

# A (re)territorialização midiaticizada por migrantes uruguaiois<sup>1</sup>

Pedro Russi-Duarte<sup>2</sup>

O trabalho focaliza a (re)territorialização de migrantes uruguaiois estabelecidos ou em circulação no sul do Brasil – RS, cenário do Mercosul, através da dinamização (consumo) de produtos midiáticos brasileiros emitidos no Uruguai. A (re)territorialização como representações que ampliam o patrimônio cultural e simbólico, a partir das apropriações dos meios, como mediadoras e ressignificando sentidos coletivos, individuais e culturais – sociedade complexa. Instâncias midiáticas constituintes de relocalização pela necessidade do indivíduo de sondar, reconhecer, entender o cenário no qual se encontra (ou para o qual vai emigrar). Os produtos midiáticos brasileiros são dinamizados pelos migrantes uruguaiois, i.e., re-configurados na materialidade pelo uso. Assim, acentua-se o conhecimento e elaboração imaginária atualizando o novo espaço social-público. Dessa forma, elabora-se a representação dos fatos e o indivíduo se (re)territorializa numa “outra” realidade e atualidade social, provocando os tensionamentos à desterritorialização.

**Palavras-chave:** comunicação midiática, (re)territorialização midiática, migração.

*The (re)territorialization mediated by Uruguayan migrants.* This work focuses on the (re)territorialization of Uruguayan migrants, settled or circulating around the South of Brazil – RS, Mercosur area, observing the dynamic (consumption) of Brazilian media products published in Uruguay. The (re)territorialization as representations allowing the expansion of cultural and symbolic patrimony, by the media appropriations, as mediators and re-signifying collective, individual and cultural senses – complex society. This media instances represents the re-localization by the individual needing to understand, to recognize the scenario in which one is (or one is going to migrate). The Brazilian media products are re-configured on the usage for the knowledge and imaginary elaboration, in order to update the new social-public space. Therefore, the representation of facts is elaborated and the individual (re)territorializes itself in “another” reality and social present time causing tensions to the desterritorialization.

**Key words:** media communication, (re)territorialization, migration.

*El trabajo focaliza la (re)territorialización de migrantes uruguayos establecidos o en circulación en el Sur de Brasil – RS, escenario MERCOSUR, a través de la dinámica (consumo) de productos midiáticos brasileiros emitidos en Uruguay. La (re)territorialización como representaciones que amplían el patrimonio cultural y simbólico, a partir de las apropiaciones de los medios, como mediadoras y re-significando sentidos colectivos, individuales y culturales – sociedad compleja. Instancias midiáticas que constituyen la re-localización por la necesidad del individuo de sondear, reconocer, entender el escenario en el cual se encuentra (o va a emigrar). Los productos midiáticos brasileiros son dinamizados, i.e., re-configurados en la materialidad por el uso. Así, se destaca el conocimiento y la elaboración imaginaria actualizando el nuevo espacio social-público. De esa manera, se elabora la representación de los hechos y el individuo se (re)territorializa en “otra” realidad y actualidad social provocando las tensiones a la desterritorialización.*

**Palabras clave:** comunicación midiática, (re)territorialización midiática, migración.

<sup>1</sup> Esse texto retoma e revisa as discussões levantadas em diferentes Grupos de Trabalho científicos da área – COMPÓS; ALAIC; INTERCOM – apresentado e discutindo resultados-avanços da tese de doutorado “A diáspora uruguaia nas interações comunicacionais e midiáticas de migrantes no sul do Brasil” (2005); Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da UNISINOS – Rs – Brasil, autoria de Pedro Russi Duarte sob orientação da Prof. Dra. Denise Cogo. Também se retomam as discussões dos textos: Russi-Duarte (2002, 2005a, 2005b, 2005c, 2007) e Russi-Duarte e Cogo (2006).

<sup>2</sup> Professor na Graduação e Pós-Graduação da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília – UnB. Doutor em Ciências da Comunicação pela Unisinos. E-mail: pedrorussi@unb.br / pedrorussi@gmail.com.

## Eixos conceituais - a modo de introdução

Esse trabalho fundamenta-se nos resultados de uma pesquisa de doutorado, que tem como foco o entendimento dos processos midiáticos e comunicacionais de um grupo de imigrantes uruguaios<sup>3</sup>, estabelecidos ou em circulação no sul do Brasil – Rio Grande do Sul, contexto do Mercosul. Tais processos são entendidos como dinâmicas que configuram e atualizam as matrizes culturais dessa experiência, redefinem a matriz da diáspora uruguaia e a constituição do ser uruguaio-migrante na atualidade. Nesse cenário, destacam-se as instâncias midiáticas e comunicacionais estabelecidas por meio da materialidade das dinâmicas, dos usos dos meios (impressos, TV, Internet<sup>4</sup>...) e a interação com grupos de familiares, amigos, redes de imigrantes e entidades de apoio às migrações.

Vale destacar que por matrizes culturais entendemos as dinâmicas resultantes da manutenção, articulação, entrelaçamento, combinações, tensões e (re)desenhos de repertórios e experiências ligadas, neste caso, no processo midiático. Estudar as matrizes culturais não significa acrescentar ou introduzir um tema no espaço da cultura, mas focalizar o *lugar* onde se articulam os sentidos e processos de interação através da dinamização dos produtos midiáticos na sociedade, incidindo nas representações individuais e coletivas. Nessa perspectiva, a pesquisa assume, como um dos eixos prioritários, o ato de compreender e flagrar as experiências simbólicas de confronto e de gestão, por parte dos sujeitos migrantes<sup>5</sup>, de uma tessitura de matrizes culturais que possibilitam abarcar, nas instâncias de apropriação midiática, o imaginário das culturas migrantes em suas dimensões de projeção, retrospectiva e atualidade.

No caso dos imigrantes uruguaios estudados, as narrativas fundacionais se revelam como matrizes (estruturas) do imaginário das culturas uruguaias implicadas, constituindo, na ótica de Foucault, uma arquitetura na

formação e ação discursiva que dá estrutura à experiência e identidade dos imigrantes entrevistados.

As entrevistas apresentam as experiências que são analisadas criticamente (momento crítico), isso quer dizer que tais experiências não são entendidas no sentido de que o mundo fala ao pesquisador, o que anularia o processo científico da pesquisa. O momento analítico torna-se científico pelo controle epistemológico que se divide, aqui, em dois eixos. O primeiro alberga a vigilância epistemológica (*bachelardianamente* falando) e as reflexões metodológicas, rompendo os obstáculos epistêmicos para sair da experiência como verdade-mundo (“a migração é assim porque eu a vivi dessa forma”). O segundo, o conhecimento desenhado e construído (saber) pela pesquisa.

Neste artigo, busco avançar no segundo dos eixos com base no que é a pesquisa científica, permitindo diferenciar entre a memória, como experiência-testemunho, e a busca de um conhecimento por parte do pesquisador. Este movimento é permitido (não automaticamente) pelo movimento da vigilância epistemológica. Dessa forma, entende-se o presente sociocultural mediante a dinamização de operadores midiáticos, que permitem o reconhecimento do *outro* cultural. As entrevistas possibilitam compreender a atualidade por meio da provocação da memória, analisada criticamente na pesquisa. Do contrário, só se ficaria nas narrativas (testemunhos de um determinado acontecimento) dos fatos, aquém do estudo científico proposto que desafia epistemologicamente e estabelece distinções entre a biografia/biógrafo e a pesquisa sobre a midiática na experiência migratória.

Ao recompormos, analiticamente, os resíduos que reconfiguram as ações discursivas presentes nas interações com os meios de comunicação, no cotidiano desses imigrantes, torna-se possível entender não somente como os imigrantes uruguaios chegam ao Brasil, mas como, também, o Brasil chega aos uruguaios. As matrizes focalizadas empiricamente em nossa pesquisa colaboram para a definição de uma outra matriz ou *macromatriz* – a da diáspora – que nos informa que (para além de nascer uruguaio) sair/migrar (imaginária ou corporalmente) é parte

<sup>3</sup> Foram entrevistados 12 migrantes uruguaios – histórias de vida – além de participar das reuniões do grupo “La Redota”. A dinâmica migratória pesquisada foi o *fluxo* Uruguai à Brasil articulada em três movimentos: (1) uruguaios que estão morando no Rio Grande do Sul (experiência situada no presente); (2) uruguaios que retornaram ao Uruguai após migrarem ao Brasil (migração de retorno como experiência registrada na memória); (3) uruguaios que desejam/manifestam desejo de migrar para o Brasil (experiência no “projeto de vida”).

<sup>4</sup> A distinção entre comunicacional e midiático proposta aqui não implica desconsiderar a perspectiva comunicacional que atravessa o uso dos meios de comunicação.

<sup>5</sup> No contexto da pesquisa, entende-se mais apropriado *migração* do que imigração ou emigração, porque esse conceito abarca ambas as mobilidades humanas.

hoje da configuração da identidade uruguaia que, em grande medida, se constrói na diáspora.

No caso específico da sociedade uruguaia, a *matriz da diáspora* – do Uruguai como país de emigração – constrói-se na intersecção de itinerários do sistema histórico/educativo/narrativo uruguaio; materializando-se nos currículos educativos e nas narrativas cotidianas, que repassam a memória da nação desde a fundação da Pátria, quando a independência foi ditada de fora, passando pelo exílio político, relacionado sobretudo à ditadura, até o êxodo voluntário traduzido nas migrações intensificadas nas últimas décadas – final do século XX e início do século XXI. Essa *matriz da diáspora* assume valor e é, ainda, (re)atualizada pelos indivíduos que migram e têm sucesso nessa experiência, sustentando, conseqüentemente, os mitos fundadores da nação (Uruguai) e da nacionalidade (uruguaia) e pautando os laços e interações dos migrantes com as culturas e sociedades receptoras de imigração.

Embora o sentido etimológico da palavra diáspora esteja ligado aos antigos termos gregos “*dia*” (através, por meio de) e “*speirō*” (dispersão, disseminar ou dispersar) (Cashmore, 2000); entende-se o processo de diáspora não como exclusivo das migrações, mas para além do ato de saída e deslocamento físico, de um local passível de quantificação espacial e temporal, que deva implicar a existência de um ponto zero, inicial, de movimento; ou seja, um lugar de origem. A diáspora abrange representações mutáveis que constantemente estão oferecendo uma “coerência imaginária” a um conjunto de identidades dinâmicas (Hall in Cashmore, 2000)<sup>6</sup>.

Para entender a migração contemporânea, um dos eixos conceituais configuradores da nossa pesquisa, como dinâmica configurada pelos sujeitos que a efetivam esse movimento, entende-se conveniente uma primeira instância, que advém da reflexão entretida por Bauman (2003), a do *fim da era Espaço* como físico-territorial relacionada à nação-limite, no âmbito do qual especialmente as instituições e os aparatos oficiais fixam o tripé território/local/lugar. Assim, o autor refere-se à “extraterritorialidade do poder e à substituição do engajamento territorial pela mobilidade”, sendo essa

extraterritorialidade um fator de luta estratégica pelo poder. Poder corporal e concreto que um “determinado” indivíduo encena ao tensionar os limites, fronteiras e territórios, tornando mais complexo (esse poder) imbrica-lo com a (re)territorialização midiática.

Partindo dessa perspectiva, podemos dizer que o indivíduo (des)marca a significação estática do local/território ao desarticular o concreto e coletivo de forma individual. Isso permite pensar a contraposição enunciada por Bauman entre o *espaço dos fluxos*, entendido como velocidade de movimento, onde as fronteiras são permeáveis e permeadas, forçando o reduto da significação territorial e simbólica fixa, e o *espaço dos lugares*, como espaços de fixação em que as fronteiras não são entendidas como lugares de interação, mas sim de afastamento. A porosidade da fronteira, como espaços dos fluxos, estaria, assim, em contraposição à fronteira vedada; as fronteiras porosas são pensadas, assim, como espaços que se abrem através das apropriações dos produtos midiáticos por parte dos indivíduos.

Levando em conta tal cenário quero discutir a (re)territorialização – desse grupo de imigrantes<sup>7</sup> – por meio da observação das dinâmicas de consumo dos produtos midiáticos brasileiros, e entender tal processo na desterritorialização configurada/proposta pelos dispositivos midiáticos. Isto é, há uma desterritorialização que (re)territorializa através do consumo midiático.

No que tange às *dinamizações*, refiro-me aos usos e apropriações (consumo) midiáticas sabendo que são polissêmicas e, portanto, não todo o mundo se refere ao mesmo significado para denominar a dinamização cultural comunicacional. O significado não é universal, e isso me leva a esclarecer o que estou querendo expressar (*dinamizações*) como usos e apropriações situando-os na cotidianidade, articulando-os com os referenciais teóricos. Entendo os usos e apropriações como sociocomunicativos, no sentido que vinculam os meios de comunicação com a sociedade e seus processos de sociabilidade.

Para compreender o processo baseio-me nas *histórias de vida*, no marco da história oral, que permitiram provocar na memória dos entrevistados a busca de resíduos das experiências midiáticas relacionadas à (re)territorialização.

<sup>6</sup> A matriz-conceito diáspora tem sido relacionada historicamente à experiência judaica, conotando freqüentemente sentidos negativos associados a deslocamentos forçados, vitimação, perda e alienação. Sentidos que, aliás, acabaram sendo transpostos para populações ou grupos étnicos como armênios e africanos.

<sup>7</sup> No marco dessas redes, que foram favorecendo a localização e contato com os sujeitos pesquisados, considere, ainda, para a definição da amostra, o cruzamento de variáveis como classe social, nível educativo e motivo da imigração, convergindo para o que a antropóloga Guber denomina de “amostras de oportunidade”, tipo não probabilístico pela plataforma a auto-seleção dos informantes-entrevistados (Guber, 2004).

O processo metódico esteve orientado por quatro<sup>8</sup> tópicos em diferentes encontros e modalidades de entrevistas (não é pertinente agora avançar nisso)<sup>9</sup>, mas neste texto retomo (a seguir) um dos tópicos das entrevistas que é gerador deste texto:

*No Comunicacional/midiático articulam-se, especificamente, às instâncias entendidas como materialidade midiática, isto é, a relação entre o indivíduo e os diferentes dispositivos midiáticos em termos de consumo, apropriações e dinamização. Isso, recuperando as marcas de apropriação midiática da biografia do sujeito, no processo de (re)territorialização, revigorando e redesenhando as matrizes de leitura das estranhezas e familiaridades do outro.*

No que diz respeito à *desterritorialização* e *(re)territorialização*, compreendo-as articuladas aos processos midiáticos e, neste trabalho, ambas relacionadas em dois domínios de tensão-articulação: o midiático e o político – compreendo várias possibilidades para entender a interação entre uma e outra dinâmica *territorial*. Tais domínios contêm na sua natureza, o conflito de: (a) *desterritorialização* midiática, como representações que ampliam o patrimônio cultural e simbólico; (b) a *(re)territorialização* midiática, dinâmica a partir da qual o sujeito apreende, reconhece, entende, conceitua o cenário *de lá* para *(re)localizar-se*; (c) *territorialização* política, na qual os indivíduos não podem entrar e trabalhar livremente nos países desejados como “projeto de vida” – limitados por processos burocrático-custosos exemplificados na frase “não é para todo o mundo”. Nesse *modo de ser mundo*, os blocos político-econômicos (EUA/UE/Mercosul) apresentam “ontologias” para um *ser e dever ser* migrante, uma coletivização na questão da “ilegalidade versus legalidade”,

*probablemente soy el más novel acá, hace casi 4 meses que estoy acá en Brasil, vivo en Campo Bom en la casa*

*de un amigo que está acá presente, soy marcenero y bueno por supuesto indocumentado con todos los problemas que tienen lo inmigrantes en cualquier parte del mundo y esperando que algún día podamos tener otra ley de extranjería* (Entrevistado integrante de um grupo de migrantes de uruguaios em Porto Alegre)<sup>10</sup>.

*con la ley actual solamente se pueden radicar en el Brasil los casados con brasileiros, o los que tienen hijos brasileiros o los que traen 200 mil dólares o casos muy especiales como el caso de los científicos o los inventores, fuera de esas categorías no se puede documentar nadie, entre los cuales estoy yo y entre miles* (uruguaio no Brasil).

Tais tópicos são articulados, neste trabalho, a partir dos processos midiáticos (dinamização do consumo midiático). É necessário compreender tais movimentos numa situação de forças, uma que empurra o sujeito fora do país de origem e, outra, que atrai para um novo destino. Esse entendimento ajuda a perceber como a apropriação e a dinâmica do midiático localiza (situa de uma outra forma) o indivíduo no social-público do novo destino. A saída do país de origem pode não ser concretizada porém vivenciar o outro país, isto é “viver fundamentado”, mantendo práticas midiáticas vinculadas aos processos culturais e simbólicos do Brasil – considerando a pesquisa aqui exposta.

A *(re)territorialização* é vivida por meio do consumo midiático; este como mediador de um novo sentido sobre os aspectos culturais, simbólicos e de identidade – interações com os meios (interações midiáticas) na busca de *(re)territorialização*. Instâncias comunicacionais midiáticas constituintes dos processos de localização na necessidade do indivíduo (emigrante) de sondar, reconhecer, entender o cenário no qual se encontra ou vai emigrar. Posso entender, nesse sentido, a transformação midiática da cultura cotidiana, pois a relevância (dos meios) não se encontra na cultura-conteúdo que difundem, porém “en el cambio cultural que ellos catalizan y potencian: ese que conecta las nuevas difusas condiciones del saber [...]

<sup>8</sup> (1) *Familiar*: contexto geral do sujeito, inter-relações entre as diferentes formas e modos de construção das estruturas culturais, sociais, etc, e recuperação da memória do coletivo através das individualidades; (2) *Vivências*: no âmbito mais específico do sujeito, na vivência/experiência antes-durante-depois do processo migratório; (3) *Comunicacional*, busca das materialidades não midiáticas nas redes e interações dos sujeitos, identificação das redes de migrantes, matrizes do *outro*, desenhadas a partir das inter-relações entre os imigrantes que não façam referência a uma materialidade midiática; (4) *Comunicacional-midiático*.

<sup>9</sup> As histórias de vida (midiática) foram complementadas com a observação de eventos e lugares de interação dos entrevistados, dentre os quais a VII Romaria do Imigrante (Sarandi, RS, 2002), a Festa das Nações (Porto Alegre, 2002) e a Festa do Imigrante na Igreja da Pompéia (Porto Alegre, 2002), dia do Imigrante (Uruguay, Montevidéu, 2004), Visitas na “casa do imigrante” (Montevidéu, 2003-2004) e com pesquisa sobre as migrações de uruguaios em documentos como jornais impressos brasileiros e uruguaios, folhetos produzidos pela Pastoral do Imigrante em Porto Alegre, etc.

<sup>10</sup> Vou manter a forma de expressão idiomática dos entrevistados, i.e., em *espaguês* (espanhol + português).

con las nuevas maneras de ver/narrar” (Martín-Barbero, 1994, p. 163), fato entendido como processo de midiaticização.

Os produtos midiáticos são dinamizados como instrumentos de sondagem (constituídos e reconfigurados pela materialidade do uso) para o conhecimento do novo espaço social e público. Tais meios atuam como fornecedores, através do consumo, de imagens de vida coletiva a possibilitar e permitir compartilhar inúmeras temáticas e problemas desse novo cenário social de destino. Por meio dessas dinâmicas, que estruturam informações colhidas e pensadas (processadas), o indivíduo descobre uma “outra” realidade social elaborando, dessa forma, representações dos fatos.

Isso pensado com base em teorias que consideram a sociedade em processo de estruturação, determinada por diferentes discussões e instrumentos de representação, neste caso os meios de comunicação (seus produtos) apropriados-consumidos pelos indivíduos. Dessa forma, são desenhadas imagens da vida coletiva que, ao dizer de Anderson (1997), permitem compartilhar diversas temáticas e experiências com e do outro.

A migração é experiência intrínseca à condição humana e não pode, hoje, ser pensada fora do cenário midiático, que apresenta e oferece, ao mesmo tempo, representações sobre os deslocamentos humanos e as suas conseqüências; assim como amplifica o cultural e simbólico do outro “lado dos muros” protetores das sociedades desenvolvidas. Aliás, a migração passa a ser discutida amplamente<sup>11</sup> quando explode como fenômeno “atual” sócio/político/econômico-cultural, sendo amplificado e dramatizado pelos diversos meios de comunicação.

O sujeito (*re*)*dinamiza* o cenário em um processo que pode ser entendido como de *tradução* que, pelas *confrontações* culturais, se articula a um ato de interpretação; levando em consideração, com Hall, que etimologicamente *tradução* advém do latim, significando “transferir, transportar entre fronteiras” (Hall, 2003, p. 89). Através de mecanismos que articulam os componentes de significação das interações com os meios de comunicação e as diversas situações (históricas, culturais, étnicas, gênero, políticas, classe, idade...), recriando formas de relacionar o outro; isto é, “la habilidad para negociar los significados culturales y ejecutar las conductas comunicativas apropiadamente eficaces que reconocen las múltiples identidades de los interactuantes en un entorno específico” (Rodrigo Alsina, 1999, p. 163). Essas relações são configuradas como acontecimentos de

ações simbólicas (*ser* no contexto de um outro) e ações físicas (*estar* no contexto do outro); e é a intervenção em uma realidade cultural partindo de uma outra realidade cultural.

Compreender tais movimentos depende da formulação e entendimento teórico epistemológico do pesquisador sobre os meios de comunicação e a sociedade. Aceitar livremente, sem questionar o fato da determinação midiática, é recuar do interesse e propor o desaparecimento do problema. Tal *desproblematização* tem sem dúvida uma quantidade diversa de motivos. Alguns dizem respeito ao poder (“*empoderamento*”) outorgado aos meios (quando não “*auto-empoderamento*”), e apresentado como inquestionável. Daí que, pensar a (*re*)*territorialização*, no sentido aqui proposto, é problematizar (atitude de *não desproblematizar*) o meio como mediador, *mediatizador* dos processos simbólicos culturais. Entender a (*re*)*territorialização* é tensionar o que se pretende como absoluto e determinado só midiaticamente, para sabê-lo na dinâmica social.

Nesse cenário, o eixo epistemológico demarca o espaço da análise e discussão proposta, como pressuposto para pensar a dinâmica do consumo dos meios de comunicação no cenário de um grupo de migrantes. As apropriações (dinâmicas de consumo) e o que fazer com tais informações são entendidas/explicadas/analizadas na pesquisa, a partir de um quadro referencial e explicativo (histórias de vida, o prospectivo/durante/retrospectivo na experiência de emigração), que evidencia a relação dos usuários (migrantes uruguaios entrevistados) com os diferentes meios por eles assinalados, enquanto fenômeno social. Isto é, a experiência ampliada por dispositivos midiáticos.

## Processos analíticos

Com base nos três domínios mencionados nos parágrafos anteriores, vou discorrer especificamente sobre os primeiros, a *desterritorialização midiática* e a (*re*)*territorialização midiática*, embora entenda as implicações com o terceiro (a territorialização política). E, nessa perspectiva, apresenta-se a necessidade de distinguir os processos comunicacionais interpessoais dos midiáticos.

No marco do discurso midiático, seria o que Verón chama de “operadores semânticos”, pois “reemplazan

<sup>11</sup> Por citar um exemplo, a *migração* foi o tema central da “Cumbre Iberoamericana”, ano 2006 – Montevidéu, Uruguai.

interpretaciones que no se explicitan y análisis que no se formulan [...]” (Verón, 1997, p. 11). Os meios como estrutura e lógica de produção vão apresentar as inter-relações nas lógicas e processos que os caracterizam como dispositivo midiático<sup>12</sup>. As distinções entre condições reais e condições representacionais no campo discursivo tornam-se mais tênues e complexas (Cogo, 2002a, 2002b). Os diferentes meios de comunicação tornaram-se lugares onde se elaboram, negociam e difundem discursos, valores que atuam como operadores nos processos socioculturais. A interação é determinada desde o ambiente midiático, portanto, articulando suas formas de compreender e prender as interações entre o individual e coletivo. Institucionaliza-se o processo, porque as gramáticas que permitem a troca simbólica, que se pode considerar “antropológica”, não surgem do espaço do improvisado, e sim do estipulado, medido no esqueleto midiático.

O enunciador midiático ocupa uma ordem institucional, na qual está habilitado a expressar determinados operadores, de determinada maneira, e que lhe interdita falar de outras maneiras, que o obriga a falar ou a calar (Rodrigues, 1996). Portanto, os lugares dentre os quais se propõe o midiático são atravessados por operadores que os identificam e caracterizam como tal. Assim, determinados elementos operacionalizados pelos meios de comunicação “entram” no espaço social “não-midiático”. Tal complexidade acarreta a necessidade de entender o midiático e o interpessoal como a encruzilhada entre dimensões de interação dos processos comunicacionais.

Interações onde o reconhecimento se dá a partir da impressão<sup>13</sup> do outro (tradução que *eu* faço para poder ler e entender o *outro*), a partir da qual os sujeitos se apresentam diante do que temem ou esperam (Martín-Barbero, 2003), e são lidos – interpretar o coletivo. Dentro do próprio sujeito, há identidades contraditórias se deslocando em diferentes direções. E, diante da multiplicidade de sistemas de significação e representação midiática cultural, o sujeito é confrontado por uma quantidade de identidades possíveis com as quais pode identificar-se (Hall, 2003).

*Personajes conocidos...? Xuxa, cuando tenía el programa en Argentina, no sabía que seguía con el*

*programa todavía. Bueno, conozco a Ronaldinho por las noticias, el fútbol, es el más conocido. [...] Noticias de Brasil, por los informativos que pasan en el cable, los de Uruguay [...] imágenes de las favelas, del peligro de Rio de Janeiro, de São Paulo y de Bahía. [...] Brasil tiene perspectivas de mejorar, la figura de Lula me parece que puede realizar esas mejoras, creo que eso también me motiva a probar suerte en Brasil (Entrevista uma semana antes de viajar para Florianópolis).*

*la forma en que yo había recibido esa cultura era este.. a través de sonido verdad? O sea todo lo que me entró de la cultura gaúcha fue a través de los sonidos, cassette, radio... básicamente eso. [...] Me envió un CD, Marengo canta Noel Guarani, nativista, y después me envió una selección de música de conjuntos de Santa Catarina. [...] la página do gaúcho<sup>14</sup> es un referente para mí porque yo puedo bajar Es como dice Roberto Coen, una enciclopedia gaúcha on-line. Bajo expresiones [...] para estar en contacto con los grupos (uruguaio no Uruguaí).*

Se os processos comunicacionais das interações podem ser entendidos como de *tradução* do indivíduo, cabe então entender que as ações dessas inter-relações põem em jogo os laços sociais entre as identidades. Compreender os laços, não como meramente instrumentais, porém de natureza comunicativa, “na função constitutiva que a comunicação desempenha na estrutura do processo cultural, [...] as culturas vivem enquanto se comunicam umas com as outras e esse comunicar-se comporta um denso e arriscado intercâmbio de símbolos e sentidos” (Martín-Barbero, 2003, p. 68). Portanto, a identidade do coletivo não é dada, está em permanente fluxo-construção pelos movimentos de introspecção e *extrospecção*. A primeira é uma mirada do próprio sujeito sobre si mesmo (individual ou coletivo), a outra implica uma visão do contexto mais afastado (do outro). Ambas convivem no e pelo conflito. É nessa dinâmica e negociação de *(re)territorialização* que entendo como o Brasil *chega* aos uruguaiois.

<sup>12</sup> Não me refiro aos produtos midiáticos, ou determinados suportes, senão ao midiático no sentido de *bios* (midiático) como trabalha Sodré (2002). Em uma outra dimensão, maior e mais abrangente do conceito, não no quantitativo e sim no sentido qualitativo.

<sup>13</sup> Entendida aqui como: (1) Ato ou efeito de imprimir(-se); (2) Encontro ou contato de um corpo com outro; (3) Marca ou sinal deixado pela pressão de um corpo sobre outro; (4) Estado físico ou psicológico resultante da atuação de elementos ou situações exteriores sobre os órgãos dos sentidos, por intermédio deles ou sobre o corpo ou sobre a mente; sensação (Ferreira, 2005).

<sup>14</sup> A *Página do Gaúcho*, página destinada às tradições gaúchas e nativismo. A página é intitulada como “O MAIOR site sobre a cultura GAÚCHA na internet” (*A Página do Gaúcho*, 2004).

Veja-se que do Uruguai é mantida a ligação com o Brasil através de produtos midiáticos que chegam via TV por assinatura, por exemplo. Nesse item, percebem-se operadores de como, no Uruguai, o Brasil vai sendo reconhecido e falado por uma cultura midiática configurada por telenovelas, cinema, notícia em jornais, qualidade nos produtos e padrão técnico. Esse reconhecimento é plataforma para um outro, de forma inversa, sobre Uruguai. A experiência de (re)territorialização é constantemente por intermédio das telenovelas e telejornais.

*En mi casa se asiste, Globo, Bandeirante y SBT; es muy difícil que yo pegue un argentino. Primeramente porque a nivel televisivo no tiene nada que ver, a nivel televisivo. [...] generalmente en mi casa veo más que nada jornal, jornal da Band, escucho mucho Boris Casoi, lógicamente la Globo, en línea general, específicamente a mí jornal, vamos a decir la palabra Jornal Nacional es Globo. Pero, vamos a decir Jornal Nacional en líneas generales y después deportes lógicamente que es el hilo... y después de tanto en tanto... veo evidentemente algún tipo de programa pero no me paro mucho en la televisión, para ver mi programa. O sea cierto tipo de programa. Seguro, mis chicos, mi mujer, esto y lo otro, novelas esto y lo otro, generalmente Rede Globo porque y a nivel novela Brasil. [...] no hay comparación, es muy difícil que vos encontrés una televisión mejor que la brasilera en la parte de novelas, el propio Jornal Nacional, tú colocas la CNN y más o menos están parejos (uruguaio que retornou ao Uruguai).*

Tal experiência refere-se ao que venho apontando como (re)territorialização diante da desterritorialização, quer dizer o coletivo configurado nesse espaço, que surge por meio da apropriação dos produtos dos meios de comunicação brasileiros. Posso perceber que, além da constante recepção, existe um seguimento no que diz respeito ao processo dos produtos midiáticos brasileiros como telenovelas, por exemplo. A expectativa de novas criações estabelece laços de novidades exportadas ao país vizinho, e tais exportações vão configurar uma forma de elaborar – imaginar – o Brasil, de experimentar, sem sair das fronteiras, uma forma de vida do sujeito brasileiro; imaginários que se reconstroem pelas apropriações midiáticas.

*Seguro que hay unas menos que otras, hoy por hoy, me han hablado mucho 'do clone', que les encantó. Vos imaginate que cada vez son mejores las novelas en Brasil y más, si vos ves hoy 'Celebridades', 'Mujeres apasionadas' es otra cosa [nenhuma das telenovelas mencionadas estava sendo transmitida no Uruguai quando foi realizada a entrevista]. Vos imaginate que ellos aquí están viendo cosas que de repente es nuevo para ellos, para nosotros no es tan nuevo (uruguaio que retornou ao Uruguai).*

*sí, me encantó, "Terra Nostra" me encantó, no me gustó "Terra Esperanza" no me ligué con ella. Me gustó, inclusive lo analizamos con mis alumnos, toda la influencia de la inmigración italiana, en la formación de la sociedad en São Paulo, el nacimiento de la clase media trabajadora, o sea, todo el tema de elaboración de la... de la abolición da escravidão, este, lo vimos eh... lo rescatamos para estudiar, a mí me pareció una muy buena realización (uruguaia no Uruguai).*

O social-público (Brasil) é reconstruído a partir dos produtos midiáticos, a telenovela passa operar elementos para a compreensão de uma determinada situação não ficcional – poder-se-ia falar de narrativas que viajam. A discussão torna-se interessante ao perceber que a imprensa uruguaia, também “se preocupa” com esse imaginário e estrutura de uma nação brasileira por meio dessa dimensão produtiva nos parâmetros de qualidade.

*Termina "Terra Nostra"<sup>15</sup> El capítulo final de la exitosa telenovela brasileña será emitido esta noche por Teleocho, reservando todavía algunas sorpresas para Giuliana y Matheu. Tormento de amor. El drama de los inmigrantes que venían a sustituir a los esclavos. Capítulo final de la exitosa telenovela brasileña (El País, 2000).*

*Buscando la América. La televisión brasileña rinde su homenaje a los inmigrantes que llegaron buscando una nueva vida. Otra importante súper producción de la Globo desembarcará en las pantallas [...]. Escrita por Benedito Ruy Barbosa, Terra Nostra narra la historia de dos jóvenes italianos que a fines del siglo XIX parten, con sus familias, desde el puerto de Génova hacia Brasil (El País, 2001).*

<sup>15</sup> No ano em que foi transmitida a telenovela “Terra Nostra” no Uruguai, houve o maior fluxo de emigração de uruguaios. Mas, o meio impresso realizou o que denominei “um resgate patriótico antidiáspórico”, silenciar os fatos.

Os meios, que não só atribuem a amplificação e visibilidade aos fatos, propõem modos próprios de fazer existir esse cotidiano: “pela sua ação ritualista e cotidiana, as mídias vão, não só anunciando a noção de realidade, mas convertendo-se, elas mesmas, como lugar pelo qual a realidade não só passa por elas, mas também se faz nelas” (Fausto Neto, 1999, p. 20). E se configura em um marco referencial que elabora as matrizes a partir das lógicas (midiáticas).

O midiático – considerando o problema de estabelecer divisões claras entre o midiático e não-midiático (uma e outra interação) – atua como plataforma para o não-midiático, embora o fato midiaticizado se torne significativo e ganhe sentido para a construção do coletivo, quando confrontado ao cotidiano concreto, acolá dos meios de comunicação.

*Estoy trabajando digamos en lo que tiene que ver digamos con la divulgación, hago difusión de música del sur de Brasil, específicamente música gaúcha, folclore riograndense, algo de catarinense, por ahí hemos mechado también alguna cosita de Matogrosso, algún estilo gaúcho pantanero que sabemos que Matogrosso recibe mucha inmigración también este...riograndense (uruguaio no Uruguai).*

Há (re)territorialização não no momento em que aparece a música, mas muito antes porque se configura uma matriz de interação que permite os relacionamentos posteriores; o gosto musical é uma matriz que permite a midiaticização do relacionamento. Há operadores fundacionais de um *eu/outro* que vão ao encontro dos vários tempos históricos. Nesses rituais de desterritorialização, redesenha-se uma outra geografia em contraponto, a (re)territorialização que transforma o *outro* em *nós*. Tais contrapontos, atravessamentos midiáticos, demarcam novos laços coletivos que reestruturam a díade conhecido-estranho.

Atravessamentos concretos e simbólicos que dialogam com o coletivo “positivo” de ser Europa, a partir das notícias, músicas, das telenovelas brasileiras também resgatadas pelos meios de comunicação uruguaio. Veja-se, na fala de um dos entrevistados, uma (re)territorialização dos diante da situação de estarem “perdidos” e em um lugar errado.

*En los libros de principios de siglo – libros con que se formaron maestros que hasta la década del 50 daban clases – hablaban del Uruguay como un país, un pedazo de Europa que por error estaba acá en América Latina. Que no teníamos nada que ver con el resto de*

*Latinoamérica. [...] Que se había perdido un pedazo de Europa y siempre las comparaciones eran en base a paisajes europeos y siempre la referencia europea y no mestiza (uruguaio no Brasil).*

Notem-se as redefinições do Uruguai e dos uruguaio, não estão nem se configuram isoladas às produzidas sobre os Brasil/brasileiros – levando em consideração aquele produto midiático, por exemplo. O Uruguai é desenhado de maneira constante, como naqueles espelhos dos labirintos que redefinem os corpos configurando sentidos diferentes a eles, conforme o caminhante se desloca entre os espelhos. Por meio de ações complexas, transportam, através dos interstícios individuais e coletivos, os bens-culturais que, articulados pelas intervenções midiáticas, reestruturam e dão significado ao vivido.

*Cuando viajo para Uruguay, en los lugares que voy, en casi todos los lugares que voy, todos tienen TV a cable y no se si es la casualidad de que uno llega y es por eso pero miran TV y brasileña. Eso es gracioso, porque yo digo, ¿por qué eso, no?, además mucho está centrado en la venta también de las novelas Brasileñas al uruguayo (uruguaio no Brasil).*

A desterritorialização proposta pelo cenário midiático, permite o reencontro, a localização de elementos de representação veiculando o entendimento do coletivo quando os uruguaio (entrevistados) retomam os produtos midiáticos como matriz para desenhar os Brasil/brasileiros. As marcas de um local são midiaticamente apresentadas e dinamizadas, rearticulando-se às que já existem no cotidiano do migrante. Assistir um programa da Xuxa, por exemplo, vai além, expondo matrizes que se projetam para configurar um coletivo imaginário.

*Brasil, se asemeja mucho a la idiosincrasia así de la alegría del español, el español es muy divertido [...] Yo lo asimilo mucho, yo lo comparo al brasilero, el que le llega más cerca, ojo, no es igual, el que le llega más cerca al brasilero es el español (uruguaio no Uruguai).*

Desse modo, “graças a uma comunidade sonhada (assim como se ‘sonha’ ou se imagina a nação), pode-se descrever a realidade [de uma comunidade] a partir de suas potências, suas virtualidades, que redesenham as personalidades e explicitam a que está nas entrelinhas” (Sodré, 1999, p. 220). Processos midiáticos que acarretam singularidades entrecruzadas pelo movimento das matrizes culturais, fundamentando estruturas (laços) comuns de



maneira consciente e não consciente. O cotidiano é atravessado de significações atribuídas, midiaticamente, para um *eu/nós*.

Nesse sentido, os meios atuam como operadores “entre um conjunto de operadores simbólicos, sendo, aparentemente, apenas o último: porque o sentido que leva aos leitores, estes são remanejados durante sua circulação no ambiente cultural” (Mouillaud e Porto, 1997, p. 51), refazendo o acontecimento em um fluxo ininterrupto de transformações. A cultura cotidiana é transformada pela relevância midiática, não por meio da cultura/conteúdo que difunde, mas “en el cambio cultural que ellos catalizan y potencian: ese que conecta las nuevas difusas condiciones del saber [...] con las nuevas maneras de ver/narrar [...] y de ambos con los nuevos modos de estar juntos?” (Martín-Barbero, 1994, p. 163).

## A modo de considerações finais

A configuração social através dos meios de comunicação, dinâmica na qual os indivíduos inserem e compartilham valores diferentes (anteriores, atuais e das novas experiências), amplia os horizontes comunitários. Se localizam (definem novos lugares) diante da desterritorialização proposta. A instância midiática comum é compartilhada porque apresenta, no cotidiano, determinadas matrizes nas quais estão os elementos comuns de uma comunidade (coletivo) imaginada-compartilhada (Anderson, 1997). Essa comunidade é configurada na experiência midiática da desterritorialização, que possibilita a *(re)territorialização*, como sendo um vetor (um dos vetores) de integração social dos indivíduos. Isso por ser mediadores de aspectos simbólicos culturais.

Entendo com base no eixo epistemológico, mencionado inicialmente, os meios e a dinamização do sentido produzido como espaço *transcomunitário*, gerando e veiculando valores como representações entre cenários sociais entre os migrantes e o país destinatário. Isso é captado nos cotidianos compartilhados nas entrevistas, onde se percebe como as articulações/negociações se manifestam como operadores de leitura.

Veja-se que o conteúdo (programação) midiaticizado torna social o comum, compartilhando-o com o outro novo social. Assim, passa a ter sentido o comunicacional porque permite significar a prática social, com suas estratégias de interação, intervenção e assim por diante. Conforme a pesquisa proposta, compreendem-se os contatos midiáticos e a dinamização do consumo como forma de organização de laços com aquele coletivo, o brasileiro. Muitos dos traços e marcas observados nas produções midiáticas são incorporados como operadores, passando a agendar as relações por meio dessas regras enquanto atitudes, aparências e modos de pensar. Daí que os sujeitos, como produtores de sentido, articulam relações entre as lógicas midiáticas (operadores midiáticos) e a sociedade.

Os agendamentos amplificam e aprofundam tendências estruturais e, 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” (García Canclini *in* Martín-Barbero, 1994, p. 163). Quer dizer que, os meios não podem ser pensados só como meios, mas também como fins que estão participando nos modos de constituição e reconhecimento das identidades (marcas) coletivas. Diante do silêncio de produtos midiáticos e de notícias sobre Uruguai<sup>16</sup>, existe a visibilidade constante sobre o Brasil; isso nos meios referidos pelos entrevistados, reafirmando na veiculação dos produtos o *desterritorializado* e o *(re)territorializado*.

O coletivo-individual está fundamentado em e por imaginários, articulados e articuladores da experiência coletiva atuante através de distintos operadores, sejam materiais e simbólicos (institucionais, midiáticos, educativos, políticos, etc). Atravessar a fronteira remete à idéia de fluxos – mobilidade em várias dimensões – que, por sua vez, remetem ao menos a dois movimentos: de deslocamento *material* – o corpo, e *abstrato*, sem implicações espaciais necessariamente (Hannerz, 1997) – bagagens socioculturais, históricas, etc. E, nesse marco, se constituem os coletivos de identidades nas interações dos processos midiáticos, gerando modelos/modos que atuam como operadores de relacionamento; isso diz respeito às multiplicidades de práticas por intermédio das quais o sujeito sobrevive, transformando as estruturas e, por conseguinte, a(s) cultura(s) de “origem” em outra e outro cenário.

Nesta proposta de *desterritorialização* e *(re)territorialização* midiática, o *corpo com órgãos* que cruza

<sup>16</sup> Essa particularidade pode ser estendida aos outros países latino-americanos, para tomar como exemplo a vizinhança imediata.

literalmente a fronteira entende-se também na perspectiva de *um corpo sem órgãos*. Isso porque entendo e discuto a *(re)territorialização* não unicamente como física, já que é preciso entender as intervenções, aqui midiáticas, como fatores inter-atuantes para pensar o lugar. Vivenciar tais processos simbólicos de coletivização, já me configura (*sou*) migrante.

Trabalhar com um universo específico, os uruguaios que de alguma forma têm, tiveram, e terão uma relação com o Brasil, permite captar melhor a *desterritorialização e (re)territorialização*; situações nas quais a migração não é meramente deslocamento físico. Daí a possibilidade de avançar na análise da configuração midiática do Brasil, não como estranho e sim como um compartilhar de matrizes de *(re)territorialização* diante da proposta midiática de *desterritorialização*. As diferentes ofertas midiáticas não são simples amostras, já que propõem interações que se iniciam também pelas apropriações a partir do consumo.

Cabe recordar a centralidade da temática na comunicacional. As vivências e memórias aqui analisadas conformam *arenas* de múltiplas direções, paradoxos discursivos, de acentuação e diferenças migratórias que se encontram. Através dessas vivências que se configuram os fluxos e contrafluxos, exigindo análises críticas para entendê-los como espaços e dinâmicas de midiaticização. Assim, os sujeitos elaboram, negociam e difundem sentidos e valores propondo, na relação *euàoutro*, os próprios modos de entender o novo. As interações se apresentam por diferentes e complexos entremeados das dinâmicas de apropriação como forças que projetam matrizes de leituras. Através das análises desenhadas resgato o cotidiano que existe na *(re)territorialização*.

Enfim, buscou-se refletir e problematizar, a partir dos processos midiáticos, a idéia de uma única dinâmica midiática (*desterritorialização*). Para isso, analisei a dinamização do consumo (por parte de um grupo de uruguaios que estão/estiveram/estarão no Brasil) como *(re)territorialização*. Daí a inquietação de discutir o comunicacional localizando o foco, neste texto, sobre o *mediático* da experiência Uruguai/Brasil; e, assim, entender os entrecruzamentos e dinamizações das apropriações midiáticas, que passa por buscar as interações nas quais, indivíduos e os meios de comunicação, dinamizam o mediático reconhecendo e sondando para elaborar um coletivo de processos simbólicos que re-elaboram e reconfiguram o sentido de ser/estar/aqui/lá (*passim*)<sup>17</sup>.

## Referências

- ANDERSON, B. 1997. *Comunidades imaginadas - reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo*. 1ª ed., México, Fondo Cultura Económica, 160 p.
- BAUMAN, Z. 2003. Resíduos modernos das nações. *Folha de São Paulo*. Caderno Mais! São Paulo, outubro, n° 614.
- CASHMORE, E. 2000. *Dicionário de relações étnicas e raciais*. 1ª ed., São Paulo, Summus, 600 p.
- COGO, D. 2002a. *Mídia, migrações e interculturalidade*. São Leopoldo, PPGCOM-Unisinos/CNPq/Fapergs (relatório de pesquisa), 260 p.
- COGO, D. 2002b. Multiculturalismo e mídia impressa: narrativas sobre os 500 anos de descobrimento do Brasil. In: Colóquio Pan-americano. Indústrias culturais e o diálogo das civilizações das Américas, Montreal, abril 2002, 17 p.
- EL PAÍS. 2001. Acessado em: 16/10/2001, disponível em: [www.elpais.com.uy](http://www.elpais.com.uy). Ano 84, N° 28806.
- EL PAÍS. 2000. Acessado em: 21/09/2000, disponível em: [http://200.40.43.213/buscador/2001/07%20julio/010705/novedades\\_1.html](http://200.40.43.213/buscador/2001/07%20julio/010705/novedades_1.html).
- FAUSTO NETO, A. 1999. *Comunicação e mídia impressa. Estudo sobre a AIDS*. 1ª ed., São Paulo, Hacker Editores, 164 p.
- FERREIRA, A. B. de H. 2005. *Aurélio - Dicionário de Língua Portuguesa*. [CD-ROM].
- GUBER, R. 2004. *El salvaje metropolitano. Reconstrucción del conocimiento social en el trabajo de campo*. Buenos Aires, Paidós, 328 p.
- HALL, S. 2003. *A identidade cultural na pós-modernidade*. 7ª ed., Rio de Janeiro, DP&A, 102 p.
- HANNERZ, U. 1997. Fluxos, fronteiras, híbridos: palavras-chave da antropologia transnacional. *Maná*, 3(1):7-39.
- MARTIN-BARBERO, J. 2003. Globalização comunicacional e transformação cultural. In: D. de MORAES, *Por uma outra comunicação. Mídia, mundialização e poder*. 1ª ed., Rio de Janeiro, Record, p. 57-86
- MARTIN-BARBERO, J. 1994. Mediaciones urbanas y nuevos escenarios de comunicación. In: L.R. BELTRAN (org.), *Comunicación y espacios culturales en América Latina*. Cátedra de la UNESCO de Comunicación Social, p.151-165.
- MOUILLAUD, M.e PORTO, S.D. (Orgs.) 1997. *O jornal. Da forma ao sentido*. 2ª ed., Brasília, Paralelo 15, 587 p.
- PÁGINA do Gaúcho, A. 2004. Acessado em: 12/09/2004, disponível em: [www.paginadogaucha.com.br](http://www.paginadogaucha.com.br).

<sup>17</sup> Uma inquietação que se desprende da análise: como re-articulam os migrantes as matrizes de *(re)territorialização*, de um coletivo Brasil, anteriores à saída-entrada após chegarem no país destinatário?

- RODRIGO ALSINA, M. 1999. *Comunicación intercultural*. 1ª ed., Barcelona, Atrophos, 270 p.
- RODRIGUES, A. 1996. *O discurso midiático*. Lisboa, mimeo, 60 p.
- RUSSI-DUARTE, P. 2002. A midiaticização como processo de construção das identidades culturais: estudo dos processos de produção de sentido – nas mídias impressas brasileira e uruguaios – das representações interculturais dos imigrantes no contexto do Mercosul. *In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*, XXV, Salvador, 2002. *Anais...*, 15 p.
- RUSSI-DUARTE, P. 2005a. *A diáspora uruguaia nas interações comunicacionais e midiáticas de migrantes no sul do Brasil*. São Leopoldo, RS. Tese de doutorado. UNISINOS, 315 p.
- RUSSI-DUARTE, P. 2005b. Reflexões (epistemológicas) A História Oral e Memória na pesquisa: 'O midiático e não midiático na experiência hetero-auto-experimentação no cenário das migrações contemporâneas do Mercosul – imigrantes uruguaios no sul do Brasil. *In: Encontro Catarinense de História Oral*, Joinville, 2005. *Anais...* CD-ROM, 17p.
- RUSSI-DUARTE, P. 2005c. As mediações nos processos comunicacionais da experiência de hetero-auto-experimentação no cenário das migrações contemporâneas do Mercosul – imigrantes uruguaios no sul do Brasil. *In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*, XXVIII, Rio de Janeiro, 2005. *Anais...* CD-ROM, 15 p.
- RUSSI-DUARTE, P. 2007. O consumo e dinamização do midiático como forma de (re)territorialização. *In: Encontro da COMPÓS*, XVI, Curitiba, 2007. *Anais...* CD-ROM, 16 p.
- RUSSI-DUARTE, P. e COGO, D. 2006. Migrações contemporâneas e diáspora: uma análise desde as interações comunicacionais e midiáticas de imigrantes uruguaios no sul do Brasil. *In: Encontro Latino-Americano de Pesquisadores da Comunicação*, VIII, São Leopoldo 2006. *Anais...* CD-ROM 15 p.
- SODRÉ, M. 1999. *Claros e escuros*. 1ª ed., Rio de Janeiro, Vozes, 272 p.
- SODRÉ, M. 2002. *Antropológica do espelho*. 1ª ed., Rio de Janeiro, Vozes, 270 p.
- VERÓN, E. 1997. Esquema para el analisis de la mediatización. *Diálogos de la comunicación*, 48. Acessado em 10/10/2001, disponível em [www.felafacs.org/dialogos](http://www.felafacs.org/dialogos).

Submetido em: 05/09/2007

Aceito em: 01/10/2007