

A LÍNGUA PORTUGUESA E OS MÉDIA NAS VIVÊNCIAS DE IMIGRANTES NEPALESES EM PORTUGAL

Inês Miradouro Branco*
Universidade Nova de Lisboa
branco.ines@gmail.com

Resumo: A pesquisa incide na comunidade imigrante nepalesa residente em Portugal e o artigo debruça-se sobre a forma como os imigrantes utilizam os média do país de acolhimento, do país de origem e os globais na preservação e ligação à cultura de origem, por um lado, e no processo de adaptação e integração na cultura de destino, por outro. Como metodologia, realizaram-se entrevistas em profundidade, semi-estruturadas, focando-se no trajecto de vida, nos usos dos média e na utilização da língua portuguesa. Como conclusões, verificou-se a importância que os média têm em diferentes períodos da vida dos imigrantes, consoante o estado do processo de integração na sociedade de acolhimento. Na formação de uma nova identidade, em que se misturam valores e costumes de culturas diferentes, no ajuste a um novo local de vida, e na manutenção de ligações a um passado familiar e cultural, os imigrantes encontram nos média ferramentas que os ajudam a ultrapassar algumas das principais barreiras inerentes ao processo de migração, em particular, a aprendizagem da língua de acolhimento.

Palavras-chave: média, imigração, língua de acolhimento, identidade

Abstract: The research focuses on Nepalese immigrant community living in Portugal and on how immigrants use different media – from host country, homeland and global – to connect and preserve the original culture, on the one hand, and in the process of adaptation and integration into the host culture, on the other. The study was based on in-depth interviews, semi-structured, focusing on the journey of life, the uses of media and the use of Portuguese language. The findings of this exploratory study show the importance that media have at different periods of immigrant's lives, depending on the state of integration into host society. In forming a new identity where values and customs of different cultures mix together, in adjusting to a new place of living, and in maintaining connections to family and cultural past, immigrants find on media tools that help them overcome some of the key barriers inherent to the migration process, in particular, on learning the host language.

Key-words: media, immigration, host language, identity

Introdução

Grande parte dos média das minorias depende de diversas fontes, formas de produção e de agendas para gerar os seus conteúdos. Tal facto está relacionado com a natureza das suas audiências, circunscritas em espaços locais ou nacionais específicos mas conectadas a redes sociais além fronteiras. Estes públicos procuram informação sobre os

* Doutoranda em Ciências da Comunicação na Universidade Nova de Lisboa. Investigadora do Centro de Investigação Média e Jornalismo. Bolseira da Fundação para a Ciência e Tecnologia.

seus países de origem, sobre o espaço mais alargado das diásporas às quais pertencem e sobre os contextos locais ou nacionais onde vivem. É nestes espaços locais, nacionais ou transnacionais que desenvolvem relações sociais e é neles que a comunicação entre e dentro das diversas comunidades em diáspora se desenvolve. Estes espaços foram definidos por Arjun Appadurai (1990 e 1996) como “etnoespaços” e “mediaespaços”.

As comunidades imigrantes mantêm e, em parte, dependem dos meios de comunicação transnacionais para partilha do seu sentido de identidade. Mas os contextos locais e nacionais em que estas comunidades vivem são igualmente importantes para a construção da identidade dessas mesmas comunidades, especialmente porque as experiências de inclusão, exclusão e participação nas sociedades que as acolhem baseiam-se nesses espaços. Assim, as audiências constituídas pelas minorias imigrantes dividem a sua atenção entre os seus média e os média da maioria.

Actualmente, os estudos sobre audiências que pesquisam acerca da recepção e da identidade das minorias recaem sobretudo sobre os média étnicos ou das diásporas (CARVALHEIRO 2008, 56). Esta tendência para explorar os efeitos multidimensionais dos média utilizados pelos imigrantes começou nos anos 1970, ao mesmo tempo que se começava a abandonar a ideologia assimilacionista para substituí-la pela metáfora do “mosaico cultural”, pluralismo cultural ou multiculturalismo. O interesse das investigações passou a recair sobre o duplo papel dos média na língua de origem: por um lado, na ajuda à integração num novo ambiente e, por outro, na manutenção do orgulho e da identidade étnicos, da solidariedade intra-grupal e da língua e cultura originárias (ELIAS 2011).

Carvalho (2008, p. 59) identifica duas principais linhas de pesquisas sobre os média e as minorias: uma que olha para as minorias como objecto de representação nos média nacionais ou *mainstream* e outra que as encara como sujeitos activos na recepção dos “média étnicos”.

Nesta divisão as minorias e os média são agrupados em duas categorias. As minorias são distinguidas entre minorias como objecto de representação nos média e minorias enquanto sujeitos activos na recepção. Os média são diferenciados entre média *mainstream* e média étnicos.

Segundo o autor, para se compreender as minorias nas suas dimensões identitárias é preciso entender que os média são sistemas de representação com imagens concretas, mas que, do lado das audiências, é a partir dessas imagens que os sujeitos produzem e negociam significados. Carvalho chama a atenção para a falta de estudos de audiências minoritárias que se foquem na apropriação dos média *mainstream* (CARVALHEIRO, 2008, p. 59).

Tendo por base esta classificação feita pelo autor, agrupamos a investigação sobre média e minorias em: estudos sobre minorias enquanto objecto de representação mediática nos média *mainstream* e estudos sobre minorias enquanto audiências dos média étnicos, *mainstream* e transnacionais. Esta distinção em três tipos de média é também a utilizada por

outros autores como Salim, Elias, Lemish, Silverstone e Georgiou. A divisão entre *mainstream* e étnicos diz respeito ao facto de os média pertencerem à cultura de destino ou à cultura de origem. Se atendessemos aos conteúdos, esta classificação poderia ser diferente, porque poderão existir conteúdos destinados às minorias étnicas difundidos em média *mainstream* ou nacionais. Exemplos deste tipo de conteúdos são os programas da RTP África, difundidos numa cadeia nacional, a RTP, mas com informação sobre os países africanos e direccionados para os africanos (residentes e não residentes em Portugal); ou o programa Nós difundido na RTP 2 e destinado especificamente às comunidades imigrantes. Assim, quando nos referimos a “média étnicos” queremos abranger especificamente os média que são desenvolvidos pelos imigrantes e para os imigrantes (SALIM 2008, p. 30)

Minorias: objectos de representação dos média mainstream

Neste tipo de investigação sobressaem os sentimentos de subrepresentação face ao espaço público da nação e o desagrado com a imagem mediática dos grupos minoritários nos média *mainstream*

Segundo Silverstone e Georgiou (2005), as minorias podem ser notícia ou conteúdo dos média da maioria, embora na maior parte das vezes não sejam. Mesmo assim, quando essas minorias surgem ou quando são representadas nos média da maioria é, muitas vezes, através de imagens estereotipadas. Embora as minorias possam contribuir com conteúdos para os média *mainstream*, normalmente esse acesso não é sustentado e consistente e, na maior parte das vezes, as minorias não se reconhecem nas imagens que são dadas de si próprias.

Em Portugal, este tipo de estudos tem sido realizado desde os anos 1990 e, entre 2003 e 2008, de forma sistemática sob a orientação de Isabel Férrin da Cunha e publicado pelo Alto Comissariado para a Imigração (CUNHA *et al*, 2004, 2006 e 2008). Em resumo, estas pesquisas indicaram que a situação em Portugal é mais complexa do que noutros países europeus. Embora a análise aos média aponte para uma representação diferenciada consoante as minorias e os média, a representação que é feita dos imigrantes ainda não se considera satisfatória, pelo enviesamento das imagens apresentadas e pela falta de rigor e profundidade da investigação que realizam.

Minorias: audiências activas dos média étnicos

Segundo Carvalheiro, (2008, p. 56), os estudos sobre as audiências migrantes na Europa não são imunes às premissas ideológicas que os vêem como potencialmente perpetuadores de diferenças identitárias, escolhendo predominantemente os média das diásporas para pesquisar acerca da recepção e da identidade das minorias. Uma vez isto é feito na perspectiva da manutenção de ligações entre a diáspora e o país ou a cultura de origem (GEORGIU 2005); noutras, o ponto focal é a inserção na sociedade de

acolhimento e trata-se de avaliar se os média diaspóricos funcionam como reprodutores da diferença cultural e da identificação étnica (SALIM 2008).

No primeiro caso destaca-se o papel dos média étnicos em reforçar o sentimento dos imigrantes de poderem participar na sociedade, mantendo as singularidades da comunidade à qual pertencem (GEORGIU 2005). No segundo caso, encontra-se, por exemplo, o estudo elaborado por Isabel Salim, em que além de ter feito um levantamento sobre os média étnicos existentes em Portugal, colocou a questão:

“Os meios de comunicação étnicos ajudam no acesso à informação e adaptação dos imigrantes, podendo também ajudar no processo de integração, ou, pelo contrário, fecham a comunidade de imigrante sobre ela mesma diminuindo as possibilidades de integração e adaptação?” (Salim 2008, p. 81).

A resposta de Salim vai no mesmo sentido da de outros autores como Wood & King (2001), que consideram que os média étnicos tanto podem ajudar os imigrantes a sentirem-se em casa nos seus países de destino, servindo de meio de aprendizagem sobre a nova sociedade e sobre as formas como se podem adaptar a esta; como podem contribuir para atrasar o seu processo de integração, ao promoverem o fechamento dos imigrantes dentro da sua comunidade. Salim (2008, p. 86) procura avançar uma explicação para o facto de não se conseguir obter uma resposta clara e concisa à pergunta: primeiro, os média étnicos não serem todos iguais e, segundo, o facto de se ter previamente que saber qual o modelo de integração adoptado pela sociedade de acolhimento. Diz a autora que “mais do que entrar em debates muitos vastos que não nos levam a nenhuma conclusão objectiva, a melhor maneira de resumir a importância dos média étnicos é, sem dúvida, com a opinião daqueles para quem estes média são direccionados”. Ou seja, como sublinha Carvalheiro (2008, p. 56), no contexto europeu há dados que apontam para um quadro bastante mais complexo do que o sugerido por este tipo de formulação. A recepção dos média das diásporas tem de ser estudada em casos mais concretos. Quer isto dizer que os consumos que as minorias étnicas fazem dos média não têm de estar directamente relacionados com o facto de serem minorias étnicas. Existem outros factores que terão de ser levados em conta nas análises de recepção, como as diversas categorias de média - étnicos ou *mainstream*; tradicionais (como a televisão, rádio e jornais) ou modernos (como a internet) - e factores sócio-culturais, como a classe social e profissional, o nível de escolaridade, o género ou a geração.

Como nota Salim, os média étnicos cumprem ao mesmo tempo várias funções, quer de abertura à sociedade de acolhimento quer de fechamento dentro desta. Nesta análise à relação entre os média e a integração de imigrantes, mais do que perceber a função dos médias e os seus efeitos, tem de se distinguir o que os imigrantes fazem com cada média, de que forma os utilizam. O uso dos média não deve ser encarado como consumo em sentido restrito, mas também como prática, ou seja, não basta perguntar “que” produtos se consomem, mas também é preciso considerar “como” e “com quem” são consumidos Carvalheiro (2008, p. 57).

Esta ressalva que Carvalheiro faz é importante, porque ignorar a articulação dos média com outros factores, como a comunicação face-a-face, resultaria num mediacentrismo fatal para a compreensão das identidades étnicas, dado o papel que os círculos de interacção tem na definição das pertenças. É por se concentrar nos média e nas suas características e não no que os imigrantes procuram neles e em que circunstâncias os consomem que se torna difícil para Salim compreender a construção das suas identidades étnicas. Se fizermos a pergunta centrando-nos nos média - ajudam ou dificultam na integração? - não chegamos a nenhuma conclusão a não ser que têm os dois papéis. Mas de que modo pode esta resposta ser útil para a sociedade? No entanto, se perguntarmos, o que procuram os imigrantes em cada média, de que forma e para quê usam cada tipo de média, já se poderão tirar resultados mais conclusivos e passíveis de serem utilizados, por exemplo, na melhoria de políticas de integração numa sociedade que se queira culturalmente unida na diversidade.

Minorias: audiências activas dos média mainstream

Uma das lacunas apontadas por Carvalheiro (2008, p. 59) é a falta de estudos sobre audiências minoritárias focadas nos média *mainstream*. Especificamente no que respeita à etnicização, ou seja, à forma como as imagens mediáticas podem potenciar as diferenças ligadas à origem étnica, o autor considera que tem de ser investigada dos dois lados: quer do ponto de vista dos média, quer do ponto de vista das audiências.

De certa forma procurando preencher esta lacuna, Carvalheiro (2008, p. 61) procurou no seu estudo sobre as segundas gerações de imigrantes responder à questão: “como e em que sentidos é que estas audiências vão fazendo uma apropriação identitária das representações mediáticas, dando-lhes significados acerca de si próprios e da sociedade em que se inserem?” Como esclarece o próprio autor, não optou por adoptar uma abordagem clássica em que se fizesse a análise de um determinado texto e da sua recepção por uma dada audiência. Isto porque as representações mediáticas sobre a imigração nos média *mainstream* é muitas vezes ambivalente, tanto podem estereotipar os imigrantes como podem adoptar um discurso anti-racismo. Assim, optou por sair do campo da análise clássica de recepção para inquirir as audiências acerca de outros factores que vão além dos significados atribuídos a um texto, tais como hábitos, gostos, memórias e interpretações (CARVALHEIRO, 2008, p. 61).

O sentido dos estudos de audiências, considera o autor, está hoje em:

“captar os momentos e as lógicas em que, na interacção com os média, as identidades do público se reforçam, transformam ou recompõem. Quer isto dizer que, em vez de ter como principal finalidade estabelecer correlações entre categorias sociográficas fixas e os usos e interpretações dos textos, deve tomar-se o género, a classe social ou a origem nacional como «pontos flexíveis de identificação».” (Carvalheiro, 2008, p. 60)

Este tipo de abordagem vai no sentido da que é adoptada pelos estudos que se apoiam na teoria dos usos e gratificações dos média (KATZ, BLUMER e GUREVITCH

1974) em que é feita uma contextualização dos efeitos dos média, pondo ênfase nas audiências activas, nos contextos sociais do uso e nas diferentes motivações para usar diferentes média ou conteúdos diferentes (LIVINGSTONE 1997). Comparativamente aos estudos “clássicos” de recepção, enquanto a pesquisa sobre usos e gratificações se centra nas motivações da audiência para consumir determinados conteúdos mediáticos, as análises de recepção centram-se nos significados que as audiências atribuem às representações mediáticas (REECE e PALMGREEN 2000).

Embora Carvalheiro (2008, p. 59) aponte uma lacuna nesta área, refere-se sobretudo ao contexto português e às segundas gerações. Têm sido realizados noutros países estudos sobre audiências minoritárias focadas nos média *mainstream* ou nacionais (REECE & PALMGREEN, 2001; ELIAS & LEMISH 2006). Nestes, a atenção é dada aos contextos, que podem tornar mais salientes alguns motivos mais específicos para a utilização de determinados média para satisfação de necessidades que se tornam mais salientes nesses contextos. Estas pesquisas têm mostrado que estes média fornecem aos imigrantes elementos que lhe permitem compreender a história dessa cultura, valores e problemas sociais ou económicos existentes, bem como aprender a língua de acolhimento. Elias e Lemish (2006), por exemplo, num estudo que se focou em jovens imigrantes russos nos contextos alemão e israelita colocaram em evidência o papel dos média *mainstream* na aquisição da língua de acolhimento. Além de serem fundamentais em todas as áreas da vida privada, social ou educacional, as competências linguísticas mostraram servir, também, como marcadores de identidade, já que, à medida que se iam adaptando à nova sociedade, estes jovens imigrantes utilizavam os média para acelerar o processo de aprendizagem da língua de acolhimento e para mostrar aos membros da família e aos amigos o seu progresso na formação de uma nova identidade. Neste sentido, os média forneciam-lhes os recursos culturais, sociais e psicológicos necessários para vingarem na “complexa missão imposta aos membros de minorias: a de habitarem em pelo menos duas identidades, de falarem pelo menos duas línguas e de negociarem e de se transladarem entre as duas” (HALL, 1993 *apud* ELIAS & LEMISH, 2006). A vantagem de este estudo se ter realizado em dois contextos diferentes foi conseguir perceber-se que conclusões são comuns aos dois e que se podem generalizar, exactamente por anularem as conclusões específicas de um ou outro contexto.

Minorias: audiências activas dos média transnacionais

No âmbito dos média transnacionais ou globais pode também fazer-se a distinção entre *mainstream* e étnicos. A diferença está no carácter transnacional desses meios. Nestes destacam-se a internet e a televisão por satélite. Por exemplo, a CNN é um média *mainstream* e nacional no contexto norte-americano, mas é também transnacional no contexto português, onde é transmitida por satélite; a RTP Internacional pode ser um meio transnacional e étnico na Suíça, mas a RTP1 é um meio *mainstream* em Portugal; e a internet é um meio transnacional, que tanto pode ser étnico como *mainstream*, dependendo do conteúdo vs origem do utilizador.

Os estudos que se têm dedicado à relação entre as minorias imigrantes e os média transnacionais têm evidenciado dois tipos de trajectórias: uma que salienta o papel destes média na manutenção dos laços entre as comunidades de diáspora e os países de origem (ELIAS & LEMISH, 2006, 2008); e outra que salienta a relevância das TIC, em especial da internet, na concretização de aspirações migratórias, ao ser utilizada para explorar o mundo, procurar oportunidades, informações, contactos e novas ideias (BURRELL e ANDERSON 2008).

No primeiro tipo de trajectórias, além de se verificar que os média globais podem fornecer aos imigrantes uma grande variedade de recursos culturais e de ferramentas para manter a sua herança cultural e a unidade interna da família, também são utilizados como um meio eficiente de transmitir o conhecimento sobre a língua materna às crianças (ELIAS e LEMISH 2008).

O segundo tipo de trajectória evidencia a relevância das TIC para a experiência migratória, muito para além das já conhecidas tentativas de manutenção dos laços com o país de origem.

“Especialmente no que respeita aos jovens, a forma como estes utilizavam a internet mostrou ser uma extensão da forma como viam o seu próprio processo de migração, ou seja, uma tentativa de aceder aos fluxos globais de informação e, mais do que isso, de pessoas. A internet era utilizada como um acelerador do processo de migração, ao pô-los, mais facilmente, em contacto com pessoas e informação em vários países, simultaneamente”. (BURRELL e ANDERSON 2008)

Neste estudo foram descobertas formas de utilização das TIC por imigrantes ganeses que não se integram no quadro conceptual definido pelo transnacionalismo, o qual é estruturado com base na assumpção de que o horizonte social dos imigrantes se limita ao país de origem e ao país de acolhimento. Neste caso, o horizonte social do grupo de imigrantes ganeses em foco não era constituído apenas por outros ganeses com quem mantinham contacto, mas também por estrangeiros. Através da internet, estabeleciam novas relações com estrangeiros e com estranhos e utilizavam-na, também, para procurar informação e ideias sobre os países de origem, de acolhimento e terceiros.

Relativamente à televisão por satélite, Georgiou (2005) destaca as alterações que o seu surgimento fez no panorama mediático global, *mainstream* e étnico, e na identidade das diásporas transnacionais:

“O seu surgimento veio alterar de forma radical o panorama mediático global, pois impulsionou o sincronismo ou a simultaneidade e enriqueceu as imagens e textos consumidos pelas populações em diáspora. Com a tecnologia dos satélites, a televisão produzida num determinado país tornou-se disponível para outros países em todo o globo. Quer esse país seja nação de origem de alguma diáspora, quer seja outro país com uma cultura diferente ou idêntica, poderá servir de base à produção de canais que, ao serem distribuídos no mundo inteiro, se tornam não só importantes no âmbito das comunicações globais, mas importantes também para as suas audiências transnacionais e respectivas comunidades. Pela difusão de imagens e de narrativas comuns, independentemente do país onde residam, as populações migrantes espalhadas pelo mundo partilham um sentimento de pertença a uma comunidade transnacional, que engloba todos esses grupos dispersos”. (GEORGIU, 2005)

A televisão por satélite tem desenvolvido e promovido a inovação tecnológica e a liberalização das telecomunicações. No caso de canais produzidos por minorias imigrantes, quer nos seus países de origem quer noutros países, mas distribuídos pelos países das respectivas diásporas, a “cultura satélite das diásporas” não está apenas a mimetizar as apropriações da tecnologia satélite pela cultura *mainstream* e globalizante, está também a moldar as culturas satélites europeias e transnacionais.

Relativamente a estudos sobre a representatividade julgamos que em Portugal têm já sido realizados diversos estudos (CUNHA *et al* 2004, 2008; CARVALHEIRO, 2008; SALIM, 2008). Relativamente aos usos e consumos dos média julgamos que ainda existe um grande espaço para desvendar que práticas e motivações estão associadas à utilização dos diferentes média.

Algumas pesquisas muito restritas têm contribuído para perceber que variáveis podem pesar na escolha de alguns média e que vão além da origem étnica. Catarina Valdagem (2006) procurou compreender os processos de construção das identidades etno-culturais de mulheres imigrantes brasileiras, associados aos usos dos média, a partir da análise e observação etnográfica de um salão de beleza. Outras investigações focam-se em padrões de consumo e apropriações mediáticas *mainstream*. Isabel Férin da Cunha (2008) explorou os usos e consumos da internet, televisão e, em particular, das telenovelas por imigrantes originários dos PALOP, países de Leste e Brasil, a viver na área de Lisboa. Procurou perceber se existiria um padrão de uso e consumo de televisão e internet nesses grupos de imigrantes e em que medida seria diferente do padrão de consumo dos cidadãos portugueses. Em resumo, o que este estudo demonstrou foi que os usos e consumos de televisão e de internet pelos imigrantes em foco eram fortemente moldados pelas suas trajetórias de vida, nacionalidade, competências linguísticas e pelas condições de vida sociais e económicas.

Embora estes estudos sejam úteis na percepção de padrões de consumo, não respondem a algumas questões como: o que procuram os imigrantes nos diferentes média - *mainstream*, étnicos e transnacionais.

Ao enquadrarmos a nossa investigação no âmbito dos estudos sobre média e audiências, que encaram os imigrantes como audiência activa, com necessidades específicas que resultam de um processo de relocalização, sobretudo no contexto europeu (ELIAS, 2011; ELIAS & LEMISH, 2006, 2008, 2011; BURRELL & ANDERSON, 2008), procuramos conhecer as funções e usos dos três tipos de média na construção identitária dos imigrantes, que se faz entre as ligações ao país de origem, a integração no país de acolhimento e as conexões ao resto do mundo.

INTEGRAÇÃO E LÍNGUA

Do assimilacionismo ao multiculturalismo

A maioria das sociedades industrializadas está cada vez mais culturalmente diversificada. O colonialismo, as guerras e a globalização contemporânea levaram a que as populações iniciassem processos de migração e se instalassem em novas localizações. Estas sociedades são hoje constituídas por grupos de diferentes origens culturais, étnicas e linguísticas, designados de “subculturas”. Para Giddens (2007, p. 24) as “subculturas” dizem respeito não apenas a grupos étnicos ou linguísticos minoritários, mas a qualquer segmento da população que se distinga do resto da sociedade em virtude dos seus padrões culturais. Podendo ser desde góticos ou naturistas a apoiantes de grupos de futebol, as “subculturas” oferecem pontos de vista alternativos à cultura dominante e podem constituir forças de mudança poderosas no interior das sociedades. O que transforma as “subculturas” em “minorias” é a experiência de serem objecto de preconceito e discriminação, o que amplifica os seus sentimentos de lealdade e os interesses comuns (GIDDENS 2007, p. 250). Em termos sociológicos, o que as caracteriza enquanto minorias não é o peso estatístico, mas sim a sua desvantagem em relação à maioria da população e o sentido de solidariedade intra-grupo. Assim, “minorias” diz respeito à posição subordinada dos grupos na sociedade. A definição dos conceitos de “minorias” e de “subcultura” é importante para se perceber a natureza da diversidade existente dentro das sociedades actuais e a forma como estas lidam com essa diversidade.

Diversidade cultural e multiculturalismo

Muitas sociedades incluem várias comunidades auto-conscientes, mais ou menos bem organizadas e que vivem de acordo com os seus diferentes sistemas, crenças e práticas próprias. Nesta forma de diversidade incluem-se as comunidades judaicas há muito estabelecidas, as comunidades religiosas, os grupos culturais concentrados territorialmente, como é o caso dos bascos ou dos catalães em Espanha. A par destas encontram-se também as comunidades em foco na nossa investigação, ou seja, comunidades de imigrantes. A esta forma Pareck (2000) chama “diversidade comunitária” e é a esta que nos referimos quando utilizamos a expressão “diversidade cultural”. Segundo o autor (2000, p.7) uma sociedade multicultural é aquela que inclui uma ou mais comunidades culturais. Para responder à diversidade cultural a sociedade pode escolher atender às necessidades culturais das comunidades que a constituem ou pode procurar assimilar essas comunidades na cultura dominante. No primeiro caso, tem uma orientação multiculturalista e no segundo caso tem uma orientação monoculturalista. Embora ambas sejam sociedades multiculturais, só uma é multiculturalista. O termo “multicultural” diz respeito ao facto de existir diversidade cultural e o termo “multiculturalismo” diz respeito a uma resposta normativa a esse facto.

Para Pareck, uma sociedade multicultural enfrenta dois tipos de necessidades conflitantes na criação de uma estrutura política que permita responder-lhes de uma maneira justa e colectivamente aceitável. Deve procurar um forte sentido de união e

pertença entre os seus cidadãos, caso contrário não pode agir como uma comunidade unida capaz de tomar decisões colectivas e de resolver conflitos e, paradoxalmente, quanto maior for a diversidade, maior é a sua necessidade de união e coesão para se manter junta e cultivar a sua diversidade.

O desafio está em conseguir conjugar estes dois tipos de necessidade na gestão de uma sociedade culturalmente diversificada.

Gestão da diversidade em Portugal - integração?

Em Portugal, a preocupação com a gestão da diversidade cultural, especificamente no que respeita à imigração, está reflectida nos sucessivos Planos para a Integração de Imigrantes (PII). Actualmente vigora o segundo PII (ACIDI, FEINPT e PCM 2010), podendo ler-se logo na terceira página que a promoção da diversidade e interculturalidade é uma das áreas de intervenção em destaque nas políticas em vigor entre 2010 e 2013.

Poder-se-á questionar a existência de um plano para “integração” de imigrantes ao invés de um plano para a “gestão da diversidade cultural”, por exemplo. De facto a explicação reside em que o conceito de “integração”, tal como explica Carvalheiro (2008, p. 47), é actualmente muito utilizado nas sociedades de acolhimento com um sentido normativo. Nestes casos a ideia de “integração” está associada, sobretudo, a coesão e a limitação de conflitos. No entanto, as trajectórias sócio-culturais dos imigrantes e seus descendentes podem também ser perspectivadas através de um conceito não-normativo de “integração”, que contempla as modalidades de assimilação e “eticização”. Esta última designa a formação de instâncias cujo traço definidor é uma pertença colectiva ligada à ideia de ascendência, constituindo segmentos específicos da sociedade (CARVALHEIRO 2008, 48). Segundo o autor, a traço gordo, a etnicização é o modelo de integração dos imigrantes na Grã-Bretanha, enquanto em França o Estado tem fomentado um modelo de assimilação, recusando-se a institucionalizar a ideia de minorias. Quanto a Portugal, Carvalheiro não consegue ser tão claro. Diz apenas que “é um caso interessante, por o seu carácter mais recente manter de alguma forma em aberto qual a tendência a prevalecer na integração de populações de origem migrante” (CARVALHEIRO 2008, 48).

Na nossa visão, a classificação do modelo de gestão da diversidade cultural português será apenas importante na medida em que se basei numa análise da aplicação de medidas de carácter teórico à realidade prática dos imigrantes. Se nos ficarmos pela teoria, podemos assumir como legítimo o uso do termo “integração”, na sua concepção normativa, na designação do plano do governo, já que como ele próprio declara visa promover a coesão social e o diálogo entre culturas (unidade na diversidade). Por outro lado, a classificação de Portugal no ranking MIPeX e no Relatório de Desenvolvimento Humano das Nações Unidas, que se referem especificamente a políticas de integração, sugerem que Portugal tem sido bem sucedido na gestão da diversidade cultural. Para conseguirmos, no entanto, chegar a conclusões mais fidedignas, consideramos que seria

necessário ver o resultado das políticas na prática, já que mesmo que a intenção das políticas seja a de integração, o resultado delas pode não ser exactamente esse.

Língua e poder

Para as comunidades imigrantes, Portugal surge como país de acolhimento e a língua portuguesa é neste contexto a sua língua segunda (L2) ou *língua de acolhimento*, entendida como língua aprendida em imersão no contexto de acolhimento. Ao aprender a língua de acolhimento, o imigrante fica em melhores condições de se adaptar e integrar na sociedade de destino. Sobretudo, permite-lhe aceder ao mercado de trabalho e concorrer em funções com cidadãos nativos para as quais saber a língua do país seja fundamental. Segundo Bourdieu (1991), a “língua” em termos genéricos tem assim não só uma função comunicativa, mas também uma função simbólica. É utilizada pelos imigrantes para comunicar e integrar-se na sociedade de acolhimento e é, também, uma forma simbólica de poder, já que quanto melhor souberem falar a língua de acolhimento em melhor situação se encontrarão para utilizar a seu favor este conhecimento e subir mais acima na escala hierárquica de poder simbólico.

IMIGRAÇÃO NEPALESA EM PORTUGAL

Nepal

O Nepal é um país sul asiático com 30,5 milhões de pessoas (OIM, 2011). No mesmo ano, o Produto Interno Bruto (PIB) per capita era de apenas 1199 dólares americanos¹. Por exemplo, o de Portugal no mesmo ano foi de 25610 dólares². Tendo por base o poder de compra e o acesso a condições de saúde e a educação, o Nepal encontra-se em 157º lugar entre os 187 países que compõem o índice de progresso e desenvolvimento humano³.

Uma das razões para que o país se encontre nesta situação é o facto de ter sido palco de um conflito armado que durou dez anos e que terminou em Novembro de 2006 com a assinatura de um Acordo de Paz Global entre uma aliança composta por sete partidos, pelo governo do Nepal e pelo Partido Comunista (maoísta) do Nepal.

A guerra teve como resultado a perda de milhares de vidas, a existência de milhares de deslocados e numa degradação substancial das infra-estruturas. Além disto, as

¹ <http://www.iom.int/jahia/Jahia/activities/asia-and-oceania/south-and-south-west-asia/nepal> (consultado em 30 de Maio de 2012)

² <http://www.iom.int/jahia/Jahia/portugal> (consultado em 30 de Maio de 2012)

³ <http://www.iom.int/jahia/Jahia/portugal> (consultado em 30 de Maio de 2012)

inundações e os deslizamentos de terras sazonais são comuns, estando ligados ao desmatamento de florestas, especialmente nas zonas montanhosas.

Em 2007, o país foi declarado República Secular⁴ e, desde então, já se deram várias alterações no governo. Apesar de ter delineado uma nova constituição em 28 de Maio de 2011, as iniciativas para estabilizar o processo de paz têm sido lentas.

Em 2010, a percentagem da população entre os zero e os 14 anos era de 36%⁵. Segundo os dados mais recentes das Nações Unidas, relativos ao ano 2000, a grande maioria da população (65,7%) está empregada no sector agrícola⁶.

O uso de tecnologias de informação, como telefone e internet é relativamente baixo. Em 2009, os subscritores de telefone correspondiam a apenas 22% da população e os utilizadores de internet eram apenas 2%⁷. Como termo de comparação, este valor era 48,3% em Portugal⁸, de 38,2% no Brasil e de 92,1% na Noruega⁹.

Comunidade nepalesa em Portugal

Entre os grupos de imigrantes existentes em Portugal, os de origem asiática são os mais significativos entre os de pequena dimensão. Só na primeira década do século XXI começaram a ter expressão, tendo como traço comum, além da origem geográfica, um modo de inserção socioeconómica em que se destacam as microempresas familiares e as actividades por conta própria na área da restauração, do comércio e dos serviços. São populações recentes, que se concentram na região de Lisboa e Vale do Tejo, constituídas, na sua maioria, por adultos em idade activa, ainda com poucas crianças e idosos, pelo que não é claro se seguirão a tendência de fixação definitiva das populações migrantes mais antigas (PIRES, et al. 2010, 60). Dentro destas, as principais são a chinesa, a indiana, a paquistanesa e a bangladechiana. De acordo com os últimos dados do SEF, correspondentes a 2011, contavam nesse ano 16.785, 5.384, 2.474 e 1.149 membros, respectivamente.

A comunidade nepalesa possuía, em 2011, 1.145 indivíduos (SEFSTAT 2012)¹⁰. Destes, 770 eram homens e 375 eram mulheres. Embora no total de 436.822 estrangeiros a residir em Portugal, este número corresponda a uma percentagem muito pequena, a comunidade nepalesa tem vindo sempre a crescer desde 2006, tendo-se tornado, em 2011, a quinta maior comunidade de origem asiática.

⁴ <http://www.iom.int/jahia/Jahia/activities/asia-and-oceania/south-and-south-west-asia/nepal> (consultado em 30 de Maio de 2012)

⁵ <http://data.un.org/CountryProfile.aspx?crName=Nepal> (consultado em 30 de Maio de 2012)

⁶ <http://data.un.org/CountryProfile.aspx?crName=Nepal> (consultado em 30 de Maio de 2012)

⁷ <http://data.un.org/CountryProfile.aspx?crName=Nepal> (consultado em 30 de Maio de 2012)

⁸ <http://data.un.org/CountryProfile.aspx?crName=Portugal> (consultado em 30 de Maio de 2012)

⁹ <http://data.un.org/CountryProfile.aspx?crName=Norway> (consultado em 30 de Maio de 2012)

¹⁰ População Estrangeira Residente em Território Nacional, por país de origem, em 2010.

Metodologia

A significativa tradição qualitativa presente nos estudos sobre consumos dos média e em estudos de audiências tem influenciado fortemente a metodologia utilizada no campo, relativamente recente, de pesquisas exploratórias sobre os usos dos média e das tecnologias de informação em comunidades imigrantes. Em especial, a abordagem etnográfica tem sido privilegiada nos estudos sobre este fenómeno, o que significa que a atenção tem recaído, mormente, sobre as experiências de migração, na exploração do quotidiano e na relação com os média (GIUSEPPE 2009). A análise dos processos culturais, de integração e de negociação identitária parte de observações mais genéricas e de uma perspectiva mais alargada, para depois se poder focar no uso específico dos média. Estas são algumas das razões que nos levam a utilizar uma abordagem qualitativa e que nos permitem produzir resultados com base numa pesquisa realizada sobre um grupo bastante reduzido.

Aproveitando os contactos já previamente estabelecidos com a comunidade nepalesa de Lisboa e, atendendo ao facto de ser uma comunidade bastante pequena, o nosso estudo incidiu sobre esta. Para a selecção dos entrevistados, foi utilizado o método bola de neve, tendo-se procurado indivíduos com diferentes perfis relativamente ao percurso migratório e em diferentes fases deste processo. Isto possibilitou fazer comparações quanto à utilização que pessoas, em estados mais avançados ou menos avançados de integração, fazem dos média. O grupo seleccionado procurou também reflectir os dados do SEF quanto à divisão por género e a característica de se tratar de uma comunidade constituída por pessoas jovens, pelo que as idades situam-se entre os 25 e os 40 anos.

Foram realizadas entrevistas semi-estruturadas, o que deu a possibilidade de, seguindo o mesmo guião, se ter podido conduzir a conversa de forma diferente, consoante o entrevistado. A construção do guião¹¹ baseou-se nos resultados de 17 inquéritos e numa entrevista em profundidade, realizados em Dezembro de 2010. Os inquéritos focaram-se na motivação para a aprendizagem da língua portuguesa, e na utilização dos média como ferramenta para este fim, e a entrevista incidiu sobre a forma de ver a cultura portuguesa por um imigrante nepalês a residir em Portugal há cerca de 15 anos. Contando com esta, foram realizadas, no total, oito entrevistas semi-estruturadas, sete das quais foram gravadas em suporte áudio e uma foi respondida por e-mail. Conforme o grau de conhecimento de cada uma das línguas, foram conduzidas em Português e em Inglês. Nos resultados, a seguir apresentados, optou-se por manter as citações na língua em que foram feitas, para não se ter de alterar as formas de expressão, que podem conter em si informação relevante sobre, por exemplo, o estado de espírito do entrevistado. As entrevistas foram realizadas em Abril e Maio de 2011, na sede da Non Resident Nepalese Association e no local de trabalho dos entrevistados, e tiveram a duração de cerca de uma hora. Incluíram questões sobre idade, formação, profissão, relação com o Nepal, relação com Portugal, meios de comunicação étnicos, *mainstream* e transnacionais utilizados, e com que fins, e utilização das

¹¹ Pode ser consultado no final do artigo.

línguas portuguesa e nepalesa. Posteriormente foi feita a transcrição, tendo a análise sido conduzida como é usual neste tipo de estudos qualitativos (ELIAS e LEMISH 2008): as transcrições foram relidas e foram sendo feitas anotações de ideias e conceitos de acordo com o objectivo da pesquisa. Este processo de análise individual de cada entrevista e de análise transversal de todas levou à identificação dos temas centrais. Para manter o anonimato de cada entrevistado, optou-se por colocar apenas as iniciais dos nomes. De seguida faz-se uma pequena apresentação de cada um:

Y.C. – Homem de 33 anos. Está em Portugal há quatro meses¹². Tirou Ciência Política e Cultura. É jornalista, activista dos direitos humanos e colabora com um *website* de informação. Como não é remunerado por estas actividades, está à procura de trabalho. Antes de viver em Portugal, viveu na Alemanha.

H.S. – Homem de 33 anos. Vive em Portugal há cerca de cinco anos e é licenciado em Comércio Electrónico. Procura trabalho. Antes de viver em Portugal, vivia no Nepal.

S.B. - Mulher de 25 anos. Vive em Portugal há cerca de dois anos. Tem um MBS (Mestrado em Estudos Empresariais) e, em Portugal, possui, em parceria com o marido, um supermercado e um restaurante. Antes de viver em Portugal, vivia no Nepal.

S.A. - Mulher de 31 anos. Está em Portugal há três meses. Deixou a licenciatura em Língua Nepalesa no 3º ano, momento em que foi para Israel. Aí, foi assistente de cuidados paliativos e, em Portugal, procura emprego.

B.K.S. – Homem de 35 anos. Vive em Portugal há quatro anos e, na Europa, está já há dez anos. Tem dois mestrados, um em Silvicultura e outro em Inglês. No Nepal era professor de Inglês e fazia programas televisivos de sensibilização sobre o H.I.V. e o cancro. É dono de um restaurante. Antes de viver em Portugal, viveu na Suécia.

S.S. – Mulher de 28 anos. Vive em Portugal há oito anos. É empregada de mesa num restaurante. Antes de viver em Portugal, vivia no Nepal.

T.S. – Homem de 38 anos. Vive em Portugal há 15 anos. É dono de um restaurante. Antes de viver em Portugal, viveu na Alemanha.

L.P.S. - Homem de 40 anos. Vive em Portugal há 11 anos. É dono de um restaurante. Antes de viver em Portugal, vivia no Nepal.

Resultados

A análise à informação recolhida nas entrevistas divide-se em duas partes, ambas relacionadas com os usos que os imigrantes entrevistados fazem dos média étnicos,

¹² Tendo como referência a data de realização das entrevistas.

mainstream e transnacionais. A primeira foca-se na adaptação à nova sociedade. Neste ponto há a destacar as formas como usam os média para aprendizagem da língua de acolhimento e como fonte de informação sobre a cultura de destino. A segunda parte diz respeito à ligação ao país de origem, quer na vertente família e amigos, quer na manutenção de laços com a comunidade.

Adaptação ao país de acolhimento

A maioria dos entrevistados emigrou do Nepal devido à instabilidade política que se vive no país. A escolha de Portugal como destino deveu-se, fundamentalmente, à ideia de que a legalização é mais fácil de obter neste país do que noutros da Europa. Actualmente, consideram-no um local de gente simpática e honesta, com bom clima e onde a comunidade nepalesa é unida. O facto de se trabalhar muitas horas e de se receber um salário baixo é um dos pontos negativos apontados, a par de, especialmente os que possuem negócios próprios, considerarem que os portugueses nem sempre trabalham tanto como deveriam, “*they are lazy to fulfill their responsibilities*”, refere S.B. A situação de crise que o país atravessa é outra das preocupações, mas a principal barreira à integração na nova sociedade é a necessária aprendizagem da língua portuguesa. Também a distância da família e o desconhecimento da cultura local são factores que dificultam a adaptação. Neste contexto, os média portugueses apresentam-se como ferramentas acessíveis e convenientes de aprendizagem da língua e de fonte de informação sobre a sociedade de acolhimento.

A aprendizagem da língua constitui uma parte fundamental do ajustamento instrumental, psicológico e cultural do imigrante à sociedade de acolhimento (ELIAS e LEMISH 2011). Mesmo os imigrantes que estão em Portugal há mais tempo continuam em processo de aprendizagem e fazem uso dos média portugueses com este intuito. As estratégias de aprendizagem diferem consoante o meio utilizado e o tempo de estadia em Portugal. Os imigrantes mais recentes não compram jornais portugueses, preferindo utilizar a internet para aceder às respectivas páginas e às de canais televisivos portugueses. Recorrem, sobretudo, à tradução com o apoio de dicionários Português-Ingês e a ferramentas de tradução *online* como a disponibilizada pela Google¹³, “*I copy online and translate through google and I can understand*” (Y.C). Outra das estratégias utilizadas é a visualização de filmes americanos, falados em Ingês, mas legendados em Português. A utilização de um meio percebido como pertencente a uma “cultura global”, os filmes americanos (ELIAS e LEMISH 2010), mas com legendas em Português, permite-lhes flutuar entre uma zona de conforto já familiar, a da realidade dos filmes de Hollywood, conhecidos pela maioria e, em particular, pelos que, embora vivendo em Portugal há pouco, tenham vivido noutro país europeu anteriormente, e a nova cultura. Todos têm conhecimentos, mesmo que básicos, de Ingês e utilizam esta língua como mediadora: “*We can watch English movie, but in the downside is the write in Portuguese language, I see also Portuguese*

¹³ <http://translate.google.pt/?hl=pt-PT&tab=wT>

language and I'm listening English" (S.A.). A visualização de canais portugueses é outra das estratégias de aprendizagem da língua, embora seja mais utilizada pelos imigrantes estabelecidos há mais tempo em Portugal. Isto porque, tendo já conhecimentos de Português, ouvir a língua permite-lhes alargar o léxico e melhorar a pronúncia. A viver há cinco anos em Portugal, H.S. costuma ver os canais portugueses RTP1, RTP2 e SIC. À pergunta sobre o porquê, respondeu: *"Porque eles são todos em língua portuguesa. Se vou olhar na BBC é tudo em Inglês. Enquanto eu viver num país, tenho de aprender a mesma língua do país onde vivo. Se eu vir canais em que é tudo em Português é mais fácil para aprender a língua portuguesa também"*.

A obtenção de conhecimento sobre a cultura e de informação sobre a sociedade de acolhimento é outro dos motivos que levam os imigrantes entrevistados a usar os média portugueses. A visualização de concursos e de telenovelas são duas das formas utilizadas para tentar saber mais sobre os hábitos dos portugueses. A viver há oito anos em Portugal, S.S. explica que só vê telenovelas portuguesas, porque a ajudam, ainda hoje, a entender a realidade portuguesa. *"Portuguesa, portuguesa. Brasileira nunca vejo. Para mim é a mais importante, é a portuguesa. Não é todas as coisas parecidas, mas é parecidas, é. Na televisão e lá fora não acho muitas coisas assim diferentes"*.

S.A., imigrante muito recente (dois meses em Portugal), por ter trabalhado, mesmo no início da sua estadia, como empregada doméstica na casa de uma família portuguesa, adquiriu o hábito de ver o concurso "Quem quer ser milionário" transmitido à noite, em horário nobre, pela RTP1. Mesmo não entendendo ainda o Português, a visualização deste programa, não só foi considerada útil para aprendizagem da língua, mas também, designadamente através da observação da forma de vestir dos concorrentes, lhe fornecia informação que considerava necessária para a adaptação à sua nova sociedade de acolhimento¹⁴, *"Because I want to learn Portuguese language and also I want to learn Portuguese people, how do they talk, how do they dress, everything, so I'm interested"*. Este interesse pela forma de vestir das pessoas do país de acolhimento é muito relevante nos imigrantes com origens étnicas muito diferentes das ocidentais. O estilo que utilizavam no país de origem pode ou não ser mantido no país de acolhimento, mas esta opção não é casual. A identidade cultural é negociada e redefinida no novo local onde vivem, mesmo quando os laços ao passado étnico e religioso são mantidos. Trata-se de uma construção provisória, particularmente quando encontra um novo universo, novas influências e novos hábitos. Estes últimos têm um efeito relevante nos valores e costumes que os imigrantes já possuem, mesmo na rotina diária (CHRISTOPOULOU e LEEUW 2004).

O conflito entre o seu antigo mundo e o novo é um dos maiores problemas enfrentados pelos imigrantes, *"just we think, why we are here? Because of money, because of green card, because of family future, that's it, but we cannot lose our culture, I think. You know, now I'm like that* (refere-se à roupa que traz vestida: calções de ganga e t-shirt branca), *when I go to Nepal I can change everything, so, we have a culture"* (S.A.). Todos os entrevistados se vestem de forma "ocidentalizada", sendo os *jeans* a peça de roupa mais comum, *"Toda a gente trocaram roupas.*

¹⁴ Antes de viver em Portugal, viveu quatro anos em Israel

Quando estava no Nepal usava roupas diferentes como culturidade. Aqui, todos usam a mesma coisa, mais velhos, mais novos. Aqui é diferente, porque se estiver no Nepal todas as mulheres têm de usar outro tipo de roupa” (H.S.). A forma de vestir age como um “rótulo instantâneo”, ao contribuir, se não mesmo determinar, a primeira impressão visual que uma pessoa transmite. A imagem é uma declaração de identidade, ou da identidade escolhida, tornando-se, portanto, uma ferramenta poderosa na integração social e na inclusão (CHRISTOPOULOU e LEEUW 2004). No caso dos entrevistados, parecem ser as mulheres aquelas que têm de enfrentar uma maior mudança. Todos revelam que estas alterações estão relacionadas com o desejo de mais rápida integração, mas só subtilmente fica a ideia de que, no país onde residem agora, as mulheres têm mais liberdade para fazerem as suas próprias escolhas, *“We can wear like this also (refere-se ao Nepal), but before, my mother in law, my father in law they don’t like that, so...”* (S.A.).

Os imigrantes residentes há mais tempo em Portugal procuram, através dos média portugueses, não tanto informação sobre a cultura, mas mais sobre os acontecimentos sociais e políticos do país. Pode dizer-se que, a este nível, os usos que lhes dão são bastante similares aos dos próprios portugueses, *“Sim, eu leio estes, porque eu quero saber o que está a acontecer no país (Portugal). Porque eu estou aqui, estou a trabalhar, estou a viver aqui, também estou interessado no que está a acontecer no país”* (L.P.S.). Os jornais mais referidos são o Correio da Manhã, o Público, Diário de Notícias, Expresso e o Metro (jornal distribuído gratuitamente na Grande Lisboa). Entre as revistas, constam a Visão e a Sábado. Embora possam comprar pelo menos um em formato papel, a internet é o meio privilegiado para aceder à informação que difundem. Os canais de sinal aberto, RTP1, RTP2, SIC e TVI, são os mais mencionados. Da mesma forma que os portugueses, procuram, nestes meios, informação sobre acontecimentos no resto do mundo, *“mas os jornais não são de notícias só daqui, vem todo o mundo e depois gosto de saber tudo...”* (S.S.).

Ponte com o país de origem e com a comunidade

Nenhum dos entrevistados pretende regressar ao Nepal no curto prazo. Embora todos tenham a intenção de voltar nas férias, a mensagem que transmitem é de que estão em Portugal com a intenção de trabalhar e de construir uma vida. O Nepal é a sua terra natal para onde pretendem voltar um dia, mas apenas quando a situação política estiver mais estável, eventualmente, para viver os últimos anos das suas vidas.

Família e amigos

Na sua “terra-mãe” têm família e amigos. Os média globais são utilizados para manter estes laços. O telefone assume uma função de veículo de interacção entre o imigrante e os membros distantes da sua família. No caso de imigrantes recentes, as ligações chegam a ser diárias. A internet, enquanto veículo de interacção, é utilizada, especialmente, com a família, com recurso ao correio electrónico (*e-mail*) e à videochamada,

através de *softwares* como o Skype¹⁵. Com os amigos, além do recurso aos *e-mails*, a utilização de redes sociais, como o Facebook¹⁶, é mais vulgar, “*When I open my yahoo or facebook I see so many friends so... oooh... I have a history there*” (Y.C.). Nesta vertente, a internet permite uma conexão ao mundo, e uma interacção com este, seja com conterrâneos a viver no país de origem ou em outra parte do mundo, seja com estrangeiros, que não é possível através de qualquer outro meio.

Informação sobre o país e a comunidade

Para informação sobre o país de origem, os imigrantes entrevistados utilizam dois tipos de meio: jornais *online* produzidos no Nepal e os média transnacionais. Os jornais *online* são acedidos por todos os imigrantes entrevistados, independentemente do período de estadia em Portugal, do sexo ou da idade. Nenhum refere a participação em fóruns ou a colocação de comentários, pelo que se subentende que a utilização não é feita numa lógica de interacção, mas sim numa perspectiva limitada à recepção de conteúdos produzidos nos diversos *sites*. Entre estes, todos os entrevistados referem os mesmos: *ekantipur.com* (em Inglês e Nepali), *nagariknews.com* (em Nepali), *nepalnews.com* (em Inglês), *onlinekhabar.com* (em Inglês e Nepali). Os média transnacionais são também consultados por todos e nestes, além de procurarem informação sobre o Nepal, procuram informação sobre o mundo. Os canais citados são: BBC, CNN e France 24. A BBC tem mesmo um canal só dedicado ao Nepal, www.bbc.co.uk/nepali, com toda a informação em Nepali. Nenhum vê estes canais através de televisão satélite, preferindo o acesso através das respectivas páginas de internet.

Para manutenção dos laços com a comunidade, todos os imigrantes entrevistados acedem aos quatro *sites* nepaleses produzidos em Portugal: *sahayatra.com* (em Nepali, produzido por Y.C.), *nepalportugal.com* (em Nepali), *portonepal.com* (em Nepali), *ptnepal.com* (em Nepali). Nestes encontram informação não só sobre a comunidade, mas também sobre o Nepal e sobre Portugal. A vantagem, especialmente para os imigrantes recentes, é de poderem ler notícias sobre a sociedade portuguesa escritas em Nepalês. Outra fonte de informação é a própria associação à qual todos pertencem, NRN Portugal, que divulga notícias e promove reuniões periódicas, onde são debatidos assuntos sobre política nepalesa, sobre a situação dos nepaleses em Portugal e sobre a diáspora nepalesa no mundo. Esta união que os nepaleses afirmam possuir em Portugal é, aliás, apontada como um factor que distingue esta comunidade de outras espalhadas pela Europa e constitui uma das razões pelas quais escolhem este país para viver,

“Muitos nepaleses cá são muito amigáveis, tá tudo reunido, tá tudo ajudando, tá tudo em boa condição. Noutros lados, em muitos países europeus, a Bélgica, a Inglaterra, têm muitos nepaleses, mas não têm coordenação, não são amigáveis, porque um grupo faz mal para outro grupo. Aqui não é assim. Aqui todos os nepaleses, quem vive em Portugal é muito amigável, há muita coordenação, muita unidade. Por isso é que gosto de viver aqui” (H.S.).

¹⁵ www.skype.com/intl/pt/home/

¹⁶ www.facebook.com

Conclusões

Esta pesquisa procurou examinar os diferentes usos que imigrantes pertencentes à pequena comunidade nepalesa existente em Portugal fazem dos média. Estes foram divididos entre média étnicos, média mainstream e média transnacionais. Dentro dos usos que os imigrantes fazem deles, podemos dividimo-los em dois: integração na sociedade de acolhimento e ligação à cultura de origem. O quadro abaixo e as respectivas legendas sistematizam e resumem os resultados obtidos no estudo:

Tipo de média	Média <i>mainstream</i>	Média transnacionais	Média étnicos
Usos dos média			
Integração no país de acolhimento			
▪ Aprendizagem da língua de acolhimento	1		
▪ Informação sobre a cultura de destino (costumes e valores)	2		
▪ Informação noticiosa sobre sociedade, economia e política do país de acolhimento	3		
▪ Informação noticiosa sobre o resto do mundo	4	5	
Ligação ao país de origem			
▪ Família e amigos no país de origem		6	
▪ Amigos e co-nacionais residentes no país de origem e no resto do mundo		7	
▪ Informação sobre o país de origem		8	9
▪ Informação sobre a comunidade no país de acolhimento			10

1

Imigrantes recentes:

- Páginas de internet de jornais portugueses e de canais televisivos de sinal aberto.
- Filmes americanos com legendas em Português.

Imigrantes já estabelecidos:

- Canais portugueses de sinal aberto: RTP1, RTP2, SIC e TVI.

2

Todos os imigrantes:

- Telenovelas portuguesas.
- Concursos televisivos portugueses.

3 e 4

Imigrantes já estabelecidos:

- Jornais de distribuição nacional: Público, Correio da Manhã, Diário de Notícias e Expresso; jornal gratuito com distribuição na Grande Lisboa: Metro; e revistas semanais: Sábado e Visão. Todos consultados, maioritariamente, através das respectivas páginas de internet.
- Canais portugueses de sinal aberto: RTP1, RTP2, SIC e TVI.

5

Todos os imigrantes:

- BBC, CNN, France 24. Todos acedidos através das respectivas páginas de internet.

6

Todos os imigrantes:

- Telemóvel.
- Internet: e-mail, Skype.

7

Todos os imigrantes:

- Internet: e-mail, Facebook.

8

Todos os imigrantes:

- BBC, CNN, France 24, BBC Nepal. Todos acedidos através das respectivas páginas de internet.

9

Todos os imigrantes:

- Sites nepaleses produzidos no Nepal: ekantipur.com (em Inglês e Nepali), nagariknews.com (em Nepali), nepalnews.com (em Inglês), onlinekhabar.com (em Inglês e Nepali).

10

Todos os imigrantes:

- Sites nepaleses produzidos em Portugal: sahayatra.com (em Nepali, produzido por Y.C.), nepalportugal.com (em Nepali), portonepal.com (em Nepali), ptnepal.com (em Nepali).

Em suma, a nossa pesquisa, à semelhança de outras que têm sido feitas no campo relativamente recente dos usos dos média por imigrantes, verificou a importância que aqueles têm em diferentes períodos da vida destes, desde os mais críticos aos menos críticos, consoante o estado mais ou menos avançado do processo de integração na sociedade de acolhimento.

A análise aos usos que o grupo de imigrantes nepaleses em foco fazem dos média e os papéis que estes desempenham nas suas vidas sugerem isso mesmo. Na formação de uma nova identidade, em que se misturam valores e costumes de culturas diferentes, no ajuste a um novo local de vida, e na manutenção de ligações a um passado familiar e cultural, os imigrantes encontram nos diferentes tipos de média ferramentas que os ajudam a ultrapassar algumas das principais barreiras inerentes ao processo de migração. Tal leva-nos a crer que políticas que possam ser tomadas relativamente a questões sobre imigração deverão não só considerar os efeitos que os média podem ter neste âmbito, mas também as

formas como estes poderão e estão a ser utilizados pelos imigrantes, nomeadamente, na aprendizagem da língua de acolhimento, um dos principais factores de sucesso na adaptação à nova sociedade.

Bibliografia

- ACIDI, FEINPT e PCM. "II Plano para a Integração de Imigrantes." *ACIDI*. Setembro 17, 2010.
- . "II Plano para a Integração de Imigrantes." *ACIDI*. Setembro 17, 2010.
- APPADURAI, A. "Disjuncture and difference in the global cultural economy." In *Global Culture: Nationalism, Globalization and Modernity*, by M. Featherstone, 295-310. London: Sage, 1990.
- . *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization*. Minneapolis and London: University of Minnesota Press, 1996.
- BOURDIEU, Pierre. *Language & symbolic power*. Edited by J. Thompson. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press, 1991.
- BURRELL, Jenna, and Ken ANDERSON. "I have great desires to look beyond my world: trajectories of information and communication technology use among Ghanaians living abroad." *New Media & Society*, Março 2008: 203-224.
- CARVALHEIRO, José Ricardo. *Do Bidonville ao Arrastão: Média, Minorias e Etnicização*. Lisboa: Instituto de Ciências Sociais, 2008.
- CHRISTOPOULOU, Nadina, and Sonja LEEUW. *Home is where the heart is: Family relations of migrant children in media clubs in six European countries*. A research report from Children in Communication About Migration (CHICAM), European Commission, 2004.
- CUNHA, Isabel Férrin. *A televisão das Mulheres: ensaios sobre a recepção*. Quimera Editores, Lda, 2006.
- . "Das Imagens dos Media aos Media: Fragmentos do Espaço Lusófono." *Anuário Internacional de Comunicação Lusófona 2005*, 2005.
- . "Uses and Consumptions of Television and Internet by Immigrants in Lisbon/Portugal." 2008.
- CUNHA, Isabel Férrin, and Clara Almeida SANTOS. *Média, Imigração e Minorias Étnicas II*. Observatório da Imigração e ACIME, 2006.
- CUNHA, Isabel Férrin, Clara Almeida SANTOS, Ilda FORTES, and Fernanda CASTILHO. *Imigração, diversidade étnica, linguística, religiosa e cultural na Imprensa e Televisão: 2008*. Entidade Reguladora para a Comunicação Social, 2008.
- CUNHA, Isabel Férrin, Clara Almeida SANTOS, Maria João SILVEIRINHA, and Ana Teresa PEIXINHO. *Média, Imigração e Minorias Étnicas*. Observatório da Imigração e ACIME, 2004.
- CUNHA, Isabel Férrin, Clara Almeida SANTOS, Willy FILHO, and Ilda FORTES. *Média, Imigração e Minorias Étnicas 2005-2006*. Observatório da Imigração e ACIDI, 2008.
- DR. "Lei da Nacionalidade - Lei Orgânica n.º 2/2006, regulamentada através do Decreto-Lei n.º 237-A/2006 de 14 de Dezembro. Diário da República n.º 239/2006 - I série." Dezembro 14, 2006.
- . "Prova do conhecimento da língua Portuguesa - Portaria 1403-A/2006, de 15 de Dezembro. Diário da República n.º 240/2006 - I série." Dezembro 15, 2006.
- ELIAS, Nelly. "Between Russianness, Jewishness, and Israeliness: Identity Patterns and Media Uses of the FSU Immigrants in Israel." *Journal of Jewish Identities*, Janeiro 2011.

- ELIAS, Nelly, and Dafna LEMISH. "Between three cultures: media in the lives of immigrant children in Israel and Germany." *Paper submetido na Instructional and Development Division da conferência anual da International Communication Association*. Dresden, 2006.
- . "Media uses in immigrant families: torn between "inward" and "outward" paths of integration." *International Communication Gazette*, 2008: 23-42.
- . "Between three worlds: host, homeland and global media in the lives of russian immigrant families in Israel and Germany." *Journal of Family Issues*, March 14, 2011.
- . "Media, migration experience and adolescence." *Televizjon*, 2010.
- GEORGIU, Myria. "Diasporic Media Across Europe: Multicultural Societies and the Universalism–Particularism Continuum." *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 2005: 481-498.
- GIDDENS, Anthony. *Sociologia*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2007.
- GILLESPIE, M. *Television, Ethnicity and Cultural Change*. London: Routledge, 1995.
- GIUSEPPE, Richeri. *The role of media in cultural and social identities construction. The case of Kosovar immigrants in Switzerland*. Swiss National Science Foundation, 2009.
- HALL, Stuart. "Culture, Community, Nation." *Cultural Studies*, 1993, 7 ed.: 349-363.
- . *Representation. Cultural Representations and Signifying Practices*. London: Sage Publications Ltd, 2003.
- KATZ, Elihu, JAY, G. BLUMER, and Michael GUREVITCH. "Uses and Gratifications Research." *The Public Opinion Quarterly*, Inverno 1974: 509-523.
- LIVINGSTONE, Sonia. "The work of Elihu Katz: conceptualizing media effects in context." *International media research: a critical survey*, 1997: 18-47.
- NRN, Non Resident Nepalese Association. *Non Resident Nepalese Association, Portugal*. 2011.
- OIM, Organização Internacional para as Migrações. *Nepal: Facts and Figures*. Abril 2011.
- PARECK, Bhikhu. *Rethinking Multiculturalism: Cultural Diversity and Political Theory*. Londres: Macmillan Press, 2000.
- PIRES, Rui Pena, Fernando Luís MACHADO, João PEIXOTO, and Maria João VAZ. *Portugal: Atlas das Migrações Mundiais*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, Comissão Nacional para as Comemorações do Centenário da República e Edições tinta-da-china, Lda, 2010.
- REECE, Debra, and Philip PALMGREEN. "Coming to America: need for acculturation and media use motives among indian sojourners in the US." *International Journal of Intercultural Relations*, 2000: 807-824.
- RUGGIERO, Thomas E. "Uses and Gratifications Theory in the 21st Century." *Mass Communication and Society*, 2000, Disponível online: 17 Nov 2009 ed.
- SALIM, Isabel Câmara. *Os Meios de Comunicação Étnicos em Portugal*. Observatório da Imigração e ACIDI, 2008.
- SEFSTAT, Portal de Estatísticas do SEF. *População Estrangeira Residente em Território Nacional, por distrito e ano*. 2011.
- . *População Estrangeira Residente em Território Nacional, por distrito e por nacionalidade, em 2011*. 2012.
- . *População Estrangeira Residente em Território Nacional, por país de origem, em 2010*. 2010.
- TSATSOU, Panayiota, Ian STAFFORD, Gary HIGGS, Richard FRY, and Robert BERRY. *ICT use and connectivity of minority communities in Wales - Final Report*. United Kingdom: The Connected Communities Project - Arts and Humanities Research Council, 2011.
- VALDIGEM, Catarina. "Usos dos media e identidade: brasileiras num Salão de Beleza." *Media e Jornalismo*, 2006: 55-78.

WOOD, Nancy, and Russell KING. "Media and Migration. An overview", in Wood, Nancy e King, Russell (orgs.) "Media and Migration. Constructions of mobility and difference". London: Routledge, 2001.

Guião da Entrevista:

- Q. Quantos anos tem?
- Q. Quantos anos estudou?
- Q. É licenciado? Em quê?
- Q. Em que país vivia antes de viver em Portugal?
- Q. Há quanto tempo vive em Portugal?
- Q. Porque veio para Portugal?
- Q. Qual é neste momento a sua actividade aqui em Portugal (ou o seu trabalho)?
- Q. E qual era a sua profissão no Nepal?
- Q. Qual era a imagem que tinha de Portugal antes de cá chegar, como é que achava que Portugal era?
- Q. O que menos lhe agrada em relação aos portugueses e a Portugal? E o que mais lhe agrada?
- Q. Pretende voltar para o Nepal?
- Q. Quais as diferenças maiores que vê entre o Nepal e Portugal?
- Q. O quê/quem é que tem no Nepal?
- Q. Do que mais sente saudades?
- Q. Que meios utiliza para se manter informado sobre o Nepal?
- Q. Quais são os média portugueses que utiliza? O que é que vê? Jornais?
- Q. Qual é o principal objectivo de ver estes meios de comunicação?
- Q. Costuma utilizar outros meios de comunicação que não sejam portugueses?
- Q. O que procura nesses?
- Q. Costuma buscar informação sobre o Nepal?
- Q. A comunidade nepalesa cá em Portugal tem algum meio de comunicação?
- Q. Quais são os média nepaleses que costuma utilizar?
- Q. Que outros média utiliza para se manter informado sobre o Nepal?
- Q. Como é que aprendeu Português? / Está a aprender Português? Como? Onde?
- Q. Quais foram as principais razões que o levaram a aprender a falar Português?
- Q. Que língua(s) fala em casa?
- Q. Em que situações utiliza a língua portuguesa?