

A midiatização das migrações contemporâneas na Espanha: interculturalidade, produção e recepção

Alberto Efendy

Unisinos - UAB

Resumo:

Este texto sintetiza uma parte dos trabalhos de investigação científica que caracterizam a pesquisa da produção midiática sobre as *migrações* na Espanha em 2005, experimentando várias estratégias metodológicas em *produção e recepção*. O objetivo é contribuir para o conhecimento das inter-relações culturais entre a União Européia e América Latina, mediante a produção de conhecimentos que permitam qualificar o tratamento midiático e conhecer melhor as realidades e os problemas desses dois complexos geopolíticos contemporâneos. A pesquisa televisiva, jornalística e radiofônica conflui com uma reflexão aprofundada sobre as premissas e as realizações concretas das estruturas sociopolíticas atuais.

Palavras-chave:

Meios de comunicação; Migrações; Midiatização; Interculturalidade; União Européia; América Latina.

Reconfigurações socioculturais, migrações e cidadania:

Nos umbrais do século XXI, a intensidade e o dinamismo das mudanças socioculturais provocadas pelas configurações sistêmicas contemporâneas mostram-se fortes e em perspectiva de gerar reestruturações significativas na realidade geopolítica mundial. A União Européia e a Comunidade Sul-Americana de Nações são dois projetos de reconstituição sociopolítica relevantes no contexto internacional, entre eles existem profundos vínculos históricos desde há 500 anos, e mantém fortes confluências e contradições socioculturais na atualidade (Monsiváis, 2000). Foi assim que os intercâmbios sociais, desde a década dos noventa do

século passado, intensificaram-se pelo êxodo de centenas de milhares de pessoas da América Latina para Europa. Na Espanha este processo tem mudado expressivamente a realidade sociocultural do país, a população migrante está em torno de 10% da população geral¹ e as perspectivas são para uma participação ainda maior a mediano prazo. As confluências econômicas, sociais, demográficas, políticas e culturais apresentam uma movimentação articuladora que precisa ser pensada, organizada, sistematizada, fundamentada, pesquisada e planificada pelos centros de saber e produção de conhecimento de todas nossas comunidades e países, na perspectiva de transformar o nosso posicionamento de sociedades subalternas para sociedades proeminentes em busca do multilateralismo no contexto mundial.

Em 2005 a *União Européia* tem experimentado um processo de participação cidadã importante na sua tentativa de constituir uma *unidade* sociopolítica. As consultas eleitorais para aprovar o primeiro projeto de *Constituição* da U.E. mostraram a diversidade de concepções e posicionamentos políticos; os interessantes níveis de participação cidadã e a necessidade de mudanças no modelo hegemônico de *sociedade de mercado* que está vigente, na sua versão *neoliberal*, desde finais dos anos setenta (Bourdieu, 2001, 2003); como também o caráter ainda embrionário do projeto *União Européia* como *formação social* supranacional que transformaria a Europa numa estrutura sociopolítica questionadora² do *unilateralismo* e a hegemonia estadunidenses (Luedtke, 1990; Chomsky, 2004, 2005a).

Os processos de debate e decisão sobre o projeto de *Constituição* na Espanha e na França foram singularmente expressivos e contraditórios. Por uma parte, mostraram os avanços sociológicos dos cidadãos destes países na sua pretensão de qualificar a realidade européia, dotando-a de uma institucionalidade superior. Nos dois países circula uma ideologia de *consenso representativo* que pretende institucionalizar uma nova realidade geopolítica com leis e direitos que recolham o mais avançado que a humanidade (leia-se Europa) tenha feito até o momento. O *não* francês e o *sim* espanhol precisam ser analisados na sua coerência paradoxal e dialética. Os cidadãos franceses não podiam apoiar um enquadramento legal liberal que significa uma involução ainda maior a respeito do Estado de *bem-estar* que tinham alcançado já na década dos anos sessenta do século passado (Virilio: 1999). Essa França com várias décadas em níveis de desenvolvimento humano avançado no poderia dar passo a um retrocesso ainda maior de caráter neoliberal. Os movimentos sociais, culturais, políticos, intelectuais e científicos coincidiram nesse posicionamento; o *não* ganhou como uma resposta significativa aos extremos do *fundamentalismo de mercado* (Mattelart, 2002b; Bourdieu, 2003; Chomsky, 2005a; Soros, 2001).

No caso espanhol temos uma situação diferente, a realidade deste Estado mostra que sua inserção no contexto das nações *desenvolvidas* data da década dos anos

noventa do século XX; sua tradição autoritária, ditatorial, conservadora e atrasada economicamente teve a ver mais com América Latina que com a Europa. As gerações anteriores migravam para trabalhar na França e na Alemanha, as limitações socioeconômicas eram altas. Vai ser a *União Européia* com seu aporte estratégico que mudou essa situação (quase 60 bilhões de euros por ano de ajuda para o desenvolvimento); os cidadãos espanhóis vão desfrutar de condições de vida adequadas nos últimos quinze anos. É assim que esses cidadãos não tiveram condição de comparar seu atual estado de vida com os que existiam nos Estados de *bem-estar social*, eles nunca os tiveram. Sua análise comparativa se remeteu à época da ditadura de Franco quando milhões de espanhóis tiveram que migrar para América e o norte de Europa. Uns e outros apóiam na sua maioria uma *União Européia* forte, democrática, livre e de justiça social (Santos, 2005).

O atual processo e a crise que o *não* francês trouxe sinalizam para os partidos e forças políticas do *centro* que a euforia neoliberal, sustentada durante quase três décadas, está tocando fundo; continuar com essa linha, implementada tanto por *socialdemocratas* quanto por *conservadores*, pode gerar situações de conflito e crise insuspeitadas no atual momento político. Os cidadãos franceses têm realizado, nesse sentido, um deslocamento das prioridades e questões a debater; aquilo que fluía como “*modelo natural*”: o *capitalismo neoliberal* foi confrontado diretamente pelo *não* francês. Na Espanha o *sim* fala da necessidade de avançar e negar a possibilidade de involução. As cartas estão jogadas, o centro já não tem condição de seguir alimentando aos neofacistas com suas políticas de absolutismo do *mercado*, estão obrigados a pensar na responsabilidade social de empresas e Estados (Harvey; Smith, 2005; Sartori, 2005).

A Espanha *desenvolvida* do último decênio tornou-se um pólo de atração para milhões de cidadãos latino-americanos que têm experimentado um crescimento acelerado da pobreza, o desemprego e a perda paulatina de direitos sociais fundamentados nas políticas neoliberais do FMI, BM e governo estadunidense. É um princípio e um fato geopolítico, desde inícios do século XIX, que para os Estados Unidos interessa uma América Latina pobre, atrasada, fragmentada e dependente. A proposta de Simon Bolívar de constituir uma *Unidade Latino-americana* de nações era a única que poderia ter permitido o desenvolvimento de um complexo geopolítico forte, democrático e solidário. A história lamentavelmente não está feita só de projetos visionários ou vontades de liberdade, os grupos sociais com *poder* do que hoje é América Latina não tinham nem a cultura, nem a vontade política, nem a inteligência histórica para perceber o significado da proposta bolivariana.

O continente se fragmentou em dezenas de países artificiais, alguns deles controlados pela presença direta das forças militares estadunidenses (América Central, Caribe e Panamá), outros vigiados mediante sofisticados mecanismos

de espionagem, intervenção cirúrgica e genocídio (Chile, Argentina, Uruguai). A maioria mantida em níveis de miséria, atraso e corrupção; todos atravessados por intervenções militares periódicas, redes de corrupção governamental (armas, petróleo, recursos naturais) e pressões políticas para manter-se sob a tutela de Washington.

Um dos grandes negócios do poder hegemônico mundial tem sido o enfraquecimento, controle e fragmentação dos estados latino-americanos. Não é admissível na sua concepção estratégica desde que é Estado (EUA) o funcionamento de outro ou outros Estados fortes na América, para manter essa condição todos os recursos e políticas têm sido justificados (golpes de estado, ditaduras, genocídios, fome e bloqueios econômicos). Nessas condições as alternativas geopolíticas latino-americanas têm que mirar para si mesmas (*unidade complexa*) e para parceiros além do mar, tanto em Ásia, África e Europa. A *União Européia*, nessa perspectiva é de extremo interesse para América Latina, a possibilidade de superar o atraso, a pobreza, a fragmentação e a desestruturação passam por uma compreensão política aprofundada do potencial democrático da *União Européia*.

Processos comunicacionais e interculturalidade

A cooperação, intercâmbio e produção de conhecimento conjunto sobre nossas culturas, realidades e possibilidades de futuro tem a oportunidade concreta de progresso e estruturação forte no estabelecimento de projetos conjuntos de investigação científica, que a partindo do campo acadêmico contribuam para uma *práxis* de união, progresso e solidariedade efetivas. Nesse enquadramento formulou-se o projeto "*Processos midiáticos e inter-relações socioculturais: análise das estratégias de fabricação simbólica de alteridades culturais nos meios de comunicação espanhóis³, e investigação de recepção midiática sobre a produção de significações a respeito da migração por cidadãos de Catalunya e migrantes que moram nessa comunidade autônoma*". Essa investigação em nível de pós-doutorado fez possível a inserção do autor deste texto no MIGRACOM-UAB entre setembro de 2004 e setembro de 2005, mergulhando durante um ano nas reflexões e produções teórico-metodológicas, nas experiências de pesquisa, nas atividades semanais (planejamento, organização, produção, avaliação) e na vida cultural da província de Barcelona⁴.

A participação, intercâmbio, debate, diálogo e confrontação de perspectivas metodológicas (Cogo, 2004a; Huertas, 2002; Lorite, 2004; Maldonado, 2002, 2004a, 2004b, 2005) levaram ao desenho de uma amostra qualitativa no município de Barcelona que contempla os distritos com maior presença de migrantes (Ciutat Vella, Sant Montjuic, Eixample, Sant Martí, Sarrià-Sant Gervasi); a migração de América do Sul e de Portugal, Itália e Alemanha que são países com importante presença migratória no sul do Brasil. Escolheu-se como base

de seleção e estruturação da amostra o INFORME ESTADÍSTICO de la POBLACION EXTRANJERA (Prefeitura), BARCELONA ENERO 2005, www.bcn.es/estadistica, que reúne os dados mais atualizados sobre os fluxos migratórios no âmbito investigado. Este instrumento, pela sua estrutura, permitiu distribuir de modo sistemático as nacionalidades, bairros, gêneros e faixas etárias dos entrevistados. A opção por este tipo de referencial empírico adotou-se pelas virtudes informativas (consistência e atualidade: janeiro 2005); sua coerência estatística; a cobertura detalhada do contexto da pesquisa; a disponibilidade aberta para os pesquisadores, estudantes e cidadãos e por tratar-se do instrumento sociológico de maior completude e aproximação à realidade empírica da migração⁵.

Um critério consensual em nossos grupos de investigação é que os dados oferecidos por relatórios de pesquisas quantitativas e bancos de dados, prévia sua avaliação metodológica, são um recurso e uma fonte que qualifica o trabalho, poupa recursos de investigação e permite estruturar estratégias de investigação de melhor correspondência com o *concreto/real*.

Os quadros reestruturados de participação e distribuição de estrangeiros em Barcelona mostram as seguintes características:

| País | Numero extranjeros | Porcentual en relación con el total de extranjeros provenientes de la UE y América del sur. |
|--------------|--------------------|---|
| Ecuador | 31.828 | 24,2% |
| Perú | 15.037 | 11,5% |
| Colombia | 13.935 | 10,7% |
| Argentina | 12.439 | 9,6% |
| Italia | 11.678 | 8,9% |
| Bolivia | 8.314 | 6,4% |
| Francia | 7.706 | 5,9% |
| Chile | 5.307 | 4,0% |
| Alemania | 4.762 | 3,6% |
| Brasil | 4.688 | 3,5% |
| Reino Unido | 4.056 | 3,0% |
| Venezuela | 3.432 | 2,6% |
| Uruguay | 3.395 | 2,5% |
| Portugal | 1.956 | 1,5% |
| Paraguay | 1.104 | 0,8% |
| Bélgica | 934 | 0,7% |
| Polonia | 901 | 0,6% |
| TOTAL | 131.472 | 100% |

Constata-se uma forte presença dos migrantes de América do Sul, fato que favorece nosso trabalho focado nas inter-relações *multiculturais* entre a Península Ibérica e Cone Sul de América. Os entrevistados foram e são selecionados de acordo com esses indicadores, procurando expressar a maior diversidade possível dentro desses parâmetros.

O instrumento de investigação desenhado para abordar essa amostra é uma *entrevista qualitativa sociocultural/comunicacional* organizada em blocos. O primeiro deles trata das relações entre país de origem e país de chegada buscando identificar os motivos e modalidades de migração; as relações comunicacionais entre os contextos de vida passados e presentes; as relações interculturais com outros migrantes e pessoas do país de acolhida. Este bloco permite fabricar informações detalhadas e fortes sobre as inter-relações entre os *contextos de vida*, as razões do êxodo, a convivência atual, os sentimentos de pertença ou estranhamento e os modos de comunicação com o país de origem e o de adoção.

O *segundo bloco* foca na problemática da inter-relação com os *meios de comunicação*, interessa saber quais são as preferências, os usos, os sentidos (satisfações / / utilidades) e as *dinamizações interculturais* geradas a partir da interacionalidade midiática. No *terceiro bloco* temos um enquadramento em *informação*, procura-se conhecer a importância ou não das atividades para obter informação nos migrantes; os usos e relações que se estabelecem a partir dessa prática informativa; que funções têm essas *mediatizações* no cotidiano dos entrevistados e que papel tem a *informação midiática* nos processos de socialização dos migrantes no contexto local, de origem e digital. No *quarto bloco* o entrevistado realiza uma *interpretação* sobre a produção dos *meios de comunicação* do país de acolhida a respeito dos seus imigrantes; pergunta-se sobre a *imagem* construída, se mostram ou não ao imigrante, a que tipo de vida é associado, como são apresentados os países de origem e que avaliação realiza da produção dos meios sobre os imigrantes. Finalmente se pede para fazer uma proposta pessoal de produção midiática no caso de que isso fosse possível.

No *quinto bloco* aborda-se a problemática da *integração* na *União Européia*. Pergunta-se sobre o conhecimento e a posição do entrevistado frente a essa realidade; o papel dos meios na construção de uma *identidade européia*, as condições de vida na UE; as *identificações* ou não com Catalunha e Espanha; as vantagens e desvantagens da UE. O pesquisado mostra, desse modo, as competências sobre o seu âmbito macroestrutural, seu posicionamento sociocultural e as perspectiva que vislumbra sobre a realidade e o futuro. O *sexto bloco*, que fecha a entrevista, questiona sobre *migração* e *conhecimento do MERCOSUL* e América Latina, busca-se identificar se o entrevistado tem ouvido algo sobre essas realidades, onde, se fala com alguém sobre elas, que opiniões e mudanças têm vivenciado durante suas experiências como imigrante. No conjunto da entrevista vinculam-se as

perguntas com os sistemas midiáticos que participam na vida concreta dos pesquisados.

As avaliações periódicas do trabalho de campo realizadas no MIGRACOM constataam uma duração média de cada entrevista de uma hora e trinta minutos, tendo-se máximos de duas horas e vinte e dois minutos e mínimos de uma hora. O questionário tem se mostrado adequado para um processo em equipe que busca produzir conhecimento sistemático, permitindo *explorar* de maneira profunda e sistemática aspectos-chave da problemática, realizadas já um 40% das entrevistas previstas temos um quadro revelador das bondades e limitações do procedimento. A maior virtude é sua capacidade para aglutinar informações socioculturais e midiáticas de modo fluído, coerente e instigante produzindo sínteses pertinentes para uma reflexão teórico/metodológica aprofundada. Em termos de tempo permite captar informações mediante um processo econômico, considerando a complexidade do projeto, é exequível em termos operacionais facilitando a participação de dezenas de entrevistados. O fato de ter uma estrutura que aborda um conjunto amplo de aspectos permite construir uma visão sintética da *trajetória de vida sociocultural e midiática* dos pesquisados. Embora não alcance a sofisticação de uma *história de vida comunicacional* torna possível incluir e gerar informações sobre o aspecto histórico do problema, fundamental para compreender as significações e as práticas sociais, oferecendo elementos de análise e interpretação interessantes.

No processo de produção do *questionário* para a *entrevista qualitativa sociocultural* cabe destacar a importância do trabalho coletivo, tanto na concepção quanto nos testes e reformulações necessárias. É importante salientar que se partiu de uma análise crítica e reformulação do instrumento paralelo aplicado em Porto Alegre, escutando e estudando as opiniões e comentários dos colegas que participaram e realizam o trabalho no Brasil. Foi singularmente rico o debate sobre a redefinição do *questionário* em base à distinta configuração do *problema/objeto* na Catalunha; para os pesquisadores e estudantes que trabalham no projeto esse processo esclareceu pontos importantes sobre a fabricação metodológica de instrumentos em inter-relação profunda com a realidade empírica que problematizam. Mostrou-se instigante e desafiador o debate sobre várias perspectivas metodológicas na construção de um produto comum, em termos gerais pode-se afirmar que o diálogo e o confronto entre as vertentes sociológicas estatísticas e a perspectiva de pesquisa reflexiva qualitativa permitiram avançar na compreensão da necessidade de contar com estruturas *transmetodológicas* que sejam adequadas às problematizações *transdisciplinares* em comunicação. As possibilidades de cooperação entre pesquisa quantitativa e qualitativa não devem ser desperdiçadas por uma falsa dicotomização excludente, é necessário aproveitar o máximo possível de recursos metodológicos na resolução de problemas complexos.

O trabalho de fabricação da *entrevista qualitativa sociocultural comunicacional* apontou novamente (Maldonado, 2000, 2002, 2004b) para a necessidade de produzir *reflexão, debate, desenho, testes* (simultaneamente e em várias fases) estruturando versões que se vão complementando e reformulando na inter-relação dinâmica entre as dimensões teórica e empírica. Isso demanda um trabalho simultâneo de reflexão e operacionalização que não pode ficar separado no cronograma da pesquisa. É importante estabelecer uma programação de idas e vindas num mesmo período que possibilitem questionar à teoria, redesenhar os instrumentos de investigação e conhecer melhor o *problema/objeto* pesquisado.

A *pesquisa metodológica* que estuda, reflete, investiga e questiona projetos, modelos e instrumentos utilizados, estruturados ou experimentados em outras investigações é imprescindível num processo rico de problematização metodológica. Este trabalho deve permitir uma inserção formal na lógica interna dos procedimentos analisados e até uma sensibilização dos pesquisadores sobre as qualidades e limitações dos mesmos. A *crítica metodológica* requer de uma superação da *escolástica pomposa* (em que se apresentam inúmeras vezes) para dar passo à reflexão detalhada e séria sobre a concepção, desenho, estrutura, articulação, operacionalização e realização concreta das investigações. A nossa experiência em Barcelona constata o como a fabricação e produção real de investigação é o *contexto adequado* para realizar e desenvolver a crítica epistemológica nos campos científicos.

O impacto dos fluxos migratórios de centenas de milhares de pessoas da América Latina para Espanha aponta por uma parte sobre a profunda vinculação entre o *progresso espanhol* e o *empobrecimento latino-americano*, não é que um é efeito ou causa do outro, sim que os dois processos estão inseridos na reconfiguração geopolítica e social contemporânea. A *União Européia* é uma realidade que tem como condicionante macroestrutural histórico o *globalismo capitalista* e o *unilateralismo hegemônico*, a involução socioeconômica de América Latina nas duas últimas décadas do século XX tem a ver com esse marco sistêmico.

As possibilidades de sobrevivência de milhões de pessoas apresentaram-se na alternativa do êxodo, na atualidade existem 25 milhões de pessoas nascidas na América Latina e o Caribe que migraram fora de seus respectivos países de origem (ONU, CEPAL, BM, BID: relatórios 2004). As economias dos países centro-americanos, caribenhos e dos mais pobres de América do Sul dificilmente se sustentariam sem os 45 bilhões de dólares de remessas que os trabalhadores da região, principalmente pedreiros, camponeses, faxineiras, operários e garçons enviaram para suas famílias em extrema situação de pobreza (CEPAL, ONU: relatórios 2004). Essa quantidade supera o investimento estrangeiro direto e a cooperação externa para América Latina, é paradoxal e paradigmático que as *"pessoas simples"* façam mais pela economia dos países latino-americanos que todos os empresários e sistemas de *"desenvolvimento"* juntos. A maioria desses

trabalhadores migrou, instalou-se e gerou economias em situação *não regularizada* nos estados de chegada; a miséria de uns e a riqueza de outros confluíram na acolhida necessária para produzir vorazmente produtos de circulação e consumo internacional.

A pesquisa comunicacional sobre *interculturalidade, migrações e midiaticização* estão profundamente atravessadas por esses condicionantes históricos; essa situação obrigou a uma pesquisa documental que permita conhecer fatores-chave sobre o *mundo contemporâneo*. Neste aspecto a província de Barcelona oferece condições adequadas de investigação: têm centros especializados na pesquisa de ciências sociais e humanas; bibliotecas qualificadas; a maior rede editorial em língua castelhana; sistemas de comunicação-local dinâmicos e questionadores de formatos e processos, como também grupos de investigação interessados nas problemáticas comunicacionais e socioculturais. Em termos de *contexto* se pode contar com o apoio das instituições dos governos locais como a *Diputació*, o Conselho do Audiovisual de Catalunha (CAC) e os institutos públicos e privados que apoiam a pesquisa e a atividade intelectual. As associações, movimentos culturais, museus, livrarias configuram um ambiente instigante e favorável para a pesquisa comunicacional. Confirma-se nesta experiência de pesquisa o quanto são relevantes para a ciência as suas *condições de produção*, o *ethos cultural* quebra as barreiras jurídicas burocráticas que sistemicamente impedem a criação e o fluxo dos conhecimentos. O conhecimento do mundo requer de experimentações e vivências cosmopolitas, o choque histórico de culturas que acontece em Barcelona esclarece e ilustra significativos processos interculturais contemporâneos e futuros. As variáveis sociológicas e antropológicas dos problemas comunicacionais têm um importante subsídio para sua investigação nessas condições.

O formato dos *livre-pensadores* solitários não é adequado para assumir o trabalho de investigação científica contemporâneo, os grupos, núcleos e laboratórios de pesquisa com maior desenvolvimento e tradição nas ciências da natureza vão, paulatinamente, configurando-se e avançando no campo das ciências sociais e da comunicação. A cooperação, intercâmbio e trabalho conjunto entre eles apresentam-se como uma alternativa forte para dar conta de problemáticas complexas, impossíveis de serem enfrentadas por pesquisadores individuais ou um grupo isolado. Na experiência dos grupos PROCESSOCOM (Brasil), MIGRACOM (Espanha) e "*Mídia e multiculturalismo*" (Brasil) constatam-se transformações qualitativas nas práticas metodológicas e na reflexão teórica como fruto da interação produtiva entre eles; apesar das diferenças de trajetória, cultura, referenciais teórico-metodológicos e modos de vida institucional o formato articulador de *projeto de pesquisa comum* tornou-se um eixo organizador e objetivo coletivo que gerou compromissos acadêmicos, científicos e éticos que produziram mudanças significativas nas rotinas produtivas de todos os grupos.

A inserção de pesquisadores dos outros grupos no trabalho semanal permite pensar, debater, planejar, programar e realizar as atividades do grupo e do projeto comum de maneira especialmente questionadora, dinâmica, intensa e crítica.

As alteridades culturais dentro dos grupos de pesquisa é um fator multiplicador de idéias, perspectivas e proposições (Hall, 2003). A *vigilância epistemológica* (Lopes *et al.*, 2002) transforma-se em *práxis cotidiana*, longe do policiamento burocrático oferece possibilidades de qualificação, reformulação e aprofundamento constantes. Aspectos antes descuidados ou considerados secundários vão adquirindo valor especial nos nossos raciocínios, encontros e operacionalizações. O contexto distinto ao de nossa origem dota-nos de um distanciamento interessante que se pergunta sobre o “*óbvio e o trivial*” tão importantes para a pesquisa científica; a necessidade de adaptação e identidade leva ao pesquisador a *sentir* sensações, emoções e ambientes que o tornam significativamente mais receptivo à *pesquisa de recepção*. O processo de *recepção/produção* é constantemente questionado, as possibilidades de diálogo e confrontação são múltiplas, os projetos ganham em perspectivas, aspectos e possibilidades interpretativas (Maldonado, 2002, 2004b; Lopes *et al.*, 2002).

A tendência oligárquica das instituições públicas e privadas no *capitalismo fundamentalista de mercado* pode ser vista, analisada e confrontada de diversas formas e mediante distintas táticas e estratégias. Vivenciar, observar, sentir, depender de instituições além do mar ilustra sobre funcionamentos, virtudes, vícios, variações, universalismos e possibilidades de futuro.

Como se vêem os migrantes na mídia espanhola?

Um dos aspectos aglutinadores no trabalho dos grupos de pesquisa PROCESSOCOM, MIGRACOM e “*Mídia e multiculturalismo*” é a *pesquisa de recepção midiática*. Os três grupos de diferentes perspectivas e com distintas trajetórias vêm realizando pesquisa sociocultural midiática por vários anos, a problemática da *recepção comunicacional* em diferentes graus e concepções tem adquirido relevância central para a investigação de cada um dos grupos.

As *falas dos destinatários*, seus comentários, percepções, opiniões, críticas e propostas tornaram-se preocupação central nos três grupos; problematizar a comunicação sem incluir a *recepção* e o *processo* na sua estruturação impede pensar os *modos de vida comunicacional* na sua integralidade, coerência e abrangência cultural. Um dos pontos de partida importantes para formular um projeto conjunto tem sido este: a centralidade da *recepção*.

Para isso é relevante escutar, refletir e interpretar a problemática midiática em diálogo com os *interlocutores imigrantes* que vivenciam a dinâmica cultural cotidiana ao seu modo, com os seus valores, matrizes, hábitos e costumes. Nossa análise

a continuação seguirá um caminho *dialógico* inserindo os comentários, reflexões e pontos de vista dos “*pesquisados*” na estrutura do texto.

André

(Brasileiro/Rio de Janeiro; 31 anos de idade, migrante desde os 15; Bélgica, Espanha; desenhista)

- *Os meios de comunicação mostram ao imigrante?*
- “Nos meios de comunicação existem muitas mãos de estrangeiros, muitas (...) diretores de arte que são estrangeiros (...) Existem muitas pessoas de fora aqui na Espanha, bastante não é pouco, bastante; áreas de publicidade, televisão, meios de comunicação, etc., etc. (...) Muito mais do que parece, (...) de todo o mundo. (...) Aqui na Península Ibérica (Espanha até Portugal) é impressionante constatar que realmente se importa profissionais de Ibero-América para poder levantar e dar um toque que seja mais interessante aos próprios meios de comunicação de aqui, seguem pautas de lá. (...) Da Argentina e o Brasil produtores de arte, agências de publicidade é forte, muito mais forte do que parece. (...) Nos mais potentes meios de comunicação portugueses os diretores de arte dos jornais são brasileiros (...) Nas agências de publicidade, também, muitos brasileiros”.
- *Que imagem mostra os meios sobre o imigrante?*
- “O imigrante, que está nos meios de comunicação é o imigrante problemático (...) a tendência sempre é a (...), sempre se fala do imigrante que tem... dificuldades, que molesta, que traz problema para as pessoas aqui. É forte (...) tem muita gente que está trabalhando, que faz com que a sociedade aqui funcione: se fala pouco, realmente se fala pouco”.
- *Que tipo de vida associam os meios com o imigrante?*
- “Em geral quando se fala de imigrante (...) já começa já a (...) Tem uma atitude meio pejorativa; imigrante a própria palavra em si (...) trabalho de baixo salário, trabalho de limpeza, se associa a isso automaticamente. Na realidade é tudo muito mais amplo (...) é um “abanico” (leque) muito mais aberto não. A tendência é essa de ver algo como difícil, negativo, a pessoa que tem problemas, a pessoa que é pobre, pessoa que tem pouca instrução, etc., etc. Isso construído pelos próprios meios de comunicação (...) constroem isso também”.
- *Lembra de algum exemplo concreto em que aparecem imigrantes?*
- “Existem aqui nas televisões locais programas que são para dar a palavra (...) a grupos de migrantes, não diria grupos de imigrantes; a palavra imigrante (...) eu diria grupos culturais. Tem grupos de alemães que estão conversando

sobre a sociedade alemã, grupos de chineses que estão conversando sobre a sociedade chinesa, etc., mais esses grupos culturais (...) Eu não tenho uma identificação, sempre a tendência é ver o imigrante como o outro não. Identificou-me mais com (...) “inteligentes e pobres” que sai na revista da “Vanguardia:” os jovens de hoje que pode falar muitas línguas (...) ter cultura, formação, etc., etc., (...) tem um apartamento que é barato, (...) não conseguem terminar bem no final do mês e que estão sempre vivendo assim (...). Eu me identificou mais com esses tipos de reportagem, mais a isso que a um grupo de brasileiros aqui ou a um grupo de estrangeiros aqui. Aliás, sou imigrante sou”.

- *Se tivesse que fazer alguma produção para um meio, que aspectos mostraria para dar a conhecer o imigrante?*
- “(...) Ter uma transparência, que as pessoas saibam que as pessoas estrangeiras estão muito mais presentes do que na realidade parece. Acho que (...) isso de saber que existe muita presença (...) somos bastantes aqui fazendo trabalhos que são de relativa importância também. Fazendo conhecer as pessoas que estão fazendo evoluir a própria sociedade de aqui”.
- *Considera correta a imagem que dão os meios das pessoas do Brasil?*
- “É simplista (...) e também a tendência é sempre ir para os extremos, nunca existe meio termo, sempre vai para os extremos, ou é muita violência (...) sempre são os extremos (...) não achou que é uma visão muito acertada”.



Antonio

(Equatoriano; Manta; 48 anos de idade; Venezuela, Espanha; estudos secundários; curso de eletricidade; curso de motores; 16 anos fora do país; motorista; serviços hospitalares; pedreiro; serviço doméstico)

- *Que imagens apresentam os meios sobre o imigrante?*
- “*Dependiendo de la situación..*” (silêncio no responde, hace algunos intentos, duda, silencio).
- *Que tipo de vida associam os meios com o imigrante?*
- “Que tipo de vida... Bueno, hay algunos inmigrantes que vienen aquí con diferente mentalidad, por ejemplo hay algunos que no vienen con los mismos fines (...), por ejemplo una persona que no le guste trabajar ha venido a aprovecharse; van a un centro comercial si pueden cogerse algo, robarse algo y lo roban tranquilamente. Y entonces, ese inmigrante es una persona que (...) hasta cierto modo nos viene a ser quedar mal a los que venimos aquí a trabajar honradamente. Recuerdo un caso en un supermercado, una vez que estaba haciendo unas compras... un marroquí dentro de su chaqueta...

y que pasa, que se estaba robando aceite; era todo esto (señala el cuerpo) lleno de aceite, casi una caja de aceite se había robado; pero se dieron cuenta (...) sólo aceite. Entonces pero lo pillaron y le quitaron, entonces esta clase de inmigrante no debería venir a hacernos quedar mal al resto de las personas que salimos con buenas intenciones, con el fin de trabajar y todo legal (...) claro” (*Antonio veio para Espanha quando os equatorianos não precisavam visto. Apesar disso, teve que passar um interrogatório forte, durante duas horas, no aeroporto de Madri. Na atualidade tem nacionalidade espanhola*).

- *A quem mostra mais a mídia? Aos que vêm a trabalhar ou aos que vêm a delinquir?*
- “A los que venimos a trabajar honradamente”.
- *Lembra de algum exemplo concreto em que aparecem imigrantes na mídia?*
- “Este hombre que ..., este criminal, porque no lo puedo llamar de otra manera, (...) no sé si ustedes se enteraron de este caso: el tipo en Ecuador había matado como a seis mujeres, o a siete, y tenía antecedentes, y que pasa que como la corrupción reina allá en nuestro país ha pagado dinero. Se vino para acá aparentando que es una persona que no tiene cuentas pendientes con la justicia, y se vino para acá, y en un “parking”, creo que en una universidad, o cerca de una universidad, a una chica que estudiaba derecho la violó, la mató y mire. Claro, lo cogieron al individuo este, y creo que lo mandaron (...) y a raíz de esto, eh a toda la gente que iba a arreglar sus papeles aquí le exigían el certificado de antecedentes penales de allá de Ecuador. Entonces pues mire para la gente sana por estos delincuentes ya se les pone las cosas difíciles para arreglar los papeles”.
- *Se tivesse que fazer alguma produção para um meio de comunicação, que aspectos apresentaria para dar a conhecer o imigrante?*
- “Trataría de los aspectos positivos, todo lo relacionado al aspecto positivo del inmigrante pues lo..., si no lo puedo publicar trataría que de alguna manera se publicara, todos los aspectos positivos (...) Uuuhmmm, bueno de los inmigrantes que vienen aquí a tratar de superarse, vienen aquí a trabajar estudiar y con gran sacrificio salen adelante”.
- *Como apresentam os meios às pessoas do Equador?*
- “Creo que nosotros los ecuatorianos aquí, aquí (...) somos vistos, somos vistos bien. Claro dejando a un lado los casos de estas personas, de estos delincuentes, que en si nos vienen a hacer quedar mal. En el ámbito laboral, la gente, la gente que trabajamos así en casa de familia, eh, en el caso nuestro, somos ejemplo para el resto de la gente, por qué?; porque nosotros llegamos hace ocho años aquí (...) y entonces pues mire nosotros siempre en este trabajo (...) hemos venido pues a trabajar. Nuestro jefe está con nosotros muy

contentísimo y entonces con sus amigos, donde con su gente que se relaciona, pues cuando es de tratar así de trabajadores, pues nos ponen como ejemplo a nosotros que somos buenos trabajadores, si. Incluso hasta nuestro jefe ha recomendado a familia... (de la esposa), si. Le dice si, mira cógela que son personas honestas, personas honradas que vienen a trabajar y así”.

- *Lembra de algum outro exemplo de equatorianos nos meios?*
- “No sé si te has enterado del caso del “Maremagno”, un ecuatoriano que andaba bebido y se fue a la discoteca allá en el “Maremagno” en el puerto y no le permitieron la entrada, entonces como le había dado al trago creo que insultó a los porteros y se entraron ahí en el problema. Él trató de defenderse con una botella, rompió una botella para agredirlos a los porteros y, no sé de alguna manera, lo tiraron al agua y se ahogó. Se ahogó el hombre y (...) los juzgaron a los porteros por asesinato si. Quien sabe?(se ríe) (...) Salió en la prensa si ufhhh, ese fue un problema grande si”.
- *Considera que a imagem apresentada pelos meios é correta sobre as pessoas do seu país de origem?*
- “Creo que si se asemeja con la realidad, me siento identificado”.



Hugo

(Ecuadoriano; 26 anos de idade; Guayaquil; motorista; comerciante; pequeno empresário; quatro anos na Espanha, gestor/motorista negócio de serviços de transporte)

- *Os meios de comunicação apresentam ao imigrante?*
- “Si, a veces lo muestran de mala manera (...) la mayoría de veces (...) por ejemplo yo soy de la costa pero siempre salen las personas de allá por Ibarra, esos que andan con los anacos o las personas con los cabellos largos de trenza y las alpargatas, pero nunca sale Guayaquil, nunca sale Quito, las ciudades, siempre salen los alrededores, eso es lo que sale en las noticias”.
- *Que imagem apresentam os meios sobre o imigrante?*
- “Aquí siempre lo malo, nunca pueden poner, siempre sale que un ecuatoriano mató a la mujer, nunca ponen que un ecuatoriano está bien, que está superándose y siempre lo malo”.
- *Que tipo de vida associam os meios com o imigrante?*
- “Es lo que comentábamos que nos dedicamos a beber y eso que venimos aquí a quitarles el trabajo, eso”.

- *Se tivesse que fazer alguma produção para algum meio, que aspectos mostraria para dar a conhecer o imigrante?*
- “Que somos trabajadores, que damos trabajo (...) A pesar de que somos los que estamos trabajando aquí, o sea sacando adelante y no venimos a quitarles trabajo, venimos a poner trabajo, no a quitar, estamos haciendo trabajo que no quieren hacer ellos (...) Por ejemplo, que, ahora mismo hay muchos basureros ecuatorianos, hay (...) ahora ya no es lo mismo, antes cuando yo llegué una chica o una señora cuida una persona mayor o cuida unos niños. Ahora ya se ve a la chica trabajando en unos despachos, de secretaria, de oficina como se dice, ya no que necesariamente tiene que estar cuidando a una persona o trabajando dentro de una casa (...) ahora ya hay más actividades profesionales (...) Muchos lugares que conozco, porque tengo que entregar paquetería, hay muchos ecuatorianos, muchos latinos, muchos, muchos, muchos. Haciendo limpieza, o de jefes de un almacén y se nota que hay muchas plazas ocupadas por latinos”.
- *Como apresentam os meios de comunicação às pessoas do Equador?*
- “Como te decía nos tienen clasificados por, como indígenas, nos tienen clasificados así, que todos somos así, ahora no es por nada, pero me dice que yo no soy de allá porque no soy chiquito y no soy morenito; a mi me lo dicen (...) Ahora yo les dije si tú vas a Cuba, tú crees que sólo vas a encontrar negros (...) hay gente blanca, no todos somos bajos y el mismo color de piel así”.
- *Considera adequada a imagem que dão os meios das pessoas do seu país de origem?*
- “No (...) el mayor error mucha gente cree que no somos preparados, que somos por decir ignorantes, que no sabemos las cosas. Cuando allá hay, bueno es mi forma de pensar, nosotros tenemos establecido que ... tiene que tener mucho trabajo, que lee, aquí muchos chicos no terminan ni siquiera el colegio, bien sea por trabajar, bien sea por hacer otras cosas, pero no; en cambio nuestra idea más que nada lo que a mi me inculcaron así que el colegio era necesario, claro que la universidad también, pero como ley el colegio cosa que aquí no”.
- *O que os meios apresentam se assemelha à realidade do dia a dia?*
- “En algo (...) Bueno a veces si tienen razón, por ejemplo en eso de lo que digan de los ecuatorianos que se ponen a beber y eso en espectáculos hay, si es verdad por que lo hacen. Pero le digo no somos todos, por algunos nos juzgan a todos, si (...) El caso de las pandillas juveniles es una realidad presente en el día a día, si yo he pensado en mi cabeza salir fuera de Barcelona para evitar que mi hijo crezca en ese ambiente (...) se los puede encontrar en la calle (...)”.



Kléber

(Equatoriano; 24 años de idade; Cidade 24 de maio; trabalhador em empresa exportadora de banana; “estatua humana” em Barcelona há dois anos e meio)

- *Os meios de comunicação apresentam ao imigrante?*
 - “Pues lo muestran de que forma? (...) Si, si, muchos...”
- *Que imagem apresentam os meios sobre o imigrante?*
 - “Pues... muchas necesidades. A veces pasan reportajes queeee...os inmigrantes pasan tantas, persona que viven en pisos (...) a través de inmigrantes de esas “pateras” y tanta cosa, siempre dan reportajes por dar imágenes por lo menos de que ... Sacan así reportajes, así de la migración, siempre están..., siempre”.
- *Quando passam reportagens de “pateras” que provocam em você?*
 - “Pues la verdad que yo me da pena y tristeza. Tristeza porque ellos vienen a buscar un mundo como todos hemos venido sabe para acá a buscar un mundo diferente, (...) un mundo que uno se alegra sabe por ser, hacer algo por la vida (...) y ya que tenemos la oportunidad a veces nos quieren cerrar la puerta, pero bueno; a veces uno de tanto luchar pues se esquivo y lo llega a lograr, sí”. (*Las dos imágenes que más recuerda son los pisos con varios inmigrantes y pateras*).
- *Há outra imagem que lhe marcou?*
 - “Pues si, este..., depende hay muchos reportajes así que hay bandas en Madrid... están entre latinos haciéndose matanzas y crímenes, entre ellos mismos y todo, y yo digo la pregunta hacia ellos y yo mismo y todo, ¿pero por qué? Entre mismos paisanos y todos se hacen ver la cara por cositas tan pequeñas, y bueno. No es justo que vengan aquí estos días hacer cosas, que se hagan ver la cara por cosas insignificantes. Quizá que eso aprovechan, será que quieren salir por la televisión?”.
- *Que tipo de vida associam os meios com o imigrante?*
 - “Eso lo llevan así... Yo casi lo digo así, vea... No sé de los demás, este., pues llevó bien, por decirle en migración, yo ahora si Dios quiere llego a tener mi documentación, pues haré otra cosa ya, vendré a trabajar en otras cosas, me dedicaré a otras cosas... Y si bueno hay oportunidad de trabajar unas horas extras así, seguiré mismo trabajando en esto. Espero que no se cierren las puertas, pues ahí, en la Rambla Cataluña, para las “estatuas humanas”. Yo creo que siempre a de durar eso ahí, porque yo digo no sé (...) las estatuas dan vida a ese lugar, sin las estatuas no sé como será, igual sería Rambla

pero...no habría esa risa, esa gozadera, que el turista se va a divertir haciendo de todo. Se llena de vida ese sitio con estatuas humanas. Y yo creo que tenemos (...), que eso fuera amparado por el Estado, que sé yo? Por el ayuntamiento, a cada "estatua humana" un mensual de tanto, por darle vida a ese lugar. Pero bueno, esperamos que no se cierren las puertas, es suficiente.

- *Lembra de algum exemplo concreto em que aparecem imigrantes?*
 - "No, no he visto".
- *Se tivesse que fazer uma produção para um meio de comunicação, que aspectos mostraria para dar a conhecer o imigrante?*
 - "Aspectos pues eh, por decir muchas cosas, en que darle consejo al que le falte conocimiento pues, que llamarán a tal teléfono para darles información, ayudarle. Así...".
- *Como apresentam os meios às pessoas do Equador?*
 - "Pues yo lo veo igual que allá, porque tienen bueno, como le digo, aquí a de ser un poco diferente porque hay más técnica, más preparativos y todo, casi lo lleva igual (...) Si (se refiere a que los ecuatorianos son presentados en buena forma, no hay imagen negativa). Digamos por el lado que yo ando, yo no he visto que una persona diga que un inmigrante esto...".
- *Considera correta a imagem que dão os meios das pessoas do Equador?*
 - "Si" (respuesta corta, para decir que se asemeja a la realidad y que se siente identificado con la imagen presentada por los medios).
- *Se tivesse que fazer uma produção para um meio de comunicação, que aspectos mostraria das pessoas de sua nacionalidade?*
 - "Yo haría un periódico, si (...) Porque ayudaría más a la gente y por si acaso, por decir algo, un reportaje si lo pondría hoy en la mañana yo sé que lo van a leer muchas personas, muchísimas. Pero si yo le pongo en un, en un por decir, en la televisión será un reportaje tan rápido y no se entera nada casi el compatriota, el emigrante no se enteraría. En cambio con la letra si no entiende lo vuelven a leer, y sino entienden lo vuelven a leer, entonces al fin y al cabo lo entenderán, pero en la televisión lo pasarán rápido, así, así y se va y se fue la imagen".

Reflexões

Os quatro entrevistados apresentados aqui estão nas faixas etárias que apresentam maior número de imigrantes para Barcelona (entre 20 e 50 anos); dois estão em condições de vida das classes médias (André (31) e Hugo (26)) e

dois em condição de trabalhadores (Antônio (48) e Kleber (24)). Na relação nível socioeconômico/interpretação crítica da mídia, observa-se um olhar analítico consciente sobre a produção dos meios dos entrevistados de classes médias; este é um elemento que deve ser testado de modo instigante entre os imigrantes porque não é um comportamento que aconteça em outros contextos e circunstâncias; temos, por exemplo, cidadãos fortemente críticos da mídia regional nas classes trabalhadoras do Brasil⁶.

Os pesquisados de níveis sociais baixos apresentam níveis educativos básicos, no caso dos níveis médios temos educação superior e média. Este aspecto também é interessante de confrontar porque não existe uma relação direta entre competência hermenêutica e formação escolar, depende das trajetórias de vida, da complexidade contextual e do conjunto de características que definem aos cidadãos. Nos quatro exemplos selecionados para reflexão constatamos um nível de interpretação mais sofisticado das pessoas de classes médias.

É interessante constatar que o fator classe mostra distinções em relação com avaliação sobre o que a mídia produz. Para os trabalhadores entrevistados ela fabrica imagens que correspondem a sua realidade e se identificam com elas. As tentativas heurísticas e dialógicas para que expressassem interpretações de maior estruturação foram infrutíferas; realizando a mesma pergunta em várias versões as respostas tiveram as mesmas características, como consta nos parágrafos anteriores. Contudo é relevante refletir sobre os exemplos e as marcas de produtos midiáticos que mencionam, elas mostram a mídia apresentando crimes, violência, carências e problemas. É questionadora que essa seja a realidade que os trabalhadores guardam na sua memória; a modo de contraste, pela aproximação aos contextos de vida dos pesquisados, pode-se dizer que só Kleber vivencia ambientes desse tipo no centro de Barcelona, sem chegar ao extremo mostrado pela mídia. Os outros entrevistados moram e circulam por ambientes de menor violência e pobreza.

A respeito do *tipo de vida* que *associam os meios com o imigrante* constata-se que para os dois entrevistados dos setores sociais médios a mídia apresenta uma vida negativa, de carências, pobreza e violência mediante a qual distorce a complexidade e a variedade da *migração*; para os dois, os migrantes estão gerando trabalho importante que beneficia a sociedade de acolhida. Nas respostas dos trabalhadores existem dificuldades para relacionar o *modelo* apresentado pela mídia e a vida dos imigrantes. Kléber responde falando do seu tipo de vida; Antonio menciona um exemplo sobre o roubo de óleo por um migrante, que presenciou num supermercado, talvez procure justificar a cobertura midiática centrada em delinquência mediante um exemplo como este. Para os trabalhadores entrevistados a mídia mostra o *imigrante* como ele é, no entorno real que vive, identificando-se com o que é apresentado. Os entrevistados de classes meias

mostram um distanciamento maior, criticando a superficialidade, redução e limitações dos produtos midiáticos oferecidos. Afirmam que a mídia distorce e empobrece a realidade da migração e das *interculturalidades*.

Em relação ao que fariam se pudessem produzir programas ou produtos midiáticos sobre a migração é muito interessante a resposta de Kleber, que é quem tem menor formação escolar e, contudo, responde pensando em mídia e situando-se como gestor em diálogo com os grupos de imigrantes. Afirmo que faria um jornal, ele está ciente que a comunicação pelo jornal tem melhores condições de aprofundar e marcar a consciência dos leitores, o esclarecimento das questões e a possibilidade de oferecer conselhos úteis. Interessante comprovar como para este entrevistado “o meio é a mensagem”. Ele não responde sobre temas ou conteúdos, o que interessa é o meio de comunicação adequado. Nesta resposta sobre uma possível gestão midiática, Hugo e André focam na diversidade de trabalhos, na sua relevância (não só labores braçais); mencionam também a importância da participação dos imigrantes na geração de riqueza. Defendem a necessidade da mídia mostrar “produtos transparentes”. Antonio, por exemplo, produziria só mensagens sobre aspectos que considera positivos da imigração: *trabalho, estudo e superação*. Nas respostas constata-se um consenso sobre o fato de que é necessário gerar produtos midiáticos que apresentem a imigração nas suas virtudes, amplitude e diversidade.

A respeito das *identidades* e as *identificações* (Hall, 2003) que os meios geram nos imigrantes, observa-se que André (brasileiro) não tem nenhuma identificação com o que é apresentado sobre imigrantes; para ele é algo distante, seus problemas e realidades são outros. Para Hugo existe alguma relação, de todos os modos, não se sente identificado porque o que é apresentado não é ele, nem seu grupo social/regional (são apresentados os pobres e os índios). É significativo que Antonio e Kléber, que pertencem aos setores das classes trabalhadoras, se identificam com o que é apresentado. A pergunta que surge é: por que a mídia privilegia as mensagens que apresentam ao *imigrante* como *problema*? Por que dá pouca importância às contribuições profissionais? (com exceção dos atletas de elite no futebol) que participam de modo decisivo na *formação social catalana e espanhola*. Na mente, na programação e nas estratégias dos produtores de mídia que lugar simbólico têm os médicos, empresários, engenheiros, arquitetos, pesquisadores, estudantes, artesãos, religiosos, artistas, pensadores, técnicos, tecnólogos? Onde estão os grupos familiares, sociais, culturais, políticos, étnicos que fazem parte da imigração real contemporânea; por que não são relevantes para a mídia?

A pesquisa continua e teremos a oportunidade de confrontar e dialogar com dezenas de entrevistados. Sentimos e pensamos que este processo nos permitirá aprofundar e compreender de modo mais afinado e sistemático as relações entre *Mídia, imigração e interculturalidade*. O desafio nos orienta para uma

continua dinâmica de reflexão e ação que permita ir configurando estratégias e concepções que contribuam para a transformação do modelo de mundo hegemônico contemporâneo.

Em termos metodológicos constata-se que, não obstante ter um *instrumento* que oferece amplas possibilidades de interlocução e obtenção de informações, precisar-se-á aplicar outros procedimentos e estratégias para afinar o conhecimento sobre *mídia, interculturalidade e migrações*; especialmente no campo da *recepção* a complexidade sociosimbólica requer da inclusão de outros processos metodológicos. Esperamos ter condições de apoio para realizar pesquisas mediante *vídeoconversa* e *videofórum*⁷, em todo caso a informação levantada nesta primeira fase do projeto oferece conhecimentos valiosos sobre as inter-relações midiáticas e culturais pesquisadas. A mostra apresentada neste texto sobre reflexão metodológica nos grupos de pesquisa e a interlocução com os cidadãos investigados espera gerar novas experimentações empíricas e reflexões epistêmicas a respeito da *multidimensionalidade* e riqueza do campo de conhecimento em comunicação.

Notas

¹ INFORME ESTADISTICO de la POBLACION EXTRANJERA a BARCELONA ENERO 2005 (disponible en: www.bcn.es/estadistica)

Comunicación de la Comisión - Tercer informe sobre la cohesión económica y social [COM (2004) 107 final - no publicada en el Diario Oficial]: *Tercer informe sobre la cohesión económica y social: situación socioeconómica de la Unión e impacto de las políticas europeas y nacionales*.

² A pesquisa teve como um dos seus subsídios importantes os relatórios de investigação produzidos pelo MIGRACOM em 1996, 2000 e 2002, inserindo-se na lógica de construção de pesquisas dessa instituição e propondo reformulações conceituais e metodológicas pertinentes para a realidade brasileira e latino-americana (**TV:** TVE, A3 e Tele 5; **Rádios:** RNE, SER, Catalunya Radio, Radio Galega, Euskadi Irratia, Canal Sur Radio; **Jornais:** El País, La Vanguardia, El Periódico de Catalunya, Avui).

³ Lorite, N. et al. (2004). *Tratamiento informativo de la inmigración en España 2002*, Madrid: IMSERSO.

⁴ As leis espanholas protegem as informações oferecidas pelos estrangeiros ao ajuntamento, oferecendo em troca do seu registro no município serviços urbanos, educativos e de saúde pública. Um número alto de migrantes, dadas essas garantias, optam por constar no censo municipal. Uma análise atualizada é abrangente sobre a migração podemos encontrar em IPS Noticias, 09/05/05: <http://www.ipsnoticias.net/interna.asp?idnews=33780>

⁵ As pesquisas de *recepção* realizadas pelo autor deste texto no Brasil desde 1995 mostram pessoas pesquisadas das classes trabalhadoras que possuem competências analíticas críticas fortes sobre os sistemas midiáticos televisivos do país, Maldonado, 2004b, 2002; Lopes, 2002.

⁶ Procedimentos de investigação formulados e experimentados pelo autor deste texto nas pesquisas sobre fabricação televisiva dos latino-americanos e a região na mídia brasileira entre 2000 e 2005. “*Transnacionais da televisão Latino-americanas*”; “*Estruturas televisuais sobre América Latina nas redes Bandeirantes, SBT e Globo*” e “*América Latina midiaticada: produtos televisivos e recepção / As configurações da TV Educativa e a Rede Record na construção audiovisual dos latino-americanos e a sua realidade sociocultural / As significações fabricadas pelos seus telespectadores sobre a região*”.

Referências Bibliográficas

- Bourdieu, P. (2003), *Contrafuegos/Reflexiones para servir a la resistencia contra la invasión neoliberal*, 3ª ed. Barcelona: Anagrama.
- Bourdieu, P. (2001), *Contrafuegos 2/Por un movimiento social europeo*, Barcelona: Anagrama.
- Chomsky, N. (2005a), *Hegemonía o supervivencia/La estrategia imperialista de Estados Unidos*, Barcelona: Ediciones B.
- Chomsky, N. (2005b), *El gobierno en el futuro*, Barcelona: Anagrama.
- Chomsky, N. (2004), *Piratas y emperadores/Terrorismo internacional en el mundo de hoy*, Barcelona: Ediciones B.
- Cogo, D.; Lorite, N. (2004a), “*Incurões metodológicas para o estudo da recepção midiática: o caso das migrações contemporâneas desde as perspectivas européia e latino-americana*”, in revista *Ciberlegenda*, núm. 14, Universidade Federal Fluminense.
- Cogo, D. (2004b), *Mídia, imigração e interculturalidade: para uma análise das estratégias de midiaticação dos processos migratórios contemporâneos na mídia imprensa brasileira*, in: Martin Dreher; Arthur Rambo; Marcos Tramontini (org.), *Imigração e Imprensa*, XV Simposio de História da Imigração e Colonização, São Leopoldo, 2004, v. 1, p. 463-479.
- Hall, S. (2003), *Da diáspora/Identities e mediações culturais*, Belo Horizonte: Editora da UFMG.
- Harvey, D.; Smith, N. (2005), *Capital financiero, propiedad inmobiliaria y cultura*, Bellaterra (Barcelona): Universitat Autònoma de Barcelona, Museu d'Art Contemporani de Barcelona.
- Huertas, A. (2003), “*La recepción juvenil. Estudio cualitativo sobre el consumo de la serie compañeros*”, in *Audiencias y medios de comunicación*, Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca.
- Huertas, A. (2002), *La audiência investigada*, Barcelona: Gedisa.
- Lopes, M. I. et al. (2002), *Vivendo com a telenovela/mediações, recepção, teleficcionalidade*, São Paulo: Summus.
- Lorite, N. et al. (2004), *Tratamiento informativo de la inmigración en España 2002*, Madrid: IMSERSO.
- Luedtke, L.S. (comp.) (1990), *La creación de los Estados Unidos/La sociedad y la cultura de los Estados Unidos*, Washington:
- Servicio Cultural e Informativo de los Estados Unidos, División de Estudios sobre los Estados Unidos.

- Maldonado, A. E. (2005), *A midiatização das alteridades culturais no Brasil e na Espanha*, Barcelona: APEC-Institut Català de Cooperació Iberoamericana.
- Maldonado, A.E. (2004a), “*América Latina, berço da transformação comunicacional no mundo*”, in J.M. Melo & M.C. Gobbi *Pensamento comunicacional latino-americano/Da pesquisa denúncia ao pragmatismo utópico*, São Bernardo do Campo (São Paulo). UNESCO-UMESP.
- Maldonado, A. E. (2002), “*Produtos midiáticos, estratégias, recepção. A perspectiva transmetodológica*”. In: VI CONGRESO LATINOAMERICANO DE INVESTIGADORES DE LA COMUNICACIÓN/Ciencias de la Comunicación y Sociedad: un diálogo para la era digital, 2002, Santa Cruz de la Sierra Bolivia. MEMORIA ACADÉMICA ALAIC-2002. Santa Cruz de la Sierra: Universidad de Santa Cruz de la Sierra (UPSA).
- Maldonado, A. E. (2000), “*Explorar a recepção sem dogmas, em múltiperspectiva e com sistematicidade*”, in *Coletânea Mídias e Recepção/2000*, São Leopoldo /RS: PPGCC-COMPÓS.
- Maldonado, A.E.; BianchiI, G.S.; Guterres, A.; Becker, F. D. (2004b), *Relatório de pesquisa do projeto As estruturas televisuais sobre América Latina nas redes Bandeirantes, SBT e Globo: Produtos midiáticos, estratégias e recepção*. São Leopoldo: PPGCC-UNISINOS, 2.442 páginas.
- Maldonado, A. E.; Guterres, A.; Becker, F. D. (2002), *Relatório de pesquisa do projeto Transnacionais das TV latino-americanas/As inter-relações Brasil-América Latina apresentadas pela grande mídia televisiva*. São Leopoldo: PPGCC-UNISINOS, 1.730 páginas.
- Mattelart, A. (2002a), *História da utopia planetária da cidade profética à sociedade global*, Porto Alegre: Sulina.
- Mattelart, A. (2002b), *Geopolítica de la cultura*, Montevideo: Ediciones Trilce.
- Monsiváis, C. (2000), *Aires de familia/Cultura y sociedad en América Latina*, Barcelona: Anagrama.
- Santos, B.de S. (2005), *El milenio huérfano/Ensayos para una nueva cultura política*, Madrid-Bogotá: Trotta-ILSA.
- Sartori, G.(2005), *Homo videns/La sociedad teledirigida*, Madrid: Suma de Letras.
- Soros, G. (2001), *A crise do capitalismo global: os perigos da sociedade globalizada – uma visão crítica do mercado financeiro internacional*, Rio de Janeiro: Campus.
- Virilio, P. (1999), *El ciber mundo, la política de lo peor*, Madrid: Cátedra.
- Virno, P. (2003), *Virtuosismo y revolución/La acción política en la era del desencanto*, Madrid: Traficantes de sueños.