

Da janela de Barcelona: experiências interculturais e usos midiáticos operados por imigrantes brasileiros

Elizara Carolina Marin*

RESUMO

O artigo aborda as experiências interculturais de imigrantes brasileiros que vivem em Barcelona (Espanha), configuradas numa articulação de estratégias de negociação e associação e, também, focaliza os usos das mídias como meio para restabelecer laços de pertencimento com o lugar de origem e estabelecer outros vínculos no novo lugar. **Palavras-Chave:** mídia; imigração; produção de sentidos.

ABSTRACT

*This article addresses the intercultural experiences of Brazilian immigrants that live in Barcelona (Spain), taken as an articulation of negotiation and association strategies and, further, focuses on the uses of media as the means by which ties of belonging to their place of origin are re-established and other links to the new location are made. **Key Words:** Media, Immigration, Meaning production.*

RESUMEN

*El artículo aborda las experiencias interculturales de inmigrantes brasileños que viven en Barcelona (España), configuradas a partir de la articulación de estrategias de negociación y asociación. También se centra en los usos de los medios de comunicación como puentes para establecer lazos de pertenencia con el lugar de origen y otros vínculos en el nuevo lugar. **Palabras-clave:** medios de comunicación, inmigración, producción de sentidos.*

PALAVRAS INICIAIS

Barcelona é uma cidade de trânsitos e fluxos, de todos os tipos de trabalho, de todas as técnicas, de todas as etnias e nacionalidades, de modernidades e tradições, de incluídos e excluídos, de belezas e rudezas. Barcelona pertence à região da Catalúnia, na Espanha, conhecida por agregar imigrantes do mundo inteiro, tais como, Adão, Adriana, Clóvis, Denis, Helena, Edílson, Julieta, Mário, Norma e Rosângela¹, brasileiros, que lá chegaram em busca de novos horizontes.

Se a Espanha, em seu processo histórico, possui marcas fortes de emigração, o contexto atual demonstra que também é um País de imigração. Os dados do Informe Estadístico de la Poblacion Extranjera a Barcelona², de janeiro de 2005, demonstram que há 230.942 imigrantes somente na cidade de Barcelona. Destes, 99.482 são da América do Sul, dentre os quais 4.688 são brasileiros.

Em Barcelona, realizei uma pesquisa com imigrantes brasileiros que possuem experiências como telespectadores no Brasil e na Espanha³. Procurei explorar uma amostra plural (social e cultural), com o objetivo de identificar experiências interculturais e usos das mídias; programas televisivos aos quais assistem e relação de gostos. Entrevistei dez pessoas, situadas entre um ano e meio a quatorze anos de estada em Barcelona.

CIDADÃOS E

M TRÂNSITO

Adão, Adriana, Clóvis, Denis, Helena, Edílson, Julieta, Mário, Norma e Rosângela são pessoas que imigraram não só pelas dificuldades encontradas na esfera do trabalho (instabilidade no emprego, baixos salários, desemprego, impossibilidade de se manter com a atividade que gostaria de exercer, por exemplo: a música), mas também pelas medidas governamentais, mais especificamente, pelas adotadas pelo curto

governo de Fernando Collor de Melo, e, ainda, movidos pelo sonho de morar e estudar no exterior e/ou de ganhar dinheiro.

Imigrar é abrir mão do enraizamento, necessidade humana tão importante e desconhecida, mas fortemente sentida pelos sujeitos sociais que imigram. Simone Weil (1979:347) entende que o “ser humano tem uma raiz por sua participação real, ativa e natural na existência de uma coletividade que conserva vivos certos tesouros do passado e certos pressentimentos do futuro”. Participação natural fundamentada no lugar do nascimento, no ambiente de origem.

É possível observar que o espaço-tempo da vida familiar e afetiva tem peso na formação humana (Milton Santos, 2004). Os entrevistados, ao se expressarem, denotam a falta da família, dos amigos, do cotidiano e do ambiente familiar, sentimentos que se ampliam para a dimensão do país de origem. Sem exceção, eles assinalam a falta que sentem do “povo brasileiro”, “do calor humano que, no Brasil, tem”, “das portas do coração, da casa e da alma, todas abertas”. Em seus sentimentos e em suas (re)formulações, manifesta-se o sentido de povo (brasileiro) cordial, já ensejado por Sérgio B. de Holanda (1973).

Desenraizados e no novo lugar – aqui entendido, a partir do assinalado pelo geógrafo brasileiro Milton Santos (2004), como o intermédio entre o mundo e o indivíduo, assim, cada lugar é, a sua maneira, o mundo –, são unânimes em relatar as dificuldades enfrentadas, nos primeiros tempos, com as diferenças culturais, com a língua, com o acesso ao trabalho e à moradia. Para os que foram buscar trabalho, há a inviabilidade de exercerem a função desempenhada no Brasil, a necessidade de se submeterem à realização de tarefas antes não-desempenhadas (trabalhos em restaurantes e bares como garçom/garçonete, ajudante de cozinha e cozinheira, como faxineira, camareira e recepcionista) e a impossibilidade de viajar para visitar a família no Brasil, em virtude de não possuírem residência na Espanha.

Imigrar é deparar-se com uma outra cultura que, nos primeiros tempos, assombra, oprime e parece intangível. Para os que conseguem ultrapassar o período de estranhamento, angústia e dificuldade, como é o caso dos entrevistados, os ânimos vão se compondo com projetos para o futuro, experimentando possibilidades no entorno vivido e desenvolvendo interações com o lugar e as pessoas. Tais interações se configuram numa articulação de estratégias de negociação e associação.

Negociam sentidos uma vez que mesclam valores e costumes do lugar de origem com os do novo lugar. Na oralidade, há visibilidade da “hibridação”. Ao português, mescla-se o espanhol. Aos diversos temperos e aromas do lugar, mesclam-se sabores e costumes brasileiros.

Eles reorganizam suas identidades culturais, articulando estratégias de associação, tornadas visíveis por meio da constituição da Associação Amigos do Brasil – neste espaço, eles cantam, dançam, assistem a filmes brasileiros e organizam bloco de carnaval; dos encontros dominicais e festivos entre brasileiros; das trocas de informações sobre o Brasil e dos CDs de músicas brasileiras; da busca por beber e comer em quiosques, bares e restaurantes brasileiros; da constituição de família entre brasileiros – dos dez entrevistados, quatro casaram-se em Barcelona; da colaboração que prestam para auxiliar outros imigrantes brasileiros que chegam, ou manifestam necessidades.

Em seus relatos, não há pura assimilação, tampouco perda de traços culturais. Eles carregam costumes, ritmos, linguagens, sentimentos pelos quais foram marcados no percurso da vida e os reelaboram nos trânsitos do novo lugar. Com o passar dos anos, não mais se sentiram em casa aqueles que puderam retornar ao Brasil para visitar os familiares. Todavia, o sentimento de pertencimento é o de ser brasileiro.

A imigração está revestida pela dor individual e a exclusão social, mas é necessário dizer que o cotidiano e a vida destes imigrantes se enriquecem de novas dimensões. No novo mundo, eles satisfazem carências de consumo, de trabalho, de reconhecimento. Helena, que está há quatorze anos em Barcelona, narra: “Conseguí trabalho através de uma amiga brasileira. Depois, fui conhecendo pessoas e fui trabalhar na hotelaria. Trabalhava à noite na recepção, com o passar do tempo, fui mudando de posto e aumentando a responsabilidade. Atualmente, gerencio a parte de serviços gerais. Nos três primeiros anos, não tinha casa para morar. Agora digo que, economicamente, fiz muita coisa”. Denis, no Brasil, não conseguia sobreviver da profissão de músico; em Barcelona, sente-se reconhecido e atua com concertos de música brasileira.

Quase todos, após estabelecerem redes de relações no lugar e capturar confiança daqueles para quem prestam serviços, conseguiram obter melhores condições de trabalho, de salário e também acesso a bens culturais que a cidade oferece. Somente Adriana não conseguiu se estabilizar num único local de trabalho e necessita atuar em diversos locais e tarefas. Todavia, ela observa: “O que ajudei (financeiramente) minha mãe em um ano, eu não pude ajudar em dez anos de minha vida no Rio (de Janeiro)”. É preciso dizer que as conquistas ocorreram, não sem esforço, nem mesmo sem que eles se submetessem a um cotidiano de jornadas extensas, de até quatorze horas, e de pouco tempo livre.

Os estudos culturais, especialmente pela abordagem de Stuart Hall (2002), acentuam que os trânsitos migratórios e imigratórios, em grande medida acentuados pela globalização, provocam o deslocamento da identidade de cidadão, centrado em uma cultura nacional, para uma identidade de cidadão em trânsito. Nesta pesquisa, apresentam-se identidades não mais situadas no Brasil, tampouco situadas na

Espanha, mas no trânsito entre os dois países. Esses cidadãos em trânsito vivenciam a experiência que García Canclini (2003) denomina de “hibridação cultural”, ou seja, experimentam a coexistência entre a cultura de origem e a cultura do novo lugar, o que Stuart Hall (2002) designa “tradução”. Mundos transportados para outros mundos; identidades transportadas para outras fronteiras. Esses cidadãos que vivenciam a transitoriedade entre o lugar de pertencimento e o novo lugar, são cidadãos “traduzidos”. Não mais pertencem a um só mundo, mas a dois (ou mais!) mundos.

USOS DAS MÍDIAS

De fato, uma disseminação de invenções comunicacionais passa a povoar o cotidiano das pessoas: rádio, cinema, telefone, televisão, vídeo, CDs, Internet. As novas tecnologias tornaram-se um traço característico da nova fase do capitalismo, o processo de transnacionalização – a que vem se chamando de “globalização” –, inclusive como aparato ideológico legitimador. Configura-se um processo, nas palavras de Octávio Ianni (2000: 148), em que se forma e impõe, crescente e generalizadamente, o “príncipe eletrônico”, ou seja, “uma entidade nebulosa e ativa, presente e invisível, predominante e ubíqua, permeando continuamente todos os níveis da sociedade, em âmbito local, regional, nacional e mundial”.

O desenvolvimento contínuo de tecnologias e de dispositivos comunicacionais responde a uma necessidade humana. Desde os povos primitivos, o homem sempre buscou criar novos modos de relacionamento com a natureza, com o outro e com as esferas objetivas da vida, tal como faz com a alimentação e com os esforços para provê-la. Entretanto, é preciso atentar para as lógicas que presidem a informatização do mundo, para Milton

Santos (2001), a “tecnoesfera”, pois se trata de um processo de hegemonização do capital.

O cotidiano de imensos contingentes humanos está permeado pelas mídias, gerando o que Muniz Sodré (2002:24) denomina de um *ethos* midiaticizado. A noção de cultura midiática ultrapassa a concepção – fortemente enraizada no senso comum e nas teorias do campo da comunicação – de transformações tecnológicas e de produtora de mensagens. Sua dimensão dinâmica é configuradora de novos modos de interacionalidade, de novas formas de estruturação das práticas sociais. Significa dizer que a midiaticização da sociedade é um processo coletivo de produção de significados, através do qual a sociedade se comunica, reproduz-se e se transforma (MATA, 1999).

No cotidiano dos imigrantes entrevistados, separados do lugar de origem pela distância, decorrente da busca por uma vida melhor, mas estreitamente ligados aos seus laços culturais, o elo se mantém pelo sentimento, pela identidade brasileira construída, pela memória do vivido, pela saudade do que ficou e, também, se (re)constrói e fortalece pelos usos das mídias. Significa dizer que a experiência de ser cidadão em trânsito cria competências para os usos dos meios.

No contexto dos entrevistados, evidencia-se o uso generalizado do computador e da Internet – somente Adriana não possui computador no local de moradia, mas procura acessar e enviar e-mail aos familiares e aos amigos fazendo uso dos locutórios: empreendimentos difundidos na cidade de Barcelona, que dispõem de serviços de Internet e de telefonia. Esses se caracterizam como mídias que possibilitam não só “buscar coisas do dia-a-dia do Brasil e da minha cidade” (Adão), mas também tornar mais acessível o contato com parentes: “Ultimamente o computador tem uma importância enorme, porque me informo mais sobre o Brasil, mato saudades. Ele é uma peça

fundamental. Eu vejo a minha família através de um computador, converso com eles em tempo real e me sai muito mais barato” (Julieta). O que não significa dizer que não lancem mão do telefone para estabelecer contato com os familiares no Brasil.

Para Denis, que atua como músico, o seu trabalho está estreitamente ligado com o computador e com a Internet: “A minha vida é no computador”. Por meio do computador, ele estuda, organiza os repertórios musicais, elabora a publicidade de seu trabalho; e, da Internet, realiza pesquisas, identifica lançamentos de CDs, “baixa” músicas, estabelece contatos e divulga o seu trabalho. No novo lugar, Denis estrutura e consolida sua atuação profissional, lançando mão da midiática da sociedade.

O *site* da Rede Globo apresenta-se como um endereço de busca de informações sobre o cotidiano, sobre economia, notícias, receitas culinárias, programas veiculados na mídia televisiva e sobre a vida de personagens midiáticos.

Em relação à mídia impressa, eles relatam que há redução do consumo de revistas, todavia há aumento do consumo de jornais, facultado pela dinâmica da cidade de Barcelona, que midiática diversos espaços sociais e disponibiliza acesso a jornais. Nos metrô e nos trens, há os jornais gratuitos – Què!; Metro Directe; 20 Minutos –, nos bares e nos restaurantes – em geral, El País e La Vanguardia.

Escutar música brasileira no tempo livre e nos deslocamentos da casa a outros espaços urbanos é uma atividade frequente. Embora o consumo, as trocas entre amigos, a aquisição nas viagens para o Brasil sejam, predominantemente, de música brasileira, há também aquisição de CDs de cantores e de grupos musicais de outros países, inclusive da Espanha. Nos relatos de Adão, Adriana e Rosângela, apresentam-se reconfigurações de concepções e gostos sobre música,

a partir da experiência da imigração. No Brasil, há cantores e ritmos que eles não consumiam. As palavras de Adão elucidam: “Mas quando você vem para cá começa a ver as coisas de um outro ponto de vista, que toda a manifestação de cultura é válida, cada um tem um nível (...). No Brasil, você tem tanta música, tanta variedade, que se vê um pouco atordoado. E aqui você não tem isso. Então, você acaba vendo que têm outras coisas legais que não é só tchar: música de corno, pagodeiro, bicheiro. Elas também têm sua harmonia, têm seu valor, têm que ter seu espaço. E, infelizmente, você vai se dar conta disso aqui, o valor do patriotismo”.

As pesquisas no campo da comunicação têm demonstrado que, no âmbito das mídias em geral, sobressai a televisão, dada a centralidade que assume em termos de poder econômico, de usos e de *produção de sentidos* no cotidiano das sociedades contemporâneas. Ela tem se traduzido como um meio de entretenimento, informação e publicidade presente no cotidiano de indivíduos e coletividades em todo o mundo. Para o contexto dos entrevistados, a televisão também é um veículo de socialização, de reconhecimento da cultura e dos espaços do novo lugar e, marcadamente, de aprendizado do idioma, especialmente nos primeiros tempos. Eles revelam a importância da televisão como uma via para aprender e exercitar a fala, numa cidade que os desafia com a demanda de aprendizado não de uma, mas de duas línguas: o espanhol e o catalão.

Para Helena, no princípio, a televisão servia como um recurso para assimilar a língua. Após quatorze anos em Barcelona, com a assinatura da Rede Globo Internacional, a televisão torna-se um recurso para ouvir o português, para restabelecer a identidade nacional e o enraizamento nos trânsitos dos mundos vividos. “A televisão me dá isso, de saber o que passa no país. Os novos acontecimentos. Eu passei muito

tempo aqui, 12 anos que eu não sabia nada do Brasil. Quando saiu a Globo e eu tive oportunidade de colocar aqui, daí que eu me interei do que estava passando dentro do País. E isso para mim é muito importante, é como se estivesse, nesse horário, dentro do País. É um pedacinho do Brasil dentro da tua casa. Então, eu me sinto em casa um pouco, digamos assim”.

Na experiência de Helena, também há reconfiguração de concepções sobre a programação da Rede Globo. Ela passou a assistir a programas que, no Brasil, se recusava a assistir. Dentre eles, alguns ela grava, quando impossibilitada de vê-los.

Com a programação da TV espanhola, sem exceção, os entrevistados não estabelecem vínculos de reconhecimentos; ao contrário, de recusa. Esta se manifesta também em menores tempos de consumo televisivo se comparado ao que consumiam no Brasil. Conforme relatam, eles não estabeleceram pactos de sentido com algum canal ou programa definido. Procuram assistir aos noticiários, a alguns filmes, a alguns programas de humor e a *talk show*. As críticas centram-se na excessiva repetição da programação, no decorrer do dia e das semanas em torno dos mesmos temas; na excessiva presença, do que na Espanha denominam de Imprensa Rosa ou Programas do Coração, que versam sobre a vida privada de pessoas do cenário social e midiático espanhol; nos prolongados tempos com publicidade (em geral blocos de quinze minutos); na presença de programas que visibilizam o sexo. Já, nos canais públicos da Espanha (TVE1 e TVE2) e nos canais da Catalúnia (TV3 e BTV), eles consideram que há documentários históricos e culturais e programas de debates e informações para os cidadãos e com os quais se identificam.

Para relatar o que consumiam da TV brasileira, ora mencionavam programas – Jornal Nacional, Jornal da Globo, Globo Repórter, Globo Rural, Fantástico,

Super Cine, Faustão, Vídeo Show, Sem Censura, Telenovelas –, ora nomes de apresentadores – Boris Casói, Jô Soares, Marília Gabriela, Serginho Groisman, Silvio Santos –, basicamente em torno da Rede Globo. Na lembrança de muitos, a recepção televisiva tinha o sabor de um encontro familiar.

As significações em torno da TV brasileira dizem respeito à dinamicidade, aos “programas inteligentes”, à perfeição técnica em termos de imagem e áudio, à “imaginação grandiosa para fazer propagandas”, às tramas das telenovelas e à identificação com os conteúdos. Isso não significa dizer que não haja críticas especialmente dirigidas à rede hegemônica, ou seja, à Rede Globo – “manipuladora”, “descarta os velhos e os feios para ficar com os novos e os bonitos”, “corrida a todo custo para o que dá ibope”, “perda de espontaneidade no jornalismo”.

As significações, os pactos, as recusas, as críticas e os usos da oferta televisiva brasileira e espanhola são forjadas pelos entrevistados por meio das competências engendradas no consumo, tanto de uma, quanto de outra, e das “mediações” sociais, históricas e culturais que marcam suas vidas (Martín-Barbero, 2001). Tais competências e “mediações” atuam como matrizes configuradoras das produções de sentido.

A luz do exposto, é possível dizer que esses imigrantes, no cotidiano em trânsito, vão se apropriando da “tecnoesfera” e dando a esta novos contornos. As mídias se traduzem para eles como vias de reestruturação das experiências e práticas, de restabelecimento da identidade nacional e do enraizamento, de aprendizado intercultural, de socialização e ferramenta de trabalho.

O pensamento crítico sobre os usos, desenvolvido por Michel de Certeau (1988), traduzido pelas invenções que, no cotidiano, se insinuam, nesta pesquisa encontra acolhida. Os cidadãos em trânsito

demonstram que as práticas sociais vão muito além da adesão, da reprodução, da instrumentalização dos produtos gerados pela “tecnoesfera”. Provavelmente porque a produção de sentido não se dá de uma forma linear – do produtor para o consumidor –, mas por meio de uma “combinatória de operações” em que, seguramente, a experiência cultural e social conta muito. No horizonte desta pesquisa, cidade, imigrante e mídia enlaçam sentidos.

NOTAS

- (1) Os nomes foram trocados por outros para preservar a identidade dos entrevistados.
- (2) Disponível em: www.bcn.es/estadistica.
- (3) Pesquisa oportunizada pelo doutorado sanduíche, financiado pela CAPES, e realizado no Laboratório de Pesquisa MIGRACOM, da Universidade Autônoma de Barcelona (Espanha), no período de janeiro a junho de 2005.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- CERTEAU, Michel. *A invenção do cotidiano: artes de fazer*. V.1. Petrópolis: Vozes, 1988.
- GARCÍA CANCLINI, Néstor. *Culturas Híbridas: estratégias para sair e entrar na modernidade*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2003.
- HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 2002.
- HOLANDA, Sérgio B. de. *Raízes do Brasil*. Rio de Janeiro: José Olímpio, 1973.
- IANI, Otávio. *Enigmas da modernidade-mundo*. Rio de Janeiro: Ed. Civilização Brasileira, 2000.
- MATA, M. C. De la cultura massiva à la cultura midiática. *Diálogos*. Lima: FELAFCS, 1999. p.80-91.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Dos meios às mediações*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2001.

SANTOS, Millton. *A natureza do espaço*. Técnica e tempo, razão e emoção. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2004.

SODRÉ, Muniz. *Antropológica do espelho*: uma teoria da comunicação linear e em rede. Petrópolis: Vozes, 2002.

WEIL, Simone. *A condição operária e outros estudos sobre a opressão*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1979.

* **Elizara Carolina Marin** é docente do CEFD, UFSM, RS, Brasil; mestre em Estudos do Lazer, CEF, UNICAMP, Campinas, SP; doutoranda em Ciências da Comunicação, UNISINOS, São Leopoldo, RS; e membro integrante do grupo de pesquisa Processocom e do Projeto Acadêmico Interuniversitário de Cooperação Internacional Brasil-Espanha sobre mídias, migrações e interculturalidade.