



A imagem do “outro”: uma análise das notícias televisivas sobre o tema da imigração¹

The image of the “other”: an analysis of television news about immigration

Elaine Javorski²

Resumo

O Brasil tornou-se, na última década, novamente a porta de entrada de imigrantes. É no sentido de compreender de que forma esses grupos são representados na mídia que esse artigo se apresenta. Para entender o tratamento da temática foi realizada uma análise de conteúdo de peças sobre imigração encontradas nos telejornais matutinos de âmbito nacional e regional da Rede Globo, Bom Dia Brasil e Bom Dia Paraná, entre 2014 e 2016. Orientados teoricamente pelos estudos das Representações Sociais, os resultados apontam para uma cobertura positiva da questão migratória no dois informativos, especialmente no noticiário regional, com apelo às tradições, festividades e datas comemorativas dos imigrantes.

Palavras-chave: Fluxos migratórios; Monitoramento de mídia; Telejornalismo; Representações sociais; Migrações contemporâneas.

Abstract

In the last decade, Brazil has once again become a gateway for immigrants from different nations. This article presents itself as a way of understanding how these groups are represented in the media. In order to understand the treatment of the subject a content analysis of the pieces found in the national and regional morning newscasts of Globo Network, Bom Dia Brasil and Bom Dia Paraná, between 2014 and 2016, was carried out. Theoretically oriented by the studies of the Social Representations, the results point to a positive coverage of the migratory issue in the two informative, especially in the regional news, with appeal to the traditions, festivities and commemorative dates of the immigrants.

1 Uma versão preliminar deste texto foi apresentada no IJ 1 – Jornalismo do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 15 a 17 de junho de 2017.

2 Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de Coimbra - Portugal. Professora-pesquisadora do Centro Universitário UniBrasil - Curitiba. Líder do Núcleo de Estudos sobre Mídia e Imigração.



Keywords: Migration flows; Media monitoring; Television journalism; Social representation; Contemporary migrations.

Introdução

Atualmente existem cerca de 250 milhões de migrantes internacionais e 750 milhões de migrantes internos, segundo a Organização Internacional para as Migrações (OIM). Muito deles saem de suas terras por não ter outra opção de vida. São mais de 20 milhões de refugiados, o maior número de imigração forçada desde a Segunda Guerra Mundial, conforme o Alto Comissariado das Nações Unidas para os Refugiados (ACNUR). A maioria ocorre no hemisfério sul, sendo o deslocamento mais comum para países próximos ou vizinhos. Se por um lado, há uma superlotação demográfica em alguns países, por outro, esse fluxo de pessoas ajuda a contrabalançar a baixa taxa de natalidade, por exemplo, de muitos países desenvolvidos. E são justamente os imigrantes que reativam o mercado de trabalho, dão suporte ao sistema previdenciário e auxiliam no crescimento populacional.

Ao observar esses fluxos, é possível perceber que alguns fatores podem explicar esse complexo panorama migratório, como observa Marinucci (2008). Para o autor, há alguns facilitadores que permeiam as viagens, como por exemplo, o aprimoramento e barateamento dos meios de comunicação e transporte; as agências de tráfico de pessoas e as próprias redes sociais dos migrantes que facilitam o conhecimento sobre determinadas regiões e torna o acolhimento mais fácil, como é o caso também o reagrupamento familiar. As disparidades econômicas também influenciam os deslocamentos, uma vez que os países desenvolvidos estão no lado norte do hemisfério, embora as crises econômicas modifiquem esse cenário em determinadas épocas. Também o envelhecimento populacional e a necessidade de mão-de-obra, bem como a estratégias de alguns governos dos países emissores, contribuem para a imigração. Além disso, há o caso das pessoas em busca de refúgio e vítimas de projetos de desenvolvimento.

Até então sempre receptor de migrantes, no final dos anos 80 e início dos anos 90 o Brasil passa a ser um país de emigração quando cerca de 600 mil cidadãos deixaram o país. Na atualidade, há uma nova onda migratória em curso. Dados do Censo Demográfico 2010, realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), mostram que 286.468 imigrantes vivem no Brasil há pelo menos cinco anos e em residência fixa. O número foi 86,7% maior do que em 2000, ano da última pesquisa, quando haviam 143.644 imigrantes na mesma situação. Os principais países de origem são os Estados Unidos (51.933), Japão, (41.417) Paraguai (24.666), Portugal (21.376) e Bolívia (15.753). Já as cidades que receberam juntas mais da metade dos imigrantes foram São Paulo, Paraná e Minas Gerais, seguidas de Rio de Janeiro e Goiás.

A imigração recente advém tanto de países desenvolvidos como em desenvolvimento. Segundo o Ministério da Justiça, entre os anos de 2010 e 2012, o número de pessoas que pediram refúgio no país triplicou. Com os grandes eventos esportivos (Copa do Mundo em 2014 e Olimpíadas em 2016) e o aquecimento na área imobiliária, muitos cidadãos foram atraídos pelos empregos na construção civil.



Segundo estatísticas da Polícia Federal de março de 2015, encontram-se regularizados no Brasil 1.847.274 imigrantes, sendo 1.189.947 “permanentes”, 595.800 “temporários”, 45.404 “provisórios”, 11.230 “fronteiriços”, 4.842 “refugiados”; e 51 “asilados”.

Embora os imigrantes representem somente 0,9% da população no país, é importante observar que há áreas de concentração onde percebe-se sua presença com maior intensidade, como é o caso do Paraná e os imigrantes haitianos. No caso desses cidadãos, depois de São Paulo, é no Paraná que eles estão mais concentrados. Em 2015, dos 18,7 mil haitianos que viviam no Brasil, 4,5% moravam na capital paranaense, segundo dados da Polícia Federal. Isso significa que, assim como outros imigrantes, eles estão pelas ruas, ocupando postos de trabalho diversificados, bastante perceptíveis aos moradores da cidade mas nem sempre visíveis aos olhos da mídia, principalmente desde o ponto de vista de suas motivações e riscos sociais.

A imigração estrangeira para o Brasil nos últimos anos é bem diferente da imigração do final do século XIX e início do século XX, quando cerca de 4 milhões de imigrantes, subsidiados pelo governo brasileiro, vieram trabalhar em culturas agrícolas. Hoje, os imigrantes procuram os centros urbanos mais desenvolvidos. Outra diferença evidente entre aquele fluxo migratório e o atual é a propagação dos meios de comunicação, que servem tanto para informar os imigrantes sobre o país de destino quanto refletir suas culturas nos diversos veículos do país acolhedor. Este trabalho pretende analisar de que forma a mídia brasileira, em especial o telejornalismo, atua na compreensão das migrações contemporâneas. Para tanto, foram observados durante os anos de 2014, 2015 e 2016 os telejornais matutinos Bom Dia Brasil e Bom Dia Paraná, da Rede Globo e afiliada no Paraná, de forma a compreender como é feita a representação destes grupos migratórios. O pesquisa expõe parte dos resultados do monitoramento realizado pelo Núcleo de Estudos sobre Mídia e Imigração.³

Os meios de comunicação como mecanismos de representação social

O que caracteriza uma comunidade é sua identidade autoatribuída, que é construída pelos membros por meio de um sistema de significados compartilhados. A maior parte desse sistema compreende itens culturais que derivam de tradições e processos históricos de longo prazo, como definiu Durkheim quando conceituou a teoria das representações coletivas. Esses significados costumavam ser relativamente estáveis ao longo do tempo e carregam ideias centrais sobre o mundo, impondo regras sociais sobre o que é certo ou errado. Para Wagner (2012), atualmente a mídia ocupa papel bastante importante nesse processo já que estabeleceu outro sistema de significados que é muito mais dinâmico e menos resistente às mudanças culturais de uma sociedade. Este sistema é composto por representações de fatos, objetos e eventos resultantes de rápidos avanços científicos e

3 Grupo de estudos da Escola de Comunicação, Design e Arquitetura do Centro Universitário UniBrasil.



tecnológicos, mas também de mudanças econômicas, políticas e sociais.

É por fazer parte de uma comunidade discursiva que os indivíduos adquirem a possibilidade de se comunicar e, portanto, de participar da construção das representações. A mídia contribui nesse processo já que promove publicamente debates sobre temas relevantes e factuais. Caso a questão de debate mantenha uma importância duradoura, a representação pode “emancipar-se”, de forma a ser usada por vários setores da comunidade de forma hegemônica e sem a lembrança da sua origem (WAGNER, 2012). O caso das migrações enquadra-se nessa problemática de maneira bastante ilustrativa. Quando o fenômeno aparece desconectado de uma situação negativa, há uma invisibilidade na sua cobertura. Não obstante, quando da ocorrência de problemas diplomáticos que envolvam crimes, por exemplo, a mídia passa a travar uma guerra em busca da repercussão. Na sociedade, as representações se propagam (ancoragem) fazendo com que a comunidade faça parte da discussão. Depois de criadas, as adquirem uma vida própria, autonomizando-se a partir de uma dinâmica que tende a dar origem a novas representações. Assim, quanto mais a origem é esquecida mais permanente ela se torna (MOSCOVICI, 2011). Por isso, para compreender uma representação é necessário detalhar o que lhe deu origem.

As formas contemporâneas de criação de representações estão entranhadas na vida moderna e nem sempre têm condições de sedimentar para se transformarem em tradições imutáveis. São perenes, cambiáveis, dinâmicos. Essas características coincidem com o perfil atual dos meios de comunicação eletrônicos que possuem produtos vendidos como mercadorias e, como tais, têm seu valor modificado pelo ciclo de consumo. Colocam os indivíduos permanentemente em contato com representações reorganizadas que adquirem novos sentidos.

Os meios de comunicação de massa aceleraram essa tendência, multiplicaram tais mudanças e aumentaram a necessidade de um elo entre, de uma parte, nossas ciências e crenças gerais puramente abstratas e, de outra parte, nossas atividades concretas como indivíduos sociais. Em outras palavras, existe uma necessidade contínua de reconstruir o “senso comum” ou a forma de compreensão que cria o substrato das imagens e sentidos, sem a qual nenhuma coletividade pode operar (MOSCOVICI, 2011, p.48).

As mídias são grandes produtoras de ideologia ao produzirem representações do mundo social, imagens, descrições e marcos que apresentam e explicam o mundo aos indivíduos. É também a partir dos meios de comunicação que se define o que é raça, ou etnia, o que implicam as imagens de raça ou etnia, e o que se entende por “problema de raça”. Desta forma, ajudam a classificar o mundo em termos de categorias raciais (HALL, 2010). No estudo sobre as representações sociais criadas pela mídia é necessário ter em conta os quatro princípios metodológicos descritos por Moscovici (2011), que podem se referir quer à mídia quer às interações cotidianas quer, ainda, à intersecção entre a mídia e as interações do cotidiano. O primeiro princípio afirma a necessidade de apreender as imagens que as pessoas fazem de determinados grupos sociais por meio das suas conversações. Como observou Tarde (2010 *apud* MOSCOVICI, 2011), opiniões e repre-



sentações são criadas no curso de conversações, são elementos utilizados nas relações e suas formas de comunicação, variam de acordo com o grupo e mudam com o passar do tempo. O segundo princípio refere-se às representações sociais como formas de recriar a realidade.

Através da comunicação, as pessoas e os grupos concedem uma realidade física a ideias e imagens, a sistemas de classificação e fornecimento de nomes. Os fenômenos e pessoas com que nós lidamos no dia a dia são, geralmente um material bruto, mas são os produtos, ou corporificações, de uma coletividade, de uma instituição, etc. (MOSCOVICI, 2011, p. 90).

Algumas percepções podem ser reproduzidas fora da realidade em que foram criadas, o que pode causar distorção e conflito com a concepção interna de cada indivíduo. O referencial, sobre o qual se reconstrói a realidade, pode ser repetido até que se torne autônomo, ou seja, independente da pessoa que o criou, e ganhe permanência e estabilidade.

O terceiro princípio leva em consideração o fato de que as representações sociais se revelam com mais clareza em tempos de crise, quando as imagens que se referem a um grupo passam por alguma transformação. Nesses momentos as pessoas estão ávidas por falar sobre o assunto, as memórias coletivas são mais facilmente acessadas, as imagens estão mais vivas e o comportamento é mais espontâneo. As pessoas tentam entender um mundo não familiar que se criou. As representações se mostram mais transparentes, pois os limites entre o mundo público e privado se misturam. Essas tensões podem modificar de forma concreta alguns pensamentos do senso comum. E o quarto e último princípio entende que as pessoas que ajudam na construção das representações são uma espécie de “professores” amadores. São nas reuniões não oficiais, ou seja, nas discussões em locais públicos como bares e clubes, que se criam laços sociais e se disseminam as representações, mas também a partir do trabalho de profissionais como cientistas que popularizam a ciência, e da mídia que, por meio da divulgação de fatos, disseminam informação e geram conhecimento. As representações são, portanto, geradas não pela contemplação pessoal, mas pela participação dos indivíduos no discurso social. Além disso, as conversas pessoais retomam o conteúdo midiático, que agendam cada vez mais os temas discutidos na sociedade e as relações interpessoais (ROUQUETTE, 1999). Assim, os meios de comunicação não funcionam somente como mediadores, mas como construtores da realidade, são sujeitos agentes na sociedade em que se inserem. Isso não significa dizer que as representações midiáticas contribuem a tal ponto para a produção simbólica da realidade que acabam por exercer um poder de influência sobre os públicos. Pelo contrário, os conteúdos e representações não passam simplesmente, sem posteriores elaborações, aos sistemas de representação e conhecimentos da audiência. A construção da realidade não é um produto, mas um processo (BUONNANO, 1999) durante o qual se apresentam, se interpretam, se comparam, se discutem e se negociam significados sobre aspectos da vida cotidiana e do mundo social. Esse papel que coube, no passado, aos rituais e mitos de sociedades antigas, hoje faz parte do processo das representações midiáticas. As atuais, como considera



Buonanno, são tão legítimas quanto as anteriores. Essa realidade, é importante observar, é, em grande parte, determinada por aquilo que é socialmente aceito como realidade (LEWIN, 1948 *apud* MOSCOVICI, 2011). E é baseado nesta realidade social que os indivíduos agem.

Como afirma Hall (1994), as mensagens desse gênero têm mecanismos significativos que veiculam certos sentidos e escamoteiam outros, indicando uma leitura dominante/preferencial. É nesse ponto que representações sociais tornam-se elementos importantes para a construção das narrativas.

A função de familiarização com o mundo social, de acordo com Buonanno, diz respeito à preservação, construção e reconstrução do “sentido comum” da vida cotidiana pelo compartilhamento de crenças e pensamentos que promovem o reconhecimento do mundo social e os sentidos de perecimento e conexão. Conforme Moscovici (2011), as pessoas que vivem em sociedade possuem uma bagagem de valores que elas carregam durante toda a vida, ora modificando, ora reforçando valores. Essas pessoas possuem um modo de vida comum que já tem seus esquemas classificatórios, suas formas de julgamento, que informação pode ser verossímil, etc. Além disso, o autor sugere que quase todo conhecimento do indivíduo provem de outro, seja através da linguagem, das narrativas ou dos modelos. Assim, o que se herda são práticas coletivas que precisam se renovar a cada momento por meio da interação. O jornalismo, nesse sentido, conserva e garante a construção de um sentido comum e o reconhecimento de um “nós” amplo.

A natureza da repetição, a orientação consensual, a tendência da narrativa televisiva de trabalhar sobre o compartilhado e sobre o compartilhável não são falsos mas requerem ser contextualizados em uma situação na qual os coros, as visões consensuais, as esferas de significados compartilhados se pluralizam dentro e por meio das múltiplas realidades do mundo em que vivemos (BUONNANO, 1999, p. 68).

Nesta perspectiva, as representações tendem a ser simplificadas e abre-se espaço para os estereótipos, que não exigem complexas construções mentais de elaboração e percepção. O inconveniente é que a repetição dessas representações acaba por perpetrar imagens estandardizadas, muitas vezes carregadas de conotações negativas. Isso não significa dizer que elas são estéticas, já que, provenientes de uma criação coletiva, adquirem uma vida própria que se choca, se aproxima e se repele, como moléculas em combinações com outras (MOSCOVICI, 2011). Essa dinâmica gera a oportunidade do nascimento de novas representações e a morte de velhas.

Análise de conteúdo dos telejornais

Como forma de compreender as representações dos imigrantes na mídia brasileira, foram analisados durante os meses de março e outubro de 2014, 2015 e 2016 os telejornais matutinos da Rede Globo e sua afiliada no Paraná, RPCTV. A opção pelo monitoramento do Bom Dia Brasil e Bom Dia Paraná se dá tendo em vista sua expressiva audiência e suas características editoriais. Os noticiários do



período da manhã geralmente têm um tom de prestação de serviço. Eles possuem uma característica comunitária que foi iniciada com o informativo Bom Dia São Paulo, o primeiro telejornal matutino, estreado em 1977 (PATERNOSTRO, 2002). Possuem a função de resumir as principais notícias do dia anterior e preparar o telespectador para a jornada que se inicia - com previsão do tempo, condições das vias, e outras informações de utilidade pública. Além disso, possuem um estilo mais coloquial dos âncoras e têm espaço para opinião e análises.

A análise feita pelo Núcleo de Estudos sobre Mídia e Migração abrangeu peças que tratavam de imigrantes e refugiados, excluindo os conteúdos sobre visitantes e turistas, analisando-as a partir de variáveis de forma (data, gênero jornalístico, espaço ocupado), conteúdo (personagens apresentados, nacionalidade e situação jurídica do imigrante, tema principal da matéria) e discurso (narrativa, tom e argumentação dominante da peça, fontes) (CUNHA, 2012). Também foram classificadas reportagens nacionais (que tratavam do tema no Brasil) e internacionais (realizadas por correspondentes no exterior).

O monitoramento destes três anos mostra que o tema da imigração no Brasil não tem muito espaço no noticiário, principalmente no telejornal de âmbito nacional. No Bom Dia Brasil, em 2014, foram encontradas nove peças que tratavam do tema. O interesse cresce nos anos seguintes somente a partir da cobertura internacional devido à chegada de refugiados em massa nas fronteiras da Europa. Em 2015 foram encontradas 63 peças, sendo que delas apenas cinco eram sobre a imigração no Brasil. Em 2016, das 51 reportagens encontradas, duas se referiam a notícias nacionais. As 16 reportagens encontradas durante os três anos de pesquisa foram categorizadas da seguinte forma: *Mercado de trabalho/estudos* (quatro delas tinha foco sobre haitianos e sua atuação profissional); *Polícia/crimes* (duas matérias associando italianos ao tráfico de drogas); *Chegada/cifras* (duas matérias sobre a chegada de refugiados sírios); *Esporte* (quatro peças relacionadas à deportistas estrangeiros e três faziam parte da série “Brasil, o espelho do mundo”, sobre estrangeiros que moram no país e que veriam seus times na Copa do Mundo); *Polícia/violência contra migrantes* (uma peça sobre violência contra um alemão).

No caso do telejornal regional, a inserção do tema é um pouco maior e cresce ao longo dos anos analisados. Em 2014 foram encontradas três peças; em 2015, 10; e em 2016, 15. Neste informativo os temas se diferenciam substancialmente do telejornal nacional. Em 2014 apareceram as categorias *Festividades/datas comemorativas* (Ramadã, dia da bandeira do Haiti); *Mercado de trabalho/estudos* (atuação de médicos cubanos em Ponta Grossa). Em 2015 são encontradas matérias referentes a *Festividades/datas comemorativas* (Ramadã, Oktoberfest de Rolândia, Expo Japão Londrina, Festival Oriental de Maringá, imigrantes orientais no aniversário de Maringá); *Mercado de trabalho/estudos* (três peças relacionadas a haitianos); *Chegada/cifras* (sobre o acolhimento de refugiados sírios); *Polícia/crimes* (peruano preso por tráfico de drogas). Em 2016, constam na análise: *Festividades/datas comemorativas* (duas peças sobre Ramadã, Festival de Cultura Haitiana, artista plástico alemão em Maringá, artista chinesa em Foz do Iguaçu, Expo Japão em Londrina, 65 anos da imigração alemã em Guarapuava); *Mercado de trabalho/estudos* (curso de camareira para haitianas e vagas em cursos superiores para refugiados); *Chegada/saída/cifras* (haitianos deixam o estado); *Polícia/violência contra migrantes* (agressão a estudante haitiano); *Polícia/crimes* (argentino



preso por tráfico de drogas); *Esporte* (estreia de jogador de futebol turco); *Redes de apoio/associações* (aumenta atendimento da Cáritas em Londrina) e *Trâmites burocráticos* (cadastramento de imigrantes em Toledo).

Isso significa que metade de todo material encontrado sobre imigração no Bom Dia Paraná está ligado à questões de cultura, festividades e tradição. Algumas explicações para o fenômeno podem partir da própria rotina jornalística, já que assuntos agendados são facilmente incorporados aos noticiários, principalmente no caso dos matutinos que têm como característica resumir ou dar uma outra roupagem aos assuntos do dia anterior. Outra característica desses telejornais é adotar um linha mais leve de notícias com espaço para assuntos comunitários e também mais ligados à área cultural e de entretenimento. Por isso, são nesses espaços que o tema mais aparece. Além disso, há a questão da visibilidade dos grupos com mais acesso à mídia. Para Trigueiro (2001), cada dia mais as festas populares atuais incorporam aspectos comerciais, o que realça a necessidade da inserção midiática. Festividades grandes e tradicionais como as organizadas pelos orientais no norte do Paraná podem ter nesse motivo a divulgação porque os grupos de imigrantes faz parte de uma elite que consegue articular os interesses de divulgação. Segundo Trigueiro (2001, p.146), “as festas populares estão sendo alcançadas pela mídia, pelas empresas de turismo e de entretenimento, passando por profundas transformações para atender novos interesses e sentidos do mercado de consumo do mundo globalizado”. As festas organizadas por grupos migratórios com menos poder e voz nos meios têm seus eventos excluídos ou divulgados em menor quantidade e com espaço reduzido.

Em relação às fontes que aparecem nas reportagens, é importante destacar que nas nove notícias nacionais as fontes tem as seguintes origens: imigrantes (13), órgãos de governos e polícia (3), populares/pessoas que convivem com imigrantes (3) e associações ou instituições ligadas às redes de apoio (4). Nos telejornais locais, nas 28 reportagens as fontes provêm de: imigrantes (19), órgãos de governos e polícia (11), populares/pessoas que convivem com imigrantes (5) e associações ou instituições ligadas às redes de apoio (5).

Embora a abordagem do tema ainda seja escassa, o progressivo aparecimento de matérias é sinalizador de um crescente interesse midiático. Entretanto, mesmo sob um enfoque que tende a uma aproximação à diversidade trazida pela presença migratória, como no caso do enfoque pelo mercado de trabalho ou atividades culturais, as quais sugerem uma folclorização do imigrante (JAVORSKI, 2017), ainda é pequeno o espaço ocupado na mídia por matérias que priorizem o protagonismo migrante e que resguardem aos próprios sujeitos um lugar de fala prioritário sobre as experiências vividas. Em alguns casos, mesmo que a matéria jornalística se proponha a mostrar, de maneira humanizada, a situação dos migrantes que chegam ao Brasil, ainda o fazem a partir de referentes que tendem a naturalizar as diferenças entre nós, nacionais, e o Outro migrante.

Outro ponto que chama a atenção é a inserção do tema das imigração por meio do futebol, entendido com um patrimônio nacional, principalmente no informativo de cobertura nacional. Ainda que seja um tipo de entretenimento, possui um valor importante no imaginário brasileiro. Assim, este universo mostra-se também permeado por estrangeiros que participam do esporte que é parte cultural do Brasil.

Este tipo de enquadramento das notícias sobre imigração podem ser positivas



no sentido de desviar o foco da violência, que é, muitas vezes, utilizado como mote principal na divulgação de informações sobre esse grupo, como observado em alguns estudos como de Cogo (2006), e Zanforlin; Kalume; Fidalgo; Palhares (2014). Por outro lado, pode transformar as manifestações culturais em algo voltado apenas ao entretenimento, as festividades, o pitoresco, sem levar em consideração o complexo processo que envolve o fluxo migratório. Além disso, como observa Canclini (1989), são mais valorizadas as obras e artes destes povos do que seus processos e indivíduos. Geralmente, as reportagens apenas apresentam as festividades e a cultura de determinado grupo sem contextualizar as circunstâncias em que eles se encontram.

Conclusão

Se incluíssemos na observação as notícias de âmbito internacional, teríamos uma análise diferenciada do tema da imigração. As notícias internacionais e a exaustiva cobertura da chegada de embarcações à Europa tiveram destaque nos meses de maio e junho de 2015 com repercussões também ao longo de 2016, proporcionando um enquadramento negativo, baseado na tragédia. Algumas reportagens nacionais também tiveram um tom voltado ao discurso negativo, como os casos policiais. Por outro lado, destacam-se as reportagens na categoria esportiva e cultura que evidenciam a colocação do tema sob um aspecto menos pessimista: o do entretenimento. Porém, tanto a etnização da delinquência como a superficialidade no tratamento do tema eliminam a possibilidade que a mídia tem de contribuir para pautar discussões públicas sobre o tema e, conseqüentemente, perde-se a oportunidade de ampliar e melhorar as condições sociais e de integração dos imigrantes.

No âmbito das representações sociais, entende-se que questões factuais e relevantes podem contribuir para a construção e manutenção de determinadas representações. Entretanto, a discussão superficial sobre o tema apenas cria rápidos estereótipos que depois se desfazem e são substituídos por outros. Mas há também a possibilidade dessas representações “emancipar-se” e tornarem-se lembranças compartilhadas por toda sociedade.

No caso das migrações, a mídia, de forma geral, tende a repercutir apenas ocorrência de caráter negativo, seja a criminalidade ou os desastres envolvendo imigrantes. Como essas notícias tornam-se subsídios das narrativas quotidianas, as representações são repassadas e reconstruídas nos diálogos diários. É assim, passando de voz em voz, que muitas vezes perde-se de vista a origem da representação, restando apenas o pré-conceito sobre ela.

Por outro lado, é notável a tentativa local de desconstrução de estereótipos negativos, como o exemplo do Bom Dia Paraná. Embora traga apenas 3 reportagens em 2014, 10 em 2015 e 15 em 2016, mostra-se interessado em contextualizar, ainda que de forma superficial, o fluxo migratório. Em relação à identificação dos entrevistados, todos são devidamente creditados e há mais vozes populares e imigrantes do que oficiais. Também é necessário observar alguns comentários após as reportagens que, em tom de opinião, revelam a linha editorial seguida pela emissora. Em uma matéria sobre as aulas de português para haitianos, o apre-



sentador diz “É... Afinal de contas, tirando os índios, todos nós somos imigrantes”. Já na reportagem sobre os sírios empreendedores, coloca-se a seguinte nota pé: “queremos desejar toda a sorte ao refugiados que chegaram no Paraná”.

Esse tipo de aproximação com a realidade de forma positiva pode auxiliar a mudança no sistema de julgamento da sociedade. Se as representações podem modificar ou reforçar determinados valores, isso também se dá por meio do conteúdo informativo. É a formação do “nós” amplo, que nesse caso, integra também imigrantes, entendidos como pessoas que têm aspectos positivos a agregar na sociedade. Porém, como são raros os exemplos de peças deste tipo que abranjam essa temática, dificulta-se a discussão mais aprofundada e frequente.

Referências

BUONANNO, Milly. **El drama televisivo: identidad y contenidos sociales**. Barcelona: Gedisa, 1999

CANCLINI, Nestor Garcia. **Culturas híbridas: Estrategias para entrar y salir de la modernidad**. México: Grijalbo, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, 1989.

COGO, Denise. **Mídia, interculturalidade e migrações contemporâneas**. Rio de Janeiro/Brasília, E-Papers/CSEM, 2006.

CUNHA, Isabel F. **Análise dos media**. Coimbra: Imprensa da Universidade, 2012

HALL, Stuart. “Sin garantías: trayectorias y problemáticas en estudios culturales” in Restrepo, Eduardo; Walsh, Catherine; Vich, Víctor. (Eds.) **Sin garantías: trayectorias y problemáticas en estudios culturales**. Bogotá: Instituto de estudios sociales y culturales/ Pensar, Universidad Javeriana, Instituto de Estudios Peruanos, Universidad Andina Simón Bolívar sede Ecuador, Envió Editores, 2010

HALL, Stuart. **Representation: Cultural Representations and Signifying Practices**. London: Sage Publications, 1997

JAVORSKI, Elaine. La folklorización del inmigrante en la televisión brasileña. In: BOLAÑO, César; CABRAL, Adilson; ARAUJO, Denize; ANDACHT, Fernando Andacht; PAULINO, Fernando O. **Nuevos Conceptos y Territorios en América Latina**. E-book Associação Latino-Americana de Investigadores da Comunicação (ALAI) e União Latina da Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura (ULEPICC-Brasil), 2017 (no prelo).

MARINUCCI, R. **Migrações internacionais contemporâneas: as razões da crescente intensidade**. In Revista In Cammino . XXXIII, 83, julho/dezembro – 2008, p.7-16.



MOSCOVICI, S. **Representações sociais: investigações em psicologia social**. 8. ed. Petrópolis, Vozes, 2011.

ROUQUETTE, M. L. **El flujo y el fino (comentários sobre el artículo de Serge Moscovici)** (J. S. Ramirez, Trad.). Iztapalapa: Departamento Autónoma Metropolitana, 1999.

TRIGUEIRO, Osvaldo. O São João de Campina Grande na mídia: um mega espetáculo de folk-religioso. **Anuário Unesco/Umesp de Comunicação Regional n. 5**. Cátedra Unesco de Comunicação para o Desenvolvimento Regional, Universidade Metodista de São Paulo. V (5), 135-150, jan./dez. São Bernardo do Campo:Umesp, 2001.

ZANFORLIN, Sofia Cavalcanti; KALUME, Ana Carolina; FIDALGO, Maycon Domingues; PALHARES, Mariana de Ávila. **MídiaMigra**: relato de uma experiência de observação da mídia. *Revista de Estudos da Comunicação (Impresso)*. , v.15, 2014, p.33 – 48.

WAGNER, Wolfgang. **Social Representation Theory In Christie, D. The Encyclopedia of Peace Psychology**. New York, NY: Wiley-Blackwell, 2012

Recebido: 19 maio, 2017.

Aceito: 31 maio, 2017.