

Práticas Midiáticas de Inclusão e Incentivo a Imigrantes no Brasil: Análise das Ações dos Projetos Migraflix e Mi Casa, Tu Casa¹

Mariana Marcela de Fátima Moraes²

Cristóvão Domingos Almeida³

Universidade Federal de Mato Grosso, Cuiabá, MT

RESUMO

Com o agravamento de embates econômicos, políticos e sociais entre população e governo em países vizinhos ao Brasil, registrou-se um aumento em pedidos de permissão de residência de imigrantes no país, segundo dados do governo brasileiro disponíveis na Plataforma Regional de Coordenação Interagencial. Apenas em outubro de 2020, foram concedidas aproximadamente 145.5 mil permissões de residência⁴ no Brasil para imigrantes venezuelanos. Junto ao aumento da chegada de estrangeiros ao Brasil, nota-se uma crescente nos discursos de ódio contra imigrantes e refugiados, motivado pela ameaça de racionamento de oportunidades de vida entre brasileiros e estrangeiros. Gomes, Caloy e Lara (2019, p. 214) afirmam que esse contato entre imigrantes e brasileiros tem gerado certa aversão, principalmente no âmbito econômico, considerando o momento de recessão que o Brasil se encontra. Logo, a dificuldade de encontrar emprego fixo e deficiência na oferta de serviços públicos tem afetado a vivência entre nacionais e internacionais, produzindo uma mentalidade de que imigrantes acirraram a busca por melhores condições de vida (GOMES, CALOY, LARA, 2019, p. 214); situação que implica na marginalização e vulnerabilidade de imigrantes que buscam novas perspectivas de sobrevivência. À vista disso, e em uma tentativa de contribuir com as conquistas dos imigrantes no Brasil, surgem organizações como a Migraflix e o projeto social Mi Casa, Tu Casa, com objetivo de incentivar e capacitar os profissionais e acolher socialmente os imigrantes.

Migraflix é uma startup fundada em 2015 por Jonathan Berezovsky, com o propósito de fomentar o empreendedorismo de migrantes na América Latina, inserindo-os

¹ Trabalho apresentado na DT 7 - Comunicação, Espaço e Cidadania do XXII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, realizado de 8 a 10 de junho de 2022.

² Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Mato Grosso, e-mail: marianamarcela@outlook.com.

³ Orientador do trabalho, professor do programa de Pós Graduação em Comunicação (PPGCOM) e do Programa de Pós-graduação em Estudo de Cultura Contemporânea (ECCO) na UFMT. Email: cristovaoalmeida@gmail.com.

⁴ Dados disponíveis em: <https://www.r4v.info/es/permisos-residencia>. Acesso em 05 ago. 2021.

na sociedade através da capacitação para o mercado de trabalho. O projeto escolhido para ser observado nessa pesquisa foi o “Raízes na Cidade”, que capacita imigrantes para oferecerem experiências relacionadas às suas raízes culturais e histórias de vida. Já o Mi Casa, Tu Casa é um projeto do jornal Joca, voltado para o público infantojuvenil brasileiro, em parceria com a organização internacional Hands On Human Rights e o ACNUR. O objetivo é proporcionar acolhimento e educação para imigrantes venezuelanos em Roraima através da arrecadação de livros e fomento à escrita de cartas para imigrantes a fim de acolhê-los.

A escolha dos projetos se justifica no objetivo de ambos: acolher e incentivar imigrantes e refugiados, mas com abordagens diferentes. A Migraflix busca preparar profissionalmente imigrantes por meio de capacitação, enquanto o projeto Mi Casa, Tu Casa busca ampará-los socialmente, através do envio de cartas acolhedoras e fomento de ações que auxiliam na educação. Tais diferenças nas abordagens proporcionará à pesquisa um panorama mais rico em suas complexidades, possibilitando uma análise mais farta e sensível.

Compreende-se nas dinâmicas e fluxos migratórios, na vulnerabilidade social e na tentativa de inclusão por parte de projetos, a relevância de analisar as práticas midiáticas das organizações citadas, a fim de conceber de que modo essas ações são capazes de auxiliar na melhoria da qualidade de vida e como tais projetos são difundidos na mídia brasileira. Diante disso, o problema que se busca responder é de que forma se dão as práticas midiáticas de inclusão e incentivo à refugiados no Brasil por meio de projetos como Migraflix e Mi Casa, Tu Casa, uma vez que essas práticas estão articuladas a fluxos migratórios. Logo, o objetivo da pesquisa é o de analisar essas práticas midiáticas de inclusão e incentivo a refugiados no Brasil.

A pesquisa busca promover reflexão sobre a inclusão por meio da diferença entre culturas e o “outro” enquanto produto de si mesmo (ZANFORLIN, AMARAL, 2019) que gera curiosidade e se configura como possível porta de entrada para a sociedade brasileira. O estudo visa analisar as ações e as práticas midiáticas, a fim de contribuir para que a inclusão de imigrantes e refugiados seja cada vez mais respeitosa.

Moscovici (2007) em seus estudos sobre as Representações Sociais, aborda sobre a força e forma com que as representações sociais afetam as interpretações humanas sobre o mundo. Os seres sociais, como afirma Queiroz (2015, p. 10), são

elementos participantes de um contexto social, portanto carregam em seu referencial de vida classificações e objetivações⁵ que funcionam como lentes, fazendo-os enxergar e relacionar toda a comunicação através delas. Ou seja, as representações estão sempre presentes e permeiam as relações sociais, se justapondo na visão de mundo de cada participante de uma sociedade.

Sobre as representações sociais, Simoneau e Oliveira (2015, p. 282), afirmam que a comunicação é vetor de transmissão da linguagem, e que essa é, conseqüentemente, portadora de representações sociais. Portanto, depreende-se que o fomento da comunicação tem o poder de transformar representações adquiridas sobre diversos assuntos ou situações. Logo, na tentativa de incluir e incentivar refugiados, como no caso dos projetos, e disseminar tais ações para a sociedade brasileira por meio de redes sociais e mídia, os projetos buscam estimular a comunicação a fim de que as representações negativas sobre imigrantes e refugiados que circulam no imaginário brasileiro e presentes na agenda política conservadora que ganhou força nos últimos anos no Brasil, sejam progressivamente transformadas.

Ao retomar a afirmação de Queiroz sobre representações sociais enquanto lentes que atravessam o olhar dos seres e trazê-la para o cenário atual dos imigrantes no Brasil, tais “lentes”, aqui tidas como representações negativas, são fortemente reproduzidas na sociedade brasileira e acabam por agredir, invisibilizar e/ou dificultar a vivência de imigrantes em sua nova realidade em um novo país.

Moscovici (2007, p. 37) ainda afirma que essas representações “são impostas sobre nós, transmitidas e são o produto de uma sequência completa de elaborações e mudanças que ocorrem no decurso do tempo e são o resultado de sucessivas gerações.” No entanto, o autor ainda discorre que “o que é incomum e imperceptível para uma geração, torna-se familiar e óbvio para a seguinte. Isso não se deve simplesmente à passagem do tempo ou dos costumes, embora ambos sejam provavelmente necessários” (MOSCOVICI, 2007, p. 71). Assim sendo, a existência de projetos como Migraflix e Mi casa, Tu casa no Brasil, auxiliam, mesmo que esse não seja o objetivo principal das ações, na transformação das representações que os refugiados possuem atualmente na sociedade brasileira.

⁵ Ação de unir uma ideia não-familiar à realidade; concretizar determinado conceito. Segundo Moscovici (2011), objetivar trata-se de “encher o que está naturalmente vazio, com substância”.

A pesquisa compreende que a mudança social pretendida sobre os direitos dos imigrantes no Brasil apenas será possível quando acompanhada de políticas públicas efetivas de apoio e socialização aos migrantes. No entanto, a sociedade civil e ONGs possuem papel fundamental na defesa dos direitos de grupos sociais em situação de vulnerabilidade, na vigilância do governo e assistência das populações migrantes. Por esta razão, projetos que promovam acolhimento e incentivo à imigrantes no Brasil, tornam as vivências de nacionais e internacionais mais harmônicas, uma vez que buscam tornar familiar o que antes não o era.

A complexidade do contexto em que os imigrantes e refugiados se encontram atualmente no Brasil, aliada a projetos que buscam promover mais inclusão e capacitação e práticas midiáticas envolvidas no processo, configuram o ponto chave da pesquisa: analisar as práticas midiáticas de inclusão e de que forma se dão essas ações que buscam inserir migrantes na sociedade brasileira.

A motivação na escolha da netnografia enquanto método de coleta de dados para responder ao objetivo específico da pesquisa se justifica na possibilidade de observar os espaços virtuais nos quais as ações da organização Migraflix⁶ e o projeto Mi Casa, Tu Casa⁷ estão inseridas e são divulgadas, com o objetivo de chegar ao conhecimento do maior número de refugiados, mas também alcançar membros da sociedade brasileira, voltando o olhar para a importância do incentivo e inclusão de imigrantes no Brasil.

A coleta dos dados será realizada no site da organização Migraflix e no portal do Jornal Joca, no qual o projeto social Mi Casa, Tu Casa está amparado. Publicações em redes sociais como Facebook e Instagram também serão consideradas, assim como matérias sobre os projetos veiculadas na mídia jornalística brasileira, a fim de compreender a forma como essas ações são difundidas para a sociedade brasileira. Após a coleta dos dados, organização e interpretação, as informações serão ponderadas por meio de uma Análise do Discurso. Considerou-se a técnica de análise escolhida como mais adequada por entender que os registros contêm informações e significados relevantes para o resultado da pesquisa. Como conclusão parcial do trabalho, espera-se realizar uma análise fundamentada sobre as práticas midiáticas de inclusão e incentivo, que buscam integrar imigrantes e refugiados na realidade sociocultural e econômica no

⁶ Disponível em: <https://www.migraflix.com.br/>. Acesso em 3 ago 2021.

⁷ Disponível em: <https://conteudo.jornaljoca.com.br/mi-casa>. Acesso em 11 ago 2021.



Brasil; os resultados a serem expostos serão, majoritariamente, qualitativos, ou seja, os resultados serão traduzidos através de conceitos e ideias.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação; Cidadania; Práticas Midiáticas; Migração; Refugiados.

REFERÊNCIAS

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977. 225 p. Disponível em: <https://www.ets.ufpb.br/pdf/2013/2%20Metodos%20quantitativo%20e%20qualitativo%20-%20IFES/Livros%20de%20Metodologia/10%20-%20Bardin,%20Laurence%20-%20An%C3%A1lise%20de%20Conte%C3%BAdo.pdf>. Acesso em 16 ago. 2021.

CORRÊA, Maurício de Vargas; ROZADOS, Helen Beatriz Frota. A netnografia como método de pesquisa em Ciência da Informação. **Encontros Bibli: revista eletrônica de biblioteconomia e ciência da informação**, [S.L.], v. 22, n. 49, p. 1-18, 9 maio 2017. Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Disponível em: <http://dx.doi.org/10.5007/1518-2924.2017v22n49p1>. Acesso em 16 ago. 2021.

GOMES, Davi Luiz; CALOY, Lara Miranda; LARA, Caio Augusto Souza. Clandestino sem papel: as implicações sociais e legais do não acolhimento dos refugiados venezuelanos no Brasil. **Percursos**, v. 3, n. 30, p. 213-216, 2019. Disponível em: <http://revista.unicuritiba.edu.br/index.php/percurso/article/view/3657/371372032>. Acesso em 10 ago. 2021

KOZINETS, Robert V. **Netnografia: a arma secreta dos profissionais de marketing**. 2010. Disponível em: http://bravdesign.com.br/wp-content/uploads/2012/07/netnografia_portugues.pdf. Acesso em: 16 ago. 2021.

MOSCOVICI, Serge. **Representações sociais: investigações em psicologia social** / Serge Moscovici: editado em inglês por Gerard Duveen: traduzido do inglês por Pedrinho A. Guareschi. 5a ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007.

Plataforma Regional de Coordinación Interagencial para Refugiados y Migrantes de Venezuela. **PERMISOS DE RESIDENCIA Y DE ESTANCIA REGULAR CONCEDIDOS**. 2021. Disponível em: <https://www.r4v.info/es/permisos-residencia>. Acesso em: 05 ago. 2021.

Observatório das Migrações Internacionais. **Relatório Anual 2020**. Brasil: Obmigra, 2020. Disponível em: https://portaldeimigracao.mj.gov.br/images/dados/relatorio-anual/2020/Resumo%20Executivo%20_Relat%C3%B3rio%20Anual.pdf. Acesso em: 12 set. 2021.

QUEIROZ, Marcos Marinho Martins de. **Comunicação Política e Representação Social: uma relação entre a imagem pretendida pelo político e a significada pelo eleitor**. In: X Conferência Brasileira de Mídia Cidadã e V Conferência Sul-Americana de Mídia Cidadã, 10., 2015. Bauri-SP: Unesp, 2015. p. 1-15. Disponível em: <https://abpc.com.br/wp-content/uploads/2020/04/dt4-20.pdf>. Acesso em: 29 set. 2021.



SIMONEAU, Adriana Sancho; OLIVEIRA, Denize Cristina de. Representações sociais e meios de comunicação: produção do conhecimento científico em periódicos brasileiros / social representations and media. **Psicologia e Saber Social**, [S.L.], v. 3, n. 2, p. 281-300, 16 jan. 2015. Universidade de Estado do Rio de Janeiro. <http://dx.doi.org/10.12957/psi.saber.soc.2014.14478>. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/psi-sabersocial/article/view/14478>. Acesso em: 29 set. 2021.

ZANFORLIN, Sofia Cavalcanti. AMARAL, Renata Maria do. **Empreendedorismo para Migrantes**: relações entre gastronomia, consumo cultural e economia criativa. *E-Compós*, 22(1). 2019. <https://doi.org/10.30962/ec.1647>