

Mídia e minorias: migrações e imigrantes nos diários gratuitos de Barcelona



Maria Luiza Martins de Mendonça*

Recibido: 4 de febrero de 2008

Aprobado: 2 de abril de 2008

Resumo

Este texto é resultado de uma pesquisa exploratória realizada em dois periódicos gratuitos distribuídos na cidade de Barcelona em busca de identificar o tratamento que esses jornais dispensam aos imigrantes e aos processos de migração. Parte-se do princípio de que a maneira representar esses coletivos operam como construtores de sentido e incidem sobre a percepção que os leitores constroem a respeito desse processo assim como dos indivíduos ou coletividades estrangeiros.

Palavras-chave

Meios de comunicação, diários gratuitos, minorias, imigrantes.

* Doutora em comunicação e professora na Faculdade de Comunicação e Biblioteconomia da Universidade Federal de Goiás. Realizou, com apoio da Capes, estágio pós-doutoral junto com o grupo de pesquisa MIGRACOM, no Departamento de Comunicación Audiovisual da Facultad de Comunicación da Universidad Autónoma de Barcelona, onde desenvolveu o projeto "A representação e a expressão de grupos minoritários na mídia".

Mídia e minorias: migrações e imigrantes nos diários gratuitos de Barcelona

Resumen

Este texto resulta de una pesquisa exploratoria realizada en dos periódicos gratuitos distribuidos en la ciudad de Barcelona en búsqueda de identificar el tratamiento que esos periódicos dispensan a los inmigrantes y a los procesos de migración. Se parte del principio de que según la manera de representar esos colectivos operan como constructores de sentido, e inciden sobre la percepción que los lectores construyen respecto de ese proceso, así como de los individuos o colectividades extranjeras.

Palabras clave

Medios de comunicación, diarios gratuitos, minorías, inmigrantes.

Media and Minorities; Migrations and Immigrants in Free Newspapers from Barcelona
Abstract.

This article is the result of an exploratory research carried out in two free newspapers distributed in Barcelona city; the objective is to identify the treatment those newspapers provide to immigrants and to community tourism migration. It has started with the principle that the way to represent those groups operates as a constructor of sense and influences on the perception readers construct in relation to that process, as well as to the individuals or foreign groups.

MÍDIA E MINORIAS: AS FORMAS DE REPRESENTAÇÃO

São muitas as questões relacionadas à representação e à expressão de grupos minoritários nos diferentes meios de comunicação que merecem a atenção do pesquisador, dada a importância teórica e empírica que adquirem quando se considera que os meios de comunicação são, na maioria das sociedades contemporâneas, os grandes construtores culturais e ocupam lugar central nas disputas pela hegemonia e pela fixação dos significados sociais. Em termos teóricos importa reconhecer que as disputas político-ideológicas acontecem também na esfera da produção cultural e que os sentidos que circulam socialmente são construções históricas estáveis, mas de forma nenhuma permanentes. Os significados atribuídos aos diferentes grupos sociais são indicativos dos lugares que ocupam no conjunto das representações sociais, dos valores que lhes são atribuídos e também das distintas maneiras de percebê-los, representá-los e de construir concepções a seu respeito.

Essa pesquisa trata de um estudo exploratório sobre o tratamento que dois periódicos da chamada *prensa gratuita*, Metro Catalunya e ADN, distribuídos na cidade de Barcelona dispensam aos temas relativos a imigrantes ou à imigração. Pretende-se, por este meio, avaliar a maneira como esses veículos produzem e/ou reproduzem o papel e as concepções socialmente circulantes sobre os diversos grupos sociais, nesse caso específico os imigrantes, na tentativa de identificar os valores que lhes são atribuídos e os lugares sociais que

podem legitimamente desejar e efetivamente ocupar. Nas sociedades que se pretendem democráticas os diferentes grupos podem aspirar a dividir com equanimidade tanto os espaços de poder quanto os produtos resultantes do processo econômico: materiais e simbólicos. Contribuir para melhor conhecer essas relações de poder e os processos que lhes dão suporte ou legitimidade é sempre um procedimento necessário para facilitar o desenvolvimento de estratégias comunicativas que propiciem possibilidades efetivas de democratização das relações sociais.

Migrações como problema

Apesar de o fenômeno migratório estar historicamente relacionado à presença do ser humano na Terra e causa do povoamento de todos os continentes, nas últimas décadas o desenvolvimento dos meios de comunicação e de transporte contribuiu tanto para povoar o imaginário de coletividades inteiras com sonhos de uma outra vida e com os meios materiais necessários para se atravessar longas distâncias.¹

Mesmo constatando uma certa exaustão nas discussões sobre as características e conseqüências dos processos de globalização, que incidem diferencialmente sobre as distintas nações e segmentos populacionais, não se pode deixar de mencionar que os processos migratórios têm conhecido uma grande expansão. As perdas de poder dos governos nacionais, em geral maiores em países pobres e com poucas perspectivas de crescimento econômico, as políticas mundiais de "racionalização" dos processos de produção e distribuição de riquezas agravaram a situação de grandes contingentes

populacionais que se encontram à margem do processo produtivo e não vislumbram a possibilidade de uma existência digna em termos materiais e, muito menos, de algum tipo de ascensão social. A realidade de guerra, miséria, fome e bloqueio de alternativas e aspirações individuais tão presentes em inúmeros países, da África ao Iraque, passando pelo oriente médio e pelos Bálcãs, transformam os países desenvolvidos em pólos extremamente atrativos à imigração. Em resposta, países pertencentes à Comunidade Européia e à América desenvolvida, como Estados Unidos e Canadá, blindaram suas fronteiras para impedir a entrada de migrantes indesejados. Mesmo assim, o fenômeno é visível e perceptível independentemente das estatísticas demográficas: está nas ruas das grandes cidades, nos centros e nas periferias.

As cidades se tornam, atualmente, o local de encontro concreto entre as conseqüências de uma globalização que coloca em movimento constante recursos, idéias e indivíduos e o estrangeiro, o diferente, o extremamente Outro. De acordo com Bauman,² são as cidades têm de administrar e oferecer soluções para os problemas causados pela expansão global do capitalismo, como a criação de massas de indivíduos "sem lugar" nas novas formas de produção tecnológicas. Ora, são esses deslocados pelas misérias e falta de perspectiva que ocorrem às grandes cidades do mundo desenvolvido levando consigo quase sempre apenas a esperança de uma sobrevivência algo mais digna.

É nas cidades que o fenômeno torna-se visível, na presença física de indivíduos marcadamente estranhos, seja pela cor da

pela, pelo sotaque ou idioma falado, pelas maneiras de vestir, de se alimentar, de se comportar. São esses novos habitantes aqueles que provocam receios na população local, à medida que aumentam as demandas e expõem as carências dos serviços públicos básicos, submetem-se a sub-empregos e desvelam as insuficiências dos sistemas de inclusão social. Além disso, à medida que os cidadãos locais se deparam com o novo, com aquilo que muitas vezes parece não identificável e indecifrável, vêm abalada a pretensa estabilidade que as solidariedades anteriores eram capazes de proporcionar. Nessas circunstâncias, não é de todo incompreensível que apareçam o temor e a recusa a essa convivência cotidiana e que mecanismos de rejeição mais ou menos evidentes sejam postos em ação. Nesse sentido, importa tentar conhecer um pouco mais as dinâmicas das formas de expressão das diferenças e desigualdades que se baseiam nas diferentes origens geográficas, aquilo que as reforça, as possíveis conexões entre diferença raciais e outros tipos de distinção seja ela social, cultural, religiosa, econômica ou de orientação sexual, assim como as diferentes manifestações ou expressões de rechaço. Em termos teóricos, a abordagem se pauta por uma perspectiva que considera o fenômeno das migrações como algo relevante para compreender as formas como se articulam as diferenças entre os diferentes grupos nas sociedades contemporâneas, marcadamente nas grandes cidades.

É também nas grandes cidades que se dissemina um novo modelo de meio massivo de comunicação, a chamada *imprensa gratuita* –periódicos em formato tablóide e distribuídos gratuitamente pontos de maior concentração

de pessoas, em geral nos meios públicos de transporte. Esses diários gratuitos se auto-proclamam os periódicos do século XXI e começaram a ser produzidos e distribuídos de maneira massiva a partir do começo do século coincidentemente com o decréscimo do número de leitores dos tradicionais diários pagos. Essa modalidade de comunicação chama a atenção do pesquisador por tratar-se de um fenômeno recente, de largo alcance e ainda pouco estudado no que diz respeito à sua capacidade de produção e reprodução de significados sociais, cujos conteúdos sejam relevantes para a formação de opiniões e construções de visões de mundo. Interessa, portanto, avaliar como essa prensa diária, nova, gratuita, que tem como leitor o indivíduo jovem e sem o hábito de leitura dos periódicos pagos, isto é, o indivíduo que não tem muitas outras fontes de informação alternativas e complementares.³ É possível que a amplitude de sua circulação e a disseminação entre um público anteriormente distante da imprensa escrita trouxessem a possibilidade de que se tornassem alternativas aos estereotipados discursos da mídia tradicional.

Nesse caso, a investigação pretende avaliar a perspectiva com que a prensa gratuita aborda a questão da imigração. Qual é o tratamento que dá ao migrante, considerando tratamento a forma como ela o apresenta, o relaciona com os valores, enfim como tematizam a questão?

Em primeiro lugar cabe definir melhor o que se entende por prensa gratuita e quais seriam as suas particularidades que a tornam relevante para uma análise que tenha em perspectiva a construção de significados em torno de migrantes e migrações.

Esses diários caracterizam-se por gratuidade, são entregues diretamente ao leitor, possuem com um formato apropriado para permitir uma leitura rápida, mais ou menos de acordo com o tempo médio do deslocamento entre casa e trabalho. Para isso, os conteúdos são generalistas, superficiais e fáceis de ler, com muitas fotos e informações gráficas. Contam com seções bastante diversificadas de maneira a agradar a interesses heterogêneos. Dispensam o partidário político-ideológico e, ao mesmo tempo em que oferecem um painel do que está acontecendo no mundo e no país, dedicam espaço generoso às notícias locais, como muitas fotos e identificação dos protagonistas, no sentido de criar proximidade e familiaridade com o leitor. Ao mesmo tempo levam ao leitor notícias que "não cabem" nos jornais tradicionais, permitem que a publicidade chegue a segmentos da população não atingidos pela grande imprensa e torna-se uma mídia mais atrativa para os anunciantes locais. Fornecem informações que julgam úteis ao leitor, como horários, atrações artísticas e culturais. De acordo com os próprios editores, é o distanciamento tanto da política partidária quanto da publicidade excessiva aquilo que confere credibilidade ao jornal. Entretanto, o que mais se pode destacar nessa nova modalidade de mídia impressa é o seu alcance: ela se difunde basicamente entre leitores jovens e que não tinham o hábito de ler periódicos diários. Ou seja, conquistou um novo leitor.

Alguns desses diários são propriedades de grandes empresas multinacionais e estão presentes em vários países, adotando a estratégia de aliar-se a sócios locais.⁴ Os dois maiores, o Metro, parte da multinacional sueca

Metro Internacional S/A, possui quase 20 milhões de leitores em todo o mundo e o 20 Minutos, pertencente ao grupo norueguês Schilbsted, possui forte presença nos países escandinavos, França, Suíça e Espanha. Segundo pesquisa realizada pelo periódico 20 Minutos,⁵ o perfil dos leitores indica um equilíbrio entre os sexos, e uma faixa etária em que 60% encontram-se com menos de 44 anos de idade. Quanto ao número de leitores, estima-se que o Metro, maior jornal diário, com circulação internacional possua mais de 18 milhões de leitores, dos quais 1,9 milhões na Espanha.

As principais suposições que orientam essa pesquisa consideram que esses diários, assim como os demais veículos de comunicação, percebem o fenômeno da imigração e a presença de imigrantes nas cidades espanholas de uma forma estereotipada, tanto do ponto de vista das particularidades e diferenças culturais – com o “étnico” como motivo central; reafirmam a noção de multiculturalismo como pensamento hegemônico; e, em determinados momentos os relaciona veladamente ou não, com ameaças ao povo e à ordem estabelecida. Mesmo que essa perspectiva não se apresenta de forma explícita no cotidiano, ela se torna absolutamente declarada em momentos de crise ou de tomada de decisões sobre políticas públicas de maior alcance.

Inicialmente se havia proposto também a hipótese da existência de diferentes níveis de racismo, ou seja, da existência de racismos diferenciais à medida que se combinam com outros demarcadores de diferenças, como a classe social, a origem geográfica, a cor da pele, por exemplo. Entretanto, o relatório de

pesquisa intitulado “*Avance de los resultados de la encuesta realizada por el Instituto de Estudios Sociales de Andalucía*”⁶ para a Secretaria de Estado de Inmigración da Espanha já identifica essa diferenciação nos graus de rejeição; resta agora à pesquisa identificar se a prensa gratuita reforça ou não esses mesmos padrões de rejeição. Quando perguntados sobre a origem dos migrantes, os respondentes identificaram, pela ordem, os latino-americanos, os árabes e os subsaarianos. A percepção da existência dos estrangeiros deve ser relacionada, também, à visibilidade que adquire certa comunidade, não apenas por sua presença quantitativa, sua presença nas ruas, nos transportes públicos, nos locais de trabalho e lazer, facilmente identificável à medida que está explicitada por meio da cor da pele ou dos traços fisionômicos, mas também da visibilidade desses indivíduos nos meios de comunicação.

O conteúdo analisado foi o contido na primeira página de cada edição, com a correspondente reportagem nas páginas interiores. Consideramos a primeira página como um elemento de análise revelador, já que é programada para atrair a atenção do leitor para determinado assunto mais do que para outros. Segundo Van Dijk,

la portada, el tamaño, el tipo de titulares, la utilización de determinados tamaños de fuente o de negrita, las fotografías y otras propiedades en la presentación de un noticiario expresan significados subyacentes y jerarquías semánticas que, a su vez, son instrumento para la formación de modelos (de concepción de mundo) por parte del lector. Por lo tanto, y como estrategia general, los actores más notables

y sus actividades se presentan de forma más prominente, es decir, en la portada, em su parte superior, em los titulares, en la sección de sucesos destacados y, si se trata de portavoces, en la categoría de reacciones verbales dentro del esquema de um informativo (p. 62).

Além disso, ao destacar alguma notícia, fato ou personagem o jornal sinaliza a importância de dito fato ou personagem que são apreendidos e reconhecidos como relevantes pelo leitor.

Em termos metodológicos, o conceito de tratamento refere-se ao valor que a informação atribui aos protagonistas e objetiva identificar o posicionamento ideológico, sociocultural, político e econômico que os meios colocam na esfera pública.⁷ Este tratamento valorativo pode ser apreendido por meio das relações que se estabelecem entre os sujeitos protagonistas das notícias e uma variedade de identificadores: instituições, valores sociais, qualificação, a existência de fotos e destaques gráficos a existência de relações de contigüidade, complementaridade ou de contradição entre as notícias/fotos veiculadas. O conceito de tratamento inclui mais de um ponto de vista, para além da emissão da mensagem: incorpora a produção (as rotinas produtivas, a obediência aos manuais de redação e estilo), o processo de recepção e utilização das mensagens como elementos que, incorporados aos discursos pessoais/sociais são capazes ou não de promover o diálogo e contribuir para a dinamização das relações interculturais.⁸

São vários os elementos que compõem uma notícia, ou seja, que estão presentes

na narrativa jornalística. Há os elementos visuais, como fotos, gráficos ou ilustrações, o tamanho e a página/seção em que a notícia está publicada, os protagonistas principais, a existência ou não de entrevistas, as fontes citadas, os valores atribuídos aos protagonistas enfim, são várias as perguntas que se pode fazer a uma notícia publicada. Como já foi dito, a escolha recaiu sobre as primeiras páginas com a seqüência da notícia dentro do jornal, os personagens citados nas notícias sobre migrantes/migrações, as fontes, a existência de entrevistas, fotos, gráficos e o "tom" da notícia: dado esse fornecido por meio da presença de adjetivações, comparações, estabelecimento de relações entre fatos e/ou personagens, identificação e qualificação dos sujeitos da ação.⁹

Para compor a mostra a ser analisada foram escolhidos dois diários distribuídos gratuitamente em Barcelona: o Metro e o ADN. A escolha do Metro baseia-se no fato de ser produto de uma multinacional e estar presente em mais de 20 países na Europa, América do Norte e do Sul e Ásia, com uma audiência metropolitana de mais 18 milhões de leitores, sendo que 70% deles com menos de 45 anos. Na Espanha possui uma edição nacional e 14 regionais.¹⁰ A edição catalã é feita em castelhano e em catalão. Foi escolhido exatamente por ser globalizado e porque poderia refletir, na edição local, uma certa orientação editorial homogênea em relação a esse assunto. Para verificar a existência desse possível alinhamento editorial em relação à questão das migrações, foram analisadas também as edições de Lisboa e de Paris, esses dois a partir das edições em formato PDF disponíveis na Internet.¹¹

O outro jornal a compor a mostra dessa pesquisa é o ADN, jornal local, fundado em 2006, com sede em Barcelona e se intitula parte da geração dos periódicos do séc XXI. Foi criado para

cubrir las necesidades de millones de personas que necesitan información puntual, veraz y objetiva. Frente a la mera exposición de la noticia, trabajamos para ofrecer contenidos elaborados y reflexivos con reportajes propios y un especial interés por el fotoperiodismo, y promovemos activamente la participación de los lectores, tanto en la edición en papel como en la versión online... ADN es un diario liberal que defiende los valores básicos de la democracia y el progreso social. No está adscrito a ninguna organización política o religiosa, y pretende contar con lectores de distintas ideologías. Refleja todas las posiciones, salvo las que defienden el uso de la violencia o promueven la discriminación racial o sexual.¹²

O período acompanhado estendeu-se por três semanas desses jornais, entre os dias 5 e 23 de março, num total de 15 dias em três semanas seguidas. O período foi escolhido em razão de não estar incluído em nenhum calendário especial de eventos, seja ele político, cultural ou social, nenhum feriado ou comemoração que pudesse desviar as atenções para algum fenômeno ou acontecimento específico. Com exceção do Metro Paris, em que a campanha presidencial ocupa as primeiras páginas dos jornais —de todos os jornais, não só da prensa gratuita— fato que, de certa forma, foi determinante para corroborar uma das hipóteses da investigação. Como o acesso

à edição portuguesa e francesa se deu por meio eletrônico, o período investigado estendeu-se por mais uma semana, até o dia 26 de março, pois algumas das edições *on-line* do Metro Paris estavam inacessíveis, o que poderia diminuir sensivelmente sua presença na composição da amostra.

Mídia e migrações: uma relação delicada

Nos 15 dias que compuseram a mostra selecionada foram encontradas não muitas menções a estrangeiros, migrantes ou migrações nas primeiras páginas dos jornais. O que equivale, entretanto, não merecer manchetes de jornais. Quando, em que circunstância esse tema merece uma chamada em primeira página? Esta é a primeira pergunta que a pesquisa pretende responder.

No Metro Catalunya: Durante o período analisado, o Metro Barcelona apenas quatro notícias referentes a migrantes ou migrações foram destaques ou tiveram chamada na primeira página.

Em 9 de março, em um Box na lateral esquerda da capa surge a foto de Amina Lawal com a seguinte legenda: "*Ahora vuelvo a tener amigos*".¹³ A matéria traz foto e entrevista, em que se conta a história e em um outro Box explica: "uma invitada atípica" – ou seja, iletrada, pobre, africana e muçulmana.

14 de março: "8.000 *niños son forzados a prostituirse*". Um box na primeira página convida à leitura da matéria na página 8 (Espana). A notícia é a propósito de um encontro inter-

nacional sobre “explotación sexual comercial infantil” (ESCI) e informa que “la mayoría de la víctimas proceden de Colombia, Brasil, República Dominicana, Marruecos, Nigeria, Sierra Leona y los Balcanes”.

No dia 22 de março a notícia, publicada em um box informa: “La policia recibe 44 denuncias por abusos racistas”. A chamada é em castellano, mas a matéria é em catalão — “Les denúncies per racisme contra els Mossos desapareixen” — o que confere à notícia um caráter eminentemente local, apesar de ser motivada pela celebração do “Dia Internacional contra o racismo e a xenofobia”. Os dados referentes às denúncias são fornecidos pela OnG SOS Racismo. Ao mesmo tempo em que publica o relato detalhado de uma injustificada agressão contra um marroquino, a notícia menciona como causa não a xenofobia, mas uma possível “falta de preparació dels agents em termes d’immigració”, segundo a porta-voz da OnG.

No mesmo dia, a grande matéria de capa é: “El precio de los pisos obliga a compartilos”. Os dados informam que a demanda por residências compartilhadas aumentou entre 23 e 30%. “Estudiantes y extranjeros son los principales colectivos que recurren a esta modalidad de arriendo, seguidos por las personas con contratos de trabajo inestables”. A fonte da matéria foi o presidente da Asamblea de Comprarcasa de Barcelona e um professor de Asesoría y consultoría Inmobiliaria da Universidad de Barcelona. Os entrevistados são três jovens que se supõe espanhóis, por não terem suas nacionalidades explicitadas, o que acontece freqüentemente com estrangeiros.

No ADN Barcelona os estrangeiros aparecem diretamente na primeira página

duas vezes, num total de cinco. A primeira delas em matéria sobre jogadores africanos e em outra sobre denúncias de agressões a estrangeiros. Nas outras duas matérias a referência a imigrantes é feita no corpo do texto, no interior do jornal, e não na chamada de capa.

Pode-se ler: “Detenidos três responsables del local Bailén 22 por presunto proxenetismo” (12 de março) A matéria traz fotos e o destaque “Los agentes arrestaron em la operación três prostitutas brasileñas” (de um total de 61 que havia no local). A matéria refere-se a fontes policiais e a alguns testemunhos de vizinhos.

Em 13 de março a chamada é: “La Eurocámara quiere eradicar el engaño y el abuso a jugadores africanos”. Na seção de esportes os títulos são: “Tráfico de jugadores: la Eurocámara quiere frenar la llegada masiva de africanos enganados por agentes”.¹⁴ A matéria narra comparativamente histórias de vida de alguns jogadores que conheceram o sucesso com a grande maioria que hoje encontra-se na miséria. Este tipo de narrativa conduz o leitor a extrair suas próprias conclusões a partir de histórias exemplares, que fornecem o modelo antecipado de interpretação. Na realidade, a matéria destaca as histórias particulares em detrimento das informações objetivas sobre as medidas tomadas pela Eurocámara.

A mesma matéria sobre os *niños e prostitución* recebe do ADN, em 14 de março, outro tratamento. Aqui a chamada é para “Turismo sexual no extranjero” e o título, na matéria interior é “El 20% de turistas de Occidente busca sexo”. Segundo a “madrinha” da OnG Intervida “no hay que culpar la gente de alli,

sino la gente que vive em países desarrollados y que va a los que no lo están en busca de sexo com niños". A matéria promove uma grande ambigüidade de significados, uma vez que coloca um foto com duas garotas com aparência muito jovem, tranqüilas e sorridentes com a legenda "*Bailarinas buscan clientes em um bar de Pattaya, Tailândia*". As outras duas matérias de capa que conduzem a estrangeiros são:

Educación sin velo em Reino Unido: trata da possibilidade de as escolas o proibirem a suas alunas. Ainda que a matéria informe que na Espanha não há debates sobre o assunto e que cada comunidade autônoma pode decidir sobre o uso ou não, a seção Xpresate (expresse sua opinião) coloca a opinião de uma leitora que afirma que embora pareça cedo para o debate, "cualquer dia habrá conflictos por el uso del velo em alguna escuela. Entonces tendremos que mostrar si existe o no integración.

A matéria remete também ao Liceu francês Al Kindi, em Lyon, que é uma escola muçulmana na França, também objeto de atenção do Metro Paris, como se verá mais adiante.

Finalmente, em 22 de março, coincidentemente com a notícia sobre racismo, "*La mitad de las denuncias por agresiones a extranjetos salpican a los Mossos*", a grande matéria de capa é "*EUROPA: seis razones para seguir amando a la Unión 50 años después*" ofusca e impede qualquer impacto maior que o assunto poderia ter tido. Utilizando a mesma fonte, o SOS Racismo, a matéria alerta para o "*preocupante aumento de los supuestos casos de abusos*". Na foto, um homem negro, coloca

sua marca (a mão molhada de tinta) em um painel colocado na Rambla Santa Mônica. Entrevistados os porta-vozes da SOS Racismo e dos Mossos d'Esquadra. Ao contrário do Metro, não há a narração de nenhum caso concreto.

A matéria tem seqüência em outra seção, intitulada "Tolerância a medias" e começa com a afirmação: "los españoles aceptan a los inmigrantes, pero mejor lejos que cerca". "La convivencia se acepta mayoritariamente el diferentes âmbitos de la vida... pero los porcentajes bajan según crece la intimidad dela relación..." Mais adiante, a secretária de Estado de Imigração afirma que "no existe motivo para alarma" em referencia à "celeridad en la llegada masiva de extranjeros em Espana".

Metro Lisboa: durante os 15 dias da pesquisa não houve nenhuma chamada de capa ou referência a migrante ou migrações no jornal. Essa também pode ser uma ausência sintomática e indicar que não houve, no período, nenhum fato que justificasse a presença de imigrantes nas primeiras páginas.

Metro Paris: A análise desse periódico se estendeu por mais uma semana devido às falhas no acesso à edição eletrônica. Assim, as quatro semanas cobertas pela pesquisa forneceram 15 edições, como os demais jornais, como se vê a seguir.

Dos quatro diários analisados, o Metro Paris revelou-se o que dá maior destaque aos temas relacionados à imigração, o que pode ser percebido pelo maior número de páginas, utilização de fotos e gráficos e também pelo teor das matérias, que vai mudando à medida

que se aproxima a data das eleições presidenciais. Assim, das chamadas de capa e publicação das matérias nas seções mais generalistas (França, por exemplo) as notícias vão sendo transferidas para as páginas de política.

A observação da seqüência das reportagens pode comprovar a politização do tema.

Cinco de março: "*Immigration: la France coupée en deux*" (Imigração: a França cortada ao meio).¹⁵ Grande matéria de capa que apresenta resultado de uma pesquisa realizada pelo Metro/IFOP (*institut français de opinion publique*) indicando que 49% dos franceses são favoráveis à imigração em geral enquanto 51% são desfavoráveis. A idéia que prevalece é de bem gerenciar as entradas de estrangeiros no sentido de permitir apenas aquelas que possam contribuir para o desenvolvimento da economia do país.

Box chama para matéria "*Lycée musulman: Al Kindi fait sa rentrée*". (Liceu muçulmano: Al Kindi reabre), depois de seis meses de batalha administrativa para funcionar e ministrar ensinamentos religiosos.

8/3: Grande reportagem comemorativa ao dia internacional da mulher no "*Special Journée internationale de la femme*", são apresentadas histórias de vida (na maioria pequenos relatos com fotos) em que apesar de apenas uma ser identificada como marroquina, algumas mulheres parecem ser imigrantes ou descendentes: duas são negras e uma chama-se Rachida, nome de origem árabe.

Em 15 de março: "*Discrimination à l'embauche: il vaut mieux s'appeler Dupont*". (Discriminação

na contratação: é melhor se chamar Dupont [nome tipicamente francês]). Matéria extensa, com fotos, gráficos que, a partir de pesquisa realizada pelo *Bureau International du travail*, denuncia a ilegitimidade da preferência por candidatos que têm alguma característica que os identifica como imigrantes,¹⁶ mais em especial se são provenientes do Magreb ou da África negra (*Afrique noire*, no original). Em 19 de março a presença dos "sem-papéis" não merece maiores destaques. Apenas um box informa em poucas linhas que "*Des sans-papiers investissent un temple*". (Sem-papéis cercam um templo).

Entre 26 e 30 de março o enfoque muda:¹⁷ de relatos de acontecimentos para o centro mesmo da campanha política. Três são as chamadas de capa no mesmo dia:

"*Identité nationale: mais quelle mouche les a donc piqués?*" (Identidade nacional: que mosca os picou?) grande matéria que discute, a propósito da proposta do candidato Sarkozy de criar um ministério de imigração e de identidade nacional, questões como nacionalismo, identidade nacional e imigração, com as respectivas propostas dos candidatos para resolver o "problema".

"*Thuram: 'le foot n'est que lè reflet de la société'*" (Thuram: o futebol não é mais que reflexo da sociedade). O jogador africano lamenta que a sociedade francesa seja tão pouco reativa ao racismo atual. Uma das poucas reportagens em que se dá a palavra ao imigrante que efetivamente experimenta as reações racistas.

"*Sans-papiers: la polemique continue*" (Sem-papéis: a polêmica continua). Box de

chamada para matéria de mais de meia página, como foto das detenções, sobre a prisão de imigrantes "sem-papéis" na porta das escolas dos filhos. O protesto e a detenção da diretora da escola é a razão da polêmica.

27/3: "*Les musulmanes ont leur bikini*". Box com chamada para página interior, seção Mundo. Matéria de meia página com grande foto e uma reportagem irônica sobre a criação do *burkini* um traje de banho "culturalmente correto", criado por uma estilista australiana, e que permitirá às mulheres muçulmanas realizar atividades aquáticas. A entrevistada é a estilista e diz que o chamado "*maillot islamique*" (maiô islâmico) recebeu a "*bénédictio du mufti d'Australie...*" (beneplácito da autoridade religiosa da Austrália). A foto mostra sorridentes banhistas cobertas da cabeça aos pés correndo numa praia deserta.

Nos três dias seguintes (28, 29 e 30 de março) os distúrbios causados pela entrada de uma pessoa sem o devido bilhetes "*Bataille rangée gare du Nord*". (Batalha organizada na Gare du Nord) Grande matéria de capa com seqüência na página 2 (França) com o grande título: "*Scènes de chaos à Paris*" (Cenas de caos em Paris). Em um primeiro momento os subtítulos afirmavam que "*une centaine de jeunes ont affronté la police hier dans les sous-sols de la gare parisienne*" (uma centena de jovens afrontou a polícia ontem no sub-solo da estação parisiense). Fotos do enfrentamento e da prisão de um negro.

Nos dois dias seguintes a matéria continua na capa, mas com chamadas para a seção de Política. "*Politique: la campagne en gare du Nord*". (Política: a campanha na Gare du Nord) (29/3)

Não são mais os jovens os protagonistas, mas um congolês de 32 anos em "situação irregular", segundo "fontes policiais". Foto de uma pessoa presa e dos dois candidatos, Sarkozy e Segolène, com seus respectivos comentários.¹⁸

Já no dia 30 o *box* de chamada informa: "Gare du Nord: l'avocat de l'interpellé contredit Baroin". (Gare du Nord: advogado de interpelado contradiz Baroin). Matéria de meia página em que o advogado do "congolês" informa que sua entrada França ocorreu há mais de 20 anos em um processo de reagrupação familiar, o que é um procedimento legal. A mesma matéria mostra, em um *box*, que 40% dos franceses se dizem escandalizados e 40% se dizem preocupados com os acontecimentos, segundo uma sondagem feita pelo OpinionWay (empresa de pesquisa de opinião). A matéria contígua mostra a seqüência das ações policiais contra imigrantes efetuadas nas portas das escolas dizendo que a diretora não sofrerá retaliação por defender o pai de um aluno que vieram deter na saída das aulas. (matéria do dia 26 de maio)

Estranhos no ninho: imigrantes na comunidade européia

A análise do material publicado revelou que os assuntos relacionados a migrantes ou à imigração correspondem às hipóteses propostas no início do trabalho; isso é, revelam que existe um jogo de visibilidade/invisibilidade. As diversas formas que assumem a discriminação e a rejeição ao diferente, seja ele qual for, se dá, antes de mais nada, por

meio de um jogo de visibilidade/invisibilidade, de meias palavras e de insinuações, do que por meio de acusações ou imputações explícitas. Assim, a questão da invisibilidade também deve ser considerada quando se trata de observar o retrato que os meios de comunicação nos oferecem desses coletivos.

Por outro lado, importa sim, conhecer qual é a visibilidade dada a determinada categoria de indivíduos, qual o tratamento valorativo atribuído, em suma, quando e em que circunstâncias aparecem e como aparece nos meios de comunicação. Ainda da perspectiva do conceito de tratamento da informação, sua importância reside no fato de que a mídia, como grande construtor cultural que é, é capaz de elaborar modelos de interpretação do mundo de forma que sejam facilmente assimiláveis e se tornem referências que vão pautar suas opiniões, escolhas, condutas. Ainda seguindo Van Dijk, "el poder y las ideologías no están 'en' el texto, sino expresadas, manifestadas, construídas o legitimadas por el texto"(65).

No que se refere aos textos publicados, as miradas dos diários gratuitos aos imigrantes vão da abordagem "étnica", curiosa, ao estranhamento que causam os diferentes costumes e religiões e à resistência explícita quando se trata do controle sobre as políticas públicas.

Nesse sentido as revelações mais importantes devem-se às informações obtidas a partir do Metro Paris. Inicialmente a incorporação desse jornal deveria ser útil apenas do ponto de vista do controle da pesquisa, mas à medida que avançava a

campanha eleitoral a questão da imigração apareceu no jornal de forma bastante eloqüente e com muita frequência. Na verdade, as discussões sobre imigração na França se tornaram um dos eixos principais sobre os quais se pautaram as disputas presidenciais.¹⁹ No cotidiano, a questão migratória é abordada aparentemente como qualquer outra, a partir da importância que se confere aos fatos cujos protagonistas sejam imigrantes e quase sempre com uma perspectiva local, com algum fato ou evento que justifique a atenção jornalística. Nesse caso, embora não se queira falar que exista uma certa má vontade e um certo preconceito nas abordagens, eles explodem quando se colocam em questão políticas públicas que teoricamente poderiam afetar os rumos da nação.

Vale ressaltar que o ponto de vista dessa mídia coincide com os discursos hegemônicos que consideram os processos migratórios as políticas de integração dos imigrantes de acordo com os parâmetros das tendências teórico-políticas multiculturalistas, com tudo aquilo que elas engendram de posturas xenófobas dissimuladas sob o manto da tolerância das diferenças culturais. Para Zizek (2007), "o multiculturalismo é a forma ideal do capitalismo global", ao conceber todas e cada uma das culturas locais como coisas do Outro, que se há de conhecer e respeitar, desde que cada um permaneça em seu espaço próprio sem invadir as fronteiras sociais. É, em suma, afirmação da própria superioridade do sujeito universal para que todos os demais são Outros.

Essa nova mídia não parece decidir-se, ainda, a avançar alguns passos em direção à

postura intercultural,²⁰ em direção ao universal e ao intercâmbio horizontal e enriquecedor para as relações sociais. Evidentemente sem negar as possíveis tensões negociadas no cotidiano da convivência urbana. Esses seria passos decisivos, uma vez que se acredita que os meios de comunicação tais como

esses investigados, gratuitos, distribuídos pessoalmente, mais próximos ao leitor do que os outros grandes meios de comunicação são mais favoráveis aos processos de dinamização cultural, mais propensos a colocar na agenda das discussões cotidianas outras formas de perceber o outro.

NOTAS

- ¹ Pode parecer irônica a referência à tecnologia nesse momento, mas na Espanha atual assiste-se à chegada de migrantes em "cayucos", "pateras", aviões, navios de luxo.
- ² Bauman, Zygmunt. *Confianza y temor em la ciudad. Vivir com extranjeros*
- ³ Joan Frances Domenec, in *La prensa local y la prensa gratuita*
- ⁴ Joan Frances Domenec, in *La prensa local y la prensa gratuita*
- ⁵ Joan Frances Domenec, in *La prensa local y la prensa gratuita*. Rafael López Lita (org.) Castelló de la Plana: Publicaciones universidad Jaume I, D. L. 2002, p.211.
- ⁶ Disponível em www.tt.mtas.es/periodico. Acessado em 30 de março de 2007
- ⁷ Para o conceito de tratamento da informação, ver N. Lorite Garcia. www.aulaintercultural.org. Acessado em 13 de abril de 2007.
- ⁸ É preciso esclarecer que essa pesquisa aborda apenas o material efetivamente publicado, poderá ser ampliada e aprofundada com abordagens complementares que incluam as rotinas produtivas e a apropriação e incorporação dos conteúdos veiculados.
- ⁹ De acordo com o instrumental analítico fornecido pela Análise do Discurso, esse "tom" não é fruto da subjetividade do observador, mas está presente e pode ser capturado por meio da identificação dos usos dos elementos verbais e gramaticais. Ver, a respeito, Maingueneau e Orlandi. De todas as maneiras convém esclarecer que a A/D funciona, nesta pesquisa, como um complemento às indagações sugeridas por Van Dijk
- ¹⁰ Alicante, Aragon, Bilbao, Canárias, Castela, Catalunya, Castilla y La Mancha, Elx, Galícia, Madrid, Málaga, Metrosol, Sevilha e Valencia.
- ¹¹ Dados extraídos do site do jornal: www.metropoint.com
- ¹² Informações retiradas do site do jornal. www.diarioadn.com/quienessomos. Acessado em 30 de março de 2007.

- ¹³ Amina Lawal é uma mulher nigeriana que foi salva da morte por apedrejamento graças à um movimento que se disseminou pela Internet e ajudou na sua absolvição pelo tribunal islâmico. Esteve presente no 2 Encuentro Espana y África: Mujeres por um mundo mejor, realizado em Madri.
- ¹⁴ É importante esclarecer que não foram computados como tema relacionados a imigração a presença de esportistas, ou de celebridades de qualquer área de atuação, até porque essas pessoas distinguem-se da massa de imigrantes e, quase nunca são consideradas da mesma forma
- ¹⁵ Todas as traduções foram feitas pela autora.
- ¹⁶ Seria extrapolar os limites desse trabalho entrar na discussão sobre imigração na França, mas são colocados na mesma categoria mesmo aqueles descendentes de terceira geração e que, legalmente, são franceses.
- ¹⁷ As edições dos dias 21 a 23 de março não puderam ser acessadas por meio eletrônico, os arquivos estavam danificados.
- ¹⁸ Sarkozy aproveita para manifestar-se contra a regularização de "todos os sem-papéis" e contra aqueles que se colocam favoráveis aos que não pagam suas passagens.
- ¹⁹ Nas eleições municipais realizadas na Espanha nesse último 27 de maio, também pôde-se verificar a questão da imigração como elemento de campanha. Os jornais estiveram repletos de declarações xenófobas e, inclusive, alguns analistas indicam que o partido Plataforma per Catalunya, dirigido por um franquista destacado conseguiu aumentar sua expressividade graças ao tema imigração e ao voto jovem. Ver Metro Catalunya, 29 de maio de 2007, p. 5.
- ²⁰ Para o conceito de interculturalidade, ver Solé, c. Birsl, U. Migración e interculturalidad en Gran Bretaña, Espana y Alemania.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bauman, Zygmunt (2006). Confianza y temor em la ciudad. Vivir com extranjeros. Barcelona: Arcádia,
- Lita, Rafael López (org.) (2002). La prensa local y la prensa gratuita. Castelló de la Plana: Publicaciones Universidad Jaume I, D. L..
- Maingueneau, D. (1997). Novas tendências em análise do discurso, Campinas: Pontes.
- Orlandi, Eni P.A (2006). Linguagem e seu funcionamento. Campinas: Pontes.

Solé, c. Birsl, U. (2004). Migración e interculturalidad en Gran Bretaña, España y Alemania. Barcelona: Antropos.

Van Dijk, T. Racismo y análisis crítico de los medios.

Zizek, Slavoj. (2007). En defensa de la intolerancia. Madrid: Sequitur.