

Diversidade cultural e apropriação de bens simbólicos na fronteira Brasil-Argentina¹

Roberta Brandalise²

Escola de Comunicações e Artes (ECA)

Universidade de São Paulo (USP)

Resumo

A instabilidade econômica da região fronteira, ditada pelas políticas dos Estados Nacionais, afeta as relações sociais entre comunidades de fronteira (o caso de Uruguaiana/Paso de Los Libres), promovendo distanciamento na convivência entre brasileiros e argentinos. Nesse contexto, o telejornalismo -brasileiro e argentino- exerce um papel que alimenta os conflitos entre os fronteiriços ao sublinhar ganhos e perdas econômicas, reforçando a delimitação das identidades nacionais. Nesse quadro, com tendências de desregionalização que flagramos, surpreendemos como a ficção seriada brasileira participa das tensões entre diferentes estruturas de significado, incluindo a diversidade étnica. Compreendemos que diferentemente do jornalismo, a ficção televisiva brasileira aproxima brasileiros e argentinos, gerando sociabilidades.

Palavras-chave: identidades culturais; fronteira Brasil-Argentina; telejornalismo; telenovela brasileira; A Casa das Sete Mulheres.

1. Introdução ao universo simbólico fronteiro

Na teia de significados (Geertz, 1976) tecida pelos sujeitos que vivem entre argentinidades e brasilidades; o regionalismo; a diversidade étnica e outras mediações culturais (Martín-Barbero, 1987), o telejornalismo brasileiro e argentino, a telenovela brasileira e a minissérie A Casa das Sete Mulheres revelaram-se incorporadas ao cotidiano e às memórias de comunidades de fronteira que vivem entre-lugares (Bhabha, 2005). Às margens do Rio Uruguai, onde separam-se Brasil e Argentina, encontramos os habitantes das cidades de Uruguaiana (BR) e Paso de Los Libres (AR) consumindo os mesmos bens simbólicos. Essa condição tem haver com a Globalização e a Localização, idéias perfiladas com o nosso tempo, de fato, estruturais. Lançar o nosso olhar nessa direção implica nos debruçarmos sobre o ambivalente (Bauman, 1994).

A área de fronteira em que realizamos nossas pesquisas (tarefa a que nos dedicamos desde 2001) articula o local, o nacional e o transnacional. É possível ver lá uma amostra da globalização que, ao transformar economicamente uma localidade, interfere no seu perfil. A fim de compreender esse cenário, realizamos a pesquisa

¹ Trabalho apresentado no GP Geografias da Comunicação, IX Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutoranda e mestre em Comunicação, pela Universidade de São Paulo; jornalista formada pela Universidade Federal de Santa Maria. E-mail: betalise@terra.com.br

Gaúchos e Gauchos: um pampa, duas nações (2002). Em função de sua condição de fronteira, a região tornou-se rota de migrações em busca de oportunidades. Por isso, na pesquisa *Comunicação e Cultura: Sementes híbridas em campos cercados na fronteira Brasil-Argentina* (2006), consideramos a diversidade étnica (Poutignat, 1998) de famílias de camadas médias um traço identificatório da população da amostra brasileira e argentina. Trabalhamos com os grupos étnicos que se autodenominaram: índios-espanhóis-portugueses; negros; italianos, alemães e franceses; judeus; árabes e orientais (japoneses, taiwaneses e coreanos).

Apostamos na observação participante, conforme Haguette (1992), para estudar o cotidiano. O diário de campo nos serviu como memória das situações vividas. Utilizamos entrevista do tipo semi-estruturada. No estudo de caso de 2002, trabalhamos com 18 entrevistados; no estudo de caso de 2006, com 60 fronteiriços. Seguimos o modelo de Thiollent (1980) e combinamos com o recurso da história oral (Portelli, 1997). Fizemos um diálogo com a Antropologia Visual, seguindo o modelo de Collier (1973) ao utilizar a entrevista projetiva com 12 famílias. Relatamos a seguir questões que se destacaram ao longo dessas pesquisas.

2. Exposição aos meios de comunicação

Em Paso de los Libres (AR), todos têm tv a cabo, Libres Cables Color. Os primeiros canais abertos aos quais os librenhos tiveram acesso foram os brasileiros, porque o único canal aberto da Argentina ao qual os correntinos estão expostos é o canal do governo chamado ATC ou canal 7, que surgiu muito depois dos canais brasileiros. Ficamos sabendo que, na região das Missões, ainda hoje os canais brasileiros são praticamente o único veículo de comunicação e que é comum crianças aprenderem o português antes mesmo do espanhol.

Constatamos que todos os entrevistados argentinos têm acesso aos meios de comunicação brasileiros e têm ou já tiveram o hábito de assistir à programação brasileira. Os argentinos demonstraram preferência pelos programas informativos da televisão argentina e revelaram o hábito de acompanhar os canais brasileiros para saber o que se passa no Brasil. Todas as mulheres afirmaram que gostam das novelas brasileiras, embora algumas especifiquem que preferem assistir a elas quando passam no canais argentinos, em espanhol. Encontramos também o gosto por programas

populares brasileiros. Os veículos citados foram a Globo, o SBT, a Bandeirantes, a TV Globo via cabo e as rádios Líder e a Charrua (rádios de Uruguaiana).

Como encontramos relatos que expressam apreço pela programação brasileira, procuramos saber dos que não consomem qual é a sua posição em relação aos meios de comunicação brasileiros. Eles justificam: “Não há mais o hábito de assistir, o jornalismo brasileiro culpa a Argentina, é exagerado” (Juan, 55); “O jornalismo do Brasil faz parte da meta de defender o país” (Silvia, 43); “A TV só mostra os políticos defendendo os interesses do Brasil, então eu vejo a televisão da Argentina” (Luis Filipe, 43). Entre os que afirmam assistir os canais brasileiros, os programas prediletos citados foram Silvio Santos; Chaves; Raul Gil; A praça é nossa; Jornal Nacional (JN), Jornal da Globo (JG), jornais da RBS (rede de televisão regional brasileira); futebol e novelas.

Pesquisando se os brasileiros podem ter acesso aos meios de comunicação argentinos, descobrimos que os veículos com os quais a maioria dos uruguaianenses mantêm contato são as rádios de Libres. Eles comentam: “Aqui tem três ou quatro FMs e lá oito ou nove” (Roberto, 40). Torna-se especialmente importante o momento em que é veiculado o programa Voz do Brasil porque a população da fronteira brasileira têm a liberdade de optar por outra programação radiofônica.. No entanto, este programa faz mais sucesso entre os jovens. Na nossa amostra, todos comentaram o programa, muitos dos entrevistados tem o hábito de ouvir porque são anunciantes.

O único canal argentino a que os brasileiros assistem é o chamado canal ATC, ou Canal 7 da NET, porque só podem ter acesso às TVs argentinas via cabo. A CNN em espanhol também foi mencionada como fonte de informações sobre a Argentina. Apesar de todos os entrevistados brasileiros terem acesso à televisão a cabo, afirmam que ficam sabendo o que se passa na Argentina através da TV brasileira. Os entrevistados fazem menção ao rádio, distinguindo a postura deste veículo em relação à televisão. O rádio seria um meio de comunicação que alimenta os conflitos na fronteira de modo ainda mais intenso do que o telejornalismo. “A rádio é muito mais agressiva, até demais, a emoção do cara que narra (refere-se ao locutor do programa Jornal da Manhã da Rádio Charrua), às vezes, cria um sentimento de raiva” (Divânea, 55). Por outro lado, é um espaço de imbricação econômica com seus anúncios internacionais.

De acordo com a nossa amostra, os jornais impressos brasileiros são pouco lidos pelos argentinos e vice-versa. Há um papel relevante das rádios argentinas e brasileiras,

principalmente das argentinas consumidas por. No entanto, como a televisão é o veículo de comunicação mais consumido entre os entrevistados, tanto brasileiros quanto argentinos, aprofundamos as pistas das representações que este tipo de mídia transmite.

3. Apropriações do telejornalismo

É a partir do cotidiano e da televisão que argentinos e brasileiros constroem suas representações acerca das relações entre Brasil e Argentina. Os fronteiristas sofrem os efeitos das políticas econômicas dos Estados Nacionais no cotidiano. A proximidade geográfica gera uma sociabilidade que é uma mediação importante para brasileiros e argentinos filtrarem o que a televisão veicula sobre o Mercosul. As representações que uns constroem sobre os outros partem do confronto entre um cotidiano que articula uma herança regional comum, identidades nacionais distintas e o consumo de bens simbólicos comuns.

A televisão, brasileira e argentina, sublinha as disputas econômicas entre as nações. Os políticos personificam o confronto entre os países na mídia. O telejornalismo argentino enaltece a competência do político brasileiro, mas culpa o Governo brasileiro pelos problemas econômicos argentinos, por sua vez, o telejornalismo brasileiro desqualifica os políticos argentinos e os culpa por possíveis danos à economia brasileira. Desta forma, a televisão colabora para reiterar as nacionalidades na fronteira.

Todos se referem aos entraves econômicos, às dificuldades em estabelecer as relações comerciais criadas junto com o Mercosul e, com essas dificuldades, a comunicação e o entendimento também se reduziram. A amostra sublinha que a figura do atravessador -fundamental há algum tempo atrás em transações comerciais a longa distância- um papel muito desempenhado pelos moradores da fronteira, promovia a comunicação entre as comunidades fronteiriças. Depois da normalização do Mercosul, o monopólio das decisões sobre as trocas comerciais centralizou-se nos órgãos representativos dos Estados-Nação. E, com esse movimento, as trocas simbólicas se transformaram.

Destacaram-se reflexões sobre a televisão brasileira, que foi considerada patriota, mas muito sensacionalista porque torna coisas simples em escândalo e julga a Argentina culpada por vários problemas brasileiros. E de fato, os brasileiros da



fronteira reproduzem o discurso dos telejornais que batem forte nas decisões de políticas econômicas argentinas e, em seguida, anunciam a previsão do mau tempo - que vem da Argentina e, ainda para fechar o jornal, reforçam alguma rivalidade no futebol. A televisão argentina é, basicamente, o lugar onde se constroem as representações acerca dos políticos brasileiros. Apesar de gerarem uma certa admiração, são vistos como nacionalistas, interessados apenas em disputar mercado para o seu país. O patriotismo que o argentino atribui ao brasileiro também provém desta imagem que o político brasileiro deixa na televisão argentina. Para retratar o quanto as trocas entre as comunidades locais se complicaram, um dos entrevistados conta que um carpinteiro brasileiro não pode mais ir a Paso de los Libres levar uma mesa, por exemplo. Qualquer argentino que encomende um serviço como esse pode ter que pagar uma multa de até 5 mil dólares por ter um trabalhador ilegal trabalhando na Argentina.

Quanto à cobertura da mídia acerca do Mercosul, o descontentamento é geral porque, ao contrário do que observam no cotidiano, a mídia passa uma imagem de Mercosul muito distante da realidade que os fronteiriços enfrentam. Os argentinos, por exemplo, afirmam que o Mercosul só é útil para os brasileiros, mas que a televisão brasileira não mostra isso. Homens e mulheres argentinos destacam que a TV argentina mostra os problemas com os caminhoneiros, os protestos, mas não enfatiza, por exemplo, a dificuldade que é entrar alguma mercadoria no Brasil e o desconsolo dos comerciantes librenhos, já que o único comércio facilitado foi o das grandes empresas paulistas com as empresas portenhas. Reiteraram que o Mercosul não existe para o bem dos argentinos e criticaram a imprensa argentina por não denunciar isso, apesar de denunciar o protecionismo brasileiro. Explicaram que a televisão argentina está atrelada ao interesse de uma elite empresarial, e por isso, apesar de criticar a política comercial brasileira, passa o Mercosul que está acontecendo entre as metrópoles dos países, sem a participação popular. Também, comentou-se a forma como a TV brasileira tratava o ministro Cavallo que, segundo um dos entrevistados, é o único que assumia que, com o Mercosul, só o Brasil lucra e por isso a mídia brasileira estaria voltada contra ele.

A cultura regional fronteiriça emprestava para as cidades de Uruguaiana e Libres o papel de pórticos de passagem. Os cidadãos das cidades eram os atravessadores, se viam como guardiões de suas pátrias e, com o Mercosul, essa

característica desapareceu porque todas as decisões independem dos uruguaianenses e dos librenhos. Até o comércio estabelece outro tipo de relação, mais fria e distante. Com o Mercosul, as cidades passaram a servir de pouso a todos que procuram oportunidades lucrativas no trânsito de cargas internacionais e, desta forma, uma parcela da população se marginalizou.

Sintomas de desregionalização são evidentes quando os entrevistados deixam claro que são o mesmo povo, com características regionais comuns e em seguida não param de elencar diferenças mesmo no que diz respeito aos hábitos da tradição gauchesca. As constatações das diferenças são feitas na cotidianidade fronteiriça e com a colaboração dos bens simbólicos consumidos a partir de programas informativos, notícias locais, mas a sensação de estranhamento se deve também à descaracterização dos hábitos da gauchidade dos brasileiros, submetidos a um comportamento unificado nacional. O que ocorre é que, no lado brasileiro, a cultura nacional já se sobrepõe à regional e para isso, colabora o consumo de programação televisiva brasileira de rede nacional, importante na fortificação da identidade nacional. Também o fato de Uruguaiana ser uma cidade que passou de sociedade agropecuária para sociedade industrializada, processo que não ocorreu em Libres (Libres desenvolveu o terceiro setor, mas nunca se industrializou), colaborou para essa descaracterização dos hábitos da gauchidade porque o homem cada vez mais urbanizado distancia-se dos laços da regionalidade, os laços do campo. Apesar de tanto uruguaianenses quanto librenhos terem suas raízes na vida campeira, os brasileiros se consideram mais modernos do que os argentinos da fronteira, acreditam que têm hábitos mais “civilizados” do que os vizinhos. Esta representação a respeito do argentino ser tão diferente do brasileiro fronteiriço também é construída a partir dos meios de comunicação por dois motivos: primeiro, a televisão enfatiza as peculiaridades e o ineditismo de alguns hábitos argentinos, tais como os horários de sesta prolongados, a vida noturna mais ativa, o jeito de preparar a carne para o churrasco e a vestimenta típica mais adotada no dia-a-dia. E, segundo, os brasileiros espelham-se na televisão, reproduzindo hábitos metropolitanos veiculados pela TV, o que colabora no processo de unificação do comportamento nacional em detrimento das culturas regionais, e esse é um processo que pode começar nos modos de comer ou de vestir de uma região.

Para os brasileiros, os seus hábitos “civilizados e modernos” contrapõem-se aos exóticos costumes argentinos. Enquanto os uruguaianenses permitem-se parecer cada vez mais com os paulistas e cariocas, assimilando características, por exemplo, de jovens retratados em telejornais e de personagens da teledramaturgia brasileira, distanciam-se dos librenhos.

Chama a atenção o fato dos argentinos considerarem o brasileiro muito patriota, mais do que eles. Essa descoberta foi uma surpresa uma vez os brasileiros consideram os argentinos mais dedicados à pátria. Os depoimentos que tentam justificar esta representação giram em torno de quatro aspectos. O primeiro ponto observado é a passividade política do brasileiro, que se torna um contraponto em relação à turbulência na qual o argentino se envolve quando luta por seus direitos. Para os argentinos, protestar tanto quanto eles protestam é como não aceitar o seu país, bem como consumir em outro país também pode se caracterizar como uma atitude não-nacionalista, não-patriótica. Esta concepção parte do cotidiano fronteiriço, no qual os argentinos têm que fazer compras no Brasil em função da instabilidade econômica da região. Quanto à passividade do brasileiro, pode-se dizer que esta idéia é construída, principalmente, pelos meios de comunicação, porque aparece muito pouco protesto dos brasileiros, tanto na televisão brasileira quanto na televisão argentina, em contraposição à presença constante dos argentinos que, a exemplo da situação que organizam painéis contra as políticas econômicas do Governo Federal. Outro aspecto observado sobre as representações do argentino em relação ao patriotismo brasileiro também é constituído pelos meios de comunicação, a partir dos programas de auditório, rotineiros na televisão brasileira, que passam a idéia de que o povo brasileiro é solidário em relação à pobreza. Os argentinos consideram a televisão brasileira humanista, preocupada em ajudar os mais carentes, em cuidar do povo, basicamente em função dos programas populares como, os do Silvio Santos, e das campanhas publicitárias feitas por causas sociais.

Terceiro, o fato de os argentinos não se identificarem com a latinidade até a Guerra das Malvinas, quando foram atacados pela Inglaterra, os faz questionar o quanto teriam traído as suas próprias origens ao se considerarem um povo europeu. Esse conflito entre identificar-se com a América Latina ou com a Europa leva-os a concluir que não são patriotas. Na verdade, confundem o sentimento de latinidade com o de argentinidade e, então, quando olham para o brasileiro que sempre foi brasileiro e



sempre foi latino, parece-lhes que este é muito mais patriótico. Esta representação é permeada pela questão das culturas nacionais, neste caso manifestando um conflito acerca das culturas de diferentes regiões do planeta, como é o caso da latina e européia.

O quarto ponto diz respeito a uma tentativa de explicar o patriotismo brasileiro através das etnias. Essa idéia se baseia em um esquema bastante simplista que considera o português, migração importante na constituição da nação brasileira, um povo apegado à terra, que lidava muito com agricultura, e o espanhol, migração que constituiu a base da nação argentina, um povo que gostava muito de conquistar novos lugares, viajar e vivia do comércio. E essa herança étnica faria com que o argentino não fosse tão apegado a sua terra quanto o brasileiro. O interessante é que essa idéia acerca do desapego argentino a sua terra não se aplica ao apego que eles demonstram em relação aos símbolos da Argentina. Essa dicotomia reincide em vários depoimentos.

Quando se trata de elencar os símbolos da nação brasileira, brasileiros e argentinos citam elementos enfatizados pelos meios de comunicação, tais como a exuberante natureza do país, as paisagens do Rio de Janeiro, o futebol, o Pelé e os eventos televisíveis como o carnaval. Eventos televisionados e vividos no cotidiano, tais como a Califórnia da Canção Nativa do RS, foram apontados como eventos que identificam e agregam argentinos e brasileiros. Quanto ao carnaval -que se tornou um aspecto identificador entre uruguaianenses e librenhos- pode-se dizer que é um elemento da cultura nacional, brasileira, que se transportou para a localidade de Uruguaiana, através dos meios de comunicação. O carnaval virou tradição da cultura local de Libres porque se transportou para lá através do cotidiano fronteiriço e também pelos meios de comunicação brasileiros, aos quais eles têm acesso. Os comentários sobre o carnaval demonstram que os argentinos identificam o uruguaianense mais com a noção de cultura nacional brasileira do que com a cultura regional comum.

Apesar das dificuldades impostas pelas questões econômicas relativas ao Mercosul e pelas disputas políticas na mídia, viver na fronteira é uma condição importante para os entrevistados, eles afirmam que gostam da diversidade, de ter contato com outra cultura, de experimentar outras idéias. Comentam que é possível comparar os problemas e pensar em soluções observando outra cultura. Gostam de conhecer a história de outro povo. Falam também das possibilidades de ter acesso a alguns produtos que não existem na Argentina, como a novela brasileira, por exemplo.

4. Apropriações de ficções seriadas brasileiras

Nas apropriações que a nossa amostra faz das telenovelas brasileiras, identificamos quais as mediações que medeiam os usos e as reelaborações de sentido em curso. Demonstramos que os produtos simbólicos podem ser eles mesmos uma mediação, servindo como objeto de identificação e alteridade quando o ser humano se apropria deles e os coloca em diálogo com a memória, com a sua identidade étnica, com a sua escolaridade e com as tradições de sua região e nação. Por sua vez, também a cotidianidade, a etnicidade, a escolaridade, os regionalismos e nacionalismos medeiam os processos de reelaboração de significados. Demonstramos que essas mediações colaboram, em alguma medida, orientando os usos desses bens simbólicos.

Enfatizamos que todos os negros de nossa mostra são brasileiros, só que metade deles mora em Libres, metade em Uruguaiana. Os negros de Uruguaiana começaram seus depoimentos dizendo que não se viam representados nas telenovelas, mas em seguida lembram do Feitosa, um personagem da novela América. Lembram do carnaval, dos sambistas que povoam as novelas e dos escravos das novelas de época como A Escrava Isaura e Força de um Desejo. Há muita identificação com a Xica da Silva. Há ressentimentos pelo predomínio das representações do negro em papéis subalternos na ficção, mas o mais corriqueiro nos depoimentos dos negros que vivem em Uruguaiana é a identificação com a tradição do samba e da fortaleza de espírito de sua etnia.

Ao analisar as representações dos negros fronteiriços, entendemos que os argentinos apropriam-se da telenovela que consomem para aproximar-se dos negros brasileiros que vivem em Paso de los Libres e, nesse movimento cotidiano ora revelam-se preconceitos, ora colabora-se para a formação de um pensamento crítico dos negros brasileiros que vivem em Libres. Nessas interações sociais, parece que a identidade étnica se confunde com a identidade nacional, no caso desses depoimentos há indícios que os argentinos vêem os negros como sendo os brasileiros. Também os negros que vivem no Brasil entendem com frequência sua identidade étnica como sendo a identidade nacional. Salientamos que o cotidiano fronteiriço e a identidade étnica orientam as apropriações feitas por esses entrevistados, ficam claras as tensões entre as identidades nacionais permeando os usos que se faz da telenovela.

Do trio, alemães, italianos e franceses, ressaltamos que são os franceses brasileiros que melhor se dão com os argentinos e são os franceses argentinos que melhor se dão com os brasileiros, eles tem melhores representações uns dos outros em função de trabalharem para empresas grandes, favorecidas pelo Mercosul, são os mais entusiastas da integração. Esse eixo étnico se vê retratado em novelas ambientadas na Lapa carioca, no Bixiga paulistano e, principalmente, quando é contada a história dos imigrantes como aconteceu em Terra Nostra e Esperança. As apropriações deles são orientadas pelas identidades étnicas e pela memória, a história de suas famílias.

A telenovela também participa das interações sociais interfronteiriças desse grupo étnico, através da pesca e do carteadado. Há torneios entre brasileiros e argentinos nessas atividades, além disso, há grupos informais que se reúnem para treinar para os torneios. É nessas reuniões que, de alguma maneira, a apropriação de telenovelas permeia a sociabilidade, é quando percebemos os usos que são feitos da ficção brasileira: “Costumamos dar apelidos uns para os outros, na nossa equipe mista tem o Senhor do Destino, que lidera as jogadas; a Celebridade que só vem jogar quando quer e O que rei sou eu?, essa é a mais antiga, usamos para o vivente mais indeciso da mesa ou algum novato” (Héctor Kuhn, Argentina).

No caso dos judeus, a identidade étnica, a cotidianidade fronteiriça e a memória coletiva de seu povo medeiam a apropriação e os usos que eles fazem das telenovelas. Quando falamos sobre novelas com esses entrevistados, a sua identidade étnica parece orientar as suas memórias: “Para ti veres, em Xica da Silva, nos confins do Brasil a Inquisição não se cansava de perseguir o meu povo. Para matar! Isso não é coisa do século XX. A Globo não fala sobre isso, como se o nosso país não fosse preconceituoso” (Liliana Zdanowicz, Argentina). Chamamos a atenção para o fato de os entrevistados terem relatado diálogos com seus amigos *outsiders*. Os judeus de Uruguaiana tem amigos na Argentina e os judeus de Paso de Los Libres tem amigos no Brasil. Essas amizades não foram construídas em função da identidade étnica dos entrevistados e de conversas travadas em momentos de lazer. Questões levantadas pelas ficções televisivas brasileiras são correntes em algumas dessas rodas de bate-papo.

Ao surpreender as representações dos judeus que vivem nessa fronteira, percebemos que além de existir sim o consumo de telenovela brasileira, esse consumo gera sociabilidade entre argentinos e brasileiros, independente da identidade étnica ou



nacional. Ao pautar os diálogos, a ficção enfraquece a alteridade gerada pelas identidades nacionais. Usam a novela para solidarizarem-se com os conflitos humanos, e também para distinguirem características entre si, mas isso não os afasta. Mas, no caso dos judeus, fica claro que a sua memória midiática está atrelada a sua identidade étnica.

Os árabes fronteiriços estão entre os que mais constroem referências sobre o povo brasileiro a partir de novelas. Identificam-se muito com os conflitos humanos, principalmente de gênero e idade. Lembram com clareza de *O Clone* porque tratou de temas a seu respeito. Entre os adolescentes dessa etnia, há muito preconceito em relação aos hábitos brasileiros e também uma dose de rebeldia. As representações dos adolescentes filhos de árabes, que moram no Brasil, acerca da novela brasileira, bem como em relação aos costumes nacionais, são mediadas pela família, pela identidade étnica e pelo cotidiano fronteiriço. Na concorrência das mediações ganha a família e, através dela, a identidade étnica. Constatamos a reprodução dos discursos da mãe na fala das meninas, elas emitiam opiniões sobre a vida de tios, tias, primos e outros adultos conhecidos, sempre censurando seus comportamentos.

Os adultos, filhos de árabes, também consomem telenovela brasileira, esse produto é tema de discussões informais sobre os hábitos da sociedade brasileira. A identidade étnica e a memória das tradições preservadas pelos pais (esses nativos da Palestina/Israel, do Líbano, Jordânia) dos consumidores medeiam os usos que ainda são feitos da novela. É comum fazerem brincadeiras entre si, chamando-se pelo nome de personagens da novela *O Clone*. No geral, há críticas em relação aos costumes árabes mostrados na ficção, no entanto, todos ponderam que foi informativo.

Os orientais gostam de assistir telenovela brasileira, quem mais assiste é a segunda geração, a principal identificação está nos conflitos humanos. Orientais da amostra enviaram e-mails para comentar sobre a família de japoneses retratada de forma caricata na novela *Belíssima*: “Tu viste essa novela que começou? Tem um Takay, dono de peixaria, até agora o cara parece um otário. Dá pra acreditar que eles foram idiotizar logo o japonês? Na novela tem judeu, tem italiano, tem português, tem grego, mas resolveram tirar onda com a nossa cara” (Rafael Masamichi, Brasil). Os orientais reclamam do excesso de caricaturas, mas dizem que sua representação é escassa e acabam identificando-se mais com o conflito humano da ficção.

4. Apropriações de A Casa das Sete Mulheres

Fizemos uso da minissérie A Casa das Sete Mulheres como instrumento de pesquisa porque surgiu no depoimento de uruguaianenses e librenhos quando lhes era perguntado sobre como é o gaúcho que aparece na televisão. Referindo-se á A Casa das Sete Mulheres, Motter escreveu “(...) sua contribuição está em preencher as lacunas deixadas pela historiografia (...)” (Motter, p.88, 2004). Ao surpreender gaúchos e *gauchos* vendo a sua própria cultura e história retratadas na televisão, percebemos que este bem simbólico articulou a memória das sociabilidades passadas e presentes entre brasileiros e argentinos, a memória de costumes e outros elementos regionais.

A saga farrapa, de amor e guerra, pareceu aproximar brasileiros e argentinos. Uma cultura que parece fazê-los lembrar que são mais parecidos do que diferentes. O acompanhamento da minissérie suscitou diálogos variados entre brasileiros e argentinos, já tão tediosamente acostumados a enxergarem-se pelo prisma dos problemas de natureza econômica e futebolística. As referências sobre a região de fronteira aparecem na minissérie, o que facilita a identificação dos fronteiriços. Ao assistir cenas em que o exército farrapo demonstra o seu desprezo pelos argentinos e uruguaiois, contestando até as decisões de Bento Gonçalves, cresceram os depoimentos sobre as rivalidades atávicas da fronteira que se atualizam em problemas aduaneiros, nas divergências no trânsito, nas incertezas provocadas pelas mudanças de câmbio e até nas novas e velhas piadas.

Chama a atenção de nossa amostra questões relativas á linguagem regional. Um dos aspectos retomados é a mistura dos idiomas português e espanhol e, ao longo de A Casa das Sete Mulheres, fala-se sobre a fundação da cidade, Bento Ribeiro diz para Bento Gonçalves: “Ouvi dizer que você está fundando um ponto avançado do Rio Grande na fronteira e até lhe deu o nome de Uruguaiana em homenagem a uma certa senhora”, ao que Bento Gonçalves responde: “Se chama Uruguaiana sim, em homenagem a minha mulher”. A origem do nome da cidade virou tema de conversas nos restaurantes e cafés em Uruguaiana e Libres. Através da apropriação da linguagem usada na minissérie, evocam as semelhanças da cultura regional comum: “Gaúcho é o que tu viste aí, o buenas e o che duram até hoje” (Noemia de Oliveira Santos, Brasil). Os imigrantes recentes resgatam as suas próprias experiências na fronteira e ainda observam o lugar como *outsiders*: “Os brasileiros se interessaram por aprender o espanhol, na Argentina ninguém se esforça para falar português” (Jong Li, Argentina).

5. As partes e o todo

Encontramos um quadro de desregionalização no espaço fronteiriço, as comunidades de fronteira se ressentem com a intervenção das políticas econômicas dos Estados-Nação nas suas rotinas do cotidiano. Ao perder o caráter de atravessadores de mercadorias, de embaixadores do comércio entre Brasil e Argentina, os entrevistados entendem que o papel social da região se perdeu e, então, o texto de Canclini (1997) amplia a nossa afirmação acerca da desregionalização. Ocorre que, como afirma Hall (1999), o nacional não consegue incorporar as regiões nem culturalmente, nem economicamente e este é o caso do Mercosul que, para os entrevistados, é um acordo entre São Paulo e Buenos Aires. A cultura regional sofre um processo de descaracterização, já que perdeu o poder de decisão sobre suas trocas materiais e simbólicas. Os entrevistados apegam-se ao referencial nacional com mais frequência para não se perderem nas vastas coxilhas das referências.

No entanto, quanto mais recentes as migrações, mais as identidades étnicas (Barth, 1998) importam para sua auto-definição e permeiam as representações de uns sobre os outros. É a diversidade étnica da região que transformou olhares e tem aberto outras possibilidades para uma região que era exclusivamente campeira. Os povos formadores da região e as primeiras migrações incorporam a sua identidade étnica à regional e, portanto, a memória da época em que aparentemente viviam em um pampa sem fronteiras, é evocada reforçando a identidade regional.

Ao campear às margens do Rio Uruguai, nos deparamos com personagens fruto da diversidade étnica, das mesclas entre tradicional e moderno, entre regional e nacional que vivem entre-lugares. Há campos cercados por todos os lados e também há as brechas. Entendemos que como mediações videotecnológicas, a ficção tanto quanto o jornalismo colaboram para construir representações que pautam diálogos entre os consumidores desses mesmos bens simbólicos e cumprem um papel na articulação de suas identidades. O que há na base desse contraponto? A telenovela brasileira aproxima os fronteiriços que vivem entre-lugares porque estabelece um tipo de contrato de leitura que gera identificação com os conflitos humanos, tem uma abordagem mais branda e tende a trabalhar com temas cuja importância é, usualmente, um consenso entre os espectadores. Enquanto o jornalismo televisivo das redes

nacionais impõe os tópicos econômicos das disputas entre Brasil e Argentina e, desta forma, reforça a demarcação simbólica dos territórios no imaginário dos receptores.

As fronteiras simbólicas entre as nações se reforçam com o consumo de alguns bens simbólicos como o telejornalismo. Mas a distância entre os povos de fronteira enfraquece em função do consumo cotidiano de um mesmo bem simbólico de outro gênero, a telenovela brasileira, que é um melodrama e, por sê-lo, estabelece laços de identificação com facilidade. Além disso, cria oportunidades de sociabilidade entre os povos porque pauta diálogos entre eles, propõe temas que atravessam a questão das identidades nacionais. Acaba gerando até um *star sistem* comum, em que brasileiros e argentinos sabem o nome dos atores das novelas. Também os laços da identidade regional se estreitam com a apropriação de um produto ficcional que fala da gauchidade, suas características e suas lutas como *A Casa das Sete Mulheres*. Por estes motivos entendemos que a ficção televisiva brasileira, de algum modo, estreita a distância entre as margens do rio. No entanto, reconhecemos que na negociação de sentido que ocorre quando os entrevistados se apropriam das novelas e da minissérie participam as identidades nacionais e étnicas, as identidades de gênero, até a sua formação escolar. Os sujeitos reelaboram suas realidades vividas, atualizam as situações da ficção a partir de suas histórias de vida. Tanto que, muitas vezes nos deparamos com ambivalências (Bauman, 1994) e descontinuidades nas representações das mesmas pessoas.

Entendemos que as realidades multimediadas (Martín-Barbero, 1987), só podem ser estudadas com estratégias multimetodológicas, desta forma, consideramos que foi produtivo o diálogo que estabelecemos com a Antropologia Visual (Collier, 1973) para estudar ficção e realidade e relacionar o todo e as partes. Morin (2000, p.168), nos ampara ao dizer que “O pensamento do complexo planetário nos remete a todo instante da parte ao todo e do todo à parte”. Aprendemos com essas pessoas e seus mundos imaginários e reais que cultura, história, cotidiano e meios de comunicação se movimentam em uma mesma órbita que permeia o sistema de representações. Comunicação e Cultura se articulam naquele espaço através de relações tensas e ambivalentes entre consumo cultural e identidades culturais e essas relações são negociadas nas apropriações e usos dos produtos simbólicos.

Seguimos estudando esse tema, nosso objetivo atual é identificar qual é a relevância da ficção televisiva e do telejornalismo consumidos por argentinos,



uruguayos, paraguayos e brasileiros das principais cidades de fronteira do Mercosul. Queremos identificar se os fenômenos sociais que se passam nas regiões fronteiriças caracterizam-se como híbridos ou como multiculturais. Para isso, estamos resgatando contribuições da Antropologia e da Escola de Chicago para o campo da Comunicação e realizando uma discussão com os Estudos Culturais.

6. Referências Bibliográficas

BAUMAN, Z. Modernidade e ambivalência. In: FEATHERSTONE, M. (org.) **Cultura Global**. Petrópolis: Vozes, 1994.

BHABHA, H. **O local da cultura**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2005.

BRANDALISE, R. **Gaúchos e Gauchos: um pampa, duas nações**. Monografia, UFSM, 2002.

BRANDALISE, R. **Comunicação e Cultura: sementes híbridas em campos cercados**. Dissertação, USP, 2006.

CANCLINI, N.G. **Cultura y Comunicación: entre lo global e lo local**. La Plata: Periodismo y Comunicación, 1997.

COLLIER JR, J. **Antropologia Visual: a fotografia como técnica de pesquisa antropológica**. São Paulo: EPU/EDUSP, 1973.

GEERTZ, C. **Interpretação das Culturas**. São Paulo: Cultrix, 1976.

HAGUETE, T.M.F. **Metodologias qualitativas na Sociologia**. Petrópolis: Vozes, 1992.

HALL, S. **A Identidade Cultural na Pós-Moderinidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 1999.

MARTÍN-BARBERO, J. M. **De los Medios a las mediaciones**. Mexico: GG Mass Medeia, 1987.

MORIN, E. **A Cabeça Bem Feita**. Rio de Janeiro: Bertrand, 2000.

MOTTER, M. L. **Argumentos para o estudo da ficção A Casa das Sete Mulheres: ficção, realidade e história**. IN: **ECO-PÓS** . V.7, n.12, jan./jul., p.85-99. São Paulo: USP, 2004.

PORTELLI, A. O que faz a história oral diferente. IN: **Cultura e Representação**, n.14, São Paulo: EDUC, 1997.

POUTIGNAT, P.; STREIFF-FENART, J. **Teorias da etnicidade**. São Paulo: UNESP, 1998.