

207

MÍDIA, MIGRAÇÕES INTERNACIONAIS E CIDADANIA NO CENÁRIO BRASILEIRO: INTERAÇÕES DE IMIGRANTES LATINO-AMERICANOS COM AS MÍDIAS NO MARCO DA GESTÃO MIDIÁTICA DA INTERCULTURALIDADE. *Ursula Schilling, Liliane Dutra**Brignol, Daiana Ruff da Silva, Daiani Barth, Moreno Osório, Denise Cogo (orient.)* (UNISINOS).

O projeto de pesquisa, iniciado em março de 2004, orienta-se ao entendimento das relações entre mídias e mundo vivido das migrações internacionais e suas vinculações com a gestão midiática da cidadania de imigrantes estrangeiros no Brasil. Busca-se, por um lado, entender como uma amostra de imigrantes latino-americanos, na região metropolitana de Porto Alegre, constrói estratégias de apropriação e usos de dispositivos midiáticos (televisão, rádio, jornal, Internet), incluindo aqueles ofertados pelas entidades confessionais de apoio às imigrações. Por outro, visa-se examinar como essas estratégias se vinculam a negociações e disputas, no campo midiático, de agendas cidadãs orientadas às experiências de interculturalidade das imigrações internacionais no cenário nacional. A metodologia, de caráter qualitativo, compõe-se de histórias de vida, grupos de discussão com imigrantes latino-americanos e análise da visibilidade das migrações internacionais em mídias impressas e televisivas e em meios de comunicação comunitários produzidos por entidades confessionais. Dos resultados parciais da pesquisa, obtidos a partir da realização de oito histórias de vida e de um grupo de discussão com seis imigrantes latino-americanos, destacamos um repertório de apropriações e usos dos meios de comunicação e de leituras de produtos midiáticos específicos que tematizam as imigrações internacionais de latino-americanos no Brasil (notícias veiculadas em telejornal nacional e vídeo produzido por ONG de apoio às imigrações). A pesquisa filia-se ao campo da comunicação em sua vertente dos estudos culturais, especialmente latino-americanos, ancorando-se em três perspectivas em que os processos midiáticos assumem especificidades como questão teórico-metodológica: a esfera das mídias como lugar privilegiado de configuração e gestão das identidades culturais; os estudos de recepção; e os vínculos entre reflexão acadêmica, agenda social e cidadania. (PIBIC).