
Reflexão sobre um possível conceito de rádio minoritária

Reflexions on the possible concept of minority radio

Maria Inês David

**Edição electrónica**

URL: <http://journals.openedition.org/cp/7647>

DOI: 10.4000/cp.7647

ISSN: 2183-2269

Editora

Escola Superior de Comunicação Social

Edição impressa

Data de publicação: 1 dezembro 2010

Paginação: 15-35

ISBN: 1646-1479

ISSN: 16461479

Refêrencia eletrónica

Maria Inês David, « Reflexão sobre um possível conceito de rádio minoritária », *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/7647> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/cp.7647>

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.

Reflexão sobre um possível conceito de rádio minoritária

Reflexions on the possible concept of minority radio

Maria Inês David

Introdução

- O papel dos *media* tem sido reconhecido como fundamental nos processos migratórios em virtude da crescente capacidade das novas tecnologias da comunicação de comprimir distâncias físicas e temporais (Tsagarousianou, 2004, p. 60; Georgiou, 2003, p. 15; Morley, 2000, p. 153). Ao intensificar dinâmicas de movimento e conectividade, os *media* possibilitam e modelam novas formas de associação e pertença de forma a complementar as relações interpessoais em contexto migratório (Tsagarousianou, 2004, p. 62; Georgiou, 2003, p. 7; Morley, 2000, p. 153; Appadurai 1991, p. 197). Nesse sentido, proporcionam uma lente privilegiada através da qual se podem observar e compreender dinâmicas relativas às migrações como processos de re-territorialização (Silverstone e Georgiou, 2005; Dayan, 1998, p. 111; Riggins, 1992, p. 2; Appadurai, 1991, p. 194). No entanto, há uma falta de consenso no que diz respeito à natureza, categorização e denominação de iniciativas no campo da comunicação mediatizada em contexto migratório.
- Efectivamente, embora designações como «ethnic minority media» (Riggins, 1992) e «diasporic media» (Tsagarousianou, 2004; Georgiou, 2003) se centrem nas problemáticas da auto-representação mediatizada e na construção de pertenças através dos *media*, divergem no que diz respeito à fundamentação conceptual das realidades que tentam capturar. Paralelamente, encontrar uma definição que agrupe as referidas experiências de *media* é também dificultado, entre outros aspectos, pela multiplicidade de escalas a que funcionam, dos princípios pelos quais se regem, de tecnologias de suporte usadas, de condições de produção, de tipos de conteúdo e *output* e dos papéis de representatividade que cumprem (Tsagarousianou, 2004, p. 61; Hendy, 2000, p. 120; Dayan, 1998, p. 110; Riggins, 1992, p. 2).

- 3 No âmbito de um projecto de investigação sobre programas de rádio feitos *por, para, com* e/ou *sobre* migrantes e minorias surge a necessidade de encontrar terminologia adequada tanto à operacionalização como à conceptualização do objecto de estudo. Em virtude da fase inicial em que o projecto se encontra, sentimos necessidade de seleccionar uma denominação que remeta para as especificidades que caracterizam os *media* produzidos e recebidos em contexto migratório mas que, ao mesmo tempo, reserve espaço para as singularidades que a exploração do terreno possa oferecer. Na lógica de Robert Merton (1968), procuramos então um conceito de médio alcance que articule dados empíricos e o desenvolvimento da pesquisa, com um corpo teórico basilar e balizante. Por outras palavras, procuramos um termo aberto, mas não excessivamente abstracto, que esteja situado a um nível «intermediate to the minor working hypotheses evolved in abundance during the day-by-day routine of research, and the all-inclusive speculations comprising a master conceptual scheme» (Merton, 1968, p. 5).

1. Radio-grafia: uma etnografia da apropriação de rádio por migrantes e minorias em Portugal

- 4 Para estudar os programas de rádio em questão partimos do pressuposto de que os *media* constituem elementos interventivos e modeladores das experiências migratórias (Morley, 2000, p. 153; Dayan, 1998, p. 111; Appadurai, 1991, p. 199). Em concreto, consideramos que as possibilidades criadas pelos meios de comunicação, tanto ao nível da formação e manutenção de colectividades através de fronteiras (Georgiou, 2003, p. 5; Dayan, 1998,
- 5 p. 110), como ao nível da imaginação e interpretação de projectos de vida pessoais (Morley, 2000, p. 197-200; Appadurai, 1991, p. 197), informam também o modo como os sujeitos vivenciam as relações consigo, com os outros e com os lugares por onde passam ao longo dos seus percursos migratórios. Motivados pela problemática da construção de pertenças através dos *media* em contexto migratório, procuramos responder à pergunta ‘que papel desempenha a rádio na gestão da identidade cultural de migrantes e minorias, e quais as suas especificidades nesse papel?’.
- 6 Para responder à pergunta de investigação pretendemos comparar dois programas seleccionados no âmbito de uma paisagem radiofónica cujo mapeamento, inédito, está actualmente em curso. A dimensão e a volatilidade do panorama das iniciativas em causa impõem restrições à eleição de estudo.¹ Adicionalmente, a dependência de recursos, motivação e disponibilidade dos vários agentes que produzem os programas não só denota as dificuldades a nível da sustentabilidade dos mesmos, como também denuncia a possível necessidade de substituir as iniciativas escolhidas para exemplo durante o curso da investigação. Como tal, optamos por programas que têm persistido no ar ao longo de vários anos apesar de viajarem e serem acolhidos por diferentes emissores.
- 7 Entre eles consideramos, de momento, programas emitidos em rádios locais em Portugal continental, como «Fiesta Venezolana» (estação «Voz do Caima», Oliveira de Azeméis) e «Swagatam – Sons do Oriente» («Rádio Orbital», Lisboa). Para além de apresentarem uma dimensão local forte, com emissões em FM que cobrem regiões onde as populações venezuelana e indiana estão concentradas, o idioma principal de ambos

não é impeditivo da investigação.² Adicionalmente, evidenciam dinâmicas de atribuição de significados à experiência migratória que indiciam uma pluralidade de identificações e, como tal, propiciam uma investigação sobre a construção de pertenças. No primeiro caso, o programa estimula a proximidade entre portugueses retornados e o país que os acolheu durante, por vezes, gerações: a Venezuela. No segundo, o programa cultiva a ligação à Índia por parte de sujeitos que se alinham de forma distinta entre si em função de, por exemplo, afinidades linguísticas.³

- 8 Tencionamos desenvolver uma etnografia dos públicos em 2010 para explorar as sociabilidades que os programas promovem em torno de si e para além dos estúdios. Antecipamos que categorias como, por exemplo, o género ou a geração emergem como significativas entre o segmento da população que nos interessa estudar, direccionando a especificação da população em análise: membros do público-alvo que ouvem regularmente o programa e de alguma forma nele participam. Para além de ter em conta o processo de produção dos programas e os seus conteúdos, pretendemos acompanhar o programa através dos diversos contextos que ele percorre (o que Marcus (1991) designaria por «follow the program»). De forma complementar à etnografia, recorreremos a entrevistas semi-directivas, diários de informantes sobre os seus hábitos de consumo de *media* e grupos de discussão com representantes de segmentos da população relevantes.
- 9 Avançamos a hipótese de a rádio constituir, de facto, um recurso importante na manutenção da dimensão cultural da identidade no processo de re-territorialização de migrantes e minorias em Portugal. Mais especificamente, testamos a possibilidade de a rádio promover o processo de revisão e reformulação das identificações com lugares, legados culturais e grupos que os partilham. Com base nas propostas de Spitulnik (1993), exploramos as apropriações dos programas através de, por um lado, práticas de recepção de discursos e imagens que circulam nas emissões, e, por outro, formas de habitar, e usar, «espaços de encontro mediatizados» radiofónicos (Spyer et al. 2002, p. 192).⁴ Nesse sentido, exploramos o modo como a apropriação da rádio, tanto através da produção e da distribuição como da recepção dos programas, possibilita e promove a imaginação, representação, negociação e reconfiguração de «vidas possíveis» (Appadurai 1991, p. 197) e de ‘comunidades’.
- 10 Para operacionalizar estes programas de rádio feitos *por, para, com e/ou sobre* migrantes e minorias residentes em Portugal, sugerimos a noção de «*media/rádio* minoritários». A proposta resulta, por um lado, da revisão crítica de termos como «*ethnic minority media*» (Riggins 1992) e outros que se têm usado para o substituir. Por outro lado, a escolha decorre da possibilidade de redefinir «minoritário» no sentido de evidenciar o modo como um possível enquadramento conceptual do termo se coaduna, por um lado, com as especificidades da rádio e, por outro, com o contexto migratório em que esta é produzida e recebida.

2. «Ethnic Minority Media» e «Diasporic Media» – Mais-Valias e limitações

- 11 Evitamos designações como «*ethnic minority media*» (Riggins, 1992), «*minority ethnic media*» (Husband 2005) e «*diasporic media*» (Tsagarousianou, 2004; Georgiou, 2003), em virtude das conotações associadas às noções de etnicidade e diáspora em que estão alicerçados. Importa salientar que, com este pequeno exercício teórico, tentamos

apenas questionar a especificação que «étnico» e «diaspórico» conferem à designação das iniciativas de *media* a estudar. É nesse sentido que, em lugar de enveredar pelos grandes debates que ambos os conceitos têm inspirado, apontamos alguns aspectos relativos ao modo como informam teórica e descritivamente a categorização que fazem dos *media*.

2.1. «Ethnic Minority Media» e identidade étnica

- 12 Desde que foi usado numa das primeiras obras em que se relacionaram os *media* com o fenómeno das migrações, o conceito de «ethnic minority media» (Riggins, 1992) parece ter ganho uma popularidade que lhe permite referir-se a uma categoria de *media* facilmente reconhecível. No entanto, ainda que o termo consiga remeter para temáticas e questões específicas das iniciativas em questão, como a auto-representatividade, o uso de «étnico» na designação dos *media* acarreta, para além de todas as suas potencialidades, uma carga teórica que pode introduzir elementos redutores na discussão dos mesmos. Assim, hesitamos em associar «étnico» a minorias e aos seus *media*, apesar da relevância que as dimensões étnicas da identidade podem assumir, a nível conceptual, nas dinâmicas de reconstrução e negociação identitária que pretendemos estudar.
- 13 De facto, enquanto instrumento analítico para pensar a realidade social, a etnicidade revela um idioma que não só permite negociar e articular posições de sujeito, como também evidencia o carácter contingente dos mecanismos de construção de pertenças (Baumann, 1996; Roosens, 1989; Barth, 1969). Na acepção de Barth (1969), que reposicionou o conceito como articulador de relações sociais, a etnicidade informa processos elementares em contexto migratório, como a revisão e o manejo de referentes culturais que motivam, por um lado, a identificação e associação a grupos e, por outro, a diferenciação e distanciamento dos mesmos (Tsagarousianou, 2004, p. 55; Baumann, 1996, p. 193). Porém, a alusão à dimensão étnica em «ethnic minority media» remete para um conjunto de referentes que são comumente sobrepostos para caracterizar minorias, embora nem sempre os seus membros subscrevam todo esse repertório identitário. Essa perspectiva ignora que os sujeitos demonstram uma «competência discursiva dual» (Baumann, 1996, p. 189) quando mobilizam estrategicamente essencializações sobre aspectos como religião, língua e origem, independentemente da sua veracidade histórica (Roosens, 1989, p. 12), para redesenharem fronteiras e se movimentarem nas suas relações sociais.
- 14 Numa abordagem aos usos dos *media* enquanto recursos para a negociação da identidade cultural, torna-se, por isso, necessário verificar caso a caso quais os critérios usados para demarcar a dimensão étnica da identidade, bem como as razões que motivam investimentos diferenciados nela (Baumann, 1996, p. 18; Riggins, 1992, p. 2; Roosens, 1989, p. 12). Efectivamente, a identidade étnica pode assumir centralidade nos projectos de vida de uns da mesma forma que pode, para outros, desempenhar um papel meramente periférico.⁵ À medida que manejam oportunidades e condicionantes em diferentes situações, os sujeitos podem, inclusive, se for vantajoso para os seus projectos futuros, minimizar a expressão da sua etnicidade (Roosens, 1989, p. 19). Da mesma forma, é necessário partir do princípio de que «ethnic is a matter of quoting» (Baumann, 1996, p. 19), e de que importa averiguar, em lugar de pressupor, em que

medida a dimensão étnica deve ser considerada um marcador identitário quando se pensa o recurso aos media.

- 15 Em concreto, especialmente a um nível individual, é necessário atentar nas múltiplas apropriações possíveis dos programas de rádio, uma vez que estas evidenciam diferenças relativamente à forma de vivenciar a etnicidade através dos *media*. Se o consumo de um programa pode divergir relativamente às intenções da produção,⁶ sublinhamos que as variadas práticas de recepção e interpretação distinguem, também, experiências de sujeitos de diferentes gerações, géneros, classes sociais e ocupações profissionais (Silverstone e Georgiou, 2005, p. 436; Morley, 2000, p. 165; Dayan, 1998, p. 111). Por outro lado, os diferentes posicionamentos que os sujeitos assumem dentro de um grupo minoritário exigem uma investigação sobre o acesso a – e o controlo diferenciado sobre – processos de produção e de disseminação de discursos que visam representar a minoria (Silverstone e Georgiou, 2005, p. 435; Tsagarousianou, 2004, p. 61).⁷ Significativamente, à parte as relações de poder que organizam tensões e dinamizam colectividades, é necessário admitir o recurso à etnicidade como uma estratégia enquadrada na carreira profissional de sujeitos com um trabalho na área dos media iniciado no país de origem (Silverstone e Georgiou, 2005, p. 437). Nesses casos, mais que perseguir projectos ideológicos, explorar a dimensão étnica pode servir para melhor posicionar os seus programas entre as audiências.
- 16 De forma semelhante, importa conferir qual o pendor da dimensão étnica nas iniciativas de auto-representação mediatizada. Efectivamente, as condicionantes institucionais impostas pelas rádios locais onde se produzem os programas podem esbatê-la ao limitar a expressão e celebração da etnicidade nos programas a que concedem espaço de antena. Por outro lado, para além dos esforços de assimilação e/ou das estratégias de invisibilidade nos espaços públicos, os sujeitos podem não recorrer aos *media* para fins de manutenção e reprodução da identidade cultural colectiva (Ginsburg, 1997, p. 94). De facto, os *media* podem não constituir os canais e espaços usados para a reconstrução e transmissão da memória do grupo, ainda que, como Dayan (1998, p. 105) discute, a ausência de outras instituições de socialização que sirvam especificamente a minoria, como escolas ou museus, privilegie os *media* enquanto veículos para essa função. Nesse sentido, os *media* podem não desempenhar um papel preponderante na gestão da inclusão, ou (auto-)exclusão, no país de residência (Silverstone & Georgiou 2005, p. 438).
- 17 No entanto, é nesse quadro politizado de integração vs. marginalização que se pensam muitas vezes as iniciativas de *media* feitos *por, para, com e/ou sobre* migrantes e minorias. De facto, embora as motivações que regem as iniciativas protagonizadas por minorias não resultem sempre, ou necessariamente, de projectos emancipatórios, são comumente associadas tanto à afirmação da identidade cultural de um grupo no espaço público como à procura de reconhecimento e ao esforço de reivindicação de direitos (ex: *Online/More Color in the Media*, 2004; Morley, 2000 p. 116; Ginsburg, 1997, 1991; etc). Sem querer minimizar o papel dos *media* como resposta à privação de direitos e/ou à sub-representação em meios de comunicação que servem sobretudo os interesses e gostos da maioria (Morley, 2000, p. 116; Riggins, 1992, p.3), é importante sublinhar que a acentuação da dimensão étnica pode estar centrada no processo reflexivo em torno da (re)produção, expressão e celebração da identidade cultural do próprio grupo (Silverstone e Georgiou, 2005, p. 438). Por outras palavras, se os *media* podem contribuir para a validação das fronteiras e das pertenças (Morley, 2000, p. 119),

através do reconhecimento da inclusão ou exclusão no grupo e da demarcação do mesmo na esfera pública (Silverstone e Georgiou, 2005, p. 466; Georgiou, 2003, p. 55; Dayan, 1998, p.110; Riggins, 1992, p. 2), é importante conceder que não visem forçosamente denunciar desigualdades.

- 18 O carácter redutor da associação do «étnico» a «minorias» e a «*media*» evidencia-se precisamente na medida em que a ênfase da dimensão diferenciadora da etnicidade remete para uma dialética politizada ao nível do estado-nação. Ainda que seja necessário reconhecer que o nível nacional é importante para pensar e enquadrar os processos migratórios que regulamenta (Georgiou, 2003, p. 25; Dayan, 1998, p. 110),⁸ também é necessário apontar que reporta para dinâmicas de assimetria social em que os «étnicos» são sempre «outros», subordinados e marginalizados (Morley, 2000, p. 119).⁹ Notavelmente, embora todos os *media* e os seus agentes tenham uma dimensão étnica na sua identidade – e possam veiculá-la, celebrá-la e negociá-la –, apenas os *media* minoritários têm esse cunho (Husband, 2005, p. 477). De facto, as maiorias, bem como as elites, nunca são apontadas como desprovidas de um espaço para fazer a sua ‘voz’ ouvida, como o são as minorias que usam os *media* (Georgiou, 2003, p. 5; Morley, 2000, p. 116). Considerar, por um lado, de quem é a «voz» de que se está a falar e, por outro, o que faz com que ela não seja ouvida a não ser que se afirme e se auto-represente no espaço público por oposição à maioria (Silverstone e Georgiou, 2005, p. 437) alerta para as conotações que se impõem *a priori* ao descrever iniciativas de auto-representação mediatizada.
- 19 Em última análise, importa verificar, em lugar de pressupor, tanto a expressão da dimensão étnica na produção e recepção dos programas como a quem essa etnicidade se refere, o modo como é manejada e os interesses que estão em jogo em todo o processo. Como foi já discutido, a associação de «étnico» tanto às minorias que produzem e constituem os públicos-alvo dos programas, no caso de «ethnic minority media» (Riggins, 1992), como aos *media* em si, no caso da variante «minority ethnic media» (Husband, 2005), restringe a lente analítica. Nesse sentido, consideramos que partir da óptica da etnicidade na designação das iniciativas de *media* é desadequado para conceptualizar os programas de rádio que nos propomos estudar, bem como as suas múltiplas apropriações.

2.2. «Diasporic Media» e diáspora

- 20 Entre os autores que usam a noção de «diasporic media» (ex: Gillespie),¹⁰ Georgiou (2003)¹¹ e Tsagarousianou (2004) tecem considerações particularmente relevantes para pensar o conceito de diáspora e o modo como este informa teoricamente a categorização de *media* em questão. Por um lado, ecoam outras discussões sobre a noção de diáspora no que diz respeito a contribuições que permitem melhor compreender o papel dos *media* em contexto migratório (Hall, 2003; Gilroy, 2003; Clifford, 2000; Vertovec, 1999; Anthias, 1998).¹² Por outro lado, apontam o carácter flexível que o conceito adquiriu à medida que tem sido usado com múltiplas orientações, e que o torna impreciso para descrever e classificar as iniciativas de *media* que pretendemos estudar.
- 21 Para relacionar os *media* com o fenómeno das migrações, Georgiou (2003) e Tsagarousianou (2004) centram-se nas dinâmicas de mobilidade, mudança e fluxo, que levaram a repensar a rearticulação entre o espaço, a estabilidade e a reprodução

- cultural (Appadurai, 1991, p.192). Como tal, perspectivam a formação e configuração de ‘comunidades’ dispersas por diversos países com base num olhar que, reflectindo tendências recentes, focaliza os processos de deslocação e reterritorialização em lugar de se centrar nas dinâmicas de desenraizamento (Gilroy, 2003, p. 65; Clifford, 1997, p. 259; Appadurai, 1991, p. 192). Sublinham também a circulação e a conectividade que têm vindo a caracterizar a globalização, e que imprimiram uma dimensão transnacional aos processos de inclusão e exclusão (Georgiou, 2003, p. 5; Anthias, 1998, p. 563; Clifford, 1997, p. 250; Tsagarousianou, p. 64). Partem por isso de uma abordagem que perspectiva a migração a partir da mudança (Gilroy, 2003, p. 63), como uma viagem que reconfigura os laços com os lugares, questionando permanentemente fronteiras, tanto geográficas como socioculturais (Georgiou, 2003, p. 15-16). Com base neste enquadramento, exploram o modo como os meios de comunicação concretizam e potenciam as dinâmicas de movimento constante, conexão e de fluidez tanto nos processos de revisão identitária, que o contexto migratório estimula, como também na formação de ‘comunidades’ em torno de um imaginário alegadamente partilhado.
- 23 Ecoando Vertovec (1999, p. 1), que critica o conceito de diáspora por ser «over-used and under-theorized», as discussões de Georgiou e Tsagarousianou revelam o modo como o conceito se torna impreciso ao remeter, por vezes, para processos e tipos de migração específicos e, por outras, para realidades demasiadamente latas e abstractas. De facto, o uso que Georgiou (2003) e Silverstone e Georgiou (2005) fazem do termo para discutir «diasporic media», no âmbito de um projecto de dimensão europeia dedicado ao mapeamento destes *media*,¹³ indica que o conceito de diáspora é passível de ser moldado de forma a indicar tipos de migração e «formações culturais de cariz transnacional» específicos (Vertovec, 1999, p. 1). De forma semelhante, se outros autores não reduzem a noção de diáspora a «peoples who at some stage in their history migrated from an original homeland and settled in an European setting» (Silverstone e Georgiou, 2005, p. 488; Georgiou, 2003, p. 5), também a perspectivam de forma restrita, numa associação a determinados grupos e formas de movimentação específicas (Georgiou, 2003, p. 15; Clifford, 1997, p. 248). Para além da clássica tipologia de movimentos e grupos migratórios avançada por Robin Cohen¹⁴ e das associações entre movimento internacional e religião, tanto no caso da «diáspora judaica» (ex: Anthias, 1998, p. 557) como no da arménia ou de grupos sul-asiáticos (ex: Vertovec, 1999), sobressai o trabalho pioneiro de Gilroy (2003) sobre o comércio de escravos transatlântico.
- 24 Em contraste, quando usado como metáfora para referir um «modo de consciência» (Vertovec, 1999; Gilroy, 2003; Hall, 2003) que sustenta a coesão entre «comunidades exemplares do século XXI» (Tsagarousianou, 2004, p. 61), como as apontadas acima, o conceito de diáspora não se prende com particularismos e singularidades. Pelo contrário, estende-se ao ponto de ultrapassar o contexto e os processos migratórios que pretendemos estudar. Ironicamente, é ao integrar a acção dos *media*, sobre a qual as autoras se debruçam, que o conceito perde a precisão descritiva necessária ao nosso projecto. Em concreto, perspectivar diáspora como uma metáfora para um «modo de consciência» enfatiza os mecanismos quer de identificação com uma narrativa colectiva que os *media* potenciam, quer de negociação dessa mesma narrativa (Vertovec, 1999, p. 9; Clifford, 1997, p. 245). A par de uma abordagem a ‘diáspora’ que se centra nos modos de reprodução social e cultural, esta perspectiva sublinha a infra-estrutura transnacional que proporciona espaços para a partilha e (re)formulação de um legado imagético. Assim, ‘diáspora’ salienta a reprodução de uma consciência alegadamente

partilhada com base na constante procura de uma coerência narrativa para os sentimentos paradoxais que a alimentam (Gilroy, 2003, p. 268; Hall, 2003, p. 225; Dayan, 1998, p. 111; Clifford, 1997, p. 245).¹⁵ Significativamente, mais que focalizar os traços supostamente partilhados, e habitualmente mencionados para representar grupos migrantes, como o mito de uma origem étnica partilhada e um passado comum, uma ligação primordial a uma «home» na origem, ou outros vínculos à história e geografia do grupo (Georgiou, 2003, p. 16), estas abordagens a 'diáspora' evidenciam o tipo e a pluralidade de pertenças que os sujeitos constroem nas viagens que os *media* promovem, e em virtude delas (Tsagarousianou, 2004, p. 61; Vertovec, 1999, pp. 8-9).

- 25 Considerar as propostas de Appadurai (1991), que articulam a prevalência de fluxos num mundo globalizado com a proeminência das representações e do papel da imaginação, especifica como a noção de diáspora surge num sentido que não se esgota nos processos migratórios.¹⁶ Concretamente, Appadurai defende que as tecnologias da informação e comunicação, mais do que proporcionar a circulação de imagens, produtos culturais e suas conotações, intervêm na produção de significados. Ao disponibilizar narrativas e referentes culturais de forma imediata, os *media* alargam as opções dos sujeitos relativamente às suas identificações (Silverstone e Georgiou, 2005, p. 436; Morley, 2000, p. 255; Dayan, 1998, p. 106). Nesse sentido, a apropriação dos discursos e imagens estimula fantasias sobre «vidas possíveis» (Appadurai, 1991, p.197) que os sujeitos integram no seu quotidiano e nos seus projectos de vida, de forma a inová-los (Georgiou, 2003, p. 56; Gilroy, 2003, p. 263; Morley, 2000, p. 100; Appadurai, 1991, p. 197). Como sublinha Tsagarousianou (2004, p. 61), ao mesmo tempo que incorporam determinadas referências na forma como se pensam a si próprios, subscrevem a 'consciência diaspórica' com que se identificam. Ainda que nunca tenham sido migrantes, usam-na ao fazerem sentido do modo como vivenciam a globalização (Georgiou, 2003, p. 8; Morley, 2000, p. 165).¹⁷
- 26 Se ao pensar numa designação para os *media* é contraproducente pressupor especificidades relativas aos grupos migrantes e aos seus movimentos, é também pouco frutífero partir de uma perspectiva excessivamente aberta, já que esta pode induzir em erro relativamente às dinâmicas de fluxos e fluidez que moldam, efectivamente, o terreno. É necessário prever que, a par das condicionantes estruturais, as contingências contextuais com que os sujeitos se deparam limitam a sua capacidade de «reach across two cultures» (Baumann, 1996, p.) e seleccionarem, negociarem e recombinarem as imagens e os discursos essencializados que os *media* disponibilizam, de forma criativa, livre, consciente e constante (Georgiou, 2003, p. 14; Vertovec, 1999, p. 24). De igual modo, parece-nos importante não subvalorizar a dinâmica de validação de pertenças que legitima a inclusão de sujeitos em grupos transnacionais nem sobrevalorizar o papel dos *media* na mediação desse processo. Significativamente, os *media* nem sempre promovem construções híbridas de identidades individuais e/ou colectivas. De facto, por vezes a disseminação de determinados discursos e de imagens assiste a consolidação de formulações identitárias conservadoras, essencialistas, segmentadoras e mesmo fundamentalistas (Georgiou, 2003, p. 14; Morley, 2000, p. 122; Dayan, 1998, p. 110; Appadurai, 1991, p. 198).¹⁸
- 27 Considerar a discussão de Tsagarousianou sobre a importância da construção de pertenças através da identificação com o imaginário subjacente a uma «consciência diaspórica» revela ainda que o conceito de diáspora pode ser substituído por outros que remetem para as mesmas dinâmicas. Como defendem Anthias (1998, p. 570) ou Clifford

- (1997, p. 245), 'diáspora' não representa um avanço relativamente ao conceito de etnicidade, mas remete igualmente para as dinâmicas de identificação e diferenciação que subjazem à construção de fronteiras e de pertenças (Hall, 2003, p. 222; Roosens, 1989,
- 28 p. 18), ainda que numa versão desterritorializada situada à escala transnacional. Embora Tsagarousianou sublinhe a importância da mobilização colectiva de indivíduos na auto-identificação para defender o conceito de diáspora em detrimento do de etnicidade, ignora que a última não se reduz necessariamente a um rótulo. Como aponta Anthias, os sujeitos fazem investimentos diferenciados na dimensão étnica da sua identidade para se movimentarem por redes sociais, no que Hall (2003, p. 222) designa por «politics of positioning».¹⁹
- 29 De forma semelhante, noções já estabelecidas na linguagem académica como «mediascapes» e «ethnoscapes» (Appadurai, 1991, p. 191) conseguem remeter, mais concreta e directamente, para os processos de construção de pertenças através dos *media* que se pretendem estudar. Appadurai sublinha precisamente a sobreposição de paisagens que entrelaçam, neste caso, as diversas cartografias de meios de comunicação e de pertenças étnicas. Paralelamente, e consequentemente, enfatiza a importância dos olhares cruzados que informam a produção, distribuição e recepção dos *media*, bem como a forma de perspectivar «o(s) outro(s)». Ainda que não ofereçam opções viáveis para categorizar as experiências de *media*, *mediascape* e *ethnoscape* apontam para o facto de 'diáspora' não ser adequado para essa função.
- 30 Em suma, o conceito de diáspora (Silverstone e Georgiou, 2005, p. 10; Tsagarousianou, 2004, p. 54; Georgiou, 2003, p. 15; Vertovec, 1999, p. 1; Anthias, 1998, p. 57), em que a expressão «diasporic media» está alicerçada, tem sido usado de variadas formas e, como tal, não é claro o modo como enquadra conceptualmente uma classificação de *media*. Se algumas aplicações de 'diáspora' associam o conceito a realidades excessivamente restritas, outras fazem que se distancie inclusive do fenómeno da migração. Assim, as muitas discussões e os múltiplos usos que 'diáspora' suscita conferem-lhe flexibilidade, em detrimento da sua capacidade de compreender, de forma concreta, os elementos da mobilidade, da fluidez e da mudança que pretende identificar no âmbito da construção de pertenças, das formulações híbridas da identidade cultural e das representações *mediatizadas* que sustentam todas elas. Nesse sentido, hesitamos em empregar «diasporic media» também por ser possível recorrer a outras noções que não só são menos controversas como são igualmente capazes de expressar e articular as dimensões conceptuais da mobilidade, conectividade e proximidade que tornam o conceito de diáspora útil numa discussão sobre *media* em contexto migratório.

3. Proposta da noção de «Media Minoritários»

- 31 Em contraste com as designações anteriores, «*media* minoritários» parece-nos uma expressão adequada para designar e informar teoricamente as iniciativas de *media* que pretendemos estudar. Numa definição alternativa à de autores como Ginsburg (1991), Napoli (2002), e Husband (2005),²⁰ que se debruçam sobre actividades de minorias em contextos politizados, sugerimos pensar no carácter «minoritário» dos *media* com base na convergência de dimensões que sobressaem em discussões sobre «small media»

- (Sreberny-Mohammadi e Mohammadi, 1994), «particularistic media» (Dayan 1998) e «minority community media» (*Online/More Color in the Media*, 2004).
- 32 Apesar de nem sempre se prenderem com o contexto migratório, as características principais destes *media* não só remetem para dinâmicas de construção de pertenças, como também vão ao encontro de dinâmicas específicas do medium rádio.
- 33 Significativamente, todos os termos referidos associam aos *media* um carácter minoritário. Aliás, embora comumente associado a «ethnic» nesta expressão, o uso do possessivo em inglês permite uma leitura que associa o elemento «minority» a *media*. Adoptando esse sentido, perspectivar os *media* como minoritários não se prende apenas com o tipo de minorias que os programas servem. Interessa-nos, no entanto, que a designação remeta para as dinâmicas da auto-representação mediatizada de um grupo marcado pela experiência da migração. Assim, importa focalizar as sociabilidades mediatizadas em contexto migratório em que se mobilizam, em especial, noções de cultura, tradição e home tanto na negociação de interesses, fidelidades e valores como na legitimação de pertenças com que se (re)criam ‘comunidades’.²¹ Efectivamente, «minority community media» (*Online/More Color in the Media*, 2004) aponta para a bidireccionalidade da comunicação que informa a participação em «intimate, mediated sites of encounter» (Spyer et al, 2002, p. 192) que se tornam «symbolic community spaces» em virtude de serem também espaços de representação (Silverstone e Georgiou, 2005, p. 436).²² No que diz respeito à referência aos grupos minoritários que dão vida aos programas, importa, portanto, sublinhar a relação dialéctica entre audiência e comunidade, em que uma resulta da outra (Dayan, 1998, p. 110).
- 34 No entanto, significativamente, de forma complementar, «particularistic media» (Dayan, 1998) e «small media» (Sreberny-Mohammadi e Mohammadi, 1994) apontam para as funções e usos «secundários» de alguns *media*. Por um lado, Dayan (1998, p. 110) aponta a criação «micro-esferas públicas», que diversificam a *mediascape*, para sublinhar a presença minoritária de *media* feitos por e para migrantes (Silverstone e Georgiou, 2005, p. 436; Dayan, 1998). Embora constituam uma alternativa aos *media* nacionais e *mainstream*, com um produto que responde às necessidades específicas de um grupo minoritário, não se opõem nem entram necessariamente em conflito com eles. Pelo contrário, como sugere, são-lhes complementares já que cumprem funções diferentes e operam a escalas distintas. De forma semelhante, é a função, aliada ao carácter «secundário» dos *media* estudados por Sreberny-Mohammadi e Mohammadi (1994), que lhes confere um papel «menor», embora não trivial. Concretamente, os investigadores debruçaram-se sobre cassetes áudio e panfletos para explorar o papel crucial que estes desempenharam, durante a revolução islâmica que abalou o Irão nos anos 80, nomeadamente na circulação de ideias e mobilização de pessoas.
- 35 Todos estes conceitos são úteis para pensar os programas que nos propomos a estudar por enquadrarem a realidade radiofónica em que estes se inserem. De facto, o mecanismo de (re)criação de ‘comunidades’ através do incentivo à participação e a uma comunicação bidireccional, que aproxima a rádio das experiências de «minority community media», (Morley, 2000, p. 125), é reforçado no caso de programas produzidos e recepcionados em contexto migratório. Para além de reportarem para uma pluralidade de presenças invisíveis durante a emissão, supostamente ouvida por várias pessoas em simultâneo (Hendy, 2000, p. 120; Tacchi, 2002, p. 247), fazem-no num idioma que une o público-alvo de um programa. Não só interrompem a programação em português das rádios locais que os emitem, como podem, inclusive, reconfigurar as

audiências durante a emissão. Concretamente, podem alargá-las para além das fronteiras da cobertura local, através da emissão online, que é acessível noutros países.

²³ No entanto, ocupam um lugar minoritário não só face à maioria dos programas emitidos na rádio local, como também numa *mediascape* centrada nos *media* audiovisuais, em que a rádio ocupa um «segundo plano» (Tacchi, 2002, p. 248; Hendy, 2000, p. 5).

- 36 Significativamente, apesar de chegar mais longe que outros *media*, já que é acessível e familiar, acompanhando de perto as rotinas do dia-a-dia, a rádio ocupa, genericamente, também um lugar minoritário nas práticas de consumo de *media*. De facto, sem pretender inferiorizar as valências e potencialidades da rádio enquanto mediadora da construção de pertenças em contexto migratório, parece-nos importante evitar atribuir-lhe um protagonismo inverosímil. Não obstante a importância da rádio para um produtor que constrói o seu projecto de vida em torno dos programas que faz, especialmente quando os integra noutros projectos e actividades culturais pessoais, é provável que não assuma centralidade para a maioria dos seus utilizadores. Na maioria dos casos, provavelmente remeterá para as práticas de consumo que englobam outros *media* para além dos que se distinguem por serem «particularistic», e destinados somente às minorias (Dayan, 1998, p. 108). No entanto, como alerta a discussão sobre «small *media*» este carácter minoritário não impede os programas de constituírem recursos com um papel significativo, tanto no processo de reconstrução da identidade cultural, como no da construção de pertenças dos sujeitos.
- 37 Em suma, ainda que nenhum dos termos discutidos constitua uma opção adequada para especificar as dinâmicas de *media* em contexto migratório, a noção de «minoritário» para a qual remetem articula dimensões úteis para as pensar. De facto, nem «small» nem «particularistic» aludem directamente às dinâmicas da auto-representatividade e da relação com a diferença, que são centrais na construção da identidade cultural e das pertenças através dos *media* e em contexto migratório, e que estão implícitas na noção de «minoritário» em virtude da alusão a uma minoria. Por outro lado, «minoritário» não minimiza, como o conceito de ‘comunidade’ enfatizado na noção de «minority community *media*», as tensões que dinamizam qualquer grupo, e que fracturam, em particular, colectividades em contexto migratório, constituídas por sujeitos com diferentes percursos e posicionamentos (Hall, 2003, p. 237).
- 38 Acolhendo as especificidades das dinâmicas da rádio, a presente pro-posta de «*media* minoritários» não só situa as iniciativas de *media* no contexto migratório como também enfatiza o carácter «menor», embora não necessariamente trivial, dos *media* e dos seus usos. Alude ao carácter «secundário» do lugar que ocupam na *mediascape* e nas práticas de consumo para as minorias a que se destinam, ressaltando, no entanto, a função que desempenham. Consegue ainda prever, e abranger, a possibilidade de múltiplos formatos, dimensões e objectivos que podem assumir, por um lado, iniciativas de *media* em contexto migratório, e, por outro, programas e canais de rádio com um cariz de alguma forma alternativo.²⁴

Conclusão

- 39 A falta de consenso sobre a forma de classificar, e mesmo designar, iniciativas de *media* que são, por um lado, alternativas ao sector público e privado e, por outro, especificamente feitas *por, para, com e/ou sobre* migrantes e minorias decorre da

multiplicidade de experiências possíveis a nível de formato, longevidade, práticas e actores envolvidos, objectivos de base, tecnologia(s) usada(s), etc. (Tsagarousianou, 2004, p. 61-62; HENDY, 2000, p. 120; DAYAN, 1998, p. 110; RIGGINS, 1992, p. 2). Entre os muitos conceitos que se têm aparelhado a *media* para categorizar estas iniciativas, «ethnic minority» (Riggins 1992) e «diasporic» (Silverstone e Georgiou, 2005; Tsagarousianou, 2004), duas opções que se encontram frequentemente na literatura (ex: Gillespie; Naficy; Dayan, 1998), oferecem, respectivamente, lentes redutoras e imprecisas, pelo que desadequadas à designação das referidas experiências de *media*.

- 40 A proposta da noção de «*media* minoritários» resulta assim de uma abordagem preocupada com as categorias conceptuais e as dinâmicas sociais que subjazem aos processos de produção e recepção de *media*, como os programas de rádio que pretendemos estudar num projecto de doutoramento em Antropologia dos *Media*. A eleição deste termo decorre de discussões sobre «minority community media» (*Online/More Color in the Media*, 2004), «small media» (Sreberny-Mohammadi e Mohammadi, 2004) e «diasporic media» (Dayan, 1998), que, contudo, nem sempre dizem respeito ao contexto migratório. Porém, não só articulam dimensões centrais aos *media* em contexto migratório, tais como a dinâmica da auto-representatividade e as funções diferenciadas que desempenham na *mediascape*, como conseguem abranger realidades especificamente radiofónicas. A noção de «*media* minoritários» parece, por isso, apropriada para pensar a construção de pertenças em contexto migratório através dos *media*. Nesse sentido, constitui uma designação capaz de enquadrar teoricamente, ao mesmo tempo que operacionaliza, em concreto, programas de rádio feitos por, para, com e/ou sobre migrantes e minorias em Portugal.

BIBLIOGRAFIA

- Anthias, F. (1998) Evaluating 'diaspora': beyond ethnicity? *Sociology*, 32 (3), pp. 557-580.
- Baumann, G. (1996) *Contesting Culture – Discourses of Identity in Multi-Ethnic* London. Cambridge/ Nova Iorque/Melbourne/Madrid, Cambridge University Press.
- Appadurai, A. (1991) Global ethnoscaapes: notes and queerries for a transnational anthropology. In Fox, R. ed. *Recapturing Anthropology – Working in the present*. Santa Fe, School of American Advanced Research Press, pp. 191-211.
- Clifford, J. (1997) Diasporas. In Clifford, J. *Routes – Travel and Translation in the Late Twentieth Century*. Cambridge, Harvard University Press, pp. 244- 277.
- Dayan, D. (1998) Particularistic media and diasporic communications. In Liebes, T. e Curran, J. eds. *Media, Ritual and Identity*. Londres/Nova Iorque, Routledge, pp. 103-114.
- Georgiou, M. (2003) *Mapping Diasporic Communities and their Media – Studying the Media, Investigating Inclusion and Participation in European Societies, European and Transnational Communities*. [Internet] Disponível em <http://www.lse.ac.uk/collections/EMTEL/Minorities/minorities_docs.html> [consult. 18 de Julho de 2009].

- Gillespie, M. (1995) *Television, Ethnicity and Cultural Change*. London, Routledge. Gilroy, P. (2003) The Black Atlantic as a counterculture of modernity. In Braziel, J. E. e Mannur, A. eds. *Theorizing Diaspora – A Reader*. Malden/Oxford/Melbourne/Berlin, Blackwell Publishing, pp. 49-81.
- Ginsburg, F. (1997) From little things, big things grow: Indigenous media and cultural activism. In Fox, R. e Stam, O. eds. *Between Resistance and Revolution. Cultural Politics and Social Protest*. New Brunswick/Londres/New Jersey, Rutgers University Press, pp. 118-144.
- Ginsburg, F. (1991) Indigenous media: Faustian contract or global village? *Cultural Anthropology*, 6 (1), pp. 92-112.
- Hall, S. (2003) Cultural identity and diaspora. In Braziel, J. E. e Mannur, A. eds. *Theorizing Diaspora – A Reader*. Malden/Oxford/Melbourne/Berlin, Blackwell Publishing, pp. 233-247.
- Hendy, D. (2000) *Radio in the Global Age*. Malden, Blackwell. Husband, C. (2005) Minority ethnic media as communities of practice: professionalism and identity politics in interaction. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 31 (3), p. 461-479.
- Marcus, G. (1995) Ethnography in/of the world system: The emergence of multi-sited ethnography. *Annual Review of Anthropology*, 24, pp. 95-117.
- Merton, R. K. (1968) *Social Theory and Social Structure*. Londres, Collier and MacMillan.
- Morley, D. (2000) *Home Territories: Media, Mobility and Identity*. Londres, Routledge.
- Napoli, M. (2002) Audience valuation and minority media: an analysis of the determinants of the value of radio audiences. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 46 (2), pp. 169-184.
- Online/More Color in the Media* (2004) *A European manifesto to support and to underline the importance of minority community media*. [Internet] Disponível em <<http://www.multicultural.net/> / manifesto/index.htm> [Consult. 8 de Agosto de 2008].
- Riggins, S. H. (1992) The media imperative: ethnic minority survival in the age of communication. In Riggins, S. H. ed. *Ethnic Minority Media – An International Perspective*, pp. 1-20.
- Roosens, E. (1989) Creating ethnicity: the process of ethnogenesis, *Frontiers of Anthropology*, 5, Londres/Newbury Park/Nova Deli, Sage.
- Silverstone, R. e Georgiou, M. (2005) Diasporic media across Europe: Multicultural societies and the universalism/particularism continuum. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 31 (3), pp. 481-498.
- Spyer, P., Van Heeren, K. e Sushartami, W. (2002) Indonesian mediations: The re-imagining and re-imagining of community('s) in transition – a position paper. In Nordholt, H. S e Abdullah, I. eds, *Indonesia: In Search of Transition*. Yogyakarta, Pustaka Pelajar, pp. 177-206.
- Spitulnik, D. (1993) Anthropology and mass media. *Annual Review of Anthropology*, 22, pp. 293-315.
- Sreberny-Mohammadi, A. e Mohammadi, A. (1994) *Small Media, Big Revolution – Communication, Culture and the Iranian Revolution*. Minneapolis/Londres, University of Minnesota Press.
- Tacchi, J. (2002) Radio texture: between self and others. In Askew, K. & Wilk, R. eds. *The Anthropology of Media: a Reader*. Londres, Blackwell. pp. 241-257.
- Tsagarousianou, R. (2004) Rethinking the concept of diaspora – Mobility, connectivity and communication in a globalized world. *Westminster Papers in Communication and Culture*. Vol. 1 (1), pp. 52-65.

Vertovec, S. (1999) Three meanings of 'diaspora', exemplified through South Asian religions. *Diaspora* 7 (2), p.p. 1-37. [Internet] Disponível em <<http://www.transcomm.ox.ac.uk/working%20papers/diaspora.pdf>> [Consult. 28 Abril 2009].

NOTAS

1. Entre 2008 e 2009 identificámos dezasseis iniciativas, das quais estão activas, no momento de escrita, apenas onze. Sem assumir grandes proporções, o universo da produção minoritária no domínio da rádio está, portanto, em constante mutação.
2. Em ambos os casos o português é central. De resto, a investigação sobre recepção parece ser facilitada pelo facto de a investigadora dominar razoavelmente o castelhano, predominante no primeiro caso, e de muita população indiana residente em Portugal ser fluente em português, ainda que tenham o *gujrat* ou o *hindi*, usados intermitentemente no segundo programa, como primeira língua.
3. No entanto, tomamos em consideração programas mais recentes que, não ocupando três horas das manhãs de domingo, também constituem janelas semanais na programação de estações como a Rádio Lagoa ou Rádio Atlântico, no Algarve. Com a colaboração de associações de apoio às populações da Europa de leste, «Rádio Leste» e «Sons de Leste» também evidenciam as dinâmicas apontadas e podem ainda vir a constituir casos de estudo, como outros programas igualmente emitidos em rádios locais, se assim se tornar necessário e/ou relevante.
4. Esta hipótese parte da proposta que Spitulnik faz no ensaio seminal sobre a subdisciplina da Antropologia dos Media, em que sugere variadas formas de perspectivar os media para analisar o seu papel na realidade social. Para além de estudar os media enquanto objectos materiais, a autora propõe perspectivá-los enquanto produtos culturais e enquanto práticas sociais. No caso do projecto em questão, perspectivam-se os programas de rádio, respectivamente, não só enquanto emissões com diversos conteúdos, interpretados e incorporados de forma diferenciada no quotidiano e nas narrativas identitárias dos ouvintes, mas também enquanto espaços virtuais de encontro, aos quais diferentes actores dão vida, tanto na sua produção como na sua recepção, através de telefonemas e mensagens durante a emissão; de conversas sobre os temas tratados com conhecidos, familiares ou amigos; de encontros em eventos anunciados no programa, ou de outras formas de o estender para além do espaço da emissão, tornando-o um instrumento para a gestão de posicionamentos e relações sociais.
5. Para clarificar esta diferença, Roosens aponta o caso de «activistas culturais» que tentam mobilizar pessoas em torno da etnicidade.
6. Por exemplo, um programa que passa apenas música pode ser percebido como uma celebração da etnicidade, da mesma forma que um programa dedicado às supostas origens da minoria a que se dirige pode não constituir a forma de explorar a identidade étnica para alguns ouvintes.
7. Como discute Ginsburg (1997, p. 123), é importante considerar quem são os mediadores que representam, e apresentam, o grupo minoritário através dos *media*, uma vez que operam como agentes de tradução cultural que habitam dois universos de referências e de discursos. Se os «activistas culturais» que Ginsburg descreve se esforçam por servir os interesses de um grupo, fazem-no de acordo com a sua interpretação dos últimos e da sua visão sobre a identidade étnica colectiva.
8. Como discutem alguns autores (ex: Tsagarousianou, 2004, p. 64; Gilroy, 2003, p. 54), partir da dimensão étnica para perspectivar a realidade social privilegia a escala nacional, ainda que o conceito de etnicidade esteja estabelecido nos esforços de relacionar dinâmicas inter-étnicas com a realidade da globalização. Significativamente, no que diz respeito a relações sociais, mais que relacionar um grupo face a co-étnicos dispersos pelo mundo, tal olhar posiciona um grupo

sobretudo face à população nacional, bem como a outras minorias residentes no mesmo país que não sejam, no entanto, elites.

9. Esta lógica revela a transposição de uma perspectiva simplista e falaciosa, que opera para racionalizar diferenças e justificar desigualdades sociais para o uso dos *media*. Referimo-nos à categorização de grupos minoritários a partir da sobreposição de dimensões da etnicidade, como se fossem entidades discretas, estáveis e homogêneas, com base numa cultura objectificada, estanque e partilhada (Baumann, 1996, p. 20). Esta equação aponta que alicerçar uma abordagem para descrever e classificar formações sociais, e as relações entre si, na óptica da etnicidade pode constituir uma construção social organizadora de um projecto ideológico, como é o caso do que acontece com os *media*.

10. Alguns outros exemplos incluem Naficy, H. (1993) *The Making of Exile Cultures: Iranian Television in Los Angeles*. Minneapolis, University of Minnesota Press, e McLagan, M. (2002) *Spectacles of difference: Cultural activism and the mass mediation of Tibet*. In Ginsburg, F., Abu-Lughod, L. e Larkin, B. eds. *Media Worlds: Anthropology on New Terrain*. Berkeley, University of California Press, pp. 90-112.

11. Em bom rigor, Georgiou redigiu o relatório de um projecto co-coordenado por Roger Silverstone e usa «diasporic media» de forma permutável com «minority media». No entanto, no editorial de um volume do *Journal of Ethnic and Migration Studies*, que redigem juntos (Silverstone e Georgiou, 2005), adoptam o segundo termo, ainda que sem justificar a opção.

12. Ao longo do presente texto aparecem referências a abordagens que perspectivam e usam o conceito de diáspora de forma dis-tinta, porém complementar, como sugerido por Vertovec (1999). Por outras palavras, baseamos a nossa discussão em leituras do trabalho de Hall, Gilroy ou Appadurai com base na sistematização feita por Vertovec (1999) sobre os principais usos e significados atribuídos a 'diáspora': configuração social de cariz transnacional, metáfora para um modo de consciência colectiva, e modo de reprodução cultural e social.

13. O projecto EMTEL: European Media and Technology Everyday Life Network, financiado pela União Europeia e coordenado pela London School of Economics entre 2000 e 2003, envolveu parceiros como as Universidades de Liège, Bruxelas, Amsterdão, Delft e Trondheim (Georgiou, 2003, p.3). A discussão dos autores surge no quadro do reconhecimento da visibilidade e significância crescentes que os migrantes e as minorias têm vindo a assumir na Europa. O conjunto de debates debruça-se, concretamente, sobre inclusão e exclusão de migrantes e minorias e traduz preocupações sobre assimilação e integração, regimes multiculturalistas, direitos e estruturas de oportunidade económicas e sociais desiguais, ocupação de espaços públicos (nomeadamente na União Europeia), significado do conceito de estado-nação numa época de transnacionalismo, etc. (Silverstone e Georgiou, 2005, p. 438).

14. A tipologia descritiva de Cohen é um ponto de partida em todos os estudos que se debruçam sobre a noção de diáspora, mas é criticada pela sua abordagem quase «fotográfica» do fenómeno migratório para delimitar um campo de estudos cuja base são fluxos e transformações dinâmicas (Tsagarousianou, 2004, p. 55). O perigo da essencialização e reificação destes processos mantém-se mesmo apesar dos esforços de Cohen para incluir critérios mais flexíveis na sua «checklist» de tipos de grupos e movimentos que são, afinal, idealizados (Anthias, 1998, p. 562; Georgiou, 2003, p. 16).

15. Como discutem alguns autores, associam-se às experiências diaspóricas a manutenção de laços múltiplos com diferentes espaços que todos os membros supostamente habitam, ainda que de formas diferenciadas. A identificação entre os membros de uma diáspora resulta, portanto, de laços múltiplos e descentrados que todos mantêm: com o país de residência, a que se associam tanto dificuldades, decorrentes de experiências de exclusão, como sonhos relativos a projectos de vida futuros; com o país de origem, que se idealiza, com nostalgia, à medida que se adia um eventual retorno; e com o grupo que se inscreve numa narrativa colectiva, sustentada pelos *media*, unido pela solidariedade baseada na vivência da tensão entre perda e esperança que a

experiência da deslocação provoca, em virtude da alegada partilha de raízes e percursos (Tsagarousianou, 2004, p. 54; Georgiou, 2003, p. 56; Clifford, 2000, p. 245).

16. Os trabalhos de outros autores, como Hall e Gilroy, são também fundamentais e apontam no mesmo sentido. Também exploram os processos de reconstrução da identidade cultural com base no recurso a representações. Sublinham não só o esforço de comparação e diferenciação que resulta na recombinação de referentes culturais, como o carácter inovador dessas formulações híbridas, que sofrem revisões constantemente (Hall, 2003, p. 237; Gilroy, 2003, p. 67). Sem querer deixar de reconhecer as contribuições destes autores, partimos do trabalho de Appadurai, uma vez que este faz directamente a ponte entre esses processos e o papel dos *media*.

17. Importa apontar que nos interessa estudar sujeitos que vivenciem os processos migratórios e de re-territorialização, como migrantes e seus descendentes.

18. Um dos exemplos que apontam nesse sentido é o trabalho de Gillespie (1995) sobre as práticas de visionamento e interpretação de programas televisivos de índole religiosa entre as segundas gerações de sul-asiáticos residentes em Southall, na Inglaterra.

19. Anthias explora esse argumento ao lembrar que há várias intensidades e tipos de investimentos que os sujeitos fazem na sua etnicidade (Anthias, 1998, p. 567). Ecoando este raciocínio, Dayan (1998, p. 106) também defende que existem múltiplas continuidades entre processos de auto-identificação e rotulação, bem como várias possibilidades de combinação de narrativas por, sobre, com e para minorias e maiorias.

20. Em concreto, Ginsburg enfatiza o estatuto minoritário dos actores envolvidos na produção e no consumo de «minority media», englobando assim «indigenous media» e «ethnic minority media» nessa categoria (Ginsburg, 1991, p. 107). Napoli (2002) também centra a sua análise na condição subordinada das minorias relativamente ao acesso à produção de media e às questões da representação, nomeadamente nos EUA. De forma semelhante, embora mais explicitamente debruçado sobre a preponderância da dimensão étnica nas relações entre a maioria e a minoria, Husband (2005) perspectiva as iniciativas de «minority ethnic media» no âmbito de dinâmicas sociopolíticas e relações de poder à escala nacional, pelo que sublinha as condições particulares e frágeis respeitantes aos aspectos da esfera da produção (ex: institucionais) dos media produzidos por minorias étnicas.

21. Autores como Riggins (1992, p. 2) e Dayan (1998, p. 110) insistem em diferenciar entre os processos de formação e de manutenção de grupos em contexto migratório através dos *media*. Como o título da sua obra indica – «*The Media Imperative: Ethnic Minority Survival in the Age of Communication*» –, o primeiro autor defende que os media são um meio estratégico para preservar a identidade cultural de um grupo que se encontra em contexto migratório. Assim, parte do princípio de que se pode «per-der» a identidade cultural através de processos de aculturação. Aliás, avança ainda que quaisquer media produzidos por minorias que não celebrem a dimensão étnica da identidade operam no sentido de reforçar e acelerar os processos de assimilação. Por outro lado, Dayan sublinha a segmentação que resulta dos media feitos por e para minorias, na medida em que estes criam um espaço para a promoção de uma determinada identidade colectiva. Notavelmente, o argumento de Dayan parece centrar-se em traçar um contraste com a proposta de Anderson sobre a formação de ‘comunidades imaginadas’. Em lugar de condensar características diversas na projecção de uma identidade partilhada para aglomerar diferentes grupos da população numa ‘comunidade’ nacional, os «particularistic media» fragmentam audiências de forma a distinguir as minorias migrantes ao enfatizar os seus respectivos legados imagéticos. Nenhum dos autores enfatiza o facto de o processo de manutenção de ‘comunidades’ através dos media, à semelhança do processo de formação, implicar uma recriação e reformulação constante da narrativa que lhes subjaz, bem como os aspectos de invenção necessários a esses processos. É esta última dinâmica que é central na nossa abordagem, pelo que não enfatizamos a distinção.

22. Os últimos autores discutem ainda uma noção semelhante: «globally ethnic media space» (Silverstone e Georgiou, 2005, p. 436). No entanto, ainda que úteis para pensar as associações da rádio ao suporte digital, esse espaço virtual que referem diz respeito apenas à comunicação mediada pela Internet e por satélite. constituem micro-esferas públicas alternativas (Dayan, 1998, p. 110).

23. No entanto, especialmente no que diz respeito a programas de rádio, mesmo quando são também emitidos online, é necessário relativizar a capacidade dos media de proporcionarem e potenciarem processos de imaginação colectiva. Embora alguns autores (ex: Tsagarousianou, 2004, p. 62) enfatizem a convergência temporal possibilitada pelas novas tecnologias, nem sempre é possível o estabelecimento de uma sincronia e sintonia entre vários locais distantes entre si e, como consequência, a reprodução de redes e constelações sociais. Aliás, no caso de emissões online, é geralmente possível aceder a conteúdos em momentos que não o da emissão, o que influencia o sentimento de partilha com outros membros da audiência.

24. As experiências radiofónicas relacionadas com as migrações situam-se no âmbito de iniciativas com um cariz de alguma forma alternativo, que também têm gerado debate relativamente à sua classificação (Hendy, 2000, p. 16). Entre as diferentes designações de iniciativas paralelas ao sistema de produção pública/estatal e privada/comercial incluem-se, por exemplo, «livre», «micro», «grassroots», «dos cidadãos», «pirata», «participativa» e «educativa» ou «comunitárias». Notavelmente, nenhuma se cruza com o quadro dos processos migratórios ou dele deriva directamente. Distinguem-se nas iniciativas que accionaram o movimento da liberalização das ondas de rádio, em reacção a contextos políticos repressivos na Europa nos anos 60-80 (Hendy, 2000, p. 16). Da mesma forma, sem a interferência directa de instituições públicas, embora com crescente apoio governamental, os princípios pelos quais se regem programas radiofónicos produzidos e consumidos em contexto migratório não visam o apoio ao desenvolvimento, como as experiências de «rádios comunitárias» em países de 'terceiro mundo'. Porém, essa é a designação por vezes usada para categorizar programas e canais de rádio feitos por, para, com e/ou sobre migrantes e minorias, orientadas por ideais relativos à diversidade, no âmbito de contextos multiculturais (ex: *Online/More Color in the Media*, 2004). Como discutimos na última secção, esta denominação não nos parece adequada.

RESUMOS

Pretendemos com este exercício teórico fundamentar a escolha de um conceito de médio-alcance (Merton 1968) para operacionalizar um projecto de investigação sobre, concretamente, programas de rádio. Partindo da necessidade de encontrar uma designação para iniciativas no domínio dos media feitas por, para, com e/ou sobre migrantes e minorias, discutimos e refutamos conceitos frequentemente usados na bibliografia, como «ethnic minority media» (Riggins 1992) ou «diasporic media» (Georgiou 2003; Tsagarousianou 2004). Em alternativa, propomos a noção de «media minoritários», com base em discussões sobre media por vezes pensados como «secundários» (Online/More Color in the Media 2004; Dayan 1998; Sreberny- Mohammadi e Mohammadi 1994).

This theoretical exercise explores the drawbacks of terms used in the literature to designate media initiatives made by, with, for and/or about migrants and minorities, such as «ethnic minority media» (Riggins 1992) and «diasporic media» (Tsagarousianou 2004; Georgiou 2003).

Motivated by the need to find a sufficiently open, and yet operational, way of naming a research project's object of study, radio programs, it builds on ideas related to media that supplement channels of mass-communication with alternatives deemed secondary (Online/More Color in the Media 2004; Dayan 1998; Sreberny-Mohammadi and Mohammadi 1994), to propose the notion of «minority radio» as a potentially suitable mid-range concept (Merton 1968).

ÍNDICE

Keywords: minority media, migration, ethnicity, diaspora, radio

Palavras-chave: media minoritários, migrações, etnicidade, diáspora, rádio

AUTOR

MARIA INÊS DAVID

Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da

Universidade Nova de Lisboa Centro em Rede de Investigação em Antropologia

ines.david@fcsh.unl.pt