

EMIGRAÇÃO E OS DIREITOS À COMUNICAÇÃO: A FUNÇÃO SOCIAL, CULTURAL E ECONÔMICA DAS RÁDIOS BOLIVIANAS DE SÃO PAULO

Danilo Borges Dias ¹

RESUMO

A presente proposta tem como objetivo demonstrar como três rádios bolivianas de São Paulo, mesmo irregulares perante a Legislação Brasileira, desenvolvem um papel na relevância social, cultural e econômica para o universo dos migrantes andinos radicados no mercado de confecção e costura da Capital Paulista. As conclusões às quais chegamos são de que o papel das rádios nas comunidades é variado, atuando na produção de sentidos diversos para os participantes das realidades bolivianas, mas que independente de quais sejam esses sentidos, elas representam a voz de pessoas que não encontram espaço nas mídias convencionais para as suas reivindicações, interesses, sejam eles quais forem, e no auxílio ao enfrentamento da vida no exterior, possibilitando o espaço de discussão acerca dos aspectos culturais, sociais e econômicos dos migrantes envolvidos neste contexto.

Palavras-chave: Mídia, Migração, Direito à Comunicação, Bolivianos, São Paulo.

ABSTRACT

This proposal aims at demonstrating how three Bolivarian radios from São Paulo, despite being legally irregular, develop a socially, culturally and economically relevant role for the universe of Andean migrants working on the apparel industry of São Paulo. We concluded that the radios role in the communities is varied, and they act in producing diverse senses for the participants in the Bolivarian realities. However, whatever those senses, they represent the voice of the people who do not find space in the conventional media for their claims, interests, and in the aid of facing a life abroad, enabling the space for discussion about cultural, social and economic aspects of the migrants involved in this context.

Keywords: Media, Migration, Communication Right, Bolivians, São Paulo.

¹ Professor na Universidade Católica de Brasília, Gestor do Projeto SER+. Email: daniloborges79@gmail.com.

Silva (2005) afirma que a presença boliviana no Brasil, mais especificamente em São Paulo, não é um fenômeno que teve início nos últimos 20 anos, como afirma o senso comum na capital paulista.² O início da década de 1960 marca, de fato, o início dos primeiros fluxos de bolivianos a deslocarem-se para o Brasil de forma massiva (SILVA, 2005; BONASSI, 2000; ROMMANELI e MEZZATO, 2007). Foi nessa época que estudantes universitários da Bolívia escolhiam instituições de Ensino Superior do Brasil para fazer especializações, ou estudar em algum outro nível acadêmico, com a “intenção de ampliar suas condições laborais e culturais” (BONASSI, 2000, p. 76).

Na década em questão, o processo migratório apresentou características peculiares que o diferenciava substancialmente das décadas anteriores. A baixa especialização da mão-de-obra, a destinação laboral quase que exclusivamente para o mercado de confecção e costura, e a alta rotatividade dos trabalhadores bolivianos no ramo em questão foram alguns dos traços marcantes desse novo momento da imigração boliviana para São Paulo (SILVA, 2005. p.66). Jovens de ambos os sexos, solteiros, com média ou, mais comumente, baixa escolaridade, oriundos do interior das principais regiões orientais da Bolívia (La Paz e Cochabamba)³, principalmente sem domínio da língua portuguesa e, em muitos casos, tendo como língua materna o quéchua ou aymará, investiram no sonho de vir para o Brasil atraídos pelas promessas e/ou propagandas de parentes, amigos ou desconhecidos que já haviam feito o

² Tal afirmação de Silva é perceptível em conversas com donos de bares, comerciantes, e com a população geral que divide espaços físicos com os bolivianos em Bairros tradicionais da capital paulista como o Bom Retiro, Canindé e Brás. Ou seja, para maioria das pessoas que vivem ou transitam por estes bairros, a imigração boliviana em São Paulo começou nos anos de 1990.

³ Há pessoas provenientes de outros Departamentos como Oruro, Potosí, Santa Cruz, Beni, Pando, Chuquisaca e Tarija (Pastoral do Migrante, 2007 p.34). Um fato importante é destacado por Silva quando afirma que os imigrantes bolivianos tentam esconder o seu lugar de nascimento, informando, muitas vezes quando são indagados acerca disso, que nasceram nas capitais que compõem os principais centros urbanos da Bolívia. A explicação usada pelo autor é de que tal prática é comumente adotada para que se esconda sua identificação como camponês, que está estritamente ligada à identidade indígena, a qual é carregada de preconceitos tanto na Bolívia quanto no Brasil (SILVA, 1997 p. 89).

mesmo caminho acerca dos bons salários possíveis de ser ganhos e da nova perspectiva de vida em São Paulo (ROMANELLI e MEZZATO, 2007)⁴. Já nesse aspecto, podemos expor o ponto de vista de nossos ouvintes acerca do que pensam sobre o papel da rádio que ouvem na questão migratória.

Em uma breve sondagem acerca das rádios bolivianas de São Paulo é possível ouvir falar na existência de mais de dez nomes dessa mídia atuando, ou que atuaram, em bairros como Brás, Canindé e Bom Retiro. Entre ativas e inativas, em diversas sintonias e frequências, nomes diversos formam um leque amplo da rádio dentro da coletividade boliviana radicada na capital paulista. No entanto, em uma observação mais cautelosa, toda essa aparente diversidade é constituída, na verdade, de “nomes fantasia” utilizados pelos radialistas para reiniciar suas atividades logo após o fechamento e a apreensão dos equipamentos e até de radialistas pelas autoridades competentes, pois perante a Legislação Brasileira de Telecomunicações, as rádios bolivianas de São Paulo caracterizam-se como piratas ou clandestinas. Para fins metodológicos, dividiremos o cenário das rádios em três emissoras principais e substituiremos os seus nomes por números, com a intenção de preservar os seus anonimatos a pedido dos seus realizadores.

A Rádio Número 1 começou suas atividades em 1994, inicialmente com um nome diferente do que a consagrou e que utiliza até hoje. Ela foi formada por um grupo de oito bolivianos (sete homens e uma mulher) que haviam chegado da Bolívia naquela mesma época. Dois destes jovens já tinham alguma experiência com rádio e com a vida acadêmica quando ainda estavam na Bolívia,

⁴ Esse contato, ainda hoje, é comumente feito, como foi dito, por um parente ou conhecido que já está no Brasil há mais tempo e decide buscar novos trabalhadores para a produção e confecção de peças em São Paulo. Tal intermediação pode, ainda, ser realizada por um coreano ou um brasileiro que vai até a Bolívia para buscar novas pessoas. Nesse momento, as relações entre empregador e futuro empregado já começam em cidades como El Alto e, em geral, são mediadas por rádios e jornais da região, nos quais é possível encontrar, nos pontos de encontro entre esses empregadores e potenciais empregados, a oferta de vagas de trabalho em vários destinos do exterior (SILVA, 1997 p. 104). Esses pontos de encontros são, geralmente, espaços públicos como feiras e as principais avenidas de El Alto, por exemplo.

pois haviam cursado, sem concluir, Comunicação Social em universidades daquele país. Os demais participantes e fundadores da Rádio Número 1 vieram para o Brasil, assim como a maioria de seus compatriotas, sem exercer uma profissão definida, acabando por se tornarem costureiros no mercado de confecção e costura. Dessa forma, motivados pela ausência de meios de comunicação que fossem geridos e direcionados para e por eles próprios, criaram a primeira rádio para aqueles imigrantes andinos que atuavam no ramo de costura.

Estes jovens decidiram fundar uma rádio que falasse diretamente aos seus paisanos da Bolívia, uma vez que seus anseios comunicacionais não eram contemplados pelas mídias de São Paulo.⁵ Vale destaque para explicação da palavra paisano, pois é possível encontrar significados distintos a depender do contexto e do autor. No entanto, o que percebemos acerca do seu uso é que ela reforça a perspectiva da ideia de comunidade que adotamos nesse trabalho, ou seja, ela remete a um sentimento de pertencimento comum, não necessariamente a uma nacionalidade comum, sendo o paisano uma pessoa conhecida e querida com a qual se compartilham afinidades e situações próximas, como o fato de estar no exterior passando por situações similares. Voltando à questão das rádios, os equipamentos de transmissão eram trazidos diretamente da Bolívia e instalados dentro de oficinas de costura espalhadas por São Paulo. A instalação era feita por eles próprios e, dada a natureza irregular da atividade, sempre durante à noite para não levantar suspeitas por parte das autoridades e vizinhança não boliviana. É o que relata um dos fundadores da rádio em questão:

Nosotros mismos hacíamos todo. Durante el día trabajábamos en la costura y por la noche en la tarea de poner la radio al aire, para no llamar la atención (Jorge – Um dos fundadores da Radio Número 1).⁶

⁵ Por comunicação mediada entendemos aquela em que há uma mídia eletrônica presente, neste caso, a rádio.

⁶ Nós mesmos fazíamos tudo. Durante o dia trabalhávamos na costura e pela noite na tarefa de colocar a rádio no ar, para não chamar atenção. (Jorge – Um dos fundadores da Radio Número 1).

De acordo com alguns relatos, a cada vez que o local de transmissão era descoberto pelas autoridades e que toda aparelhagem era apreendida, para que as atividades das rádios voltassem ao ar era necessário ir até a Bolívia para compra de novos equipamentos, pois mesmo pagando as passagens sairia mais barato fazer essa viagem do que adquirir os equipamentos no Brasil.⁷ Após isso, o próximo passo era encontrar um novo local para montar o “estúdio” para transmissão da programação, geralmente em uma oficina de costura na região em que se desejasse que as ondas chegassem. O slogan criado pelos oito jovens bolivianos para a Rádio Número 1 era la voz boliviana de San Pablo (São Paulo)⁸. É interessante notar que neste slogan existe um elemento já salientado por Martín-Barbero (1987), no tocante à concepção de que a comunicação é um dos componentes dos processos culturais explicados a partir da lógica existente entre o emissor, o meio e o receptor. Para o autor, ao remeter-se ao popular, ele afirma que:

O popular não reside em sua autenticidade ou beleza puramente, mas em sua representatividade socio-cultural, em sua capacidade de concretizar o modo de viver das clases subalternas (baixas?), as maneiras como vivem e as estratégias através das quais filtram, reorganizam o que vem da cultura hegemônica e o integram e fundem com o que vem de sua memória histórica. (MARTÍN-BARBERO, 1987, p.87).⁹

É no sentido de reorganizar-se perante a cultura midiática dominante que as rádios

⁷ Isso reflete, entre outras coisas, como os preços no Brasil são mais caros que no país de origem desses imigrantes. Essa questão impacta, também, nos salários recebidos, fazendo desta questão um dos principais motivos da vinda de bolivianos para São Paulo.

⁸ A voz boliviana de São Paulo. Slogan criado pelos jovens.

⁹ El popular no reside en su autenticidad o belleza puramente, más en su representatividad socio-cultural, en su capacidad de concretizar el modo de vivir de las clases subalternas, las maneras como viven y las estrategias a través de las cuales filtran, reorganizan lo que viene de la cultura hegemónica y lo integran y funden con lo que vienen de su memoria histórica (MARTÍN-BARBERO, 1987, p.87)

bolivianas nasceram e, ao mapear suas grades de programação, percebemos elementos significativos para conhecer suas funções no que se refere à cultura, identidade e formação de comunidades. Fora isso, extrair os elementos dessas grades possibilitou-nos saber o que elas representam para seus ouvintes e comunidades. Ressaltamos que tal mapeamento foi realizado durante nossa estadia em São Paulo, sintonizando a frequência das rádios dia após dia, anotando horários e programas, averiguando a presença de convidados e guardando os nomes de locutores e anunciantes. Nesse momento, faremos a exposição geral da programação e traremos alguns aspectos pontuais que sinalizem suas relações com os ouvintes. Os programas e análises referentes a cultura e identidade serão analisados em seus capítulos específicos. As três propostas de programação das três rádios seguem abaixo, assim como as análises iniciais que terão continuidade durante todo o trabalho.

A Rádio Número 2 é voltada especificamente para os bolivianos, latinos de uma forma geral e evangélicos radicados em São Paulo. Os pastores são os administradores da Associação Beneficente no Bairro do Brás (conhecido como um reduto evangélico), próximo à Mooca.¹⁰ A Organização Não-Governamental fundada em 2006 com:

La finalidad de nuestra asociación es ofrecer ayuda social y capacitación técnica para nuestros hermanos que llegaron a poco tiempo desde Bolivia con cursos de portugués, informática y, principalmente, con capacitación profesional para trabajar en las oficinas de costura (Juan – Pastor Evangélico).

¹⁰ No Bairro do Brás há a Rua Coimbra, que é um dos pontos bolivianos mais intensos de toda São Paulo. A impressão que se tem ao estar lá é, de fato, a de estar na Bolívia. Trata-se de uma estreita e longa avenida onde se encontra de tudo que se refere à Bolívia: restaurantes, bares, postos telefônicos com os cartões para chamadas de longa-distância, salões de beleza e barbearias conhecidas como “peluqueras” e, também, a instituição dirigida pelo pastor evangélico ao qual nos referimos em um pequeno sobrado que se destaca pelo intenso fluxo de pessoas.

A associação criada pelos pastores conta com dois veículos de comunicação que circulam dentro de algumas comunidades bolivianas. O primeiro é o periódico impresso cujo nome, pelas questões mencionadas anteriormente, não citaremos, mas que é de comum conhecimento das pessoas envolvidas na história boliviana em São Paulo. Trata-se de uma revista/jornal com tiragem de aproximadamente 20 mil exemplares bimestrais.¹¹ O segundo meio de comunicação que a instituição gerida pelos pastores detém é, especificamente, a Rádio Número 2, que em seu nome de origem consta uma espécie de “chamado” que tiveram de que deveriam montar uma rede que apoiasse aos imigrantes bolivianos com problemas no Brasil. A comunidade evangélica latina em São Paulo é relativamente grande e os bolivianos compõem a maior parte desse público. A Rádio Número 2 ocupa-se de mesclar questões de evangelização e, em alguns casos, de entretenimento. Músicas e transmissão dos cultos são as principais atividades da rádio.

Entender a religião como um aspecto ligado a cultura e identidade é um dos desafios lançados por Hall (2006). É sob esses aspectos que pretendemos falar da proposta de rádio apresentada pela Rádio Número 2. Para o autor, a religião é um componente cultural de um povo e influencia na formação de identidades mutáveis ao longo da existência. Ela não pode ser pensada em separado de um contexto próprio e como não produtora de sentidos. Apesar de não ser a mais popular entre todos os imigrantes bolivianos que responderam ao nosso questionário, ela ocupa um lugar de destaque em uma parcela específica que somente não se tornou maioria em nossa amostra dado o fato de os questionários terem sido aplicados em diversos pontos da cidade, pois se tivéssemos feito a aplicação do instrumento somente no bairro do Brás, nas proximidades da Rua Coimbra, seguramente a Rádio Número 2 seria

¹¹ Os conteúdos trazidos por essa mídia impressa são de tom sensacionalista e impactante, com reportagens que falam de notícias diversas do mundo todo, mas tentando manter como foco o noticiário de espetáculo existente na Bolívia e no Brasil. Para se ter um exemplo, a manchete de uma das edições que conseguimos obter durante nossa estadia em São Paulo, com uma grande foto estampada na capa, era de uma menina que nasceu com duas cabeças, no interior de Oruro.

a de maior audiência. Não temos dúvidas de sua representatividade e abrangência naquela região da cidade e isso justifica entendê-la e analisá-la para melhor conhecer o que denominamos de comunidades existentes e inseridas na coletividade boliviana radicada em São Paulo. Rosa, uma boliviana radicada no Brasil há 13 anos, destaca que a Rádio Número 2:

Es la única que se ocupa de los bolivianos de São Paulo. El gobierno boliviano no hace caso de nosotros, causa de eso salimos de Bolivia, ya el gobierno brasileño tampoco. Los únicos que se ocupan de nosotros son los de la iglesia (Universal). Los pastores dan consejos y nos ayudan a arreglar empleos. Ellos son mensajeros de Dios en la tierra que nos ayudan. (Rosa – Boliviana radicada no Brasil)

É inegável a influência pentecostal na região, principalmente nas mediações da Rua Coimbra. Esse segmento é muito criticado por outros segmentos religiosos envolvidos com os movimentos migratórios em São Paulo, que acusam os evangélicos de se aproveitarem da fragilidade social de muitos imigrantes para enriquecimento próprio.

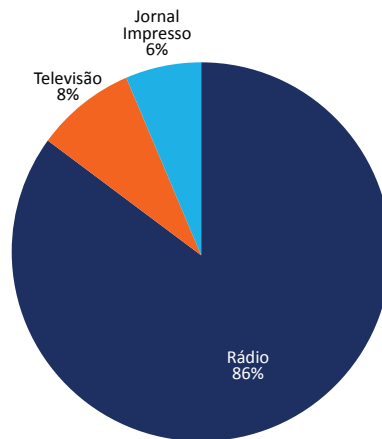
Partimos, agora, para o conhecimento e análise prévia da Rádio Número 3, que está ligada a um empresário boliviano. A história desse boliviano é uma espécie de “símbolo” para muitos imigrantes bolivianos que decidem vir para o Brasil trabalhar no mercado de confecção e costura, “alimentando” o sonho de melhorar de vida e, em alguns casos, de se fazer fortuna e consagrar o processo migratório de um dia poder voltar à terra natal de uma maneira muito diferente da que saiu. Trata-se, na verdade, de um caso que foge à regra, pois esse empresário saiu da Bolívia ainda criança, pobre e sozinho, veio para o Brasil e conseguiu tornar-se um empresário materialmente bem sucedido dentro de toda a coletividade. A Rádio Número 3 é considerada a “rádio do momento”, pois está direcionada ao jovem boliviano com suas preocupações e sonhos daquela camada específica de imigrantes que tem entre 14 e 25 anos. Ela tem uma grande adesão devido aos shows que promove, trazendo grupos consagrados na Bolívia e no Peru para tocarem

nos bailes promovidos periodicamente para a coletividade. As estratégias de divulgação desses shows são sustentadas na própria programação da Rádio, em panfletos distribuídos em pontos de concentração de bolivianos aos finais de semana e, também, nas relações não mediadas, como o “boca a boca”.¹²

1 OS MIGRANTES E O RÁDIO

Mediante a aplicação de um questionário baseado no aparato teórico de.... com questões destinado a população boliviana radicada em São Paulo, obtivemos como resultados os gráficos apresentados a seguir.

Gráfico 1: Em São Paulo, com qual dessas mídias você tem mais contato durante todo o dia?



Fonte: elaboração do autor

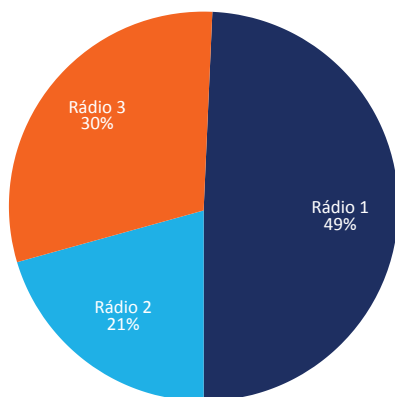
Mídia e imigração encontram-se aqui, com o embasamento teórico e com a contextualização necessária para que se faça sua relação com a identidade e a cultura dos imigrantes bolivianos. Segundo Nunes (1993), a existência do meio está intimamente condicionada à existência de um

¹² Na feira Kantutita que acontece sábado à noite na Rua Anhaia do Bom Retiro e na Praça Kantuta do Canindé são os locais onde facilmente se observa a distribuição de folders e panfletos anunciando a presença em São Paulo de mais um show para os bolivianos radicados na capital. Cremos que esses bailes são locais fecundos para os apontamentos e relações que Martín-Barbero faz aos conceitos de massivo e popular.

¹³ Merece destaque que nesta parte houve a aplicação de um questionário sequencial que foi construído com base e forma de alcance dos Objetivos Específicos.

receptor. Como suspeitávamos, o rádio aparece como o principal aporte para a comunicação que tem como base uma mídia eletrônica. Oitenta e dois ouvintes responderam “rádio”, oito responderam “Televisão” e seis responderam “Jornal Impresso”. Esses dados ainda são insuficientes para afirmação e comprovação de nossas hipóteses, pois precisamos ainda averiguar a função do rádio em relação às manifestações culturais e identitárias, mas já são indicadores de que a mídia rádio é relevante para os imigrantes bolivianos radicados no mercado de confecção e costura de São Paulo.

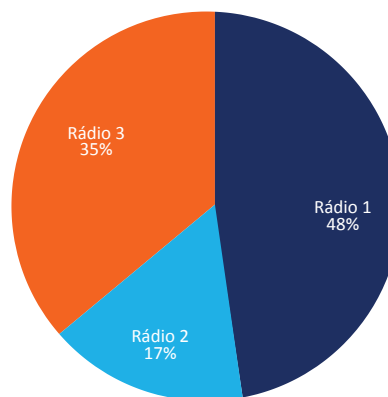
Gráfico 2: Se respondeu “rádio”, qual dessas três rádios você acompanha diariamente? Você ouve alguma das seguintes rádios?



Fonte: elaboração do autor

Especificamente, sabemos das fragilidades dessa questão, uma vez que há uma rotatividade recorrente na audiência da Rádio Número 1 e na Rádio Número 3. A primeira com 52 ouvintes e a terceira com 31 alternam-se na preferência dos ouvintes, apesar de estes afirmarem que têm preferência por uma delas de maneira mais direta. A questão é que, em algumas ocasiões, a Rádio Número 2 não vai ao ar por diferentes motivos, fazendo disso uma possível explicação para a audiência jovem também ouvir a Rádio Número 1. A Rádio Número 2 é, nesse cenário, o espaço de audiência mais bem delimitado, pois tem como foco os adeptos do neopentecostalismo, compondo o número de 22 ouvintes entrevistados em nossa pesquisa.

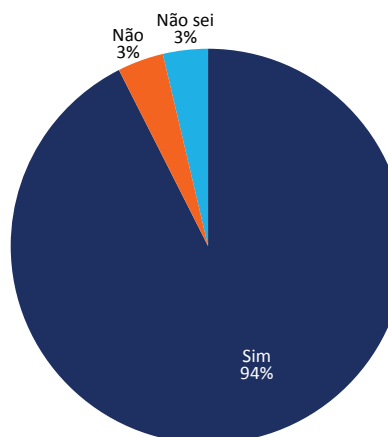
Gráfico 3: Em sua opinião, a qual destas entidades você acha que a rádio que escuta tem uma relação mais próxima?



Fonte: elaboração do autor

Apesar de nossas elucidações sobre a definição do que vem a ser coletividade e comunidade estarem focadas no campo teórico, elas também se verificam na prática, tendo o rádio como um agente mediador e potencializador dessa formação e divisão interna. A questão 29 contribui significativamente com essa afirmação, pois no momento em que uma entidade como a Pastoral ou o Consulado aproxima-se de uma rádio ou que uma rádio se aproxima de uma entidade, uma identidade pode nascer dessa ligação. Não foi o foco das análises saber onde começa esse movimento de aproximação, mas que é nele que se desenvolvem os interesses específicos por temáticas definidas que formam as comunidades nucleares de uma coletividade mais ampla e massificada pela nacionalidade.

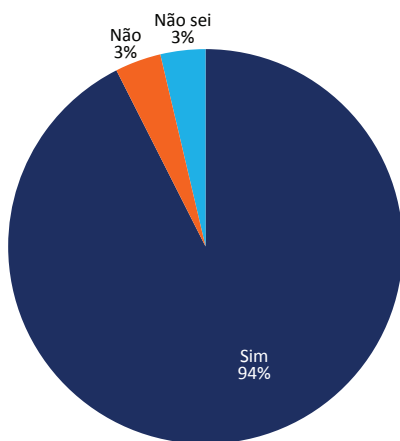
Gráfico 4: A sua rádio oferece uma programação tematizada? Ou seja, há programas especiais para os paceños, para evangélicos, por exemplo?



Fonte: elaboração do autor

Nesta questão houve maioria praticamente incontestável, que sinalizou positivamente o fato de as rádios oferecerem uma programação tematizada, “fidelizando” o ouvinte que se sente minimamente pertencente a algo que a rádio ou o programa fala. Isso é importante para nós na medida em que o nosso ouvinte revela-se a cada pergunta feita e mostra um comportamento específico que tende a confirmar o que buscamos. No entanto, há espaços para imprecisões e certa dubiedade nas respostas, pois apesar de serem percentuais muito baixos, seis por cento dos nossos entrevistados afirmaram “não” ou “não saber” se há uma programação tematizada.

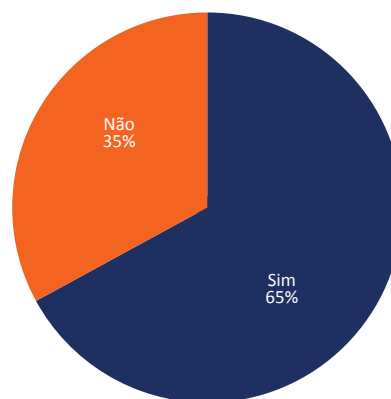
Gráfico 5: Isso é importante para você?



Fonte: elaboração do autor

Sob esse ponto de vista percebemos um desdobramento da questão anterior, referente as propostas de tematização eram importantes para a totalidade dos ouvintes entrevistados. Esses indícios são suficientes para nos fazer acreditar há segmentação das rádios a partir da intradivisão existente no que chamamos de coletividade. E podemos afirmar, com base no que vimos, que as rádios acompanham essa “divisão menor” existente dentro do mundo boliviano de São Paulo. Essa “divisão menor” pode, sim, ser pensada a partir de recortes étnicos, sendo estes entendidos tanto como traços genéticos como por afinidades sociais, como afirmam Oliveira (1976) e Castells (2003). São traços étnicos e sociais potencializadores das identidades vividas e “montadas” em São Paulo.

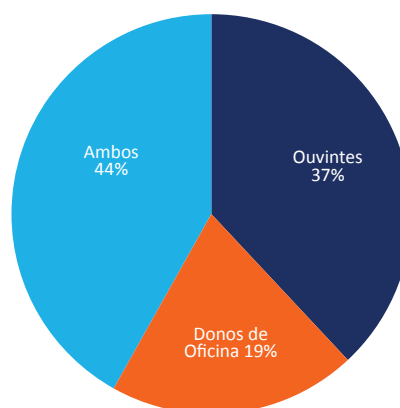
Gráfico 6: Você acha que os donos das oficinas de costura utilizam rádios de São Paulo para oferecer novos postos de trabalho para o imigrante que já está na capital?



Fonte: elaboração do autor

A princípio, o item não traz informações por si só conclusivas, não há nada de malévolo nele ou passível dessa conclusão. Mas a questão mais problemática é que ele pode servir como uma “porta de entrada” para que se examine potenciais relações entre radialistas e donos de oficinas. Na verdade, tratava-se de um ponto muito “espinhoso” quando tocávamos nele com os ouvintes e, principalmente, com os radialistas. Era algo não muito confortável de se tratar, o clima tendia a ficar tenso ao encerramento da conversa, coisa que não queríamos que acontecesse. Mesmo assim, dos 96 entrevistados, 62 afirmaram que pelo rádio é possível saber que há oferta de trabalho em outras oficinas.

Gráfico 7: Você acha que a rádio que você ouve atende mais as necessidades de quem?

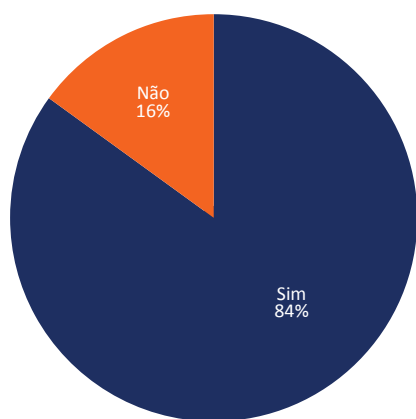


Fonte: elaboração do autor

Dos nossos 96 entrevistados, 36 sinalizaram que as preocupações das rádios eram os ouvintes;

18 manifestaram que as rádios se preocupavam mais com os donos das oficinas e 42 ouvintes disseram que as rádios preocupavam-se mais com os dois (ouvintes e donos de oficinas). Esse é um dado relevante para suposições de que existem ligações mais profundas entre radialistas e donos de oficinas.

Gráfico 8: Você trabalha no mercado de confecção e costura de São Paulo?



Fonte: elaboração do autor

Dos 96 entrevistados, 81 trabalham diretamente na costura. Os 15 restantes prestam algum tipo de trabalho ao mercado de confecção e costura que não propriamente a costura em si. Esses trabalhos são ligados a serviços, por exemplo, que faz almoço aos costureiros. Acreditamos que não há prejuízos em termos analíticos em considerar todos empregados no mercado de confecção e costura. Um fato curioso que surgiu no momento da aplicação dos questionários, exatamente quando chegávamos a questão número seis, foi a curiosidade de saber qual era a profissão desses imigrantes antes de sair da Bolívia. Apesar do nosso questionário não ter previsto essa informação, informalmente nós a fizemos sem rígida contabilização. O que podemos aferir disso, mesmo sem a sistematização necessária, é que praticamente nenhum deles era costureiro na Bolívia. No país de origem, os que já haviam trabalhado eram empregados do setor mineiro que entrou em colapso, pertencentes ao setor cocalero, uma atividade complexa pela dualidade que o cultivo da coca tem na região andina e suas repercussões no mundo, pois de um lado ela faz parte do uso cultural dos povos daquela região, por outro ela é a matéria-prima para produção de substâncias ilícitas como a cocaína. Fora isso,

o histórico das pessoas era de desemprego e, no caso dos jovens, dado o não ingresso no mercado de trabalho pela falta de idade, não possuíam uma profissão definida. Silva (2009) fala de algumas peculiaridades acerca disso, que envolvem diretamente o desenvolvimento do mercado de confecção e costura da cidade de São Paulo.

Entidades, órgãos públicos e pesquisadores do assunto defendem, quase que unanimemente, que para cada imigrante latino regular existem de dois a três irregulares. Para se ter uma noção, os dados oficiais do Consulado da Bolívia em São Paulo apontam para mais de 46.354 bolivianos regulares (Consulado da Bolívia em São Paulo, 2008).¹⁴ Dessa forma, o número pode chegar a 150.000, tornando-se de aceitação razoável entre os pesquisadores, entidades envolvidas com o tema e entre os próprios imigrantes. Quanto ao mercado de confecção e costura de São Paulo, Silva (2009) afirma que no final dos anos 1980 e durante a década de 1990 o mercado em questão passou por profundas reformas, com a intensificação e terceirização da mão-de-obra. Pochmann (2004) contribui com a temática ao afirmar que:

O número de empregos formais neste setor diminuiu drasticamente, passando de 180 mil em 1989 para 80 mil em 1999 e o mais curioso é que estes números não refletem nenhuma perda de dinamismo para o setor ou qualquer substituição de mão-de-obra por tecnologia. (POCHMANN, 2004, p. 53)

Concomitantemente a isso, proliferaram-se pela cidade de São Paulo oficinas de costura terceirizadas e subcontratadas junto as empresas de confecção de bairros como Brás e Bom Retiro, ampliando as margens do trabalho informal e empregando bolivianos indocumentados que chegavam à capital paulista. **A conjuntura das migrações de bolivianos para o Brasil, dessa forma, encaixou-se na dinâmica competitiva do mercado de confecções em São Paulo, pagando salários baixos e sem garantias sociais (SILVA, 2004).** Com relação a isso, nosso questionário aplicado aos

¹⁴ Consulado da Bolívia - Dados referentes até o mês de maio de 2008.

ouvintes buscou saber o papel das rádios na perspectiva migratória de bolivianos para o Brasil. Tratava-se, na verdade, como havíamos dito, de temas complexos para falar com ouvintes e, principalmente, radialistas.

2 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Mesmo com todos os avanços tecnológicos atingidos pela humanidade no século XXI, faz todo sentido interessar-se pelo rádio como uma mídia atual e com plenos poderes de comunicação, articulação popular, mobilização social e capilaridade comunitária. Percebemos como cultura e identidade entrelaçam-se e comportam-se em um ambiente marcado pelas migrações internacionais, como aquele em que vivem os bolivianos radicados em São Paulo. Esse foi um dos principais fatores que fez com que percebêssemos o rádio como um agente capaz, também, de contribuir na formação dos grupos menores, denominados de comunidades, dentro de um grupo maior, denominado coletividade, tendo, todos eles, tal mídia, em alguns momentos, como um elemento mediador das relações, e, em outros, como um elemento potencializador da cultura, identidade e de formação de tais comunidades.

Nas relações mediadas por tecnologias, o rádio é a que desponta como a mais eficiente no processo interativo da coletividade em questão. Ele apresenta-se, ainda, como uma mídia atual, com plenos poderes de comunicação, articulação popular, mobilização social e capilaridade comunitária. Seu controle e uso na coletividade boliviana de São Paulo, em distintas perspectivas de emissão e recepção, significam pertença, identidade(s), comunidade(s), cultura e poder.

O uso do rádio traz consigo uma ambiguidade muito grande pois, ao mesmo tempo em que é o veículo principal de comunicação mediada por parte dos bolivianos, servindo para inúmeras finalidades dentro da coletividade, trata-se também de um veículo clandestino, dada a sua situação jurídica e legal perante as autoridades responsáveis não estar resolvida. Isso torna a temática ainda mais complexa e de difícil acesso, pois pode causar desconfianças e embaraços para os envolvidos. Estes podem ser entidades e pessoas como, por exemplo, o Consulado boliviano

em São Paulo, principalmente o Cônsul, que as utiliza para comunicados de interesse geral, como a anistia, para que tal informação chegue a quem é de direito e a quem se interessa por ela. Não existe outra forma de se chegar de maneira quase que instantânea a um número tão grande de pessoas em pouco tempo.

3 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BONASSI, Margherita. **Canta, América sem fronteiras:** imigrantes latino-americanos no Brasil. São Paulo: Editora Edições Loyola, 2000.

CAGGIANO, Sérgio. **Lo que no entra em el crisol:** inmigración boliviana, comunicación intercultural y procesos identitários. Buenos Aires: Editora Prometeo, 2005.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina et al. Os Estudos Culturais. In. **Teorias da comunicação:** conceitos, escolas e tendências.. 9 ed. Petrópolis: Editora Vozes, 2001.

GARCIA-CANCLINI, Néstor. **Culturas Híbridas:** Estratégias para entrar e sair da modernidade. São Paulo: Editora Edusp, 2008.

GRIMSON, Alejandro. **Interculturalidad y comunicación.** Bogotá. Enciclopédia Latinoamericana de Sociocultura y Comunicación: Grupo Editorial Norma, 2005.

MARTÍN-BARBERO, Jesus. **Dos meios às mediações:** comunicação, cultura e hegemonia. 5 ed. Tradução Ronald Polito e Sérgio Alcides. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2008.

NUNES. Mônica Rebecca Ferrari. **O mito do rádio:** a voz e os signos de renovação periódica. São Paulo: Editora Anna Blume, 1993.

_____. **Relatos de la diferencia y la igualdad:** los bolivianos en Buenos Aires. Buenos Aires. Editora EUDEUBA, 1999.

ROMANELLI, Amanda. MEZZATO, Juliana. **Uma Bolívia em São Paulo. Depois dos italianos e japoneses, chegou a vez dos bolivianos mudarem a cara da cidade.** São Paulo: Editora UNESP, 2007.

SILVA, Sidney Antônio. **Bolivianos: a presença da cultura andina**. São Paulo: Editora Companhia Nacional do Livro, 2005.

_____. **Virgem, mãe, terra: festas e tradições bolivianas na metrópole**. São Paulo: Editora Hucitec, 2003.

_____. **Costurando sonhos: a trajetória de um grupo de imigrantes bolivianos em São Paulo**. São Paulo: Editora Paulinas, 1997.