
Introdução

Marta Vilar Rosales

**Edição electrónica**URL: <http://journals.openedition.org/cp/7642>

DOI: 10.4000/cp.7642

ISSN: 2183-2269

Editora

Escola Superior de Comunicação Social

Edição impressa

Data de publicação: 1 dezembro 2010

Paginação: 7-11

ISBN: 1646-1479

ISSN: 16461479

Referência eletrónica

Marta Vilar Rosales, « Introdução », *Comunicação Pública* [Online], Vol.5 nº 9 | 2010, posto online no dia 28 maio 2020, consultado o 05 dezembro 2020. URL : <http://journals.openedition.org/cp/7642> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/cp.7642>

Este documento foi criado de forma automática no dia 5 dezembro 2020.



Comunicação Pública Este trabalho está licenciado com uma Licença Creative Commons - Atribuição-NãoComercial 4.0 Internacional.

Introdução

Marta Vilar Rosales

- 1 Os textos que se apresentam neste número temático da revista *Comunicação Pública* foram, na sua maioria, apresentados no decorrer do painel *Antropologia dos media: práticas, consumos e representações* do IV Congresso da Associação Portuguesa de Antropologia, em Setembro de 2009, sob coordenação de Filipe Reis e minha.
- 2 A razão primeira que nos levou a promover a realização do painel foi estabelecer um contexto para a apresentação pública de trabalhos que sabíamos estarem a ser desenvolvidos sobre a temática, quer ao nível dos diferentes mestrados e doutoramentos em antropologia quer no quadro de projectos de investigação, e propiciar o diálogo e a reflexão conjuntos sobre uma área de estudos com ainda relativa invisibilidade no quadro da antropologia nacional. O número considerável de apresentações submetidas e, sobretudo, o seu potencial e a sua criatividade em termos científicos leva-ram-nos à produção deste número temático, o qual inclui também dois outros artigos (Rosales e Ferreira, Moura) que, embora apresentados noutros contextos, se conjugam perfeitamente com os que resultaram do painel do IV Congresso da APA.
- 3 Relativamente recente enquanto área de estudo autónoma, a antropologia dos *media* tem vindo a assumir, desde os finais da década de 80, uma visibilidade e intensidade crescentes no quadro da produção antropológica mundial. Reflexo desta vitalidade é o conjunto significativo de obras que produtivamente enquadram e discutem os fundamentos teóricos do campo, as especificidades ao nível das abordagens e as linhas de questionamento dominantes, das quais destacaria, entre outras, pela visibilidade, influência e sistematização de posicionamentos e interrogações fundadoras, o ensaio de Debra Spitulnik «Anthropology of Mass Media» (1993) e as obras colectivas *Consuming Technologies: Media and Information in Domestic Spaces* (1992), organizada por Roger Silverstone and Eric Hirsh; *Media Worlds. Anthropology on a New Terrain* (2002), organizada por Faye Ginsburg, Lila Abu-Lughod e Brian Larkin; e *Media Anthropology* (2005), organizada por Eric Rothen-buhler e Mihai Coman. Comum a todos estes contributos, a ideia de que, ao questionar noções reificadas de lugar e cultura, a antropologia contribuirá para um entendimento da diversidade, pluralidade e complexidade das práticas de produção e consumo dos media, situadas numa

multiplicidade de locais com especificidades próprias, onde interagem com outras práticas quotidianas, as quais devem ser equacionadas como contributos fundamentais para a caracterização e o entendimento das primeiras.

- 4 A existência de práticas, apropriações, finalidades e relacionamentos específicos e necessariamente distintos relativamente aos *media* nos trabalhos aqui apresentados constitui a nota que mais se pretende destacar nesta introdução. Este número integra sete artigos nos quais se abordam diversos *media* (televisão, internet, rádio, jornais) em diferentes contextos (Portugal, Canadá, França, Argentina, Catalunha) e se problematizam múltiplas questões acerca das suas funções na contemporaneidade. Da diversidade de abordagens desenvolvidas ressaltam duas linhas de continuidade entre os textos. A primeira revela o claro predomínio das abordagens qualitativas ao campo dos *media*, opção que resulta do modo como a generalidade dos objectos de estudo em causa foram construídos, privilegiando a observação das práticas e dos processos de apropriação das tecnologias de comunicação, quer ao nível da produção quer do consumo, contextualizando-as e territorializando-as por forma a estabelecer um diálogo produtivo entre os *media* e as diferentes instituições, estruturas e problemáticas que compõem a vida colectiva contemporânea. A segunda expõe o interesse e a visibilidade que a complexa temática das migrações parece deter no presente para as ciências sociais, e em particular para a antropologia. Com a excepção de dois artigos, todos os outros abordam, se bem que partindo de pressupostos e interrogações distintas, a temática das migrações e todo um conjunto de problemáticas a elas associadas (associativismo, representação no espaço público, relações transnacionais, gestão das redes familiares) como objecto de estudo.
- 5 O primeiro texto do *dossier* constitui o único caso de reflexão e discussão teóricas não suportado pela apresentação de dados empíricos. Partindo do pressuposto de que os *media* em geral constituem elementos interventivos e modeladores das experiências migratórias, Maria Inês David procura responder à seguinte pergunta: qual o papel que a rádio desempenha na gestão da identidade cultural de migrantes e minorias e que especificidades apresenta quando representa esse papel? A procura de uma resposta passa, em primeiro lugar, segundo a autora, por evitar designações tais como «*media* étnicos minoritários» e «*media* diaspóricos», em virtude das conotações associadas aos conceitos de diáspora e etnicidade. Propõe-se a noção de «*media* minoritários» como alternativa conceptual, a qual resulta de uma abordagem, segundo David, sobretudo preocupada com as categorias conceptuais e as dinâmicas subjacentes à produção e recepção de *media*, aos processos de auto-representatividade e às funções diferenciadoras que estes desempenham no *mediascape*, bem como aos modos como conseguem abranger realidades especificamente radiofónicas, adequando-se, por isso, à construção de pertenças em contexto migratório.
- 6 O segundo texto retoma a temática das migrações no quadro de uma investigação que tem como objecto de estudo a produção de um programa televisivo por um grupo de migrantes de origem açoriana em Toronto, no Canadá. Centrada na análise de conteúdos disponibilizados pelo programa *Gente da Nossa* ao longo de sensivelmente um ano e na discussão da sua agenda, promove-se ao longo do texto uma reflexão acerca da identidade cultural, da relação com a origem e das estratégias de posicionamento e afirmação no espaço público da comunidade portuguesa migrante no Canadá.
- 7 Através de uma etnografia centrada nos usos do telemóvel por parte de um grupo de migrantes guineenses residentes em Portugal, o terceiro texto discute os modos como o

uso de tecnologias de comunicação móveis altera padrões de interacção familiares, ao redefinir o espaço em que estas acontecem como um espaço transnacional. Como fica patente ao longo do texto, o telemóvel permite aos migrantes comunicar com familiares residentes em Lisboa, na Guiné Bissau, em França e nos Estados Unidos da América, com propósitos múltiplos, que vão da conversa quotidiana ao tratamento de assuntos familiares e ao estabelecimento de negócios. Teresa Costa defende, a partir deste caso específico, a significância de investigar os impactos que os *media* parecem ter ao nível das vidas quotidianas das famílias migrantes ao permitirem, por um lado, compensar afectivamente as ausências e gerir problemas do dia-a-dia, mas, por outro, gerando obrigações crescentes para com os familiares que ficam na origem e produzindo, assim, novos constrangimentos transnacionais.

- 8 O quarto texto situa uma vez mais a análise na esfera da produção de conteúdos sobre migrantes. António Manuel Oliveira, Susana Parra e Vanessa Jesus propõem uma reflexão sobre os modos como os jornalistas, ao construírem os seus discursos sobre a temática das migrações, (re)constróem simultaneamente as suas identidades e a identidade do «outro migrante». Os *media*, mais especificamente dois jornais portugueses, são assim abordados enquanto produtores e reprodutores socioculturais num exercício analítico que procura discutir os modos como os contextos de produção jornalística interferem nos textos posteriormente difundidos sobre as migrações brasileira e chinesa para Portugal. Paralelamente, problematiza-se o papel dos *media* enquanto agentes de socialização e enquanto *media*-dores entre as esferas pública e privada. A análise de conteúdo efectuada aos textos jornalísticos produz a conclusão de que a relativa heterogeneidade de perspectivas neles encontrada resulta significativamente das diferenças existentes ao nível das biografias e dos posicionamentos sociais dos produtores das notícias.
- 9 O quinto texto apresenta-nos uma reflexão sobre os modos como a internet poderá contribuir para a manutenção e reconstrução de traços identitários em contextos migratórios. Partindo da análise dos conteúdos de um conjunto restrito de *sites* produzidos por emigrantes portugueses e luso- -descendentes em França, Catarina Silva Nunes demonstra como a internet permite simultaneamente desenvolver estratégias de ancoramento e de mobilidade face à origem e às narrativas identitárias a ela associadas.
- 10 O sexto texto retoma novamente a temática das migrações portuguesas, desta feita em contexto sul-americano, na Argentina. Fernando Moura parte do caso específico do *Jornal Português*, periódico produzido e consumido em Escobar (Buenos Aires), propondo-se observar e discutir o papel dos *media* na gestão quotidiana da identidade colectiva da população migrante de origem portuguesa residente nesta província.
- 11 O sétimo texto situa-se num dos terrenos mais intensamente explorados pela antropologia dos *media* – os movimentos sociais contemporâneos. Cédric Masse explora a temática da «militância virtual», da sua relação com a «militância real» e do papel que a primeira poderá assumir na formação, extensão e consolidação das redes sociais locais e internacionais, a partir de uma abordagem etnográfica que confronta dois casos diferenciados observados em Barcelona e em Buenos Aires.
- 12 Termino agradecendo a todos os que colaboraram decisivamente para a concretização desde número. A toda equipa editorial da Comunicação Pública por ter aceite de forma entusiasta e imediata este projecto, ao Jorge Trindade pela eficiente edição de todos os textos e, sobretudo, à Cláudia Silvestre pela forma profissional e compreensiva com que geriu e partilhou comigo a sua produção, obrigada. Uma nota final mas muito merecida

de apreço é devida também a todos os autores que participam no número e, duplamente, a Filipe Reis por ter co-organizado o painel que lhe deu origem.

BIBLIOGRAFIA

Ginsburg F., Abu-Lughod L. & Larkin B. (eds) (2002) *Media Worlds: Anthropology on a New Terrain*. Berkeley, University of Califórnia Press.

Silverstone, R. & Hirsh E. (eds) (1992) *Consuming Technologies: Media and Information in Domestic Spaces*. London, Routledge.

Spitulnik, D. (1993) Anthropology of Mass Media, *Annual Review of Anthropology*, vol. 22, pp. 293-315.

Rothenbuhler, E. & Coman M. (eds) (2005). *Media Anthropology*. London, Sage.

AUTOR

MARTA VILAR ROSALES

FCSH-UNL e CRIA
mrosales@escs.ipl.pt