram para o país de origem; **(iii)** os sujeitos em processo de imigração, considerados aqui como: “imigrantes a curto prazo ou permanente” (são aqueles que manifestam o desejo de imigrar).

5.- Referências bibliográficas primárias

- BRAGA, Jose Luiz. Constituição do campo da comunicação. In: *Campo da comunicação, caracterização, problematizações e perspectivas*. Fausto Neto, A. et al. /Org. João Pessoa -Brasil- : UFPB. Pg. 11-39. 2001.
- CASTELLS, Manuel. *O poder da identidade*. Vol. II. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- DA MATTA, Roberto. *Relativizando; uma introdução à antropologia social*. Rio de Janeiro: Rocco, 1987.
- GARCÍA CANCLINI, N. *La globalización imaginada*. Argentina: Páidos, 2000.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

- GARCÍA CANCLINI, Nestor. *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. Mexico D.F.: Girijalbo; 1992.
- GOFFMAN, Erving. *Estigma*; notas sobre a manipulação da identidade deteriorada. 4. ed. Rio de Janeiro: Guanabara Koogan, 1988.
- LEHNEM, Arno Carlos; *et al.* *O espaço fronteira Brasil-Uruguai*. In: Temas da integração latino-americana. Petrópolis: Vozes, 1990.
- MARTIN-BARBERO, Jesús. *Dinámicas Urbanas de la Cultura*. Conferência apresentada no seminário “La ciudad: cultura, espacios y modos de vida”, Medellín, abril 1991, In: Revista Gaceta de Colcultura Nº12, diciembre 1991, Instituto Colombiano de Cultura. ISSN 0129-1727.
- MARTIN-BARBERO, Jesús. Mediaciones urbanas y nuevos escenarios de comunicación. In: BELTRAN, L.Ramiro (org.) *Comunicación y espacios culturales en América Latina*. Cátedra de la UNESCO de comunicación social, 1994.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Globalización y Multiculturalidad: notas para una agenda de investigación*. Bogotá; 1997.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Procesos de comunicación y matrices de cultura*. Itinerario para salir de la razón dualista. Mexico: G. Gili; 1988.
- OLALQUIAGA, Celeste. *Megalópolis. Sensibilidades culturais contemporâneas*. São Paulo: Estudio Nobel, 1998.
- PRAXEDES, Walter; PILETTI, Nelson. *O Mercosul e a sociedade global*. São Paulo: Ática, 1997.
- SANTAELLA, Lúcia. *Cultura das mídias*. São Paulo: Experimento, 1996.
- SENDIC, Alberto. *El sur de la mundialización. América Latina entre la modernización y la fractura de sus sociedades*. Montevideo: Fin de Siglo, 1996.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

- VERON, E. Esquema para el análisis de la mediatización. Argentina: Dialogos de la Comunicación.
- XIBERRAS, Martine. As teorias da exclusão. Para uma construção do imaginário do desvio. Portugal-Lisboa: Instituto Piaget, 1993.