

A MÍDIA PRODUTORA DOS IMIGRANTES COMO POPULAÇÕES ETNICIZADAS

SCREMIN, Liege (Ciências Sociais/Univ. Nova de Lisboa)

Resumo

O presente trabalho pretende abordar a forma como a mídia influencia na criação de populações etnicizadas, em especial os imigrantes. Na prática, as categorias étnicas são uma "forma de organização social", termo que o autor Barth entende como a situação na qual "os atores utilizam as identidades étnicas para categorizar a si próprios e a outros, no propósito de uma interação" (Barth 1976). A autoinclusão e a inclusão por parte dos outros são os elementos fundamentais. A etnicidade não pode depender de uma única definição geral. Não se decifra um catálogo de diferenças objetivas, "mas somente aquelas que os próprios atores consideram significativas" em cada contexto específico. Tampouco se deve procurar uma lista imutável de traços ou se pode dizer quais as características que serão sublinhadas e quais não o serão: algumas serão utilizadas como sinais e emblemas de diferença, seja como "diacríticos" manifestos (indumentária, linguagem etc.) ou como "orientações de valores básicos" (normas de moralidade e excelência pelas quais se julga a ação). Entretanto os papéis dos meios de comunicação social tornam-se parte fundamental na criação e manutenção de estereótipos, positivos ou negativos, e são utilizados para a criação de uma nova identidade. Isto é ainda argumentado por autores como Serge Moscovici, que fala sobre as representações sociais, Erving Goffman sobre os estereótipos e Stuart Hall que apresenta os estudos feitos no campo da identidade. A síntese do artigo é um ensaio para uma futura tese de mestrado, portanto os resultados ainda são um tanto amadores.

Palavras – chave: imigração; etnicidade; mídia; identidade; representação social.