

Usos e consumos da televisão e da Internet por imigrantes

ISABEL FERIN *

Introdução

Este artigo decorre de um trabalho elaborado no âmbito do Estudo de Recepção dos Meios de Comunicação Social Portugueses, entre o final de 2007 e o início de 2008. A investigação envolveu a realização de uma sondagem nacional¹ e dez sessões de grupos de foco com cidadãos originários dos Países Africanos de Língua Oficial Portuguesa (PALOP), países do Leste da Europa e do Brasil². Neste artigo, centramo-nos nas sessões de grupo de foco e nos resultados obtidos relativamente aos usos e consumos da televisão e da Internet. Ao longo das sessões, as telenovelas adquiriram especial relevância, justificando que lhes seja conferida particular atenção nesta exposição.

Com base em pesquisas anteriores (Ferin *et al.*, 2006) estruturámos as sessões dos grupos de foco em torno dos conceitos de «identidade», «diferença», «diáspora», «paisagem dos *media*» (*mediascape*) e «cidadania». Os guiões dos grupos de foco foram elaborados a partir destes conceitos, envolvendo as seguintes questões: quem sou eu e como me defino (identidade); de onde venho, trajetórias individuais, familiares e de grupo (diáspora); que usos e consumos particularizo e pri-

* Professora associada, Instituto de Estudos Jornalísticos da Universidade de Coimbra (iejfl@ci.uc.pt).

vilegio enquanto indivíduo e grupo (diferença); qual é o meu domínio tecnológico dos *media*, que apropriações faço e como interajo com os *media* e os novos *media* (*mediascape*); como sou, ou não sou, integrado no espaço público pelos dispositivos mediáticos e tecnológicos e como esses dispositivos acolhem o meu grupo (cidadania).

Compreendemos o conceito de «identidade» a partir da apropriação que cada indivíduo faz das experiências e das memórias compartilhadas (Featherstone, 1990), bem como da fundamentação no princípio de autenticidade, pertença e diferença individual e colectiva face a um Outro (Hall, 1990). Em decorrência desta compreensão, a afirmação da identidade associa-se à reivindicação de uma determinada cultura, etnia/raça, língua, religião, género ou nacionalidade. Ela envolve a partilha de um conjunto de tradições, hábitos, crenças, valores, modos de agir e de pensar, ao mesmo tempo que consolida uma memória colectiva e favorece a irrupção de comunidades presas a «identidades exteriores». As estratégias da autenticidade geram em muitas instâncias a busca por uma identidade primordial, e essencialista, ancorada num ponto mítico da História (Woodward, 1997) e que no nosso estudo está vinculada ao local geográfico de origem do grupo e à busca de informação e de imagens sobre um *lá* que muitas vezes é uma memória longínqua, uma nostalgia do passado ou uma referência adquirida por laços familiares. A identidade é, também, uma construção individual e colectiva decorrente de movimentos políticos e históricos, de construções e implosões de impérios que geraram um mundo de diásporas, de deslocamentos e migrações em massa. No final do século xx, estes movimentos adquirem uma nova dimensão com o fim dos impérios coloniais e com os reajustamentos de fronteiras após o colapso da União Soviética.

«Diáspora» é um termo descritivo, simultaneamente conceptual e geográfico, abrangendo questões de pertença (subjectividade), nacionalidade e migração (Davis, 2006). É também um conceito complexo e controverso, por surgir muitas vezes em alternativa às questões do racismo e da discriminação. No entanto, adquire um valor operatório na explicação de trajectórias de deslocamento, nas relações entre lugares e indivíduos e na demonstração das conexões e hibridações culturais (Gilroy, 1993). No nosso estudo empírico, embora os participantes nunca referissem o conceito, a ideia de diáspora esteve sempre presente: a diáspora dos cabo-verdianos, resultantes das diásporas atlânticas negras, mas também das secas e fomes; a diáspora dos ucranianos e romenos, após a dissolução da União Soviética e a entrada desses países na economia de mercado; a diáspora dos brasileiros em busca de melhores condições de vida e de hipotéticas identidades primordiais em países de secular emigração, como Portugal, Espanha e Itália.

No mesmo contexto, operacionalizamos a ideia de «diferença», no sentido de reivindicação de uma especificidade cultural ou étnica por indivíduos ou grupos para quem o reconhecimento, ou não-reconhecimento, individual ou colectivo faz parte integrante (Taylor, 1992). A diferença só existe na medida em que é identificada, apontada e reconhecida, ou não reconhecida, por um «Outro importante» num diálogo que se processa nas esferas pública e privada, normalmente nas funções e formas simbólicos «do pai, do padre ou do patrão», e no convívio, ou confronto, com a sociedade dominante e suas instituições (Turner, 1990). A marcação da diferença tanto pode ser um factor de discriminação como de reconhecimento de indivíduos ou grupos, pode constituir uma forma de manifestação das hierarquias e estereótipos da sociedade dominante, mas também pode evidenciar um processo de reconhecimento de culturas minoritárias. Tendo em conta estas dimensões e as percepções dos imigrantes sobre as suas representações nos meios de comunicação, nomeadamente na informação e demais géneros televisivos, visámos nesta investigação levantar alguns indicadores que revelem a diferença e o reconhecimento nos *media*.

Foi também a partir da diferença como sistema cultural (Wieviorka, 2000) que procurámos entender os consumos e os usos dos *media* e dos novos *media*. As indagações que estiveram subjacentes a esta investigação procuraram responder às perguntas: O que é que os participantes de cada grupo fazem com a televisão e a Internet? O que é que a televisão e a Internet fazem com estes cidadãos e com estes grupos?

Estas interrogações que organizaram a investigação são por si só discutíveis. Primeiramente, porque não é o facto de se ter uma nacionalidade ou origem geográfica comum que cria uma homogeneização e permite falar de «imigrantes de Leste», de «imigrantes dos PALOP» e de «brasileiros». Cada cidadão tem uma trajectória de vida que o torna único; cada nacionalidade e ou região gera, hipoteticamente, características culturais únicas. Por consequência, reconhecemos que sendo abusiva a utilização conjunta das designações acima referidas, elas apenas possibilitam uma estratégia de aproximação à pesquisa. Haverá um padrão de uso e consumo da televisão e da Internet em cada um destes grupos de imigrantes? Existindo um padrão de uso e consumo em cada grupo, em que medida se aproxima ou afasta do padrão de uso dos cidadãos portugueses? Por outro lado, a mesma formulação permite-nos explorar as percepções dos três grupos sobre os conteúdos veiculados pelas televisões e sobre a utilização de conteúdos na Internet. As respostas a estas perguntas pretendem avaliar o grau de cidadania e de coesão social revelados pelos cidadãos imigrantes que integraram os dez grupos de foco (Livingstone, Couldry & Markham, 2006).

Por último, utilizamos o conceito de «*mediascape*» (Appadurai, 1996) em duas acepções: no sentido de compreender a capacidade de produção de informação e utilização de dispositivos electrónicos, e na perspectiva de apropriação, selecção e interpretação de repertórios de imagens e narrativas. Dentro deste contexto, o que se pretendeu foi registar as produções mediáticas dos diferentes grupos, perceber as tendências dos consumos «étnicos» na televisão e na Internet e aferir as diferentes percepções e utilizações, de cada cidadão e de cada grupo, face aos conteúdos desses meios.

1. Metodologia

As sessões de grupos de foco foram realizadas na Grande Lisboa, onde se concentra a maioria de imigrantes, não só dos PALOP, mas também de outras nacionalidades, nomeadamente ucranianos, romenos e brasileiros. No total, estiveram envolvidos 61 participantes: 29 (24 homens e 5 mulheres) nos grupos com cidadãos dos PALOP e seus descendentes; 15 nas sessões de grupo de foco com cidadãos dos Países do Leste da Europa (7 homens e 8 mulheres); 10 nos grupos realizados com cidadãos brasileiros (5 homens e 5 mulheres); e 7 (3 homens e 4 mulheres) na sessão realizada com imigrantes de várias origens e a que demos a designação de «grupo misto».

Na escolha da nacionalidade dos integrantes dos grupos de foco tivemos em consideração as percepções de «senso comum» da sociedade portuguesa sobre os imigrantes, associadas a nomeações como «imigrantes de Leste» e «imigrantes dos PALOP». Seguindo os «imigrantes de Leste», procurámos contactar as associações de cidadãos ucranianos, mas também de russos e romenos. Em busca dos «imigrantes dos PALOP», constatámos que a maior parte das associações de imigrantes cabo-verdianos integrava os seus descendentes e imigrantes de outros Países Africanos de Língua Oficial Portuguesa (PALOP), principalmente guineenses e são-tomenses.

A estratégia para a organização dos grupos foi desenhada a partir de contactos realizados com as associações registadas junto do Alto-Comissariado para a Imigração e o Diálogo Intercultural (ACIDI). Um outro elemento que contribuiu para a selecção das associações contactadas foi integrarem imigrantes que correspondiam ao «perfil» estatístico enunciado em estudos especializados. Por exemplo, no caso dos imigrantes ucranianos, terem escolaridade média e superior e exercerem, na generalidade, funções pouco qualificadas; no caso dos imigrantes brasileiros, terem escolaridade média e estarem ocupados em Serviços; no caso

dos imigrantes cabo-verdianos e dos PALOP, terem poucas habilitações literárias, trabalharem na construção civil ou estarem desempregados (Baganha *et al.*, 2002). Contudo, as associações que participaram e mobilizaram os seus membros contactaram preferencialmente «as elites», entendendo-se como tal os membros com maior escolaridade, consciência política, participação em actividades comunitárias e capacidade reivindicativa.

Assinalamos que em todos os grupos de foco, excepto no grupo «misto» e nos dois grupos de foco dos brasileiros, as pessoas se conheciam e algumas partilhavam mesmo relações de amizade. Convém ainda ressaltar que, segundo os membros das associações que se comprometeram a contactar as pessoas para os grupos, muitas pessoas aceitaram participar e depois, em cima da hora, não apareceram, justificando imprevistos. Estes imprevistos estão sobretudo relacionados com o mundo do trabalho profissional (os homens) e doméstico (as mulheres, principalmente as de origem cabo-verdiana ou dos PALOP). Assim, e independentemente de termos contactado para todas as sessões entre oito e dez pessoas, metade homens e metade mulheres, e de havermos marcado os encontros para os fins-de-semana – com horários acordados entre os participantes, os organizadores e os mediadores –, o resultado obtido foi muito irregular.

As sessões, de cerca de noventa minutos, foram estruturadas em torno de um roteiro centrado nos seguintes tópicos: os usos e consumos da televisão; os usos e consumos dos jornais; os usos e consumos de vídeos, filmes e música; os usos do computador e da Internet. Foram, ainda, aplicados questionários de identificação com o objectivo de registar os dados individuais mais significativos, como local de nascimento, nacionalidade, sexo, idade, escolaridade, profissão e ocupação.

Em função da nacionalidade dos participantes, introduzimos em cada tópico perguntas específicas; por exemplo, no roteiro direccionado para os imigrantes dos PALOP e seus descendentes, foram introduzidas perguntas sobre a RTP África e a RDP África, bem como sobre os programas direccionados para imigrantes como *Nós e Etnias*. O desempenho dos participantes face ao roteiro não foi uniforme e, em função dos grupos e das nacionalidades, experimentaram-se diferentes interferências e alterações. Assinalamos que, entre os imigrantes que têm o português como língua materna ou que dominam o português, a aplicação do roteiro foi feita de forma entrecortada, sendo por vezes necessário recentrar os participantes nos tópicos predefinidos. A aplicação do roteiro nos grupos que não têm o português como língua materna ou que não dominam o português foi mais sequencial, e verificámos que estes participantes não se desviaram tanto dos tópicos propostos.

Os procedimentos adoptados nos grupos de foco envolveram, primeiramente, a observação dos mecanismos de interacção entre os membros integrantes do gru-

po, os papéis assumidos por cada membro, homem e mulher, e a representação do Eu perante o grupo de pertença. Num segundo momento, procurámos compreender como o grupo colectivamente se representa e interage perante o Outro (por exemplo, as investigadoras e as mediadoras). Finalmente, registámos e contextualizámos as afirmações, as opiniões e os debates suscitados pelo tema «Os Meios de Comunicação Portugueses», sendo que nesta exposição serão apresentados os resultados referentes à televisão e à Internet. Através da realização dos grupos de foco, visámos «dar voz a quem não tem voz», recomendação incluída em documentos da Unesco e da União Europeia³ e em Estudos sobre os *media* (Fenton, 2007).

2. Os usos e consumos da televisão e da Internet

Apresentamos os resultados dos grupos de foco, tendo em conta as práticas e os consumos de televisão e da Internet, bem como a avaliação que os diferentes grupos fazem da programação televisiva e da utilização da Internet. Dada a relevância que o tema «telenovelas» adquiriu ao longo das sessões, sobretudo entre os cidadãos dos PALOP e os cidadãos brasileiros, entendemos conferir-lhe especial atenção nesta exposição. Convém referir que no período em que decorreram as sessões estavam em exibição, na TVI, as telenovelas *Ilha dos Amores* e *Fascínios*⁴ e, na SIC, a telenovela da Rede Globo *Duas Caras*⁵. Para além das novelas destes canais, foram referidas as da TV Record (um canal brasileiro que integra um pacote pago de canais por cabo).

Quanto à Internet e aos computadores, nem todos os participantes nos grupos de foco têm a mesma facilidade em aceder a estes dispositivos, mas todos afirmam que em casa, nos cybercafés, em associações, no trabalho ou em centros de inclusão digital utilizam o computador e a Internet. Os usos e consumos mais declarados por todos os integrantes foram os associados ao estabelecimento de contactos – MSN, *e-mail* ou *chats* –, sendo igualmente referida a prática de *download* de música, filmes e materiais educativos para crianças. A Internet é também utilizada para ver televisão, séries, filmes e jogos de futebol, bem como para procurar emprego.

Para melhor exposição dos dados recolhidos agrupámos os resultados das sessões por grupos de imigrantes originários das mesmas áreas geográficas. Este princípio pretende identificar e interpretar «sensibilidades», «opiniões», atitudes e comportamentos particulares a determinados grupos, enquanto portadores de uma hipotética «identidade colectiva» (Munday, 2006). Assumimos que a formação destes grupos é uma hipótese de trabalho que comporta alguns riscos, não

só porque agrupa resultados de sessões autónomas, como cidadãos com origens nacionais diferentes e trajectórias particulares distintas. Desta forma, tratamos em conjunto os indicadores referentes aos imigrantes dos PALOP (cabo-verdianos, guineenses, são-tomenses e angolanos)⁶ e seus descendentes, assim como os decorrentes das sessões com cidadãos da Europa de Leste (ucranianos e romenos) e brasileiros. Os indicadores da reunião do grupo que envolveu cidadãos de várias nacionalidades, que designámos de «grupo misto», serão tratados isoladamente.

2.1. Em busca da identidade: os consumos dos cidadãos dos PALOP

Os grupos de foco que envolveram naturais dos PALOP e seus descendentes contaram com 29 participantes (24 homens e 5 mulheres). As reuniões realizaram-se em sedes de associações, por vezes em bairros de autoconstrução e realojamento social. Os contextos envolventes destes bairros são na generalidade de grandes carências económicas, desemprego e baixa escolaridade. Em todas as sessões surgiram muitas situações difíceis de contornar e estranhas à investigação, nomeadamente a violência policial que circunda os bairros e os quotidianos dos seus habitantes. Um outro aspecto que esteve subjacente às sessões foi a relação histórica colonizador/colonizado e os estigmas, preconceitos e estereótipos decorrentes desta vivência.

Os participantes de todos os grupos têm televisão em casa, alguns apenas os canais de sinal aberto⁷, outros têm acesso aos canais por cabo e a parabólicas. Os locais onde habitam e as infra-estruturas dos bairros condicionam o acesso à televisão, bem como à Internet. Há bairros onde o acesso aos canais de sinal aberto é precário, visto as instalações eléctricas serem provisórias. Estes cidadãos acompanham os noticiários em todos os canais, mas quando têm acesso à RTP África⁸ preferem assistir aos noticiários neste canal e ao noticiário sobre África. Sobre a informação emitida por este canal, as opiniões divergem. Há participantes que consideram que ela é uma forma de divulgar a diplomacia portuguesa em África, outros que pensam que a informação não serve os interesses dos africanos que estão em Portugal. Por outro lado, muitos dos participantes são da opinião de que a RTP África não informa os cidadãos que vivem em África sobre a situação dos imigrantes desses países em Portugal, dando-lhes uma imagem paradisíaca da realidade vivida em Portugal. Mas também há participantes que têm uma outra opinião, reconhecendo aspectos positivos e negativos da programação.

Em todos os grupos, os programas mais referidos, para além dos informativos, são os desportivos (futebol) e as telenovelas⁹. O debate em torno das telenovelas,

um produto de ficção de grande audiência, suscitou nos participantes, homens e mulheres, grande animação, como demonstra a sequência de intervenções no grupo da Amadora.

Sandra – Na hora da telenovela, não se vê ninguém na rua.

Elísio – Nas novelas portuguesas os actores são sempre os mesmos.

Dina – As novelas brasileiras são as melhores, mas vê-se que as portuguesas estão a evoluir. Já há boa novela portuguesa.

Elísio – Na hora do almoço, é a Alexandra Lencastre a principal actriz; à noite, também.

Sandra – A TVI está a fazer um bom trabalho.

Observámos que a visualização das telenovelas, através dos temas abordados, incita estes cidadãos a posicionarem-se, individual e colectivamente, face à sociedade. Como outros autores já observaram, nota-se nestes participantes, homens e mulheres, uma «identificação reflexiva» (Policarpo, 2006; Quiroz e Márquez, 1997) relativamente às telenovelas, na medida em que elas suscitam reflexões sobre os seus quotidianos e sobre a sua identidade, não só de género, como de grupo (africano?, cabo-verdiano?, português?, luso-africano?). Nos participantes masculinos, as telenovelas, sobretudo a brasileira *Duas Caras*, suscitam o debate sobre a participação dos africanos no espaço público, as estratégias de luta contra o racismo e o carisma exigido aos líderes, em consonância com a personagem do líder da favela da Portelinha, Juvenal Antena. Entre o público feminino são as tramas amorosas e a caracterização das personagens e dos actores que recebem maior atenção, nomeadamente os amores proibidos pelos pais, as relações entre jovens de classes sociais diferentes.

Os participantes masculinos justificam o facto de assistirem à telenovela *Duas Caras* com o argumento de esta «mostrar a realidade, e coisas erradas que não devem acontecer. Mostram a realidade das favelas, por exemplo» (Alcides, 36 anos), ou dar a ver outras realidades como «a relação entre um morador de favela preto e uma branca rica. São coisas que acontecem. Nas portuguesas, não se vê muito isso» (Elísio, 25 anos). A preferência pelas telenovelas brasileiras resulta ainda do facto de estas reflectirem mais a diversidade social; por oposição às portuguesas, que têm dificuldade em abordar certos temas, «como o racismo, porque não aceita ainda como português a figura do negro... os portugueses são os brancos... mas a sociedade portuguesa também é negra» (Hélder, 24 anos).

Notámos ainda que os participantes masculinos demonstram interesse e participação na discussão, contrariando afirmações académicas de que a telenovela é preferencialmente um produto direccionado para as mulheres (Morley, 1986;

Livingstone, 1988; Buonanno, 2007). Os homens consideram ainda que muitas telenovelas brasileiras têm um valor histórico educativo, como *Escrava Isaura* e *Sinhá Moça*, que «falaram da escravidão, do sofrimento dos negros e da libertação» (Oswaldo, 32 anos). Outros membros das associações elaboram ainda uma crítica sofisticada sobre as potencialidades das telenovelas, considerando-as um género capaz de levar a populações pouco escolarizadas informações que de outra forma não chegariam até elas.

Há um público com baixa escolaridade e para quem a novela representa uma oportunidade de acesso a informações. E não se aproveitou bem essa oportunidade, por exemplo, na transmissão de informação sobre questões como, por exemplo, o realojamento das pessoas que viviam em barracas, no sentido da integração social. A novela convoca para uma atitude nova, para que as pessoas assumam novas atitudes; por exemplo, na decoração da casa, da moda, etc. E nesta questão da integração social, não tem sido bem utilizada. É uma pena que não tenha sido utilizada, e não seja ainda, neste sentido pedagógico, junto às comunidades de imigrantes, sobre como utilizar as casas, e junto à sociedade, sobre a importância dessa integração. Falta uma vertente mais educativa nas telenovelas. (Rui, 34 anos)

Assinalamos que nas sessões de grupo de foco com cidadãos dos PALOP e seus descendentes o tema «telenovelas» foi o que obteve maior participação das mulheres, as quais se sentiam mais à vontade em discutir as tramas e as personagens das telenovelas do que a discorrer sobre a qualidade da informação dos noticiários televisivos ou sobre o uso da Internet. Embora as mulheres se pronunciassem sobre estes últimos temas, sempre no final das intervenções masculinas, e normalmente para corroborar alguma intervenção, constatámos que estavam muito mais à vontade quando falavam sobre as telenovelas, considerando ser este um tema «seu». Esta circunstância vem ao encontro do que já foi observado noutras investigações: os homens tendem a distanciar-se verbalmente dos enredos amorosos e a objectivar os temas abordados; as mulheres tendem a ter uma relação mais privada e introspectiva (Livingstone, 1988). É neste sentido que constatamos que, ao contrário dos debates sobre a qualidade da informação ou sobre o uso de outros meios de comunicação, as mulheres não sentem qualquer inibição em discutir telenovelas, contrastando com os participantes masculinos e expressando com desenvoltura as suas percepções, normalmente associadas aos enredos amorosos e aos comportamentos privados. Surpreendente também é o facto de o seu padrão de consumo estar muito próximo do registado em diversas pesquisas sobre as preferências de consumo das mulheres portuguesas¹⁰. Estas mulheres vêem telenovelas em vários canais, mas tendem a preferir as da TVI, e posicionam-se, de uma maneira geral, contra

a apreciação negativa que os participantes masculinos fazem das telenovelas portuguesas exibidas por esta estação:

Discordo. Apesar de as brasileiras terem mais acção, as portuguesas também retratam a realidade, a questão do racismo. Nos *Morangos com Açúcar*, por exemplo, têm falado do racismo, das pessoas que se vestem de forma diferente. (Vera, 19 anos)

Os comentários sobre as telenovelas, quer portuguesas quer brasileiras, tornam perceptíveis as sensibilidades face à sociedade portuguesa e, em geral, face à programação nacional. Constatámos nas opiniões proferidas que a telenovela funciona para este público como um «espelho» da sociedade em que vive e em que gostaria de ter maior participação. O produto telenovela também é entendido como um potencial instrumento de educação, promovendo novos comportamentos e atitudes, não só entre aqueles que são identificados como pertencentes à sociedade dominante, mas também entre aqueles que, sendo imigrantes e pouco escolarizados, têm dificuldade em aceder a outras fontes de informação.

Ao longo das sessões foram ainda referidos alguns filmes, normalmente de origem brasileira, tais como *Cidade de Deus*¹¹, *Cidade dos Homens*¹², *Carandiru*¹³ e *Tropa de Elite*¹⁴. Estes produtos, designados de contracultura, são obtidos através de circuitos de mercado paralelo – por meio de «alguém [que] faz *download*» ou copia um original que veio do Brasil – e têm grande aceitação, por serem filmes de acção falados em português e focarem «realidades próximas às vividas nos bairros», onde há heróis (ou anti-heróis) negros que falam a mesma língua. O consumo de música também está associado à televisão através da MTV (a que poucos têm acesso), sendo os temas «tirados» – pressupõe-se que dos computadores, embora este dispositivo só esteja disponível para a maior parte destes públicos nos centros de inclusão digital – e posteriormente gravados em CD/DVD e trocados ou comprados. Registámos que os mais mencionados foram os ritmos africanos ou de origem africana (kizomba, funaná, *reggae*, *hip-hop*, etc.), bem como os temas e intérpretes brasileiros e portugueses – nomeadamente Da Weasel, João Pedro Pais, Rui Veloso, Dulce Pontes e Mariza.

Como percebemos ao longo destas sessões, os participantes dão uma grande importância aos espaços de inclusão digital, normalmente situados em centros de apoio à juventude, pois é lá que podem consultar a Internet, aceder à informação, elaborar currículos, candidatar-se a empregos e estabelecer contactos exteriores ao bairro.

2.2. Consumos cosmopolitas: os grupos de foco com cidadãos brasileiros

Os dois encontros contaram com a participação de dez cidadãos brasileiros (cinco homens e cinco mulheres) e decorreram no centro de Lisboa, num espaço público e numa associação de imigrantes. Observámos, antes de mais, que todos declararam ter acesso à televisão generalista e à televisão por cabo, sendo que alguns acediam a esta última nos seus locais de trabalho. Notámos que conhecem de forma pormenorizada a programação dos canais generalistas portugueses, bem como os da TV Record (uma televisão brasileira a operar por cabo em Portugal) e de muitos outros canais por cabo, sobretudo aqueles que emitem séries norte-americanas, como *Dr. House*, *Anatomia de Grey* e séries policiais. Os intervenientes nomearam várias vezes a Globo Internacional e o GNT (dois canais brasileiros da Rede Globo), não só para fazer comparações relativamente à programação, como no sentido de criticar o acesso pago a estes canais.

Estes cidadãos seguem regularmente os noticiários das televisões portuguesas nos canais públicos (RTP 1, RTP 2 e RTP África), mas também na SIC, e têm uma opinião negativa sobre a informação emitida, culpando os meios de comunicação pela «degradação da imagem do brasileiro em Portugal», apesar de alguns referirem que há grandes reportagens muito boas, que contrariam o que os noticiários passam todos os dias.

Entre estes participantes, as telenovelas, brasileiras e portuguesas, são também objecto de muitos comentários. Alguns afirmam que assistir às telenovelas brasileiras em Portugal é uma forma de estar em conexão com o Brasil e de «ver o que está na moda lá» (Lisi, 33 anos), e ainda um modo de recordar paisagens, espaços urbanos e quotidianos, como «o Rio de Janeiro – como sou de lá, dá uma certa nostalgia ver o Cristo, o Pão de Açúcar. O chope na praia, e outras coisas mais» (António, 40 anos). Por outro lado, após muitos anos de imigração, a telenovela pode-se tornar um produto exógeno e «longe da realidade aqui em Portugal... pois já estou aqui há muito tempo e já não me identifico mais» (Karina, 32 anos).

Entre as telenovelas portuguesas mais citadas por estes participantes estão *Vingança*¹⁵ e *Jura* (SIC)¹⁶, *Ilha dos Amores* (TVI) e *Conta-me como Foi* (RTP 1)¹⁷, sendo que o tópico «sexualidade» foi o que mais discussão suscitou. Os participantes expressaram a opinião de que as telenovelas brasileiras e portuguesas têm transformado os hábitos em Portugal, nomeadamente as relações entre os jovens e os casais e, de uma forma geral, o modo como se vive a sexualidade. Salientam que há telenovelas históricas muito boas, «que ajudam a conhecer Portugal e os portugueses e a explicar alguns comportamentos que não se percebem» (Karina, 32 anos), como *Conta-me como Foi* e *Paixões Proibidas*¹⁸, mas que «se perdem, pois

começam num horário e depois passam para outro, e os espectadores desistem» (Denivalda, 52 anos). As opiniões vão no sentido de enfatizar que há muitas telenovelas portuguesas que, «estando tecnicamente melhores, não retratam a realidade do país» e caem «na briga de poderes e na riqueza», demonstrando «dificuldade em olhar de frente como as coisas acontecem; estão sempre a olhar para o passado e para uma sociedade que não existe» (Denivalda, 52 anos). Para alguns os conteúdos das telenovelas portuguesas indiciam «um problema do povo português, que é a hipocrisia. E isto está reflectido na TV, na telenovela, ao tratar de certos temas, questões como a sexualidade, por exemplo» (Cristiano, 29 anos). Aprofundando o tema da sexualidade nas telenovelas, uma das participantes observou que, tal como se nota na telenovela *Jura*, «os portugueses descobriram a sua sexualidade, e isto, esta consciência, está reflectido na realidade apresentada nas telenovelas, mas de uma forma distorcida, exagerada» (Karina, 32 anos). As participantes que chegaram a Portugal há já alguns anos assinalam que «as mulheres portuguesas mudaram muito, estão mais femininas», e relacionam este facto com «a imigração brasileira (manicures brasileiras e depilação como no Brasil) e com a imagem das mulheres brasileiras na TV» (Lisi, 33 anos). Referem ainda as mudanças na «forma de se vestir e de calçar, bem como se pintam... e outras mudanças» que «estão relacionadas com as imagens da telenovela» (Lisi, 33 anos).

Nos participantes brasileiros dos grupos de foco não se sentiu, ao longo das sessões, a prevalência do meio televisão, nem os homens demonstram a mesma afinidade que os cidadãos dos PALOP relativamente a este produto, apesar de declararem «seguir algumas histórias com interesse» (António, 40 anos). Na generalidade, estes cidadãos têm acesso a outros meios para obter informação e desfrutar de entretenimento. As telenovelas surgem como um hábito que marca algumas rotinas, nomeadamente entre as mulheres sós, antecipando o repouso e estimulando a reflexão sobre os acontecimentos do dia, a vida e o futuro.

Verificámos que neste grupo os consumos de filmes e de música são mais diversificados e globalizados do que nos outros grupos. Por um lado, há bastantes referências a filmes e músicas produzidos no Brasil, mas há também muitas referências a produtos que circulam nos circuitos de cinema e música globalizados. Entre as referências a produtos portugueses, salientamos as realizadas aos filmes *Lisboetas*¹⁹ e *Noite Escura*²⁰, e aos cantores Amália, Mariza, Dulce Pontes, Rui Veloso, Pedro Abrunhosa, Maria João e Mário Laginha, João Pedro Pais e Buraca Som Sistema.

Nos grupos de focos com cidadãos brasileiros, verificámos que quase todos têm acesso ao computador e à Internet, em casa ou no trabalho, ou ainda nas associações. Há quem refira ainda a consulta a partir de cybercafés e de universidades.

Os usos mais frequentes são consultar o MSN, o *e-mail*, participar em *chats*, como o Orkut, e fazer *download* e edição de música, filmes, etc. Estes cidadãos são os que referem mais a Internet como fonte de informação e ferramenta de trabalho, valorizando mais este dispositivo do que a televisão.

2.3. Reconstruir o «lar distante»: os consumos dos cidadãos dos países do Leste da Europa

Nas sessões em que participaram os cidadãos de países do Leste europeu contámos com quinze pessoas: seis mulheres e dois homens ucranianas e sete cidadãos romenos (cinco homens e duas mulheres). As sessões realizaram-se em locais em que é hábito reunirem-se, como sedes de associações, igrejas e escolas. Assinalamos que, devido ao facto de alguns dos participantes terem dificuldades em expressar-se em português, surgiram ocasionalmente determinados equívocos, posteriormente esclarecidos.

Pelas respostas aos inquéritos e no decorrer das sessões, percebemos que quase todos os inquiridos têm normalmente um único aparelho de televisão em casa e acesso aos quatro canais portugueses generalistas. Alguns possuem parabólicas, que lhes permitem aceder aos canais dos seus países de origem ou da região (por exemplo, russos). Poucos participantes afirmaram ter assinatura da televisão por cabo portuguesa, apesar de esta incluir canais para estas comunidades. Ao longo das sessões, verificámos que estas comunidades encaram as televisões dos seus países como uma fonte de informação, mas também de educação, nomeadamente para as crianças, através de desenhos animados e de outros programas infantis e juvenis. Alguns dos participantes, sobretudo as mulheres, sublinharam que ver e ouvir os noticiários das televisões portuguesas ajudam a aprender a língua. Nas três sessões realizadas, duas com cidadãos ucranianos e uma com cidadãos romenos, os integrantes afirmaram não ter muito tempo para ver televisão, nem a dos seus países, nem a portuguesa, embora citem com facilidade os nomes dos canais abertos e alguns programas. Verificámos também que todas as mulheres que são mães desenvolvem estratégias com vista a evitar que os filhos vejam televisão.

De uma forma geral, demonstram uma impressão negativa relativamente à qualidade da informação emitida sobre as suas comunidades e referem que há pouco conhecimento da realidade dos seus países, dando exemplos de reportagens e notícias em que se cometem erros grosseiros e se distorcem as realidades. Têm muitas sugestões sobre como diversificar a informação e como lhe conferir mais rigor e pluralidade, às quais não será estranha a elevada escolaridade que muitos

possuem. Aconselham primeiramente a que «se estude», em seguida que se ouçam mais os intervenientes e por último que se mostre a vida dos imigrantes ucranianos e romenos em Portugal, o seu quotidiano de trabalho, as suas preocupações em organizar escolas para os seus filhos e o contributo que trazem ao desenvolvimento do país que os acolheu.

Nas sessões de grupos de foco ainda foram assinalados os consumos de telenovela na televisão, bem como os de filmes e de música. Algumas mulheres referem que assistem às novelas portuguesas com o objectivo não só de aprender a língua, mas também a cultura e os costumes. Lembram que «*Morangos com Açúcar* já passa na Roménia» (Adriana, 40 anos), mas que «as telenovelas não nos ajudam a crescer; vejo tudo muito primitivo, tanto as portuguesas como as brasileiras» (Oksana, 47 anos). Para estes participantes, quer romenos quer ucranianos, as telenovelas são muito cansativas e difíceis de seguir, não só por serem em português, mas também por apresentarem hábitos e costumes diferentes dos seus. Por outro lado, ao retratarem ambientes e espaços nos quais estes cidadãos não possuem referentes, torna-se difícil a criação de um sentimento de *identificação*. Acresce que nos países de origem a televisão tem uma função mais clara de serviço público, com muitos programas educativos e formativos direccionados para as diversas faixas etárias, o que leva a que o entretenimento tenha entre estes imigrantes um registo externo à televisão.

Estes cidadãos têm por hábito trazer filmes, vídeos/DVD, dos seus países de origem e fazer *downloads*, que depois trocam entre amigos e familiares. Muitos destes filmes são direccionados para as crianças e têm um carácter pedagógico e educativo. A música mais ouvida é igualmente a dos países de origem, podendo ser adquirida através de *downloads* ou trazida pelos próprios quando vão de férias (em suporte CD ou DVD), ou ainda enviada por familiares e amigos. Foram citados alguns músicos portugueses, nomeadamente as fadistas Amália e Mariza, mas também Quim Barreiros, Toy e Xutos e Pontapés.

A maioria dos participantes tem acesso a computadores e à Internet, podendo dispor dessa possibilidade em casa, na associação ou mediante amigos. Os usos destes meios estão muito associados aos contactos com os familiares e amigos nos países de origem, mas também à busca de informação. Entre as operações mais frequentes conta-se a consulta de *sites* noticiosos e a busca de informação com fins educativos e culturais. As mulheres que participaram nestes grupos, a maioria mães de família ou professoras (mesmo que em Portugal tenham outra ocupação), vêem na Internet uma forma de suprir as lacunas de educação dos seus filhos, ou de proverem a sua actualização como profissionais.

2.4. Os consumos das «elites» associativas: grupo de foco «misto»

A sessão que envolveu cidadãos de diferentes nacionalidades, e que designámos de «grupo misto», realizou-se no centro de Lisboa, contando com sete participantes (três homens e quatro mulheres). Todos os intervenientes pertenciam a associações de imigrantes, onde exerciam cargos de direcção. Observámos desde o início que havia uma grande cumplicidade entre os cidadãos brasileiros e os dos PALOP ou seus descendentes. Se, por um lado, todos eram muito críticos relativamente aos meios de comunicação, e sobretudo à televisão; por outro, conheciam bem a sociedade portuguesa, manifestando o desejo de aqui permanecer. Quanto à cidadã russa que integrou o grupo, notámos que tinha uma postura mais distanciada, embora falasse e compreendesse muito bem a língua portuguesa.

No decorrer da sessão também foram evidentes as afinidades nos comentários e nos consumos declarados pelos brasileiros e pelos cidadãos dos PALOP e seus descendentes. Todos os participantes afirmaram ter acesso à televisão generalista, possuindo alguns mais de um aparelho. Aqueles que viviam em casas «comunitárias» (casas com quartos alugados a diferentes pessoas) afirmaram ter televisões na sala ou no quarto. Os programas mais apreciados são os jornais televisivos, mas muitas participantes, principalmente as de origem brasileira, nomearam canais por cabo, através dos quais assistem a séries policiais ou outras (*Anatomia de Grey*, *Donas de Casa Desesperadas*, etc.). A cidadã russa do grupo afirmou não possuir parabólica nem ter acesso à televisão por cabo, assistindo regularmente aos noticiários das televisões portuguesas.

É perceptível, pelos comentários e conhecimentos demonstrados, que os participantes brasileiros, dos PALOP e seus descendentes se sentem em casa no país de acolhimento, quer porque são lusófonos – e conseguem transitar nas diversas hierarquias e estereótipos criados pela relação colonial –, quer porque partilham, através do movimento associativo, valores e expectativas comuns. Estes participantes demonstram ainda um grande cosmopolitismo, não só por terem viajado e vivido noutros países, como Cuba, França e Inglaterra, mas também por manterem contactos estreitos com redes internacionais de associações de migrantes, nomeadamente europeias e brasileiras. As suas opiniões estão muitas vezes pautadas por um *lá* (país de origem, país onde viveram) e um *cá* (Portugal), onde procuram realizar-se no aspecto profissional e pessoal e onde os *media* generalistas são vistos com desconfiança e desprezo. A participante russa demonstra uma compreensão diferente da sociedade portuguesa. Considera antes de mais que os portugueses não assumem a sua cidadania e estão sempre a referir-se à sua terra como «este país». Para ela, isto significa que os portugueses se excluem da cidadania e não

assumem responsabilidades pelos rumos do seu país. Segundo a mesma participante, esta postura reflecte-se no jornalismo, meio em que primeiro se acusa e depois se tenta provar a verdade dos factos.

Os grandes consumos deste público dirigem-se para produtos culturais, como o teatro, os espectáculos musicais, os ciclos de cinema e as exposições. As telenovelas não têm grande acolhimento, apesar de algumas participantes brasileiras reconhecerem que este género televisivo ajudou os portugueses a entenderem os brasileiros:

[...] contribuíram muito para que o sotaque do português do Brasil passasse a ser muito reconhecido em Portugal. Tenho amigos portugueses que dizem que não percebiam palavras do português do Brasil, e, com a telenovela, não há mais esse estranhamento com o sotaque. (Cris, 36 anos)

No entanto, há quem afirme que estes produtos de ficção poderiam ter um aspecto formativo mais vincado:

As telenovelas são o imaginário, muito consumido pelos jovens actualmente. Devia haver personagens mais próximas dos imigrantes, dos bairros. Não há personagens vindos dessas minorias. (Eduardo, 36 anos)

Por seu turno, a cidadã russa tem uma opinião diferente sobre o papel das telenovelas, atribuindo-lhes um papel de integração importante:

Gosto de ver a TVI e as telenovelas portuguesas. Aprendo muito português assim. Também passo a conhecer os hábitos do país. Convidaram imigrantes para participar na *Morangos com Açúcar*. (Natália, 32 anos)

Sobre os consumos de filmes e de música, grande parte dos participantes deste grupo diz que faz *download*, compra ou troca. Afirmam gostar de «todo o tipo de música» e seguir as novidades editadas nos países de origem. Alguns, como viveram no estrangeiro – Cuba ou França –, criaram gostos associados aos consumos desses países.

3. Refazendo percursos ou conclusões

Antes de mais, voltamos a ressaltar que a apresentação homogeneizada dos usos e consumos dos diferentes grupos de imigrantes corresponde apenas a uma estratégia de apresentação de tendências encontradas nos grupos. Consideramos

que, consoante a origem geográfica, a trajectória de vida e as expectativas de cada pessoa e de cada grupo, os consumos se diversificam. No entanto, há algumas constantes que assinalamos relativamente a usos e consumos de cidadãos oriundos dos PALOP, do Brasil e dos países do Leste da Europa.

Os resultados desta pesquisa apontam para consumos e práticas dos públicos imigrantes que, simultaneamente, se aproximam e distanciam dos públicos portugueses e em que a televisão surge como grande elo de coesão, e de exclusão, social. É a partir da televisão que todos reconhecem o país onde vivem e pretendem ver-se reconhecidos. É pela televisão que constroem e reconstróem as suas identidades individuais e colectivas – português, luso-africano, cabo-verdiano, guineense, brasileiro, luso-brasileiro, ucraniano, romeno... –, que se interrogam sobre o seu papel – vítima ou criminoso?, trabalhador ou invasor?, herói ou vilão? – e sobre a sua cidadania na sociedade de acolhimento. É através da mediação da televisão que vão percepcionando comportamentos estigmatizantes e estímulos à integração, que se apercebem da distinção entre «cidadania de cultura» e «cultura de cidadania» (Couldry, 2006).

Todos os participantes, independentemente dos grupos de origem, tendem a salientar a tendência dos *media*, sobretudo das televisões generalistas e de uma certa imprensa, para construir uma identidade homogeneizada do imigrante, associada à delinquência e à marginalização. No entanto, alguns grupos sentem-se mais discriminados do que outros, nomeadamente aqueles que estão em Portugal há mais tempo e são originários dos PALOP. Para estes cidadãos, sobretudo para as suas «elites», o associativismo e a crítica sistemática aos jornalistas e às imagens veiculadas pelos *media* constituem formas de afirmação da cidadania e de diálogo com o «Outro importante» (Turner, 1990). Mas noutras faixas desta população, que acumulam várias gerações de carências – pobreza, desemprego, escolaridade, habitação –, este diálogo tende a expressar-se cada vez mais pelo recurso à violência e à auto-exclusão dos jovens em bairros degradados.

Os brasileiros vivem a imigração numa perspectiva ambígua. Por um lado, há um excesso de referências ao Brasil e às indústrias culturais brasileiras (música, publicidade, telenovela, autores e actores); por outro lado, há uma crescente relutância por parte da população dominante relativamente aos indicadores de identidade brasileira. Esta situação promove estratégias de convivência diferenciadas nos cidadãos, ora silenciando as características de identidade mais visíveis, ora reforçando e carnalizando os mesmos traços de identidade. O silenciamento dá-se sobretudo na mitigação do sotaque e na adaptação de comportamentos e de hábitos de vestir e de estar; a carnalização acontece quando se exageram determinados traços culturais, muitas vezes estereotipados, que se sabe serem aprecia-

dos pela sociedade dominante. Ao mesmo tempo, como se viu pelos diversos usos e consumos dos *media* referidos, estes participantes apresentam gostos maioritariamente cosmopolitas, não só porque demonstram uma grande familiaridade com o campo dos *media*, mas também por disporem de informação e conhecerem as empresas e marcas das grandes empresas difusoras. No entanto, esta predisposição para os consumos globalizados não impede que os *media* – a Internet (através da qual consultam amiúde os jornais das regiões de origem) e as telenovelas (em que procuram rever, por exemplo, o Rio de Janeiro e «sentir o chope») – sejam utilizados de forma nostálgica. Quer isto dizer que os usos e consumos dos *media* tendem a acompanhar os diversos contextos sociais em que os cidadãos brasileiros se inserem e, ao mesmo tempo, através de múltiplos dispositivos tecnológicos, a estabelecer a relação entre um *lá* e um *cá*, diminuindo as distâncias e recuperando os laços afectivos.

Sublinhamos que, independentemente de todos os participantes terem uma opinião negativa sobre as representações que os jornais televisivos veiculam sobre os brasileiros em Portugal, a sua postura não é a de se auto-excluírem. Muito pelo contrário. Quase todos os entrevistados, mesmo os que não se pretendem fixar, procuram minimizar a discriminação ou o preconceito, que reconhecem existir. Aqueles que estão em Portugal há mais tempo declaram mesmo que o país se modernizou muito rapidamente e afixam que os *media* também contribuíram para essa mudança, se bem que nem sempre de forma continuada. Para estes cidadãos, assim como para alguns dos nascidos nos PALOP e seus descendentes, a televisão, apesar das deformações e equívocos, é o local, por excelência, onde se efectivam as mudanças sociais e onde se põem em comum as expectativas de todos os habitantes de um país.

Entre os cidadãos ucranianos e romenos, podemos identificar uma outra relação com os *media*. Por um lado, percebemos que o facto de não dominarem a língua portuguesa e de não possuírem proximidade cultural – o que se verificava nos outros grupos participantes – objectiva um distanciamento relativamente aos meios de comunicação portugueses, principalmente face à televisão. A este distanciamento junta-se uma outra cultura relativamente aos meios de comunicação, na medida em que o mercado nos países do Leste da Europa é ainda bastante incipiente e pouco aberto a produtos exógenos. Assim, os usos e consumos dos *media* por estes cidadãos são fundamentalmente utilitaristas: a televisão portuguesa serve para aprender a língua portuguesa e para conhecer os seus costumes; a Internet serve para actualizar programas escolares que deverão ser ministrados às crianças e aos jovens nas escolas ucranianas em Portugal; os DVD importados actualizam os repertórios musicais ou científicos dos países de origem. Os *media*

são entendidos como uma ferramenta de formação e educação e não têm valor de entretenimento. Este é procurado nas redes sociais que se constituíram com base na imigração e na necessidade de manter, ou reconstruir, uma comunidade de origem, quase sempre à volta de uma escola ou de uma igreja. São estes valores que fundamentam a criação de jornais nas línguas romena e ucraniana, bem como o activismo associativo, que confere prioridade à vida cultural e às particularidades simbólicas dos cidadãos imigrados.

Para estes cidadãos, os *media* não adquirem a centralidade que apresentam para os restantes grupos, pois a integração na sociedade dominante é vista como transitória, na medida em que, tendo a nacionalidade de um país europeu, estão de certa forma em casa. Generalizando, podemos dizer que estes cidadãos têm uma relação com os *media* pautada por necessidades e funções pré-mercados globais, uma conexão «porta-a-porta» ou «ponto-a-ponto», que parte da casa, da cidade, da região, do país onde viviam, para chegar até à porta, ao bairro, à cidade e ao país em que trabalham e onde temporariamente vivem. O que estes cidadãos pretendem é viver a sua casa à distância; utilizando os meios de comunicação, esforçam-se por recriar o local doméstico de vivência familiar, reconstruindo simbolicamente as referências que foram deixadas para trás e ignorando aquelas que podem pôr em causa as identidades de origem.

NOTAS

- ¹ Os trabalhos de campo decorreram em duas fases: a primeira, entre 18 de Junho e 13 de Agosto de 2007; a segunda, de 20 de Setembro a 10 de Outubro do mesmo ano. O universo do estudo foi constituído pela população com 15 ou mais anos de idade, residente em Portugal continental e regiões autónomas dos Açores e da Madeira (8 961 458 indivíduos). O número total de contactos efectuados foi de 8703.
- ² A escolha da nacionalidade dos grupos teve em consideração as maiores comunidades residentes em Portugal, identificadas pelo Serviço de Estrangeiros e Fronteiras (SEF): a brasileira que integra 66 354 indivíduos; a cabo-verdiana, constituída por 63 925 pessoas; a ucraniana, actualmente com 39 480 cidadãos; e a comunidade romena, que tem vindo a crescer nos últimos anos e que regista cerca de 19 500 cidadãos.
- ³ Bruxelas, 16/07/2004 COM (2004) 508 final, Communication from the Commission to the Council, the European Parliament, the Economic and Social Committee and the Committee of the Regions: *First Annual Report on Migration and Integration; Handbook for Integration for Policy-Makers and Practitioners* (2005), <http://eumc.eu.int/eumc/material/pub/eurobarometer/EB2005/EB2005-summary.pdf>; Eurobarómetro Especial 263, publicado em 2007 sobre a discriminação na União Europeia.
- ⁴ A telenovela *Ilha dos Amores* é uma ficção de autoria de Maria João Mira e Diogo Horta, realizada em 214 episódios. Teve como produtora a Nicolau Breyner Produções (NBP) e a FEALMAR, e contou com os actores António Capelo, Helena Isabel, João Lagarto, Margarida Carpinteiro e Sofia Alves, bem como com alguns jovens que constituem revelações, como Joana Solnado, Diana Chaves, Hugo Chaves e Vera Kolodzig. Esta obra de ficção tem como tema central a emigração dos açorianos para o Canadá e para Portugal continental na década de 1970. A *Ilha dos Amores* foi a primeira telenovela a ser gravada em suporte digital de alta definição. A telenovela *Fascínios* teve início a 26 de Novembro de 2007 e terminou a 5 de Outubro de 2008, sendo constituída por 216 episódios. Produzida pela FEALMAR, com a direcção de André Cerqueira, a ideia original pertence a António Barreira, desenvolvida na Casa de Criação. O elenco desta novela contou com Alexandra Lencastre, João Perry, Rogério Samora, Rita Salema, Helena Isabel, Fernando Luís e Helena Laureano. A história começa em Goa, enclave indiano ocupado por Portugal em 1961, aquando da invasão das tropas da União Indiana.
- ⁵ Esta telenovela de Aguinaldo Silva estreou em Portugal a 5 de Novembro de 2007, compreendeu 210 capítulos e foi dirigida por Wolf Maya, Cláudio Boeckel, Ary Coslov, Gustavo Fernandes, Miguel Rodrigues e Pedro Carvana. Foi ambientada num cenário de favela, construído no centro de produção da Rede Globo, no Rio de Janeiro. Tratou temas como racismo, discriminação racial, delinquência de jovens de classe média, poder de «chefes» de favela, tráfico de droga e movimentos de cidadania.
- ⁶ Na formação dos grupos não foi possível incluir cidadãos de origem moçambicana, o que constitui um reflexo da menor dimensão desta comunidade em Portugal.
- ⁷ Em Portugal há quatro canais abertos: dois públicos (RTP 1 e RTP 2) e dois privados (SIC e TVI).
- ⁸ Este canal faz parte do grupo controlado pelo Estado português e emite para todos os Países Africanos de Língua Oficial Portuguesa.
- ⁹ As telenovelas na TVI com mais audiência são as exibidas após o Jornal da Noite a partir das 21h45.

Na SIC, no ano em que decorreram as sessões de grupo de foco, as telenovelas da Rede Globo tinham início cerca das 22h.

- ¹⁰ Cfr. Markttest: MediaMonitor, 4 de Junho de 2007; Markttest, Anuário de Media e Publicidade 2006; Markttest, Anuário de Media e Publicidade 2007.
- ¹¹ *Cidade de Deus* é um filme brasileiro de Fernando Meirelles, lançado entre 2002 e 2003. O roteiro, escrito por Bráulio Montovani e adaptado do livro de Paulo Lins, conta o nascimento desta cidade-favela nos arredores do Rio de Janeiro e o percurso de crianças e jovens que ali viviam, pautado pela pobreza, pela violência e pelo tráfico de drogas.
- ¹² *Cidade dos Homens* foi uma série exibida pela Rede Globo do Brasil entre 2002 e 2005, ambientada nas favelas do Rio de Janeiro. As temáticas, vividas por dois jovens adolescentes, abordam o poder dos traficantes de droga, as dificuldades financeiras e a cultura das favelas.
- ¹³ *Carandiru* é um filme de 2002 de Hector Babenco, argentino naturalizado brasileiro, rodado na prisão de São Paulo com o mesmo nome. Narra a vida dentro das prisões brasileiras e os problemas de violência, tráfico de droga e propagação do HIV.
- ¹⁴ *Tropa de Elite* é um filme brasileiro de 2007, dirigido por José Padilha, cujo tema é o Batalhão de Operações Policiais Especiais (BOPE) da Polícia Militar do Rio de Janeiro, a sua luta contra o crime organizado das favelas e contra o consumo de droga pela classe média do Rio de Janeiro.
- ¹⁵ A telenovela *Vingança* foi exibida de 19 de Fevereiro a 16 de Novembro de 2007 na SIC. É uma adaptação realizada pela Teresa Guilherme Produções da telenovela *Montecristo* (de Alexandre Dumas), produzida pela televisão argentina Telefé. A trama centra-se numa família possuidora de uma clínica médica e na traição de dois amigos.
- ¹⁶ A telenovela *Jura* é uma adaptação da chilena *Los Trienta*, do canal TVN. Foi exibida entre 18 de Setembro de 2006 e 16 de Fevereiro de 2007. O enredo envolveu quatro casais jovens e urbanos, que encenaram cenas de sexo nunca protagonizadas por portugueses.
- ¹⁷ A série *Conta-me como Foi* é uma adaptação de um formato espanhol produzido pelo Grupo Ganga Producciones, *Cuéntame cómo Pasó* («Conta-me como Foi»), que relata os anos finais da ditadura Salazarista em 52 capítulos.
- ¹⁸ *Paixões Proibidas* foi uma co-produção RTP 1/Bandeirantes. Esta telenovela teve como guionista Aimar Labaki e foi realizada em 2007, com 139 episódios baseados em três obras do escritor português Camilo Castelo Branco: *Amor de Perdição*, *Mistérios de Lisboa* e *Livro Negro do Padre Dinis*. As gravações decorreram em Coimbra e em Lisboa (Portugal) e no Rio de Janeiro (Brasil).
- ¹⁹ *Lisboetas* é um documentário de Sérgio Trefaut, realizado em 2004 e estreado a 20 de Abril de 2006. No enredo é tratada a nova vaga de imigração em Portugal, sobretudo na região de Lisboa.
- ²⁰ *Noite Escura* é um filme de João Canijo, estreado em 2004, que aborda a prostituição numa casa de alterne no interior de Portugal.

BIBLIOGRAFIA

- APPADURAI, Arjun (1996), *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization*, Minnesota: University of Minnesota.
- BAGANHA, Ioannis *et al.* (2002), *Os Movimentos Migratórios Externos e a sua Incidência no Mercado de Trabalho em Portugal*, Lisboa: Observatório do Emprego e Formação Profissional.
- BARBOUR, Rosaline S.; KITZINGER, Jenny (1999), *Developing Focus Group Research: Politics, Theory and Practice*, Londres: Sage.
- BRAH, Avtar (1996), *Cartographies of Diaspora*, Londres: Routledge.
- BUCKINGHAM, David (2000), *The Making of Citizens: Young People, News and Politics*, Londres: Routledge.
- BUONANNO, Milly (2007), *The Age of Television: Experiences and Theories* (www.ebooksa-bouteverything.com/ebooks).
- CARPENTIER, Nico *et al.* (2007), *Media Technology and Democracy in an Enlarged Europe*, Tartu: Tartu University Press (http://homepages.vub.ac.be/~ncarpent/ar_pub.html).
- COULDRY, Nick, (2006), «Culture and Citizenship: The Missing Link?», *European Journal of Cultural Studies*, 9 (3), Londres: Sage, pp. 321-339.
- DAVIS, Colin (2006), «Diasporic Subjectivities», *French Cultural Studies*, 17 (3), Londres: Sage, pp. 335-348.
- FEATHERSTONE, Mike (1990), *Global Culture: Nationalism, Globalization and Modernity*, Londres: Sage.
- FENTON, Natalie (2007), «Bridging the Mythical Divide: Political Economy and Cultural Studies Approaches to the Analysis of the Media», in DEVEREUX, E. (org.), *Media Studies: Key Issues & Debates*, Londres: Sage, pp. 7-31.
- FERIN, I. (coord.) (2006), *A Televisão das Mulheres: Ensaio sobre a Recepção*, Lisboa: Bond/Quimera.
- GILROY, Paul (1993), *The Black Atlantic*, Londres: Verso.
- GOFFMAN, Erving (1975), *Estigma: Notas sobre a Manipulação da Identidade Deteriorada*, Rio de Janeiro: Zahar Editores.
- HALL, Stuart (1990), «Cultural Identity and Diaspora», *Identity, Community, Culture, Difference*, Londres: Lawrence and Wishart, pp. 207-221.
- LIVINGSTONE, Sonia (1988), «Why People Watch Soap Opera: An Analysis of the Explanations of British Viewers», *European Journal of Communication*, 3, Londres: Sage, pp. 55-80.
- LIVINGSTONE, Sonia; COULDRY, Nick; MARKHAM, Tim (2006), *Media Consumption and the Future of Public Connection*, Project Report. London School of Economics and Political Science, Londres, Reino Unido (www.publicconnection.org).

- MORLEY, David (1986), *Family Television: Cultural Power and Domestic Leisure*, Londres: Comedia.
- MORLEY, David (2001), «Belongings: Place, Space and Identity in a Mediated World», *European Journal of Cultural Studies*, 4(4), Londres: Thousand Oaks, pp. 425-448.
- MOORES, Shaun (1993), *Interpreting Audiences: The Ethnography of Media Consumption*, Londres: Sage.
- MUNDAY, Jennie (2006), «The Use of Focus Groups to Study the Construction of Collective Identity», *Sociology*, 40 (1), Londres: Sage, pp. 89-105.
- POLICARPO, Verónica (2006), *Viver a Telenovela: Um Estudo sobre a Recepção*, Lisboa: Livros Horizonte.
- QUIROZ, María Teresa; MÁRQUEZ, María Teresa (1997) «Mujeres que la miran y mujeres que son vistas», in *Telenovela, ficción popular y mutaciones culturales*, Barcelona: Gedisa.
- TAYLOR, Charles (1992), «The Politics of Recognition», *Communitarianism and Individualism*, Londres: Oxford University Press, pp. 107-148.
- TURNER, Bryan S. (1990), «Outline of a Theory of Citizenship», *Sociology*, 24 (2), Londres: Sage, pp. 189-217.
- WIEVIORKA, Michel (2000), *La Différence*, Paris: Ballard.
- WOODWORD, Katherine (1997), *Identity and Difference*, Londres: Thousand Oaks.