

A ESPETACULARIZAÇÃO “NA” E “DA” FRONTEIRA E OS SEUS DESDOBRAMENTOS SOCIOTERRITORIAIS: OLHARES GEOGRÁFICOS SOBRE A FRONTEIRA BRASIL-PARAGUAI

Maria Cristina Lanza de Barros¹

Lucas Atanásio Catsossa²

RESUMO: Este artigo tem por objetivo analisar as *dinâmicas socioespaciais* que se dão em torno da fronteira Brasil-Paraguai e escolheu-se o *espetáculo* como categoria de análise para compreender a geografia que aí se produz. A reflexão apresentada neste artigo tem uma base empírica, pois é fruto de visitas realizadas, no mês de outubro/novembro de 2018, em algumas áreas limites entre estes dois países latino-americanos. Da análise feita, compreende-se que este debate é intenso e inacabado na geografia. Além disso, a discussão em torno desta temática se dá com enfoques diferenciados. Neste sentido, a *espetacularização da fronteira* e a sociedade do espetáculo são indissociáveis. A espetacularização na (e da) fronteira Brasil-Paraguai, é parte do processo da globalização, o qual impõe novos valores a sociedade. Constatou-se que, a atual globalização, contraditoriamente, produziu tanto a fronteira quanto o espetáculo, como também a sociedade do espetáculo, baseada no consumo das mercadorias. A sociedade do espetáculo se materializa na fronteira, promovendo o comércio e o consumo de mercadorias. Compreende-se, no entanto, que o espetáculo que se vive em torno da fronteira Brasil-Paraguai, é parte do processo de acumulação do capital em escala global.

PALAVRAS-CHAVE: Fronteira; Espetacularização; Consumo; Brasil; Paraguai.

SPECTACULARIZATION “IN” AND “FROM” THE BORDER AND ITS SOCIOTERRITORIAL DEVELOPMENTS: GEOGRAPHIC VIEWS ABOUT THE BRAZIL-PARAGUAY BORDER

ABSTRACT: This article aims to analyze the socio-spatial dynamics that occur around the Brazil-Paraguay border and the show was chosen as a category of analysis to understand

¹ Doutora em Geografia pela Universidade Federal da Grande Dourados (PPGG/UFGD, MS-Brasil). Professora da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS). Membro do Grupo de Pesquisa Território e Ambiente (GTA), certificado pelo CNPq. E-mail: cristina.lanza@ufms.br

² Doutor em Geografia pela Universidade Federal da Grande Dourados (PPGG/UFGD, MS-Brasil). Docente na Universidade Púnguè (UniPúnguè) – Cidade de Chimoio, Moçambique. Membro do Grupo de Pesquisa Território e Ambiente (GTA), certificado pelo CNPq. E-mail: lucascatsossauem@gmail.com

the geography that takes place there. The reflection presented in this article has an empirical basis, as it is the result of visits made, in October / November 2018, in some border areas between these two Latin American countries. From the analysis made, it is understood that this debate is intense and unfinished in geography. In addition, the discussion around this theme takes place with different approaches. In this sense, the spectacularization of the frontier and the society of the spectacle are inseparable. The spectacularization on (and from) the Brazil-Paraguay border is part of the globalization process, which imposes new values on society. It appears that the current globalization, contradictorily, produced both the frontier and the spectacle, as well as the society of the spectacle, based on the consumption of goods. The spectacle society materializes at the border, promoting trade and consumption of goods. It is understood, however, that the spectacle that lives around the Brazil-Paraguay border is part of the process of capital accumulation on a global scale.

KEY WORDS: Frontier; Spectacularization; Consumption; Brazil; Paraguay.

ESPECTACULARIZACIÓN “EN” Y “DESDE” LA FRONTERA Y SUS DESARROLLOS SOCIOTERRITORIALES: VISTAS GEOGRÁFICAS SOBRE LA FRONTERA BRASIL-PARAGUAY

RESUMEM: Este artículo tiene como objetivo analizar la dinámica socioespacial que se desarrolla en torno a la frontera Brasil-Paraguay y se eligió la muestra como una categoría de análisis para comprender la geografía que allí se desarrolla. La reflexión que se presenta en este artículo tiene una base empírica, ya que es el resultado de las visitas realizadas, en octubre/noviembre de 2018, en algunas zonas fronterizas entre estos dos países latinoamericanos. Del análisis realizado se entiende que este debate es intenso e inconcluso en geografía. Además, la discusión en torno a este tema se desarrolla con diferentes enfoques. En este sentido, la espectacularización de la frontera y la sociedad del espectáculo son inseparables. La espectacularización en (y desde) la frontera Brasil-Paraguay es parte del proceso de globalización, que impone nuevos valores a la sociedad. Parece que la globalización actual, contradictoriamente, ha producido tanto la frontera y el espectáculo, como la sociedad del espectáculo, basada en el consumo de bienes. La sociedad del espectáculo se materializa en la frontera, promoviendo el comercio y el consumo de bienes. Se entiende, sin embargo, que el espectáculo que se vive alrededor de la frontera Brasil-Paraguay es parte del proceso de acumulación de capital a escala global.

PALABRAS CLAVE: Frontera; Espectacularización; Consumo; Brasil; Paraguay.

INTRODUÇÃO

As dinâmicas que ocorrem na fronteira nem sempre são compreendidas, devido as suas complexidades e singularidades. A fronteira apresenta várias acepções no imaginário dos sujeitos, pois ela é em si, produto da sociedade e, como tal, adquire mais complexidade na medida em que várias fronteiras são produzidas cotidianamente. É nesta complexidade que surge a ideia de analisá-la sob ponto de vista do *espetáculo*¹, buscando compreensão dos desdobramentos socioterritoriais resultantes deste meio. Com a globalização, presente como um processo de radicalização da estrutura capitalista, a fronteira ganhou uma *dimensão espetacular*. Este espetáculo, porém, nem sempre é inclusivo. Ele é, por vezes, seletivo e aí reside uma de suas contradições.

Além do espetáculo em si, a globalização cria a sociedade do espetáculo, a ele indissociável. Isto causa "hipnose" nos sujeitos, levando-os à alienação pelas imagens criadas na sociedade do espetáculo, visível nas mercadorias oferecidas pelas publicidades. Desencadeia-se, assim, a sociedade de consumo que se dedicará à procura de mercadorias para compra após o atingimento de um certo ponto de alienação que se confunde com a "hipnotização"² capitalista. É a partir do consumo que a fronteira se espetaculariza.

Neste sentido, afirma-se que o *espetáculo das coisas* é, nada mais nada menos, que um processo avançado de acumulação do capital em escala global. Para compreensão das dinâmicas socioespaciais que daí surgem, a análise volta seus olhares à fronteira Brasil-Paraguai. Pesquisa de campo realizada em recorte elencado desta região, entre os dias 29 de outubro e 02 de novembro de 2018, possibilitou a visualização de complexidades embutidas na espetacularização da fronteira. Observou-se que a própria fronteira Brasil-

¹A fronteira vai se mostrando numa mega exposição de imagens estampadas em faixas e *outdoors*, onde o mundo das mercadorias se apresenta, dominando tudo que é vivido.

² Os sujeitos são seduzidos e jogados no território do capital, o mercado consumidor, na medida em que, são levados a comprar sempre esses produtos resultantes da sociedade do espetáculo.

Paraguai ganha a sua dimensão espetacular, visto que não é apenas o *espetáculo na fronteira* que se materializa, mas também o *espetáculo da fronteira*.

No período da atividade de campo, visitaram-se as fronteiras do Brasil com o Paraguai, delineando e detalhando o espetáculo das fronteiras entre Mundo Novo-MS (BR) e Salto de Guairá, localizado no Departamento de Canindeyú (PY), Foz do Iguaçu-PR (BR) e Ciudad de Leste, localizado no Departamento de Alto Paraná (PY), as quais são analisadas a seguir. No caso das cidades paraguaias visitadas, de realçar que embora se localizem no mesmo país e na mesma faixa de fronteira, a formação espacial de cada um destes locais são distintas, o que pode resultar, por exemplo, em elementos diferentes de espetacularização.

Quanto a fronteira de Ponta Porã-MS (BR) e Pedro Juan Caballero (PY), apontam-se os estudos de Goettert (2017), que abordam minuciosamente a espetacularização desta área fronteira. Estas regiões chamam a atenção devido a significativa quantidade de *outdoors* e placas comerciais de propagandas do comércio do Paraguai do lado brasileiro, avistadas no curso das estradas rodadas durante a pesquisa. O mesmo não é visto a respeito do comércio brasileiro nestas fronteiras. Assim, este estudo assenta-se sobre as questões deste espetáculo na fronteira, incentivador do consumo nos grandes centros comerciais e shoppings localizados nestas regiões, em especial, os do lado paraguaio.

FRONTEIRA: UMA CONTRIBUIÇÃO PARA A SUA COMPREENSÃO CRÍTICA

A fronteira, enquanto categoria de análise geográfica, tem ocupado espaço relevante no debate acadêmico na atualidade, é tema de discussão de diversos estudiosos, tópico notório nas ciências humanas e sociais, sobretudo, em disciplinas como a Geografia, a História, a Antropologia e a Sociologia. Na ciência geográfica, o debate sobre fronteira é intenso, conduzindo a uma série de discussões em torno de enfoques diferenciados. A questão da *espetacularização*

na fronteira é uma das exigências cotidianas a qual a Geografia busca contribuir ativamente.

Antes de rumar a este sentido, faz-se necessário conceituar a própria ideia de fronteira, que muitas vezes se confunde com a noção de limite, mas não são (e nunca foram) palavras similares ou sinônimas, embora “a noção de fronteiras adquire distintos significados no mundo contemporâneo” (ALBUQUERQUE, 2010, p. 579). A palavra fronteira está presente no cotidiano dos sujeitos. Todos os dias, as pessoas atravessam fronteiras e vivem situações de fronteiras, pois elas existem em todos os lugares. Em relação a fronteira, Albuquerque (2010) entende que:

No sentido genérico, pode ser simbolizada por barreiras e por travessias nos distintos territórios de ocupação humana e de expressão de formas de conhecimento das experiências sociais. [...]. A fronteira torna-se um conceito polissêmico, impreciso e usual, *fronteira-território* e *fronteira-metáfora*, que traduzem os limites e as passagens entre os diversos grupos sociais (ALBUQUERQUE, 2010, p. 579, *italicos do original*).

Dando continuidade com a sua explanação, o autor salienta que:

Diante de tantos significados que o termo fronteira vem adquirindo, acredito ser importante com algumas distinções históricas e heurísticas [...]. A origem do termo fronteira, esta relacionada ao universo militar, *front*, conquista territorial e estabelecimento de limites. A expressão, portanto, condensa um duplo sentido: movimento de conquista e flexidez de delimitações e demarcações das conquistas efetivadas. A divisão do mundo em Estados territoriais, no contexto da Europa moderna, contribuiu para que o termo fronteira passasse a ser reconhecido principalmente como referente aos limites políticos dos Estados nacionais. Neste processo, verificou-se a formação das fronteiras nacionais, verifica-se a importância da geografia política, do direito, das forças militares e da diplomacia da demarcação, fiscalização e produção do conhecimento [...] (ALBUQUERQUE, 2010, p. 579).

Contudo,

Estes dois sentidos consagrados do termo fronteira podem ser diferenciados por meio das suas palavras inglesas *border* e *frontier*. *Border* significa a fronteira entendida como divisao política e administrativa dos Estados territoriais. Já a palavra *Frontier* pode ser interpretada [...] a partir do movimento de ocupação da fronteira interna por parte dos agentes portadores de ideal do individualismo e da democracia. A fronteira é uma zona de transição entre a civilização e a selvagem, um território ocupado pelos pioneiros que dilatam as fronteiras da nação e veem o outro lado dessa linha movediça como espaços vazios, desertos, *wilderness*, embora existam outras formas de vida e cultura humana sendo exterminadas em nome de progresso e da civilização nacional (ALBUQUERQUE, 2010, p. 580, itálicos do original).

As fronteiras internacionais foram estabelecidas por meio de uma nova configuração política, econômica, social e cultural, surgida a partir dos séculos XV e XVI, marcando o nascimento dos “Estados-Nações” e suas conformações territoriais, nos quais os territórios passaram a ser controlados por forças de poder, gerindo os movimentos de bens e pessoas nos mesmos. Com o surgimento do modo de produção capitalista e, conseqüentemente, a produção de mercadorias, o controle dos territórios passou ao exercício de grupos de poderes políticos e econômicos delineadores dos “Estados-Nações”.

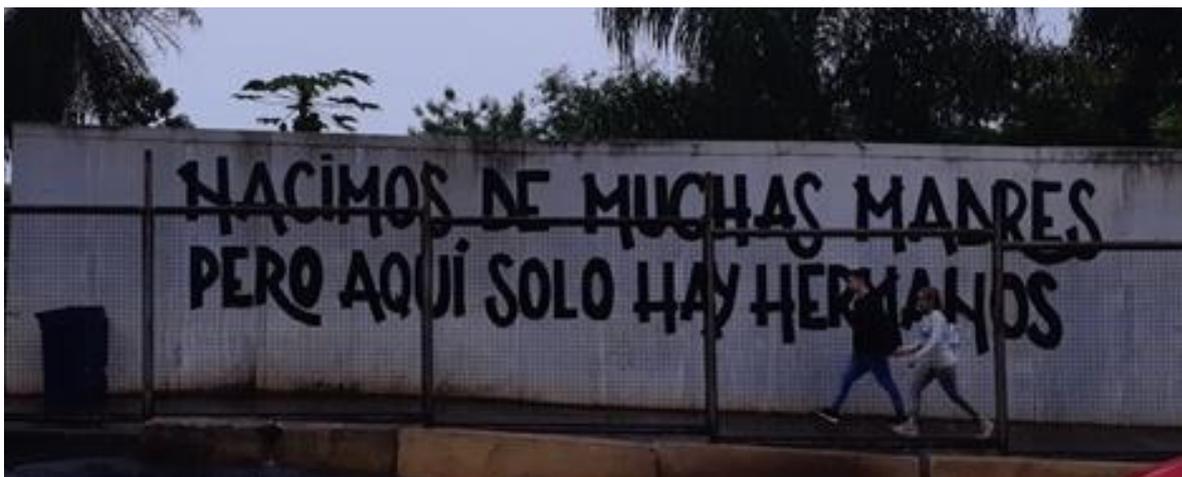
Se a formação do Estado moderno se deu através dos monopólios territorial, da força e da tributação, a formação da Nação Moderna (articulada ao Estado Moderno) se deu pela construção de “sentidos” de pertencimento baseados sobre o monopólio de uma língua, uma cultura, uma tradição e uma história – a construção da identidade nacional [...]. Tudo vira nação; tudo vira nacional [...], os Estados-Nações envolve poder e ideologia [...], asseguram a construção de uma hegemonia (e soberania) do Estado-Nação sobre o território Nacional. É a partir disto que entendemos melhor o papel das fronteiras internacionais no Modo de Produção Capitalista [...]. As fronteiras internacionais surgem com a formação dos Estados-Nações, que surgem como a configuração territorial e temporal (território e histórias nacionais) do Modo de Produção Capitalista (GOETTERT, 2017, p. 8-9).

As fronteiras vão ao longo da história se consolidando pelas suas identidades nacionais, expressas através das histórias, tradições e pela própria dinâmica. Desta forma, deixa de ser apenas linha divisória entre dois lugares, duas nações e/ou povos, ganhando uma dimensão simbólica e separando os sujeitos, sejam eles da mesma nação e/ou de nações diferentes. Também separa sujeitos de cultura, língua, hábito e costumes diferentes, sendo recorrente na atualidade. A fronteira torna-se um lugar de construção social do *outro*, um lugar de estranhamento e de indiferença. É possível afirmar que:

A fronteira nasce da diferença, isto é, este espaço que delimita duas nações, com diferentes culturas e línguas pode ser visto como uma unidade da diversidade, pois consegue convergir num lugar delimitado a pluralidade dos povos que nela habitam ou transitam estabelecendo relações entre si (MONDARDO, 2009 *apud* PRADO, 2018, p. 286).

A figura 1, tirada na Ponte da Amizade entre Foz do Iguaçu-PR (BR) e Ciudad de Leste (PY), explicita a visão de integração dos povos destes dois países latino-americanos. Apesar das diferenças presentes por um aparente processo de segregação, a frase em si revela que estes povos buscam integração.

Fig. 1 – Muro na Ponte da Amizade, Foz do Iguaçu-PR (BR)/Ciudad de Leste (PY)



Fonte: Trabalho de campo, BARROS, 2018.

Por muito tempo o olhar sobre a fronteira resumiu-se a *fronteira geográfica* e parece ter sido esta a ideia que a Geografia, através da Cartografia, reproduziu durante anos, usando aspectos físicos-naturais como linhas divisórias entre os lugares, nações e/ou povos. As fronteiras passaram a ser representadas de diversas formas, e por vezes ainda são, através de um rio, uma simples linha e/ou uma estrutura edificada simbolizando o marco divisório.

Embora estáticas, as delimitações físicas se fazem presentes na fronteira, demonstrando os limites territoriais entre os países. Mas ainda que sejam assim representadas, já não são vistas e discutidas apenas como estrutura física ou edificadas nos lugares de divisão. Esta forma passada de leitura levou a Geografia a ser criticada por estudiosos de outras áreas do conhecimento, sobretudo, a Sociologia, que rebate tal limitação conceitual, visto que a fronteira não é apenas o *limite geográfico*, ela é de muitas e diferentes coisas.

[...] a fronteira de modo algum se reduz e se resume à fronteira geográfica. Ela é fronteira de muitas e diferentes coisas: fronteira da civilização (demarcada pela barbárie que nela se oculta), fronteira espacial, fronteira de culturas e visões de mundo, fronteira de etnias, fronteira da história e da historicidade do homem. E, sobretudo, *fronteira do humano*. E nesse sentido, a fronteira tem um caráter litúrgico e sacrificial, porque nela o outro é degradado para, desse modo, viabilizar a existência de quem o domina, subjuga e explora (MARTINS, 2009, p. 11, grifo do autor).

Ressalta-se que o mais relevante para definição e caracterização da fronteira é entendê-la como uma situação de conflito e que neste, ela é essencialmente o lugar da alteridade, ou seja, lugar e tempo de conflitos e de alteridade. Como qualquer limite social, a fronteira delimita a realidade diferenciando-a de outras e, muitas vezes, é considerada como espaço de conflitos no qual estabelecem-se relações distintas de diferentes grupos que se inter-relacionam em um espaço e tempo determinados. Estas relações são fundamentais para a compreensão da construção e da desconstrução das

fronteiras. A realidade fronteira deve ser compreendida como um lugar de conflito e alteridade entre *nós* e os *outros* e como um espaço de várias temporalidades.

A fronteira em movimento é formada a partir de diferentes frentes (demográfica, econômica, pioneira e etc.) que entram em conflito e obedecem distintas visões de mundo e a tempos históricos diferenciados, as *situações de fronteira* (MARTINS, 1997). As fronteiras deixam de ser apenas linha, limite ou finitude, tornando-se meio de integração e aproximação, apesar de ser um espaço no qual os conflitos de diferenças e alteridade se fazem presentes. São também entendidas como lugares de comunicação e de travessia, lugares de movimento de pessoas que cruzam os limites territoriais e configuram novas fronteiras. As relações que ali se estabelecem têm dimensões variadas e cada uma delas possibilita diferentes processos na construção de identidades.

Este encontro de distintas relações, pelo intercâmbio social, cultural e político, proporciona incertezas entre o *eu* e o *outro*, favorecendo a concepção de identidades que dinamicamente se refazem, reforçando a afirmação de Foucher (2009, p. 22) de que “não há identidades sem fronteiras”. Para este autor, as fronteiras são nada mais, nada menos que “instituições” estabelecidas por ordem política, servindo assim, de estratégia para o exercício do *poder*, a defesa da soberania nacional. Em suas palavras, este autor afirma que:

As fronteiras são descontinuidades territoriais, com a função de demarcação política. Nesse sentido, trata-se de instituições estabelecidas por decisões políticas, projetadas ou impostas, e administradas por textos jurídicos: as leis de um Estado soberano em seu interior, o direito internacional público como lei comum da coexistência dos Estados, mesmo quando se desfazem, porque os tratos territoriais são os únicos pelos quais a sucessão de Estado é automática (FOUCHER, 2009, p. 22).

As fronteiras naturais são expatriadas quanto a discussão das identidades nacionais e dos conflitos sociais nas áreas de delimitações dos Estados nacionais, visto que perpassam pela vida cotidiana e as identidades relacionais, em território único de identidades contrastantes. Tal contraste é reforçado quando as diferenças culturais se divergem de outros grupos sociais. Estas, não são dissolvidas pelo contato dos diferentes grupos sociais, mas são fortalecidas nas zonas de fronteira. Além dos limites políticos, outras fronteiras culturais são originadas, fortalecendo as identidades nacionais e preconceitos mútuos, um processo contínuo e contraditório de mistura cultural.

Neste viés, a fronteira é vista em várias dimensões: política, econômica e sociocultural. Raffestin (1998) diz que todos os dias se esbarram em limites, tudo tem limites. As noções de limites e de fronteiras têm se modificado e/ou evoluído consideravelmente, no entanto, nunca desaparecerem, seus significados variam nos diferentes momentos históricos. Sempre utilizado para demarcar território, o limite como forma de *apropriação* tem correlação com *trabalho* e, conseqüentemente, com o *poder*. No entender de Raffestin (1998):

“[...] os limites são utilizados para manifestar os modos de produção, isto é, para torná-los espetaculares. O limite cristalizado se torna então ideológico, pois justifica territorialmente as relações de poder” (RAFFESTIN, 1998, p.165).

A fronteira, denominada de *subconjunto*, é utilizada como instrumento de revelação de ideologia, é sinal estabelecido desde a formação do Estado Moderno e seu controle territorial absoluto, sinônimo de limite sagrado. Desde as mudanças nos modos de produção, nas relações de produção, na organização das forças de trabalho, o sistema de limites mudou sensivelmente, não somente no viés econômico, mas também político, social e cultural. A linha fronteira adquire diferentes significados conforme as funções reveladas, tal o caso da

fronteira entre Brasil e Paraguai, que detém espetáculo ao observar-se a divulgação do mundo das compras como um paraíso do consumo.

Infindável número de *outdoors*, placas e anúncios espetacularizam o consumo ao alcance de todos, mas isto não condiz com a realidade. Trata-se do mundo do consumo e do turismo de compras revelado em um espetáculo na fronteira, situação vista a caminho da fronteira de Ponta Porã-MS (BR) e Pedro Juan (PY), no trajeto que leva aos limites entre Mundo Novo-MS (BR) e Salto de Guairá (PY), no percurso rumo a divisa Foz do Iguaçu-PR (BR) e Ciudad de Leste (PY). De realçar que a produção do espaço nas fronteiras referenciadas, não é igual, ou seja, a globalização não se deu de forma hegemônica nestes espaços fronteiriços.

Avistam-se durante o curso das rodovias os anúncios e abordagens variadas, a disputa comercial acirrada entre os *shoppings* e lojas paraguaias fomentando o consumo. Raffestin (1993, p. 165) aponta que “os limites são utilizados para manifestar os modos de produção, isto é, para torná-los espetaculares”. Além de experimentar propagandas do comércio do Paraguai, presenciou-se, também, a comercialização da fronteira, isto é, a fronteira como a própria mercadoria de consumo no marco das Três Fronteiras: Brasil-Paraguai-Argentina, no qual o espetáculo é feito pela comercialização do marco fronteiriço, ponto turístico constituído pelas fronteiras ali representadas.

Presenciou-se, assim, o espetáculo “na” e “da” fronteira. Embora a pesquisa tenha focado os fenômenos geográficos em curso nas zonas fronteiriças do Brasil e Paraguai, a Argentina desempenha um papel muito importante neste processo. A Argentina está presente neste espetáculo “na” e “da” fronteira sob variadíssimas maneiras. Em suma, cada uma destas fronteiras exerce sua função nas relações sociais que aí são estabelecidas, cuja racionalidade é o *lucro*. Neste processo, o

Brasil apresenta-se ser o país do turismo de aventura/natureza; a Argentina o país do turismo gastronômico e finalmente, o Paraguai o país do turismo de compras.

FRONTEIRA COMO ESPETÁCULO: ALGUNS APONTAMENTOS

A espetacularização da fronteira e a sociedade do espetáculo cunhada por Debord (2003) são indissociáveis. Sem esta sociedade, a *espetacularização da fronteira* vivida na atualidade não seria observada no mundo. Em outras palavras, é por conta desta sociedade que o espetáculo *na* e *da* fronteira se materializam. A globalização, produziu tanto a fronteira enquanto espetáculo, como a sociedade do espetáculo e, neste contexto, uma sociedade alienada. Contudo, a afirmação de Milton Santos (2002) sobre a necessidade da produção de *uma outra globalização*, faz sentido, pois, esta atual seria *inhumana*.

A corrida para a acumulação capitalista dos dias atuais lideraram a *espetacularização* variadas: *do sujeito*, enquanto um ser social, que usa a sua imagem como modo de ganhar dinheiro, assinando contratos com empresa globais (e às vezes monopólios), negociando valores a serem pagos por cada exposição; *dos corpos*, que trata de um processo de acumulação capitalista, usando da sensualidade, tal qual ocorre com figuras midiáticas (ex: *Mulher Melância*, as *Panicats*, etc.) que investem em seus corpos para comercializar a imagem; *das coisas*, que cria a *sedução capitalista*, resultando na alienação do homem.

Se a imagem em si já é um instrumento de alienação do homem no processo de expansão do capital, então “o espetáculo é o capital a um tal grau de acumulação que se torna imagem” (DEBORD, 2003, p.27). A forma como a imagem é difundida através das propagandas, leva os indivíduos à alienação, mesmo que precoce, multiplicando a sensação de querer estar naquele (e dentro daquele) espetáculo.

A alienação inerente à valorização é bem conhecida e de longa data. O trabalhador que cria valor é afastado (alienado) dos meios de produção, do comando do processo de trabalho, do seu produto e do mais-valor. O capital faz com que pareça que muitos dos poderes inerentes (e dádivas gratuitas) do trabalho e da natureza pertence a ele e se origina dele, porque é o capital que lhes confere significado. Até mesmo a mente e as funções corporais do trabalhador, assim como todas as forças naturais livremente investidas na produção, aparecem como poderes contingentes do capital, porque é ele que as mobiliza. A alienação da relação com a natureza e com a natureza humana é, portanto, uma pré-condição para afirmação da produtividade e dos poderes do capital. Além disso, a produtividade do trabalho é conduzida por tecnologias escolhidas pelo capital não apenas para confirmar seu controle sobre o trabalhador, mas também para minar a dignidade e os supostos poderes do trabalho tanto na produção quanto no mercado (HARVEY, 2018, p. 192-193).

Percebe-se que a alienação não é um processo simples. É a partir dela que a exploração e a expropriação do trabalhador ocorrem. Os capitalistas atraem os trabalhadores, destacando a possibilidade de bons recebimentos, sem que o serviço oferecido se equipare ao valor a ser recebido no fim da jornada. Há momentos em que os trabalhadores alienados trabalham longas jornadas e o retorno financeiro não acaba sendo equiparável recompensa. No caso dos consumidores que vão à procura de produtos, a alienação é uma das “armas” mais poderosas dos capitalistas, pois eles os atraem para o seu território, o mercado consumidor.

Esta alienação é observada nos sujeitos que frequentam a fronteira entre Brasil-Paraguai, nos limites de Ponta Porã-MS(BR)/Pedro Juan (PY), de Mundo Novo-MS(BR)/Salto de Guairá (PY) e de Foz do Iguaçu-PR(BR)/Ciudad de Leste(PY). Debord (2003, p. 92) explica que “o espetáculo na sociedade representa concretamente uma fabricação da alienação”. Para os capitalistas do mundo do espetáculo não interessa apenas a fabricação de objetos alienantes, mas também a circulação, que implica a circulação do capital. A esse respeito, Harvey (2018, p.

92) aponta que “a circulação de capital implica a circulação de formas alienadas” em escala global e no mundo do espetáculo encontra-se a mercadoria, dominando quase tudo que é vivido e mostrado. Para Debord (2003):

O mundo sensível é substituído por uma seleção de imagens que existem acima dele, ao mesmo tempo em que se faz reconhecer como o sensível por excelência. O mundo ao mesmo tempo presente e ausente que o espetáculo apresenta é o mundo da mercadoria dominando tudo que é vivido. O mundo da mercadoria é mostrado como ele é, com seu movimento idêntico ao afastamento dos homens entre si, diante de seu produto global (DEBORD, 2003, p. 29).

Similar ao que ocorre com a alienação, acontece com os objetos da produção industrial. Com a revolução industrial a *espetacularização das coisas* ganhou espaço na sociedade, passando a ser um instrumento de alienação, visto que a finalidade destes objetos é a comercialização em mercados globais, com difusão feita por mídia convencional, redes sociais, sobretudo, o Facebook, e também por painéis publicitários implantados nas margens das estradas, avenidas e ruas, levando à alienação da sociedade. O que se verifica nas fronteiras elencadas para este estudo é exatamente este processo.

Inicia-se, assim, a alienação do homem ao capital, considerando-se os objetos produzidos pela indústria que, por sua vez, são disponibilizados no mercado consumidor como via de acumulação capitalista. Convém ressaltar que essa realidade não se limita apenas a estes lugares, mas se faz presente em outros cantos do mundo. A globalização se efetivou e a espetacularização das coisas é nítida. Além da *espetacularização nas (e das) fronteiras* e da criação da *sociedade do espetáculo*, outro produto criado pela globalização é a *sociedade do consumo*, sem a qual o espetáculo não teria sentido. Bauman (2007, p. 20) traz “a característica mais proeminente da sociedade de consumidores – ainda que cuidadosamente disfarçada e encoberta – é a *transformação dos consumidores*

em mercadorias”. O consumismo é característica da sociedade do espetáculo e, ao mesmo tempo, um produto da alienação do homem ao capital. Para Bauman (1999):

Nossa sociedade é uma sociedade de consumo. Quando falamos de uma sociedade de consumo, temos em mente algo mais que a observação trivial de que todos os membros dessa sociedade consomem; todos os seres humanos, ou melhor, todas as criaturas vivas “consomem” desde os tempos imateriais. O que temos em mente é que a nossa “sociedade de consumo” no sentido, similarmemente profundo e fundamental, de que a sociedade dos nossos predecessores, a sociedade moderna nas camadas fundadoras, na sua fase industrial, era uma “sociedade de produtores”. [...] o consumidor em sociedade de consumo é uma criatura acentuadamente diferente de quaisquer outras sociedades até aqui. Se os nossos ancestrais filósofos, poetas e pregadores morais refletiram se o homem trabalha para viver ou vive para trabalhar, o dilema sobre o qual se cogita hoje em dia é se necessário consumir para viver ou se o homem vive para consumir. [...] Há uma ressonância natural entre a carreira espetacular do agora, ocasionada pela tecnologia compressora do tempo, e a lógica da economia orientada para o consumidor. No que diz respeito a esta lógica, a satisfação do consumidor deveria ser instantânea e isso num duplo sentido. Obviamente, os bens consumidos deveriam satisfazer de imediato, sem exigir o aprendizado de qualquer habilidade ou extensos fundamentos; mas a satisfação deveria também terminar – “num abrir e fechar de olhos”, isto é, no momento em que o tempo necessário para o consumo tivesse terminado (BAUMAN, 1999, p. 93).

Ainda neste contexto, pode-se adicionar que:

A tarefa dos consumidores, é o principal motivo que os estimula a se engajar numa incessante atividade de consumo, é sair dessa invisibilidade e imaterialidade cinza e monótona, destacando-se da massa de objetos indistinguíveis “que flutuam com igual gravidade específica” e assim captar o olhar dos consumidores (BAUMAN, 2007, p. 21).

O fato é que, conscientemente ou não, o homem (enquanto sociedade) é parte deste espetáculo e a indústria enquanto produtora das *coisas* que são

espetacularizadas pela sociedade é um instrumento de alienação e de sedução do homem ao mercado consumidor. Neste sentido, tenta produzir todo o tipo de produto como meio de satisfação às necessidades da sociedade de consumo. Este processo, além de alienar o próprio homem, acaba criando insatisfações que levam a indústria retorna a produção de outro produto com o fim de satisfazê-las. Assim sendo, “os consumidores são, primeiro e acima de tudo, acumuladores de sensações, são colecionadores de coisas apenas no sentido secundário derivativo” (BAUMAN, 1999, p. 91). A insatisfação da sociedade de consumo, é também parte de uma estratégia para os capitalistas acumularem riquezas. Para Bauman (1999):

A relação tradicional entre necessidades e sua satisfação é revertida: a promessa e a esperança de satisfação precedem a necessidade que se promete satisfazer e serão sempre mais intensos e atraentes que as necessidades efetivas. [...]. Para os consumidores da sociedade de consumo, estar em movimento – procurar, buscar, não encontrar ou, mais precisamente, não encontrar ainda – não é sinônimo de mal-estar, mas promessa de bem-aventurança, talvez a própria bem-aventurança. [...]. Para aumentar sua capacidade de consumo, os consumidores não devem nunca ter descanso. Precisam ser mantidos acordados e em alerta sempre, continuamente expostos a novas tentações, num estado de excitação incessante – e também, com efeito, em estado de perpétua suspeita e pronta insatisfação. As iscas que os levam a desviar a tentação precisam confirmar a suspeita prometendo uma saída para a insatisfação: “Você acha que já viu tudo? Você ainda não viu nada!”. É dito com frequência que o mercado de consumo seduz os consumidores. Mas, para fazê-lo ele precisa de consumidores que queiram ser seduzidos (assim como para comandar os operários, o dono da fábrica precisava de uma equipe com hábitos disciplinadores, com obediência às ordens firmemente estabelecida). Numa sociedade de consumo que funcione de forma adequada, os consumidores buscam com todo empenho ser seduzidos. [...]. Eles próprios, para virar, vivem de atração em atração, de tentação em tentação, do farejamento de um petisco para a busca do outro, da mordida numa isca à pesca da outra – sendo cada atração, tentação, petisco ou isca à pesca nova, diferente e mais atraente que a anterior (BAUMAN, 1999, p. 90-91).

Esta pode ser uma das formas de análise do turismo:

[...] el turismo se puede analizar con base a una serie de perspectivas multidimensionales, los cuales ofrecen al término de geopolítica una amplia acepción que reivindicamos". El turismo permite poner de manifiesto simultáneamente: [...] La transformación de espacios tapón en espacios reticulados por el consumo multidimensionales (AMILHAT-SZARY; GUYOT, 2007, p.60).

O turismo representa uma prática de espaço que será consagrada na medida em que são alcançadas as satisfações de desejos dos turistas. A territorialização do turismo deve sempre levar em consideração a especificidade do desejo, pois as relações do turismo com o espaço se baseia no consumo. Potencialmente o “turismo de compras” faz parte da sociedade de consumo abordada por Bauman (2007). É nítido que além da divulgação do comércio local nas fronteiras há uma corrida por clientes que fazem do consumo sua diversão. O espetáculo presente nas fronteiras paraguaias visa captar clientes para o comércio paraguaio, que procuram por estes locais essencialmente para compras e para o consumo.

O CENÁRIO ESPETACULAR: O COMÉRCIO “NA” FRONTEIRA E O COMÉRCIO “DA” FRONTEIRA

As fronteiras são ideias e também materialidades. Uma não existe sem a outra, sendo que ambas estão sempre em ação e nelas se cruzam as identidades nacionais, regionais, étnicas e interculturais. Trata-se de uma produção em suas desigualdades, incertezas e contradições. O olhar que aqui se apresenta foca o espetáculo nas regiões fronteiriças entre Brasil e Paraguai, o qual o mundo real e de sentimentos, são tocados por imagens motivantes, quase que hipnóticas, um convite ao mundo do consumo num contexto praticamente dominada pela sociedade do consumo.

Neste sentido, a fronteira vai se constituindo a cada imagem que aparece, convidando e apontando caminhos que enchem os olhos daqueles que buscam as lojas para o consumo e, conseqüentemente, a concretização do espetáculo apresentado. O mundo que o espetáculo das imagens apresenta é o mundo da mercadoria dominando tudo que é vivido. Entre Mundo Novo-MS (BR) e Salto de Guairá (PY) o espetáculo se introduz como *outdoors* e placas disputando espaços ao longo da estrada, conforme ilustra a figura 2.

Figura 2 – *Outdoors* na estrada, Mundo Novo-MS(BR)/Salto de Guairá (PY)



Fonte: Trabalho de campo, BARROS, 2018.

O limite entre os dois países neste local é fiscalizado e zelado pela Receita Federal do Brasil, conforme a figura 3, no qual se ultrapassa uma entrada que, para o consumidor, representa o acesso ao paraíso construído e criado no seu imaginário pelo espetáculo apresentado nos *outdoors*, quase como a participação de uma corrida pelo melhor produto e pela melhor oferta.

Figura 3 – Sede da Receita Federal, Mundo Novo-MS(BR)/ Salto de Guairá (PY)



Fonte: Trabalho de campo, BARROS (2018).

Atravessando-se o limite entre os dois países, no percurso até o centro comercial, o espetáculo se intensifica, protagonizando universo de inúmeras possibilidades da infinidade de propagandas do comércio paraguaio. A disputa e o espetáculo continuam no território paraguaio, vista nos *outdoors* e nas abordagens realizadas por propagandistas das lojas, que entregam panfletos com as mais variadas promoções e ofertas. Tem-se, então, o início da corrida frenética na disputa pelos consumidores, com a divulgação dos produtos, das ofertas e das melhores cotações do dólar (moeda americana que rege a economia desta fronteira), conforme ilustra a figura 4:

Figura 4 – Propagandistas entregando panfletos Salto de Guairá (PY)



Fonte: Trabalho de campo, BARROS (2018).

A espetacularização continua, os *outdoors* e as placas emolduram a estrada que dá acesso ao centro da cidade de Salto de Guairá (PY). As imagens constituem o espetáculo e apontam o trajeto, o roteiro às compras neste paraíso que o turista do consumo procura para satisfação de seus desejos. Na fronteira de Ponta Porã-MS (BR) e Pedro Juan Caballero (PY), espetáculo similar ocorre. A produção presente na estrada faz parte das preliminares da construção do consumo nesta zona de fronteira. Sob esta perspectiva:

A fronteira vira turismo: mercadorias, lojas e shoppings! O que muda das mercadorias, lojas e shoppings da não-fronteira? Aqui é a própria viagem - o caminho- que vira turismo. Um “turismo decompras” no qual a estrada é produzida e consumida simultaneamente [...] o “turismo de compras” ultrapassa as mercadorias físicas e se instaura como “turismo do ócio”, pois o mais importante não parece ser o comprar o que as vitrines egôndolas exibem, mas viver o consumo como imagem: *compro, logo existo* (GOETTERT, 2017, p. 46, grifo do autor).

A materialização deste espetáculo nas zonas de fronteiras se dá conforme é construído o imaginário dos grandes *shoppings* e lojas que estarão à disposição

da sociedade do consumo. Tudo o que foi mostrado na estrada pelos *outdoors* e propagandas se materializa no ao vivo e a cores. A fronteira do consumo, do mundo dos produtos possíveis, que o turista sonha encontrar a preços acessíveis. As fronteiras agora se apresentam nos valores das mercadorias, no poder de aquisição daqueles que as procuram, na cota monetária permitida para compra de mercadorias estrangeiras ena travessia do limite entre os dois países. O comércio se agiganta perante os olhos do consumidor que se vê obrigado a escolher dentre as tantas ofertas exibidas.

A poucos quilômetros do limite dos dois países, em meio ao espetáculo da fronteira e longe do centro comercial de Salto de Guairá (PY), localiza-se o *Shopping Mapy*. Este, é o primeiro shoppingnotado após o cruzamento da linha fronteira. Embora distante, percebe-se que sua localização não representa entrave para o consumo e que, de fato, está aliada a uma estratégia de venda – ser o primeiro grande comércio a aparecer na fronteira e possuir taxa de conversão cambial do dólar abaixo do praticado por outras lojas do centro comercial, conforme a figura 5.

Figura 5 – *Shopping Mapy*, Salto de Guairá (PY)



Fonte: Trabalho de campo, BARROS (2018).

Já no coração do centro comercial de Salto de Guairá (PY) encontra-se o *Shopping China*, uma das maiores redes de comércio da região Brasil/Paraguai, estando presente em três fronteiras com o Brasil, sempre com forte divulgação e campanhas publicitárias, sendo uma das protagonistas do espetáculo fronteiriço destinado ao comércio e conseqüente consumo, conforme a figura 6.

Figura 6 – *Shopping China*, Salto de Guairá (PY)



Fonte: Trabalho de campo, BARROS (2018).

Na visita realizada ao *Shopping China*, notou-se grande circulação de pessoas em seu interior, apesar da taxa cambial ser maior do que a praticada pelo *Shopping Mapy*. O *Shopping China* emprega estratégias de venda e de *marketing* atrativos, via propagandas, descontos nos produtos, certificação de qualidade internacional e divulgação de premiação concedida a empresa como sendo o melhor centro comercial de fronteira do mundo, conforme a figura 7.

Figura 7 – Banner exposto no interior do *Shopping China*, Salto de Guairá (PY)



Fonte: Trabalho de campo, BARROS (2018).

Este certificado integra o espetáculo começado na fronteira e materializado no interior do shopping, criando conteúdo imagético de credibilidade e de segurança para as compras, principalmente os eletrônicos. Estrategicamente exposto, o banneré visto por todos os consumidores que procuram o restaurante no interior do shopping. Como a maioria destes indivíduos passa o dia comprando, acabam por frequentar o restaurante em busca de alimentação e visualizamo certificado de qualidade, que além de proporcionar confiança nos produtos adquiridos, talvez forneça conforto e justificativa para o consumo praticado. A corrida pelo consumidor acaba se transformando, neste cenário espetacular, em mercadoria.

O consumismo é característica da sociedade do espetáculo e ao mesmo tempo, um produto da alienação do homem ao capital e que a característica mais proeminente da sociedade de consumidores – ainda que cuidadosamente disfarçada e encoberta – é a transformação dos consumidores em mercadorias (BAUMAN, 2007, p. 20).

Na divisa entre os dois países em Foz do Iguaçu-PR (BR) e Ciudad de Leste (PY), o espetáculo se repete, levando os consumidores ao centro comercial de Ciudad de Leste (PY) e seu comércio popular em muita pompa, com suas propagandas limitadas as mercadorias expostas e aos gritos de oferta, nas quais a garantia “soy yo”.

A feira se mistura aos *outdoors* gigantescos de grandes redes de shoppings, ofertando os mais variados produtos. Ao consumidor resta procurar o que lhe convém, comprar de acordo com o seu poder aquisitivo. As barracas da feira, as lojas especializadas em produtos importados e os grandes shoppings transformam este espetáculo em uma mescla de imagens das quais os grandes empreendimentos e suas majestosas propagandas figuram no imaginário como um verdadeiro *Éden*.

As barracas da feira comercializam roupas, comidas, bebidas, armas de fogo, souvenir e mercadorias diversas que fogem ao alcance dos olhos (Figura 8). Os preços são negociáveis e a moeda corrente é o Guarani, o Dólar ou o Real. Trata-se de uma feira na qual paraguaios e brasileiros se misturam, disputando no grito a atenção dos consumidores que ali são, para eles, a mercadoria.

Figura 8 – Interior de uma das barracas, Ciudad de Leste(PY)



Fonte: Trabalho de campo, BARROS (2018).

Já as lojas comerciais que estão entre as barracas da feira praticam abordagem direta, convidando verbalmente os passantes a adentrarem no local. Esta dinâmica, típica de território de fronteira, propicia interação entre as relações de trabalho e a reconstrução identitária, as diferenças são os elementos originais na construção de uma nova identidade que se faz e se refaz diariamente.

Em território de fronteira [...], concomitante ao movimento da força de trabalho, também se dá o movimento de identificação [...] que no real se processam simultaneamente. [...] o processo de desconstrução identitário na fronteira está profundamente assentado em bases territoriais, especialmente nas escalas local e nacional [...] (GOETTERT, 2017, p. 20).

As ruas, ora estreitas, ora largas, mas sempre ricas em propagandas visuais, apresentam lojas majestosas e seus produtos importados, oferecendo qualidade e garantia e misturam-se às barracas instaladas nas calçadas, o *comércio informal* no qual as mercadorias comercializadas têm qualidade e/ou garantia de funcionamento duvidosas.

A espetacularização na fronteira expõe-se na grandiosa exibição de imagens das lojas especializadas em produtos importados, nos shoppings e no comércio das barracas da feira. Esta dinâmica revela as contradições e diferenças existentes no interior do próprio espetáculo, impostas pelo capital e maquiadas pelo desejo de consumo dos que ali chegam. A materialização deste território de fronteira, produzido pelas imagens, demonstra as divergências ali impostas aos que cotidianamente fazem seu trabalho, principalmente quando se compara, dentro deste *Éden* imaginário, a estrutura das feiras com as grandes lojas e shoppings. A Figura 9 faz vistas a entrada de um dos maiores shoppings de Ciudad de Leste (PY), que no seu interior, ocupando um andar inteiro, tem instalada uma unidade do *Shopping China*.

Figura 9 – Entrada do Shopping Paris, Ciudad de Leste (PY)

Fonte: Trabalho de campo, BARROS (2018).

Se as grandes lojas e shoppings encenam e materializam o espetáculo construído no imaginário do turista de compras pelos *outdoors*, placas e anúncios vistos no caminho, as feiras denotam impressão do ilegal, do falsificado, da contravenção, o que de uma certa forma caracteriza no mapa mental dos turistas a chegada a outro país. O imagético endossa estereótipo de que o Paraguai é desorganizado, improvisado, de “qualquer jeito”. Nas barracas de roupas da feira acorrentam-se os manequins ao final do expediente, atados uns aos outros como medida de proteção, de segurança, demonstrando a fragilidade de proteção às mercadorias. Frágeis, como o corpo feminino representado pelo manequim (Figura 10).

Figura 10 – Barracas de feira fechada, Centro Comercial de Ciudad de Leste (PY)



Fonte: Trabalho de campo, BARROS, 2018.

As mercadorias são armazenadas dentro dos balcões de exposição, fechados com cadeados. O próprio móvel que exhibe as mercadorias durante o dia se torna, ao final do expediente, lugar de armazenamento, um improvisado. Em meio a esta dinâmica, imagens paradisíacas mesclam-se com outras, expondo “que o espetáculo não é bem assim”. Para os que chegam “hipnotizados” pela contemplação do que ali se vê, absortos pelos acontecimentos das regiões de fronteira, ocorre a realização de alguns de seus desejos, o consumo de mercadorias que cega a percepção do que ali ocorre. A maioria dos consumidores, os turistas de compras, encontram-se imersos na invisibilidade causada pelas aquisições de mercadorias, hipnotizados pelas propagandas, com pressa e desejos que os impede de analisar criticamente o espaço da fronteira.

A percepção de quem transpõe as fronteiras em busca de mercadorias para satisfação de seus desejos é, na maioria dos casos, a de atravessar um limite, muitas das vezes materializado por duas bandeiras, uma brasileira e outra paraguaia, ou pela fiscalização da Receita Federal no lado brasileiro. Como coloca

Goetttert (2017, p. 93) “a fronteira é viva na mercadoria. A fronteira é morta nas pessoas”. Até aqui, o espetáculo *na* fronteira remeteu à discussão para a comercialização e o consumo de mercadorias, feitas em sua maioria, pelos turistas de compra ou turistas do consumo.

Estes mesmos turistas que vêm em busca de compras em Ciudad de Leste (PY), classe composta majoritariamente por brasileiros, encontram, ao atravessar a *Ponte da Amizade* que separa os dois países, a opção de exploração das belezas naturais em Foz do Iguaçu-PR (BR) e sua paisagem única, com as famosas Cataratas do Iguaçu e sua exuberância e beleza exemplificando um dos espetáculos presentes na região. O espetáculo da mercadoria também ocorre do lado brasileiro da fronteira. Trata-se do espetáculo *da* Fronteira, de ocorrência no *Marco das Três Fronteiras*, um dos lugares mais singulares do mundo e que concentra o encontro dos rios Iguaçu e Paraná, delimitando os países Brasil-Argentina-Paraguai, reconhecido patrimônio histórico e cultural da região, conforme a figura 11.

Figura 11– Marco das Três Fronteiras – Foz de Iguaçu/PR



Fonte: Trabalho de campo, CATSOSSA (2018).

Este lugar representa o espetáculo *da* fronteira e, ao contrário do que acontece nos outros dois locais limites do Brasil com o Paraguai discutidos

anteriormente, não há ocorrência de propagandas de shoppings, lojas ou feiras, tão pouco mercadorias importadas. O espetáculo, esse sim acontece. A mercadoria que é ali negociada é a própria fronteira, sua história, suas identidades e sua cultura. Existe uma infraestrutura em torno desse ponto de tríplice fronteira que a transformou em mercadoria negociável. Chegando-se no local, que deveria ser aberto à visita, existe um *outdoor* oferecendo os planos e preços especiais de passeios, que incluem, dentre outras visitas, a do *Marco das Três Fronteiras*.

Neste espetáculo, o cidadão pode adquirir pacotes contendo outras atrações turísticas e também seu passaporte de entrada para contemplação do encontro dos três países. Na época da visita ao local, o *ticket* de entrada custava R\$13,00 para estudantes e o dobro para os demais públicos. Tem-se aí a comercialização da fronteira. Disto, pergunta-se: *espetáculo para quem?* Trata-se, supostamente, de um espaço público, no qual todos os sujeitos poderiam ter acesso. A verdade, porém, apresenta outra face, expondo o processo de apropriação dos espaços públicos para fins de acumulação capitalista; *quem assiste o espetáculo?*

O público-alvo tem de ser composto por pessoas com certo poder aquisitivo para custeio da entrada e permanência no local. Ressalta-se que os preços praticados neste lugar, tanto para os souvenirs como para alimentação, são exorbitantes, constituindo uma fronteira entre os que podem e os que não podem consumir. No local foi construída estrutura para o recebimento e atendimento do turista, propiciando a contemplação do encontro dos três países, passeios, alimentação e entretenimentos, conforme ilustra a figura 12.

Figura 12 – Marco das três fronteiras – interior (parque de diversões ao fundo)



Fonte: Trabalho de campo, BARROS (2018).

A estrutura ofertada busca retratar a história e a cultura dos povos avizinhados, vendendo a identidade fronteiriça como algo estático. Haesbeart (1999, p. 174) argumenta que “não encaramos a identidade como algo dado, definido de forma clara, mas como um movimento, trata-se sempre de uma identificação em curso, e por estar sempre em processo/relação ela nunca é uma mas múltipla”.

Vê-se o marco do Brasil (Figura 13), imponente e em lugar de destaque, demarcando os limites dos três países, dando a impressão de que tudo ali é um algo desenhado, uma fronteira estática, contemplativa. Pela forma como socialmente foram produzidos, estes “símbolos” podem reproduzir imaginários acerca da relação de “amizade” destes três países latino-americanos, mas na realidade, ocultam contradições, dilemas, traumas, conflitualidades, disputas territoriais, tensões de territorialidades, “ódio” de classes dentre outras tragédias sociais. Historicamente, o Brasil sempre desempenhou um papel (sub) imperial na região latina-americana, e tal fato, embora seja apenas um ideário, foi bem tratado por Becker e Egler (1993) em seu livro intitulado «*Brasil: uma nova potência regional na economia-mundo*».

Sabe-se, portanto, da conturbada relação histórica entre Brasil e Paraguai por meio da Guerra da Tríplice Aliança (1854-1870), onde junto da Argentina e do Uruguai, destruíram-no, tornando-no num dos países mais pobres da América Latina, e até mesmo do “conflito” em torno da construção de Itaipu sem, no entanto, deixar de lado o problema referente a delimitação das fronteiras, o qual continua presente até os dias atuais. No caso particular do marco das três fronteiras, local onde o espetáculo acontece, o turista não mais procura o consumo de mercadorias, ele agora está consumindo a fronteira propriamente dita, como uma mercadoria sem vida, está conhecendo os limites, uma fronteira que está morta.

Figura 13 – Marco brasileiro das Três Fronteiras, Foz de Iguaçu/PR



Fonte: Trabalho de campo, BARROS (2018).

A noite as dinâmicas socioespaciais são outras, a forma de apresentar o espetáculo da fronteira muda, ganha outra dimensão, que além de ser histórica e cultural, é também simbólica. Os bailarinos protagonizam todo o espetáculo, cabendo aos visitantes a contemplação da arte. Um grupo representando os três países (Argentina, Brasil e Paraguai) é responsável por todo o show, recebendo valores pelo trabalho que realizam, o espetáculo *da* fronteira. Performance é

realizada em torno do marco brasileiro e da contemplação dos outros dois países, tudo com seu custo, com seu valor capital.

É o lugar do espetáculo e da comercialização *da* fronteira, ou seja, a mercadoria aqui é a própria fronteira, a contemplação da fronteira. O turista satisfaz seus desejos de conhecer o encontro entre os três países, mas a sua relação com este espaço ocorre com o consumo da própria contemplação, que é cobrada. O consumo é *da* fronteira, *na* fronteira, onde a mercadoria é a contemplação e o espetáculo, com seus *show's* que demonstram identidade dos três países, apresentando elementos da cultura de cada um como se tudo fosse estático, imutável (Figuras 14).

Figura 14 – Dança indígena interpretada pelos bailarinos, Foz de Iguaçu/PR



Fonte: Trabalho de campo, BARROS (2018).

Outro aspecto que chama atenção neste espetáculo: não é apenas a dança que está à venda neste lugar, mas também há ocorrência da espetacularização dos corpos. Os bailarinos deixam a mostra seus corpos, um atrativo à apresentação. No *show* também ocorre uma espécie de apropriação da história (e/ou da cultura) indígena. As danças indígenas são apossadas e apresentadas por indivíduos que não aparentam nenhuma identificação com os índios e, embora seja apenas uma

apresentação artística, para alguns, tal ação, remete ao racismo estrutural presente na sociedade brasileira.

Ademais, observou-se que os *show's* não retratam a realidade dos sujeitos, visto que eles são obrigados a narrar uma história defasada de realidade em que vive no seu dia-a-dia. O que ocorre de fato, é um grupo de indivíduos brancos se apropriando da cultura indígena e fazendo dela um instrumento de acumulação capitalista³. A Figura 15 demonstra tal contradição dos sujeitos, que além de se apropriarem da tradição como um todo, materializam o raso entendimento em movimentos (dança) destoantes da cultura indígena.

Figura 15 –Dança indígena (sendo) apresentada pelos bailarinos não indígenas, Foz de Iguaçu/PR



Fonte: Trabalho de campo, BARROS (2018).

A cultura indígena acaba sendo instrumento de acumulação capitalista para os grupos que dela se apropriam. Em termos práticos, isto gera benefícios aos

³Tal situação não é exclusividade deste lugar. O mesmo foi observado no *Museu da Itaipu*, na Cuidad do Leste (PY). Dentro deste museu são expostos retratos de povos indígenas, que, contraditoriamente, nunca tiveram acesso ao local. Mesmo sendo um ambiente público, os índios não estão contemplados como sujeitos.

grupos que organizam e os que protagonizam (os bailarinos) o espetáculo nessa zona de fronteira. Obviamente, os bailarinos são os menos privilegiados desta dialética, pois, são intrgrados na lógica de acumulação privada do capital. A diferença dos povos indígenas que vem a sua história e cultura apropriadas pelos capitalistas nessa zona de fronteira, os bailarinos e as bailarinas, são integrados como meros instrumentos de acumulação privada de capital em benefício dos organizadores do espetáculo.

Numa abordagem marxista, pode-se dizer que os bailarinos estão a serviço dos capitalistas, vendendo a sua força de trabalho pela garantiade sua sobrevivência, levando-se em conta que, ao final do espetáculo, eles recebem pelo serviço prestado. Ocorre um interessante cenário, pois enquanto procuram obter algum dinheiro pela venda da sua força de trabalho aos capitalistas, eles participam da reprodução do capital que beneficia majoritariamente os organizadores do espetáculo e outros integrantes. Toda estrutura e encenação que acontecem no local fazem parte da espetacularização *na* fronteira, tendo como mercadoria vendida a própria fronteira.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Apesar das dinâmicas presentes nas fronteiras, percebe-se que ela não existe, de fato, aos que chegam movidos pela sede de consumo. Há apenas o limite. Quem procura estes locais de fronteira não está preocupado com nada mais que o consumo. As grandes lojas, *shopping's* e feiras são os principais atrativos para o turista que constrói no seu imaginário o consumo, limitando-sea sua situação financeira ou inchando seus cartões de crédito com aquisições além da conta. Na oportunidade vale de tudo.

O espetáculo observado e vivenciado nas áreas de fronteira está a serviço do capital, com objetivo único decaptar clientela para suas mercadorias. Nesta

corrida, o consumidor é a mercadoria para o empresário, dono das grandes lojas e shoppings. Investimentos em infra-estrutura e propagandas são visíveis, tudo pela corrida em buscados melhores clientes. Na heterogeneidade, como em Ciudad de Leste (PY), feirantes pegam carona nos clientes que chegam e passeiam pelas ruas, oferecendo produtos com preços variados, valores atrativos, mas, dependendo da mercadoria, sem garantias de funcionamento e/ou procedência.

A busca por segurança e qualidade dos produtos leva uma parcela dos turistas do consumo a optarem por preços maiores e taxas de conversão cambial superiores. Nestas situações, os locais são vistos como meros locais de compras, turvando a percepção da dinâmica característica dos limites de fronteiras. Na materialidade dos produtos, no ato do consumo, a fronteira se materializa e vive. A fronteira simbólica só existe quando se materializa territorialmente e é aí que as imagens são concretizadas e o território é afirmado enquanto lugar de diferenças e de diferentes identidades. Ocorre o espetáculo visto ao longo das estradas, o espetáculo *na* fronteira.

No *Marco da Três Fronteiras*, a materialidade fronteira se dá no próprio espetáculo apresentado por um corpo de bailarinos. O produto vendido ao consumidor é a própria fronteira, a espetacularização da fronteira através da apropriação de suas identidades, sua gente e sua cultura, como se fosse algo estático. É o lugar da espetacularização e comercialização *da* fronteira, a mercadoria é a própria fronteira. O turista satisfaz seus desejos ao conhecer o encontro entre os três países, mas a sua relação com este espaço ocorre com o consumo da própria contemplação, que é cobrada.

O consumo é *da* fronteira, *na* fronteira. A mercadoria é a contemplação e o espetáculo, representado pelos shows, desconhece na representação feita a própria dinâmica da construção das identidades territoriais. A fronteira está viva nas mercadorias consumidas e contempladas e as relações que acontecem nestes

espaços nem sempre são percebidas pelos que chegam nestes locais, movidos e seduzidos pelo espetáculo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALBUQUERQUE, José Lindomar. *Conflito e integração nas fronteiras dos Brasiguaios*. In: CADERNO CRH, Salvador, v. 23, n. 60, p. 579-590, Tet/Dez, 2010.

AMILHAT-SZARY, A. GUYOT, S. El turismo transfronterizo em los andes centrales: prolegômenos sobre uma geopolítica del turismo. *Revista de EstudiosTrasnfronterizos*, v.9, n. 2, p. 58-93, 2007.

BAUMAN, Z. *Globalização: as consequências humanas*. Trad. de Marcus Penchel. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 1999.

BAUMAN, Z. *Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria*. Tradução: Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 2007.

BECKER, Bertha K. & EGLER, Claudio, A.G. *Brasil: uma nova potência regional na economia-mundo*. Editora: Bertrand Brasil, RJ, 1993.

DEBOURD, G. *A sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Editora Contraponto, 2003.

FOUCHER, M. *Obsessão por fronteiras*. Trad. de Cecília Lopes. São Paulo: Editora Radical livros, 2009.

GOERTTERT, J. D. *Fronteiras: quando o paraíso e o inferno*. Identidades, imagens e gentes por entre Ponta Porã (Mato Grosso do Sul, Brasil) e Pedro Juan Caballero (Amambay, Paraguai). Dourados: Ed. UFGD, 2017.

HAESBAERT, R. Identidades territoriais. In: ROSENDHAL, Z. CORRÊA, R.L. (Org.). *Manifestações da cultura no espaço*. Rio de Janeiro: EdUERJ, 1999. p. 169-190.

HARVEY, D. *A loucura da razão econômica: Marx e o capital no século XXI*. Trad. de Artur Lenzo. São Paulo: Editora Bom Tempo, 2018.

MARTINS, J. S. *Fronteira: a degradação do outro nos confins do humano*. São Paulo: Editora HUCITEC, 1997.

PRADO, R. Entre fronteiras: língua e a identidade num desafio cultural entre Brasil e Paraguai. In: GEBARA, A. CAMPOS, H. C. BALLER, L. (Org.). *Leituras de fronteiras: trajetórias, histórias e territórios*. Jundiaí: Paco Editorial, p. 281-314, 2018.

RAFFESTIN, C. *Por uma geografia do poder*. São Paulo: Editora Ática, 1993.

SANTOS, M. *Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência global*. Rio de Janeiro: Editora Record, 2013.

Submetido em: 08 de março de 2021.

Aprovado em: 03 de maio de 2021.

Publicado em: 29 de junho de 2021.