

Mapeamento das comunidades imigrantes e dos seus meios de informação em Portugal* ***Mapping of migrants communities and their means of information in Portugal***

Isabela Salim**

Resumo Este artigo discute as principais conclusões do trabalho realizado para o projeto em epígrafe que teve como objeto central uma investigação acerca dos canais de acesso à informação das principais comunidades de imigrantes em Portugal que recorrem ao Programa de Retorno Voluntário (PRV) da Organização Internacional para as Migrações (OIM). O levantamento dos dados apontou a existência de canais de informação representados por meios de comunicação formais e informais, reunindo as comunidades em torno de seus interesses e objetivos específicos.

Para a OIM, representou um indicador do potencial de comunicação que será um facilitador de seu trabalho e um eficaz instrumento para melhor atender as demandas dos que necessitam do apoio do Programa.

Estendem-se ao Governo Português e à sociedade civil as conclusões e considerações da OIM quanto aos benefícios desses canais para uma melhor interação dos imigrantes na sua sociedade de acolhimento.

Palavras-chave Informação; Comunicação; Comunidades de Imigrantes; Meios de Informação; Integração; Imigração

Abstract This article discusses the main conclusions drawn from the work developed for the above mentioned project with its central subject being an investigation on the channels of access to information of the main immigrant communities in Portugal that resort to the Assisted Voluntary Return Programme (AVR) of the International Organization for Migration (IOM). The mapping indicated the existence of channels of information represented both by formal and informal means of communication, bringing together the communities around their interests and specific objectives.

* Este trabalho foi elaborado pela OIM em parceria com o Alto Comissariado para a Imigração e Diálogo Intercultural (ACIDI) e contou com a colaboração das comunidades de imigrantes visitadas, pelo que agradecemos a todos.

** Organização Internacional para as Migrações

For IOM, it represented an indicator of the communication potential which will be a facilitator of our work and an effective tool to better meet the demands of those who need the support of AVR. IOM conclusions and considerations are extended to the Portuguese government and the civil society regarding the benefits of these channels for a better interaction of migrants into their host society.

Keywords Information; Communication; Migrants Communities; Means of Information; Integration; Immigration

Mapeamento das comunidades imigrantes e dos seus meios de informação em Portugal

Isabela Salim

Hoje, convivem juntos o local e o global porque cada um é a condição da existência do outro (Stuart Hall)

Introdução

A assistência ao Retorno Voluntário e à Reintegração é uma componente integrada de apoio ao cidadão imigrante e uma das atividades principais da Organização Internacional para as Migrações (OIM). A Organização encara o retorno voluntário assistido como uma alternativa digna e humana ao retorno forçado, tendo também em consideração a sustentabilidade do regresso dos imigrantes aos seus países de origem.

A experiência consolidada ao longo de quatro décadas de execução de programas desta natureza permite afirmar que a opção pelo retorno voluntário assistido diminui o risco de violações aos direitos humanos, preserva a dignidade dos retornados e desassocia o ato da ideia e do sentimento de deportação. É importante ressaltar que o apoio do Programa de Apoio ao Retorno Voluntário (PRV) tem ido além dos custos da viagem de regresso, havendo um esforço adicional, por parte da OIM e das entidades financiadoras, de incluir, fomentar e consolidar uma abordagem integrada, que se traduz na busca de outras componentes de apoio, nomeadamente apoios financeiros para abrir e operar negócios geradores de renda no país de origem. Procura-se com isso, de forma sustentável, dar resposta às necessidades básicas dos candidatos ao longo do período de assistência e processo de regresso e reintegração.

Por essas razões, o retorno voluntário assistido constitui um elemento importante em qualquer política efetiva de gestão das migrações – não apenas direcionada aos imigrantes irregulares e aos requerentes de asilo cujo pedido foi negado, mas a todos os imigrantes que, obedecendo aos critérios de elegibilidade vigentes, necessitam de apoio para voltar a casa.

A OIM favorece o retorno voluntário por acreditar que uma migração ordenada e em condições humanas beneficiam tanto os migrantes como a sociedade de acolhimento. O Programa de Apoio ao Retorno Voluntário é implementado pela OIM em Portugal desde 1997, com o objectivo de pôr em prática uma política de retorno voluntário efectiva, digna e humana.

Nesse sentido, importa conseguir disseminar a informação sobre o Programa às pessoas abrangidas ou interessadas por ele. Convém, no entanto, que esta informa-

ção chegue aos destinatários de maneira objetiva e atempada, de forma a evitar um eventual impacto negativo por parte da comunidade local para com os imigrantes.

Justifica-se, assim, o mapeamento dos canais de acesso à informação utilizados pelos imigrantes que permitam dispor de uma base de dados eficaz para fazer circular as informações de forma mais veloz e abrangente. Esse fator pode contribuir não apenas para uma política mais efetiva de informação como para uma maior interação da sociedade de acolhimento com os imigrantes.

O estudo sobre “os meios de comunicação étnicos em Portugal” (Salim, 2008) aponta esses meios como um canal de acesso privilegiado à informação dos imigrantes e recomenda que os *media* étnicos sirvam como suporte para uma informação mais rápida e mais direta. Ainda de acordo com o estudo, esse canal de comunicação direto com as comunidades de imigrantes facilitaria o acesso às informações.

Contudo, se os *media* étnicos constituem um dos canais de acesso à informação dos imigrantes, estes não serão os únicos. O interesse em realizar esse trabalho fundamenta-se na falta de um levantamento significativo sobre esses canais e na relevância do seu mapeamento com o intuito de favorecer uma maior disseminação de informações e promover uma melhor comunicação com as diferentes comunidades de imigrantes residentes em Portugal.

De facto, numa sociedade cada vez mais diversificada importa facilitar a inclusão e a participação de pessoas vindas de realidades diferentes. É sabido que a inclusão passa, muitas vezes, pela informação. Assim, estar informado sobre os seus direitos e deveres é fundamental para uma maior participação dos imigrantes na sociedade de acolhimento.

Assim, é inegável a necessidade de conhecer os canais específicos de acesso à informação e divulgação das comunidades imigrantes; qual o veículo informativo que preferem; onde se costumam reunir; onde gostariam de obter mais informações; etc.

Por canais de acesso à informação, ou meios de informação, entendem-se os diferentes meios usados pelos imigrantes na procura de informação, sejam formais ou informais¹.

Os resultados ora apresentados são produtos do projeto em epígrafe elaborado pela OIM em parceria com o Alto Comissariado para a Imigração e Diálogo Intercultural (ACIDI).

Contexto da importância da informação

Nos últimos 50 anos, a taxa demográfica mundial cresceu exponencialmente, embora de forma desproporcional. Segundo as Nações Unidas, a população mundial, em 2010, era em torno de 6,9 mil milhões de pessoas, duas vezes mais que a de 1950². No entanto, enquanto as regiões mais desenvolvidas (América de Norte, Europa, Japão) tinham, naquele mesmo ano, uma população de 1,2 mil milhões de pessoas (ou 17,8% da população mundial), os países em desenvolvimento (América Central e do Sul, África, parte da Ásia) contavam com 5,7 mil milhões de pessoas (ou 82% da população mundial).

O desequilíbrio no crescimento da população mundial, os graves problemas económicos de muitos Estados e a facilidade de deslocamento das pessoas decorrente da globalização impulsionaram um fluxo migratório internacional sem precedentes na história. De facto, o século XX viu uma parte importante da população mundial deslocar-se de um país para outro com um intuito de estabelecer uma nova vida, mesmo que por um curto período de tempo, num país estrangeiro (Rocha, 1995)³.

Portugal não foge a essa realidade: tradicionalmente um país de emigração, Portugal entrou na categoria de país de imigração há pouco mais de duas décadas. Apesar de ser um fenómeno recente em comparação a outros países da União Europeia, a imigração em Portugal cresceu de forma substancial. O percentual de estrangeiros residentes em Portugal saltou de 1,3% em 1992 para cerca de 5% em 2010⁴.

A atual crise económica que se abate sobre a Europa tem vindo a inverter essa tendência, uma vez que muitos imigrantes estão a regressar a seus países de origem. Segundo dados da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico (OCDE), em 2009 os fluxos migratórios diminuíram de quase 7% nos seus 24 países, após uma queda de 5% registada em 2008⁵.

No que concerne a Portugal, de acordo com o “Relatório de Imigração, Fronteira e Asilo” do Serviço de Estrangeiros e Fronteiras (SEF), em 2011 a população estrangeira residente no país totalizava 436.822 pessoas. Considerando que no ano anterior essa mesma população era de 445.262 cidadãos, houve um decréscimo de 1,90% da população estrangeira em Portugal. Não obstante esse decréscimo, a imigração continua a ser uma realidade presente no território português, com ainda 4,4% de imigrantes no total da população nacional⁶.

Desta maneira, pode-se dizer que uma das causas da transformação das sociedades modernas se deve aos constantes fluxos migratórios internacionais. No entanto – e sem pôr em causa os efeitos benéficos das migrações –, ainda que as diferentes sociedades sejam cada vez mais multiculturais, o migrante leva consigo valores e

experiências de vida diferentes dos encontrados no país acolhedor, o que pode gerar conflitos e reações xenófobas de ambas as partes. De facto, dentro de um mesmo espaço, pessoas com características muitas vezes opostas passam a ter de conviver umas com as outras. “As identidades antes concebidas como estabelecidas e estáveis, mudam de composição, tornam-se diferentes” (Vitorio, 2007: 24).

Stuart Hall (2003:45) define o processo migratório como algo que está “[...] diversificando as culturas e pluralizando as identidades culturais dos antigos Estados dominantes, das antigas potências imperiais e, de facto, do próprio globo”. Todavia, essa transformação pode ser penosa tanto para a sociedade de acolhimento quanto para os imigrantes. O medo do *Outro*, da perda de identidade, podem causar reações duras por parte dos que “recebem”. Hall fala em culturas que se fecham em “muralhas defensivas” quando ameaçadas pelas forças da globalização, da diversidade e da hibridização (Hall, 2003).

Por sua vez, o imigrante tende igualmente a ter reações diversas que vão desde a afirmação da sua diferença à imitação das pessoas do país de acolhimento. Amin Maalouf considera que muitos migrantes mostram-se, por orgulho, ainda mais diferentes do que são e, às vezes, chegam até a “contestação brutal” diante da frustração numa terra alheia (Maalouf, 1998).

Para tentar amenizar essas frustrações e melhor incluir o imigrante na sociedade recetora, devem ser adotadas políticas em prol de maior participação dos imigrantes na sua nova sociedade. Importa chegar até eles para que se sintam menos isolados. Garantir uma maior interação entre o *Outro* e o autóctone é fundamental para que se estreitem os laços e para que as diferenças sejam, não diminuídas, mas sim consideradas um fator de engrandecimento para ambos os lados.

Estudiosos concordam que o processo de integração resulta da interação entre os imigrantes e a sociedade de acolhimento; esta interação necessita, porém, da tomada de conhecimento do que nos rodeia. Paralelamente, esse conhecimento é facilitado pelo acesso à informação (Portes, 1999)?

Ainda que não haja a pretensão de encontrar uma solução global para esse problema, acredita-se que a comunicação e a informação são instrumentos que podem contribuir de forma positiva para amenizá-lo.

Segundo Pierre Sorlin (1997:3), o termo *media* refere-se aos “meios pelos quais a informação e o entretenimento são difundidos”. Este mesmo autor explica ainda que os meios de comunicação pertencem a um processo especial através do qual as comunidades humanas são formadas. Assim, esses meios, pelo facto de informarem, fazem parte do processo de comunicação.

Não obstante, muito se tem falado do carácter discriminatório de informações divulgadas pelos meios de comunicação generalistas, que acabam por fomentar e fixar estereótipos. Nesse sentido, nos últimos anos, estudos vêm surgindo na Europa no intuito de promover uma informação responsável sobre migrações e diferença étnica (Cunha, Santos, 2006).

No seu estudo sobre “Imagens de Mulheres Imigrantes na Imprensa Portuguesa”, Clara Santos (2007) analisa a forma como a representação do *Outro* é construída na imprensa portuguesa. Segundo a autora, uma das explicações para se justificar os valores negativos atribuídos aos imigrados reside na influência dos *media* na transmissão de determinadas mensagens.

Dessa maneira, no caso específico do Programa de Retorno Voluntário, é primordial que as informações sejam transmitidas de maneira responsável para não causar estigmas às comunidades imigrantes. Levando-se em conta as características inerentes ao Programa, uma informação mal elaborada e não direcionada pode aumentar o risco de discriminação.

Sendo assim, dar a conhecer os mais diversos canais pelos quais os imigrantes têm acesso à informação e utilizá-los para lhes fazer chegar a informação de uma maneira mais direta e privilegiada é de suma relevância para que a integração dos imigrantes na sua sociedade de acolhimento seja mais expressiva.

Ademais, garantir uma boa gestão dos fluxos migratórios passa também pelo conhecimento dos direitos e deveres por parte daqueles que migram. Como já foi mencionado, a gestão deve priorizar o retorno voluntário ao invés do forçado. Para tal, é fundamental uma adequada disseminação dos objetivos do programa, garantindo que os possíveis beneficiários recebam informações claras e precisas sobre o retorno voluntário e obtenham conhecimento suficiente para escolher entre partir ou ficar.

Objetivo do estudo

Na sua definição etimológica, a palavra “informação” significa “tomada de consciência de um facto ignorado” ou ainda “aumentar os conhecimentos, dando esclarecimentos, informações⁸”.

O objetivo principal do estudo foi, assim, o de buscar meios e instrumentos que facilitassem a disseminação da informação e promovessem uma melhor comunicação junto às comunidades de imigrantes, visando não apenas fazer-lhes chegar informações relevantes das diversas áreas das suas vidas, por meio de canais específicos e direcionados, mas também favorecer uma maior inclusão desses imigrantes com a sociedade recetora.

Sendo assim, o mapeamento consistiu em elaborar um levantamento de dados dos canais de acesso à informação das nacionalidades presentes em Portugal que mais recorrem ao Programa de Retorno Voluntário da Organização Internacional para as Migrações, com vista a melhorar a estratégia de divulgação do programa e reforçar a comunicação com as principais comunidades de imigrantes em Portugal.

Material e métodos utilizados para o estudo

Os resultados do estudo basearam-se num questionário de entrevista elaborado para o efeito e aplicado junto a uma amostra populacional selecionada em função das nacionalidades presentes em Portugal, das nacionalidades que mais recorrem ao PRV e da distribuição dos imigrantes pelo território nacional português⁹.

Nesse sentido, procurou-se identificar, além dos meios de comunicação, os canais preferenciais de acesso à informação, os lugares e serviços locais mais frequentados pelas diferentes comunidades, os locais de ajuda e aconselhamento, os hábitos religiosos, os sítios de remessas de dinheiro e também os lugares de predileção de distribuição de informações propostos pelas comunidades.

Dessa forma, para atingir os objetivos acima citados, o trabalho foi dividido nas seguintes metas físicas:

- Levantamento dos dados secundários por meio de consulta à literatura especializada, aos acervos de dados disponíveis na OIM e na Internet, e através das principais comunidades de imigrantes presentes em Portugal, bem como das nacionalidades que mais recorrem ao PRV;
- Análise dos dados secundários recolhidos e definição de um programa de entrevistas com membros das diferentes comunidades;
- Levantamento dos dados primários através das entrevistas com membros das diferentes comunidades de imigrantes;
- Realização do tratamento dos dados secundários e primários;
- Preparação e apresentação do Relatório Final do projeto.

Ressalva-se que, para a aplicação dos questionários, a amostra foi dividida entre os quatro grupos comunitários adiante descritos. Os inquiridores tiveram liberdade para aplicar os questionários de maneira livre pelos vários locais frequentados pelos imigrantes nas áreas geográficas indicadas. Poucos locais lhes foram apontados, como o Centro Nacional de Apoio ao Imigrante.

Resultados

Os dados colhidos e analisados no *mapping* e aqui expostos permitem avançar as principais conclusões relativas às quatro comunidades de imigrantes estudadas:

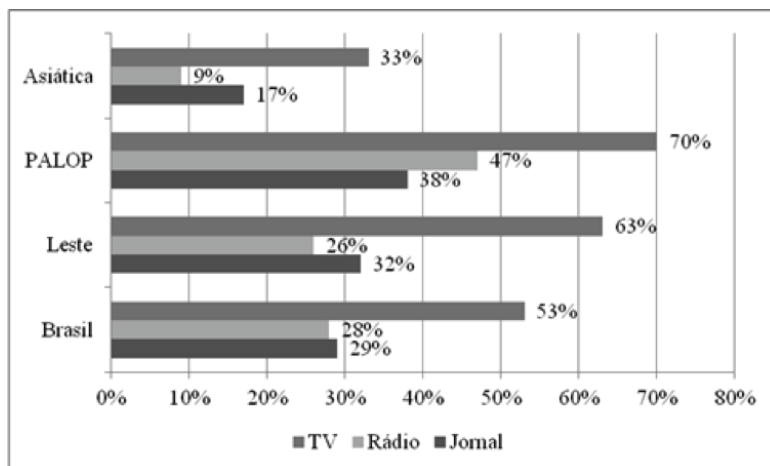
1. Brasil
2. Leste (correspondente aos seguintes países): Moldávia, Rússia e Ucrânia
3. Ásia (correspondente aos seguintes países): China, Paquistão, Índia e Bangladesh
4. PALOP (correspondente aos seguintes países): Cabo Verde, Angola, Guiné-Bissau e São Tomé e Príncipe

a) *Media*

Procurou-se compreender neste trabalho a relevância dos *media* para a obtenção de informações das comunidades de imigrantes estudadas e quais são os principais meios de comunicação através dos quais elas se informam.

Assim, relativamente aos *media* ditos formais, as quatro comunidades estudadas afirmaram optar pela TV como canal preferencial de obtenção de informação. Os jornais impressos aparecem em segundo lugar, embora com uma percentagem bem menos significativa (54% e 29% respetivamente).

Figura 1: Frequência de utilização dos meios de comunicação (todos os dias) – (%)



Fonte: Inquérito "Mapeamento das comunidades de imigrantes e seus meios de informação em Portugal" (2010, OIM)

De maneira geral, no que concerne aos jornais, constata-se que os mais procurados pelos imigrantes são o *Correio da Manhã* e o *Metro* (52% e 46% respetivamente). Já os canais de TV mais assistidos são a SIC (57%) e a TVI (49%). Relativamente à Internet, os sites visitados variam muito: vão desde sites informativos aos de divertimento. No entanto, quando o assunto é imigração, os sites mais utilizados são os do CNAI e do SEF, nessa ordem.

Existem, contudo, diferenças de preferências entre as comunidades. Enquanto as comunidades asiática, do Leste e dos PALOP preferem ler o *Correio da Manhã*, a brasileira recorre mais ao *Metro*. Já a SIC consta como o canal de TV mais assistido pelas comunidades brasileira e dos PALOP, sendo a TVI mais vista pelas do Leste e a asiática.

Averigua-se ainda que os jornais *Destak* e o *Público* apresentam uma frequência de leitura mais significativa pelas comunidades brasileira e dos PALOP.

Paralelamente, os meios de comunicação étnicos, ou *media* étnicos¹⁰, também surgem como um meio privilegiado na procura da informação (com 40% do total dos inquiridos a responderem positivamente a este meio). No entanto, há diferenças significativas entre as comunidades: enquanto 72% dos inquiridos da comunidade do Leste e 35% da brasileira afirmaram recorrer a esses canais, apenas 28% dos imigrantes questionados das comunidades dos PALOP e asiática utilizam esses canais como meio de busca de informação.

Essas tendências justificam-se pelo facto de existir, em Portugal, um acervo relativamente importante desse tipo de *media* direcionado para as comunidades brasileira e do Leste. Já a comunidade asiática possui ainda uma quantidade muito pequena de jornais étnicos e praticamente não se encontra nenhum jornal elaborado pela comunidade africana em território nacional (Salim, 2008).

b) *Canais preferenciais de acesso à informação*

No âmbito do estudo, observa-se que as diferentes comunidades de imigrantes tendem a obter informação através de contactos pessoais (informação “boca-a-boca”) e da TV. Existe igualmente uma grande procura de informação através da Internet. Os panfletos, como meio de obtenção de informação, não aparentam ter grande sucesso no seio das diferentes comunidades (cf. Quadro 1).

Quadro 1: Maneiras de se obter informação – (%)

Maneiras de obter informações	Brasil	PALOP	Ásia	Leste
Boca-a-boca	61%	63%	71%	70%
TV	73%	85%	45%	70%
Rádio	44%	68%	18%	42%
Jornal	69%	72%	63%	41%
Internet	75%	62%	53%	54%
Panfletos em português	13%	12%	2%	9%
Panfletos língua materna	0%	0%	5%	7%

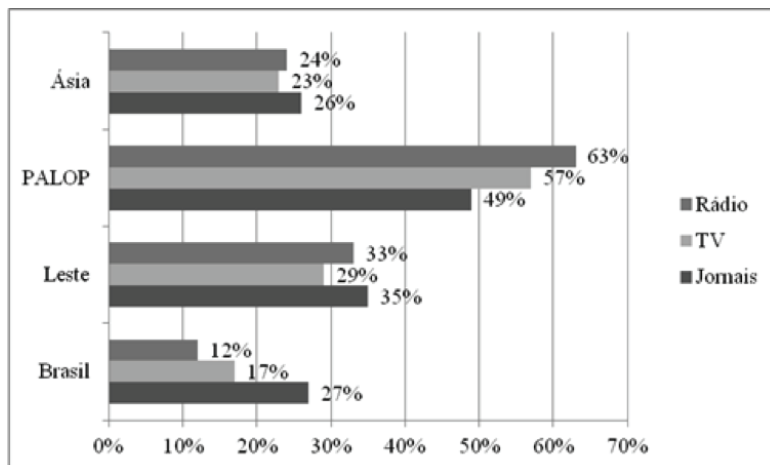
Fonte: Inquérito “Mapeamento das comunidades de imigrantes e seus meios de informação em Portugal” (2010, OIM)

Pôde-se ainda constatar que, se a maioria prefere a TV como meio informativo genérico, quando o assunto é informação sobre imigração, a imprensa escrita aparece como o canal mais utilizado, com exceção da comunidade dos PALOP que tende a preferir a Rádio e a TV (cf. Figura 2).

É interessante notar que a Internet não surge como um meio privilegiado por parte dos imigrantes para obter essas informações. De facto, apenas 31% dos inquiridos declararam procurá-las na Internet. Não obstante, quando procurada através da Internet, os sites mais utilizados são os do Centro Nacional de Apoio ao Imigrante (CNAI) e do Serviço de Estrangeiros e Fronteiras (SEF), com 56% e 39% de respostas, respectivamente.

A diferença apontada pelos imigrantes dos PALOP no que concerne a TV e a Rádio, explica-se pelo facto de essa comunidade ter acesso regular aos canais *RTP África* e *RDP África* e, com estes, identificarem-se.

Figura 2: Procura de informação sobre imigração nos meios de comunicação portugueses – (%)



Fonte: Inquérito “Mapeamento das comunidades de imigrantes e seus meios de informação em Portugal” (2010, OIM).

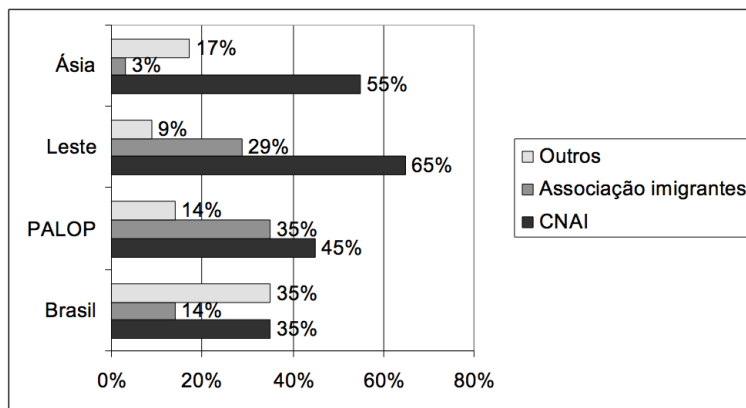
c) *Locais de ajuda e aconselhamento*

Com o intuito de identificar os mais diversos canais de acesso à informação dos imigrantes, procurou-se distinguir os diferentes sítios onde os imigrantes costumam ir para pedir ajuda e aconselhamento em Portugal.

Nesse sentido, o Centro Nacional de Apoio ao Imigrante (CNAI) foi identificado como o local mais procurado pelos imigrantes para pedir ajuda e aconselhamento; as associações de imigrantes aparecem em segundo lugar, embora com resultados bastante inexpressivos, com exceção dos imigrantes oriundos dos PALOP.

Vale a pena salientar que, por ajuda e aconselhamento, entende-se procura de informações sobre seus direitos e deveres como cidadãos imigrantes em Portugal, o que explica o facto do CNAI – pelos serviços que presta ao cidadão imigrante e pela facilidade de tê-los todos concentrados num único espaço – ser o local mais procurado por eles (cf. Figura 3).

Figura 3: Locais de ajuda e aconselhamento – [%]



Fonte: Inquérito "Mapeamento das comunidades de imigrantes e seus meios de informação em Portugal" (2010, OIM)

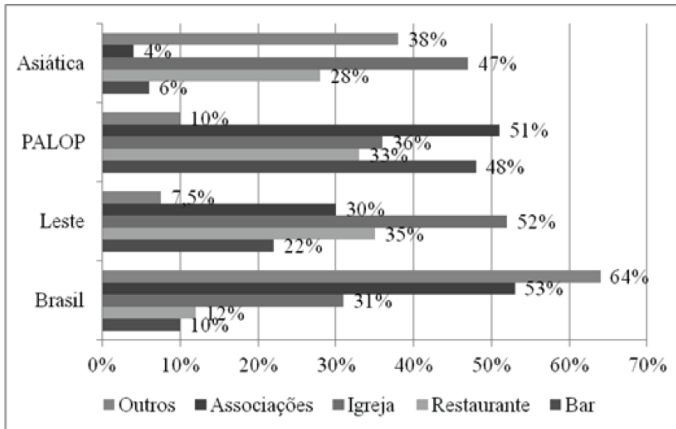
Outros locais foram igualmente apontados pelas diferentes comunidades, sobretudo a brasileira que é, ademais, a que menos procura os serviços do CNAI. Desses, os resultados evidenciam o Serviço de Estrangeiros e Fronteiras e a rede social como os locais mais indicados pelas comunidades de imigrantes.

d) Lugares frequentados

A pesquisa procurou também estabelecer uma lista de "pontos de encontro" mais frequentados pelas diferentes comunidades na tentativa de identificar lugares específicos para a distribuição de informação.

Assim, as associações, as igrejas, os bares e os restaurantes (cf. Figura 4) surgem como locais preferenciais de convivência entre as comunidades. Muitos também referiram as festas familiares e/ou encontros com amigos em casas de particulares como local de ponto de encontro (itens incluídos na categoria "outros" do Figura abaixo).

Figura 4: Frequência lugares comunidades - (%)



Fonte: Inquérito "Mapeamento das comunidades de imigrantes e seus meios de informação em Portugal" (2010, OIM)

Ao analisar os dados por comunidade, observa-se que as comunidades asiática e do Leste elegeram os locais religiosos como ponto preferencial de encontro. Os imigrantes oriundos dos PALOP designaram as associações como o local mais privilegiado. No que concerne a comunidade brasileira, os bares são os locais preferenciais de convivência.

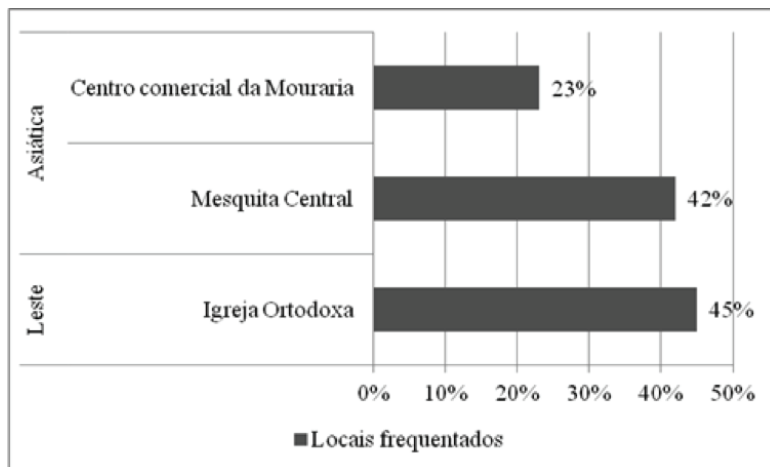
A tentativa de estabelecer uma lista com nomes específicos dos pontos de encontro tornou-se infrutífera dado que a maioria dos inquiridos não atribuiu nomes aos locais indicados nos inquéritos. Contudo, mencionaram as áreas geográficas dos locais apontados, o que nos permitiu chegar a conclusões pertinentes:

Verifica-se que 35% dos inquiridos da comunidade do Leste indicaram a área geográfica de Santa Apolónia como o local mais frequentado. Isto porque é nessa zona que se situa a Igreja Ortodoxa onde muitos deles têm por hábito de ir (cf. Figura 5). O mesmo observa-se relativamente à comunidade asiática: 31% do total dos imigrantes questionados identificaram a Praça de Espanha como ponto de encontro, uma vez que nessa localidade situa-se a Mesquita Central de Lisboa, muito frequentada por essa comunidade (cf. Figura 5).

A comunidade asiática referiu igualmente a zona da Baixa de Lisboa como área geográfica de pontos de convivência. Sabe-se que, nesta zona, se encontram muitos comércios de imigrantes asiáticos. De facto, 23% do total dos inquiridos dessa comu-

nidade apontaram o **Centro Comercial da Mouraria** como o local mais frequentado por eles (cf. Figura 5).

Figura 5: "Pontos de encontro" identificados - (%)



Fonte: Inquérito "Mapeamento das comunidades de imigrantes e seus meios de informação em Portugal" (2010, OIM)

A comunidade brasileira indicou o Chiado e Bairro Alto como os locais mais frequentados, uma vez que nessa zona estão localizados diversos bares brasileiros. No entanto, não foi possível identificá-los pois nenhum dos imigrantes brasileiros inquiridos mencionou nomes de locais específicos.

Os imigrantes oriundos dos PALOP apontaram associações e bares e a zona da Amadora como área geográfica de maior concentração. Assim como para a comunidade brasileira, no caso dos PALOP também não se conseguiu chegar a uma conclusão objetiva acerca de um "ponto de encontro" consensual. Além de não especificarem nomes de bares frequentados nos questionários, as associações designadas pelos imigrantes dos PALOP estão localizadas de forma muito dispersa.

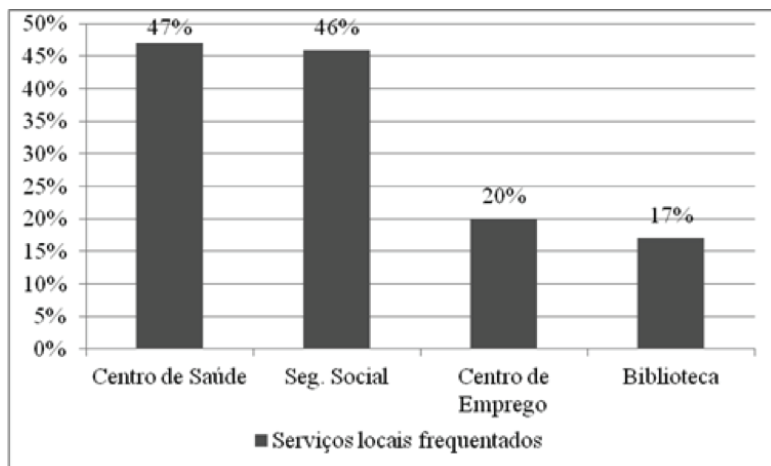
e) *Serviços locais frequentados*

Os resultados deste estudo evidenciaram (Cf. Figura 6) os Centros de Saúde e a Segurança Social (47% e 46% do total de respostas) como os serviços locais mais utilizados pelas diferentes comunidades. A brasileira e a dos PALOP designaram os

Centros de Saúde (com 45% e 60% de respostas afirmativas, respetivamente) enquanto as do Leste e asiática afirmaram recorrer mais à Segurança Social (61% e 41% respetivamente).

Embora com menos expressão, os Centros de Emprego e bibliotecas também surgiram como locais frequentados pelas comunidades nos resultados do trabalho.

Figura 6: Serviços locais frequentados – (%)



Fonte: Inquérito "Mapeamento das comunidades de imigrantes e seus meios de informação em Portugal" (2010, OIM)

f) *Locais de distribuição de informação*

Os órgãos de imigração (65% do total das respostas) foram sugeridos como ponto preferencial de distribuição de informação sobre imigração em Portugal. Desses, o SEF foi o local mais indicado pelas quatro comunidades estudadas, seguido do CNAI (cf. Quadro 2).

Para além dos serviços que lidam com imigração, outro local apontado pelas quatro comunidades foi a Segurança Social. A comunidade brasileira evidenciou ainda os locais de remessas de dinheiro e as associações de imigrantes como bons pontos de disseminação da informação. Já a comunidade dos PALOP declarou as escolas como locais onde a informação deveria ser distribuída.

Outros pontos de disseminação de informação foram igualmente referidos pelas diferentes comunidades, embora com menos destaque do que os mencionados acima; desses, os locais religiosos e os Consulados foram os mais designados.

Quadro 2: Locais de distribuição das informações – (%)

Locais de distribuição das informações	Brasil	Leste	PALOP	Asiática	Total
Biblioteca	18%	4%	17%	8%	12%
Correios	25%	19%	13%	9%	16%
Local remessas de dinheiro	45%	19%	21%	7%	23%
Segurança Social	45%	39%	39%	12%	33%
Escolas	27%	6%	32%	3%	17%
Serviços de imigração	74%	70%	49%	68%	65%
Associação de imigrantes	45%	30%	11%	11%	33%
Outros	31%	26%	31%	25%	28%

Fonte: Inquérito “Mapeamento das comunidades de imigrantes e seus meios de informação em Portugal” (2010, OIM)

g) *Remessas de dinheiro*

As transações monetárias internacionais, mais conhecidas como “remessas de dinheiro”, são uma das consequências das migrações internacionais. De facto, os imigrantes costumam enviar dinheiro para os seus familiares nos países de origem contribuindo, desta maneira, para o desenvolvimento de seus respetivos países¹¹.

Perguntados se costumam enviar dinheiro para família, 46% do total dos inquiridos responderam afirmativamente. As comunidades que mais declararam enviar remessas para os seus familiares foram a brasileira e a asiática, com 53% e 46% de respostas positivas, respetivamente.

Quanto aos locais preferenciais de remessas, a Western Union destaca-se nitidamente (65% do total). A comunidade brasileira faz ainda uso de outras agências como a Money Gram e a Munditransfer.

h) *Hábitos religiosos*

Com o objetivo de maximizar a disseminação da informação, fez-se necessário investigar também os locais religiosos mais frequentados pelas diferentes comunidades. Sendo assim, constatou-se que a população das diferentes comunidades de imigrantes seguem práticas religiosas (56% do total dos inquiridos). Além disso, importa ressaltar que, embora haja uma ou duas religiões mais habituais ou dominantes, as comunidades professam distintas religiões.

A comunidade asiática aparece nas estatísticas como a mais coesa em termos de hábitos religiosos, com 46% do total dos inquiridos a declararem frequentar a Mesquita central de Lisboa, situada na Praça de Espanha. Já a comunidade do Leste indicou a Igreja Ortodoxa em Santa Apolónia (30%) como o local mais frequentado. As comunidades brasileira e dos PALOP referiram hábitos religiosos muito diversificados, o que tornou impossível a tarefa de especificar, para estas comunidades, locais religiosos para onde as informações poderiam ser direcionadas.

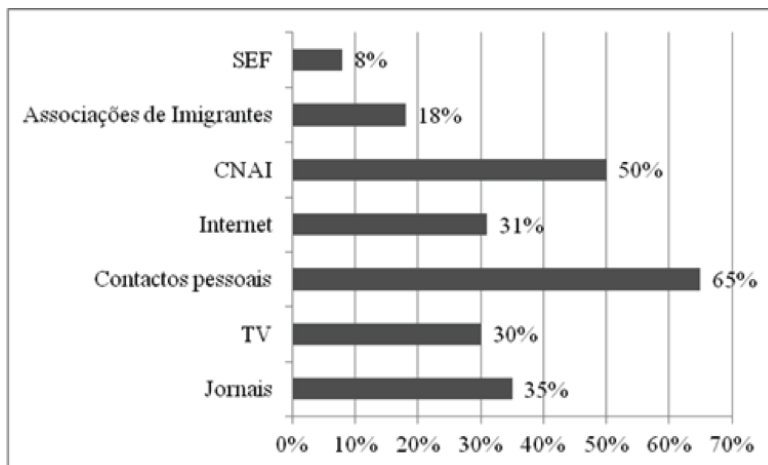
Principais conclusões

Dos questionários aplicados, das análises feitas e da leitura dos resultados do estudo, constata-se claramente que os contactos sociais (ou rede social) são o meio mais utilizado pelos imigrantes para a obtenção de informações – tanto genéricas como específicas sobre imigração.

No que concerne à busca de informações em geral, a TV surge em segundo lugar como suporte preferencial de acesso, seguida da imprensa escrita. No caso de informações específicas sobre imigração, a tendência inverte-se: os jornais impressos são preferíveis à TV.

Quando o assunto são informações sobre a imigração, o Centro Nacional de Apoio ao Imigrante (CNAI) surge logo após os contactos sociais, com metade dos inquiridos a afirmarem que recorrem a esse centro na busca de informação. Em terceiro lugar, como já referido, aparecem os jornais impressos, seguidos da TV e Internet. As associações de imigrantes e o Serviço de Estrangeiros e Fronteiras (SEF) não se destacaram como canais preferenciais de acesso à informação sobre imigração no estudo (ver Figura 7).

Figura 7: Canais de acesso à informação sobre imigração - (%)



Fonte: Inquérito "Mapeamento das comunidades de imigrantes e seus meios de informação em Portugal" (2010, OIM)

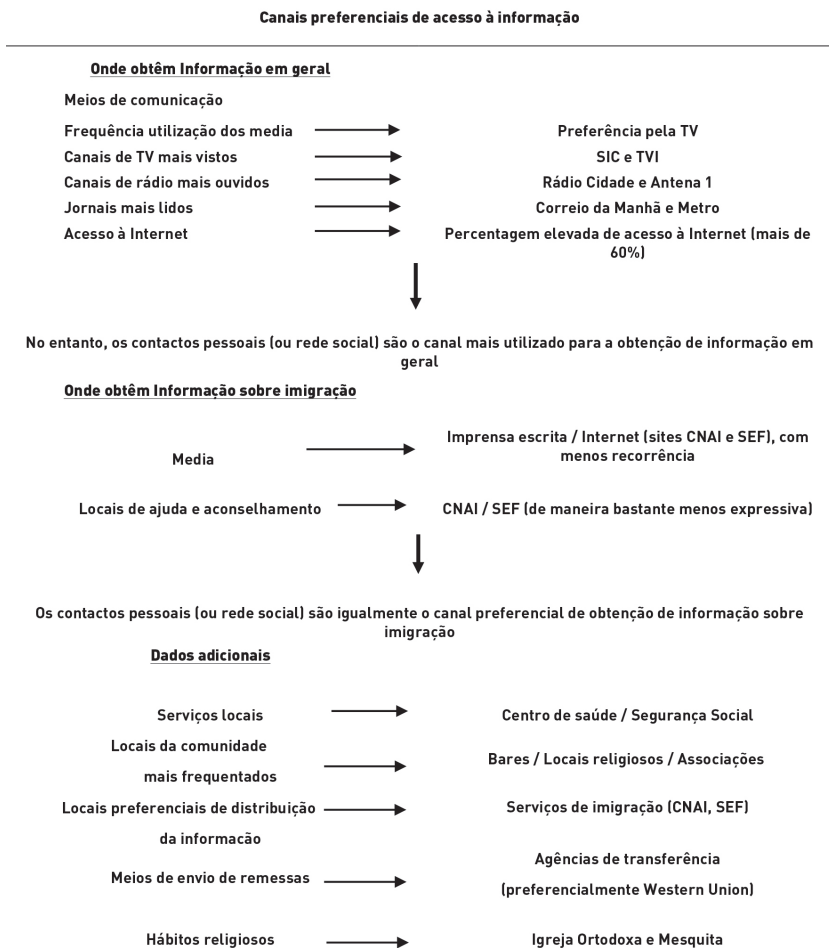
Assim, dado que o principal canal de obtenção de informação dos imigrantes passa pelos seus contactos pessoais, acredita-se que apostar na distribuição das informações nos diferentes canais identificados neste trabalho facilitará não apenas a sua disseminação mas igualmente o acesso a estas pelas diferentes comunidades de imigrantes.

Para tal, importa explorar, para além dos meios tradicionais de divulgação das informações (os *media*, por exemplo), os sítios mais frequentados pelas comunidades, bem como os serviços locais, os lugares de remessa de dinheiro e os locais religiosos. Dessa maneira, as informações poderão circular e atingir as várias redes de contacto.

Da mesma forma, parece fundamental acionar os líderes comunitários e/ou religiosos como pontos de disseminação de informação. Por terem contactos privilegiados com as diferentes comunidades, esses líderes podem ser uma mais-valia no sentido de potencializar o acesso às informações, difundindo-as de uma maneira muito mais abrangente e fiável aos seus concidadãos.

Os quadros abaixo demonstram de forma sucinta os canais preferenciais de obtenção de informação pelos imigrantes. A figura 8 sintetiza os resultados das análises na sua generalidade; já no Quadro 3, desagrega-se os resultados por cada comunidade de imigrante estudada:

Figura 8: Canais preferenciais de acesso à informação



Fonte: Inquérito "Mapeamento das comunidades de imigrantes e seus meios de informação em Portugal" (2010, OIM).

Quadro 3: Canais preferenciais de acesso à informação por comunidade de imigrante

	Brasil	Leste	PALOP	Asiática
Meios de comunicação				
Frequência utilização dos media	Preferência pela TV	Preferência pela TV	Preferência pela TV	Preferência pela TV
Canais de TV mais vistos	SIC	TVI	SIC e RTP África	TVI
Canais de rádio mais ouvidos	Rádio Cidade	Rádio Cidade	RDP África	Antena 1
Jornais mais lidos	Metro	Correio da Manhã	Correio da Manhã	Correio da Manhã
Acesso à Internet (Frequência)	93% do total dos inquiridos	81% do total dos inquiridos	68% do total dos inquiridos	70% do total dos inquiridos
Meios de comunicação comunitário	Revista O Brasileiro	Semanários Slovo e Maiak Portugalii		Jornal Sino
Meios preferenciais de obtenção de informações em geral				
	Contactos pessoais, TV e Internet	Contactos pessoais, TV e Internet	Contactos pessoais, TV e Internet	Contactos pessoais, TV e Internet
Dados adicionais				
Serviços locais frequentados	Centro de saúde	Segurança Social	Centro de saúde	Segurança Social
Locais da comunidade mais frequentados	Bares	Igreja Ortodoxa	Associações de Imigrantes	Mesquita Central de Lisboa
Meios de envio de remessas	Western Union, Money Gram e Munditransfer	Western Union	Western Union	Western Union
Hábitos religiosos		Igreja Ortodoxa		Mesquita Central de Lisboa
Meios preferenciais de obtenção de informações sobre imigração				
<i>Media</i>	Imprensa escrita/ Internet (sites CNAI e SEF), com menos recorrência	Imprensa escrita/ Internet (sites CNAI e SEF), com menos recorrência	TV e Rádio/ Internet (sites CNAI e SEF), com menos recorrência	Imprensa escrita / Internet (sites CNAI e SEF), com menos recorrência
Locais de ajuda e aconselhamento	CNAI	CNAI	CNAI e Associações de imigrantes	CNAI
Os contactos pessoais (ou rede social) são o canal de acesso mais utilizado para a obtenção de informação sobre imigração				
Locais preferenciais de distribuição da informação sobre imigração				
	Serviços de imigração e locais de remessa	Serviços de imigração e Segurança Social	Serviços de imigração, Segurança Social e Escolas	Serviços de imigração

Fonte: Inquérito "Mapeamento das comunidades de imigrantes e seus meios de informação em Portugal" (2010, OIM).

Notas

- ¹ Por meios formais de informação, entende-se os *media* escritos, falados e televisivos utilizados, hoje em dia, como instrumento de informação e divulgação; por meios informais, consideramos os meios através dos quais as informações podem ser obtidas: panfletos, informação boca-a-boca, informação num bar, numa igreja, etc.
- ² Ver também site: http://esa.un.org/unpd/wpp/Documentation/pdf/WPP2010_Volume-II_Demographic-Profiles.pdf. Estima-se que a população mundial atingirá os 9,1 mil milhões de pessoas em 2050.
- ³ Segundo a ONU, havia, em 1995, entre 120 e 130 milhões de pessoas a viver fora do seu país, sem ter em conta nesses números os ditos refugiados (https://central.fiap.br/forum_02/pdf/comite_economico_financeiro.pdf). Actualmente, estima-se em cerca de 200 milhões o número de migrantes na escala global.
- ⁴ Segundo um artigo do Diário Económico, intitulado “Imigrantes valem 7% da riqueza do país”, do dia 5 de Abril de 2007, Portugal já era o quinto país da OCDE mais procurado pelos imigrantes.
- ⁵ Consultar o International Migration Outlook 2011, OECD, SOPEMI (http://www.wiso.uni-hamburg.de/fileadmin/vwl/aussehandel/internationalewirtschaftsbeziehungen/Hauptstudium/Migration/WiSe2011_12/oecd_2011.pdf).
- ⁶ Ver a esse respeito: Relatório de Imigração, Fronteiras e Asilo, SEF, 2011. (http://sefstat.sef.pt/Docs/Rifa_2011.pdf).
- ⁷ Ver a este respeito: Penninx, R. (2006), “Integration processes of migrants: research findings and policy lessons”, in Europe and its Immigrants in the 21st Century – A new deal or a co-tinuing dialogue of the deaf?, Edited by Demetrios G. Papademetriou, Lisbon: Migration Policy Institute – Luso-American foundation, pp. 31-55.
- ⁸ Academia das Ciências de Lisboa e Fundação Calouste Gulbenkian (2001), Dicionário da Língua Portuguesa Contemporânea, Editorial Verbo.
- ⁹ Tendo em conta que grande parte dos imigrantes vive na área da Grande Lisboa, optamos por aplicar os questionários apenas nesta área neste primeiro estudo. Além disso, o número limitado de questionários – 350 no total – causaria problemas em termos de divisão da amostra caso optássemos por aplicá-los em todo território nacional. De facto, os resultados seriam nulos em termos científicos.
- ¹⁰ A designação *media* étnicos é entendida como os meios de comunicação desenvolvidos pelos imigrantes para os imigrantes.
- ¹¹ Ver a este respeito, por exemplo, o estudo da Organização Internacional para as Migrações: International Organization for Migration (2009), Angola: A Study of the Impact of Remittances from Portugal and South Africa, IOM Migration Research Series.

Referências Bibliográficas

- Assembleia Municipal de Lisboa (2004), *Fórum de Lisboa: Imigração e Minorias Étnicas – Integração e Cidadania/O princípio da reciprocidade*, Lisboa: Câmara Municipal de Lisboa.
- Baganha, M.I., Marques, J.C. (2001), *Imigração e Política – o caso português*, Lisboa: Fundação Luso-Americana.
- Baganha, M.I., Góis, P., Pereira, P. (1999), “International Migration from and to Portugal: What do we know and where are we going?” Lisboa: *Revista Crítica de Ciências Sociais*, N.º 52/53, pp. 229-279.
- Ferin, I., Santos, C. (2006), *Media, Imigração e Minorias Étnicas II*, Lisboa: ACIME.
- Hall, S. (2003), *Da Diáspora: Identidades e mediações culturais*, Belo Horizonte: UFMG: Representações da UNESCO no Brasil.
- Ilharco, F. (2003), *Filosofia da Informação: Uma Introdução à Informação como Fundação da Acção, da Comunicação e da Decisão*, Lisboa: Universidade Católica de Lisboa.
- International Organization for Migration (2009), *Angola: A Study of the Impact of Remittances from Portugal and South Africa*, IOM Migration Research Series.
- Ibidem (2010), *Relatório Anual de Execução e Avaliação do Programa de Retorno Voluntário – ano de 2009*, Lisboa: OIM.
- Ibidem (2005), *Mapping exercise – Brazil*, Final Report, London: IOM.
- Maalouf, A. (1998), *Les identités meurtrières*, Paris: Grasset.

- Machado, F.L. (1997), "Contornos e especificidades da imigração em Portugal", Lisboa: *Sociologia – Problemas e Práticas*, N.º 24, pp. 9-44.
- Machado, I. (2007), "Reflexões sobre as identidades brasileiras em Portugal", in *Imigração Brasileira em Portugal*, Organizado por Jorge M. Malheiros, Lisboa: ACIDI.
- Penninx, R. (2006), "Integration processes of migrants: research findings and policy lessons", in *Europe and its Immigrants in the 21st Century – A new deal or a co-tinuing dialogue of the deaf?*, Edited by Demetrios G. Papademetriou, Lisbon: Migration Policy Institute – Luso-American foundation, pp. 31-55.
- Portes, A. (1999), *Migrações Internacionais – Origens, Tipos e Modos de Incorporação*, Oeiras: Celta Editora.
- Rocha, M.B. (1995), *Sociologia das Migrações*, Lisboa: Universidade Aberta.
- Rosário, E., Santos, T. (2008), *Quanto custa ser imigrante?*, Lisboa: ACIDI.
- Rebello, J. (coord.), Ponte, C., Ferin, I., Malho, M.J., Brites, R., Oliveira, V. (2008), *Estudo de Recepção dos Meios de Comunicação Social*, Lisboa: Entidade Reguladora para a Comunicação Social.
- Vitorio, B. (2007), *Imigração Brasileira em Portugal – Identidades e Perspectivas*, Santos: Editora Universitária Leopoldianum.
- Salim, I. (2008), *Os meios de comunicação étnicos em Portugal – dinâmica organizacional dos media das comunidades de imigrantes*, Lisboa: ACIDI.
- Santos, C. (2007), *Imagens de mulheres imigrantes na imprensa portuguesa – Análise do ano de 2003*, Lisboa: ACIDI.
- Spencer, S. (2006), "The Challenge of integration in Europe", in *Europe and its immigrants in the 21st century – a new deal or a continuing dialogue of the death?*, Edited by Demetrios G. Papademetriou, Lisbon: Migration Policy Institute – Luso-American foundation, pp. 2-3.
- Sorlin, P. (1997), *Mass Media*, Oeiras: Celta Editora.
- Valdigem, C. (2006), "Uso dos media e identidade: brasileiras num Salão de Beleza", in *Imagens da Diferença, Media & Jornalismo – Revista do Centro de Investigação Media e Jornalismo*, Coimbra: Edições Minerva, pp. 53-76.

Endereços electrónicos:

Alto Comissariado para a Imigração e Diálogo Intercultural (ACIDI): www.acidi.gov.pt
Organização Internacional para as Migrações (OIM): www.iom.int
Serviço de Estrangeiros de Fronteiras (SEF): www.sef.pt