

Imigrantes Haitianos no Brasil e o Consumo de Mídia¹

Cristóvão Domingos de ALMEIDA²

Vitória SANT'ANA³

Beatriz MONTALVÃO⁴

Luís Felipe do NASCIMENTO⁵

Universidade Federal do Pampa, São Borja, RS.

Resumo

O fator migratório se tornou objeto de estudos para diversas áreas do conhecimento, a proposta de reflexão neste trabalho é revelar a preocupação com os processos de comunicação e consumo de produtos midiáticos dos haitianos que vivem em solo brasileiro. Utilizando como suporte fundamental o trabalho de campo e de observação, fundamentamos o estudo a partir de entrevistas em profundidade com os haitianos que vivem na Casa Missão Paz em São Paulo e em São Borja/RS. Constata-se que os haitianos têm dificuldades de realizar o consumo de mídia local, em razão das dificuldades de compreensão do idioma, diante disso, eles utilizam a internet em dispositivos móveis, como celulares, para acessarem produtos midiáticos haitianos e redes sociais, para conseguirem se comunicar com a família.

Palavras-chave: Imigração; Consumo de mídia; Haitianos.

INTRODUÇÃO

Durante o ano de 2010, o Brasil passou a receber um intenso fluxo de imigrantes haitianos. Isto configurou uma nova realidade no contexto de migração no país, tanto no aspecto sociocultural, econômico, político e até mesmo na abordagem midiática. Porém, este novo cenário começou a se estruturar muito antes de 2010. Já na década de 1940, o Brasil passa a ser conhecido como um país de imigração, recebendo aproximadamente cinco milhões de estrangeiros.

Entretanto, nos anos 1990, um movimento inverso foi observado, ou seja, iniciou-se um deslocamento de brasileiros para o exterior. Os países desenvolvidos foram os destinos

¹ Trabalho apresentado no DT 7 Comunicação, espaço e cidadania, GP Comunicação para a cidadania, no XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Pós-doutorado na ESPM, doutor em Comunicação e Informação, mestre em Educação, graduado em Relações Públicas e é professor adjunto do curso de Relações Públicas com Ênfase em Produção Cultural da UNIPAMPA- São Borja, e-mail: crisovaoalmeida@gmail.com

³ Estudante de Graduação do 3º semestre do curso de Relações Públicas com Ênfase em Produção Cultural da UNIPAMPA- São Borja, e-mail: vitoria_san@hotmail.com

⁴ Estudante de Graduação do 7º semestre do curso de Relações Públicas com Ênfase em Produção Cultural da UNIPAMPA- São Borja, e-mail: montalvaobeatrizpb@gmail.com

⁵ Estudante de Graduação do 3º semestre do curso de Jornalismo da UNIPAMPA- São Borja, e-mail: luis.felipe.nasc@gmail.com

mais procurados pelos imigrantes brasileiros, tais como: Estados Unidos, Japão, Portugal e Espanha, entre outros. Já a partir de 2008, com a crise econômica internacional, tendo como reflexo, a acentuada recessão e desemprego nos países desenvolvidos; o Brasil enfrentou a crise, mantendo o emprego, investimentos na infraestrutura, impulsionados pelos eventos da Copa do mundo de 2014 e das Olimpíadas de 2016; tudo isso, fez com que o país recebesse atenção enquanto destino de estrangeiros e regresso de brasileiros que moravam no exterior (COGO, 2014).

Em relação aos haitianos, o Brasil passa a recebê-los a partir de 2010, tendo como uma das portas de entrada a região Norte do país: cidade de Brasília, estado do Acre. A partir de algumas lutas, os haitianos conseguem ingressar e permanecer de forma regularizada no Brasil através de uma nova modalidade, os chamados vistos humanitários, criada pelo governo federal para atender exclusivamente os haitianos.

Os deslocamentos se intensificaram após o terremoto que atingiu o Haiti em 12 de janeiro de 2010. Impulsionados por essa fatalidade, o Brasil começa a participar da Missão das Nações Unidas para a estabilização do Haiti (MINUSTAH). Sabe-se que o terremoto de 2010 destruiu o país, ocasionando milhares de mortes e, deixando pessoas feridas e desabrigadas. As pessoas passaram a viver em barracas, sem infraestrutura, em meio a falta de alimento, água potável, isto é, em péssimas condições de vida nos arredores da capital Porto Príncipe.

A importância que a comunicação tem para as relações humanas e algo que necessitamos para estarmos inseridos no convívio em sociedade. Em alguns casos o processo de comunicação pode ser difícil, um exemplo disso são os imigrantes do Haiti, que embora tenham o conhecimento básico da língua portuguesa, encontram dificuldades em se comunicar.

Tendo a comunicação como ferramenta indispensável para inserção na sociedade, a pesquisa teve como objetivo abordar e analisar a problemática do consumo midiático fazendo um mapeamento e análise dos discursos dos imigrantes por sexo, idade, profissão e situação de trabalho, para descobrir quais meios os imigrantes consomem para estar cada vez mais inseridos no país em que decidiram firmar residência. Na construção do artigo foram necessárias pesquisas de campo na cidade de São Paulo, na Missão Paz, e na cidade de São Borja. A pesquisa de campo é necessária para identificar o que os haitianos consomem mídia em seu país de origem e o que eles passaram a consumir no Brasil.

Comunicação: Internet como ferramenta de aproximação

Uma das características da comunicação é a socialização, troca, relacionamento, interação ou simplesmente estar conectado (MAFFESOLI, 2007). Nesse processo, a tecnologia surge como benefícios sociais. Para Canclini (1997) “a comunicação não é eficaz se não incluir também relações de colaboração e transação entre emissores e receptores, além da dominação”.

Os imigrantes haitianos analisados nesse trabalho, utilizam mais aparelhos móveis para se comunicar com seus familiares e manter o vínculo com seu país de origem. Sendo assim, fazem uso de redes sociais como bate papo pelos sites *Facebook*, *Skipe*, *Messenger* e até mesmo o aplicativo *WhatsApp*, mecanismos de comunicação que a internet disponibiliza.

A internet tem uma velocidade de espalhar conteúdos instantâneos em todo o mundo. É um novo meio que revolucionou o modo de fazer comunicação, concorrendo com a televisão, jornal e outros veículos midiáticos de informação. A internet nos possibilita propagar informação independente da localização geográfica.

Pinho (2003, p. 49) caracteriza a internet como:

Uma ferramenta bastante distinta dos meios de comunicação tradicionais – televisão, rádio, jornal e revista. Cada um dos aspectos críticos que diferenciam a rede mundial dessas mídias não-linearidade, fisiologia, instantaneidade, dirigibilidade, qualificação, custos de produção e de veiculação, interatividade, pessoalidade, acessibilidade e receptor ativo – deve ser mais bem conhecido e corretamente considerado para o uso adequado da internet como instrumento de informação.

Visto que, o desenvolvimento tecnológico propõe potencializar a transmissão da informação e melhorar a qualidade. Nesse sentido, Santaella (2003) comenta:

Com o desenvolvimento das tecnologias da informática, especialmente a partir da convergência explosiva do computador e das telecomunicações, as sociedades complexas foram crescentemente desenvolvendo uma habilidade surpreendente para armazenar e recuperar informações, tornando-as instantaneamente disponíveis em diferentes formas para

quaisquer lugares. O mundo está se tornando uma gigantesca rede de troca de informações. (SANTAELLA, 2003, p. 18)

Nesse panorama, podemos ressaltar que a dificuldade de compreensão da língua e escrita local, que fazem com que os haitianos procurem produtos midiáticos online, como programas do Haiti que podem ser acessados pela internet e redes sociais que facilitam a comunicação com seus familiares. O número de imigrantes haitianos da cidade de São Borja, no Rio Grande do Sul, tem crescendo, em função disso, aos poucos eles vão conseguindo estabelecer um contato com as mídias locais, pois com o tempo vão compreendendo melhor o idioma, mesmo que não sejam todos. Mas ainda assim, podemos afirmar que o consumo midiático online vai sempre existir entre esses imigrantes, por ser um meio de comunicação de fácil acesso, rápido em disseminar informação e por possibilitar a conexão com várias plataformas online.

Consumo de mídia dos Haitianos

Tendo o idioma como um dos principais obstáculos comunicacionais, os imigrantes haitianos buscam sempre manter conexões com o seu país de origem. Além de morar na sede do Missão Paz, em São Paulo, eles se reúnem para conversar, participar de palestras e ficarem informados de cursos e oportunidades de empregos que são oferecidas.

Conforme foi dito anteriormente, o grupo de imigrantes haitianos analisados faz uso de dispositivos móveis e redes sociais para manter o vínculo com seus familiares.

(...) a comunicação jornalística é um elemento importante na organização da vida cotidiana. De alguma forma, as notícias, entre outras múltiplas funções, participam na definição de uma noção partilhada do que é atual e importante e do que não o é, proporcionam pontos de vista sobre a realidade, possibilitam gratificações pelo seu consumo, podem gerar conhecimento e também sugerir, direta ou indiretamente, respostas para os problemas que quotidianamente os cidadãos enfrentam. (SOUZA, 2002, p. 119)

Para Jenkins (2008) vivemos atualmente o que ele denomina de cultura da convergência e, na sua obra mais recente, cultura da conexão (2014), em que os vários meios de comunicação estão interligados através de plataformas multimídias na rede mundial de computadores, e, segundo o autor é o espaço “onde as velhas e as novas mídias colidem, onde mídia corporativa e mídia alternativa se cruzam, onde o poder do produtor de mídia e o poder do consumidor interagem de maneiras imprevisíveis” (JENKINS, 2008, p. 29).

Na cultura da conexão, Jenkins (2014, p. 151) avança e fala da propagabilidade que a cultura participativa promove, ou seja, “o público marginal é muitas vezes bastante engajado num momento em que as indústrias da mídia estão preocupadas com os públicos não engajados e com o declínio da lealdade do espectador”. A preocupação do autor é discutir que o consumo de mídia é um trabalho mercantil, por exemplo, as visualizações, os compartilhamentos, os downloads, todos esses dados “podem ser moeda de troca entre anunciantes” (JENKINS, 2014, p. 164).

Mesmo sabendo que a mídia tenta conectar a todos, inclusive os excluídos, sabe-se que muitos haitianos vivem o que Canclini (2005, p. 41) chama de desconectados do “consumo da significação da vida social”. É certo que as diversas plataformas podem auxiliar os haitianos, quer seja nas relações com os conteúdos, quer seja nas interações sociais, pois, dependendo da forma como os meios de comunicação divulgam a sua condição no país podem causar impactos na sua aceitação no local onde estão residindo. E eles relatam as dificuldades causadas a partir dos discursos negativos que circulam na mídia, causando problemas, por exemplo, para conseguir trabalho e também dificultando as aproximações afetivas e namoros sérios (O Globo, 2012).

Durante a pesquisa, podemos notar que os imigrantes haitianos acessam a internet através de dispositivos móveis, como celular para se conectarem com suas redes sociais.

A autora Recuero (2009), acrescenta que essa interação pode causar migrações para outras plataformas:

As interações entre atores sociais podem, assim, espalhar-se entre as diversas plataformas de comunicação, como, por exemplo, em uma rede de blogs e mesmo entre ferramentas, como, por exemplo, entre Orkut e blogs. Essa migração pode também auxiliar na percepção da multiplexidade das relações, um indicativo da presença dos laços fortes na rede. (RECUERO, 2009, p. 34)

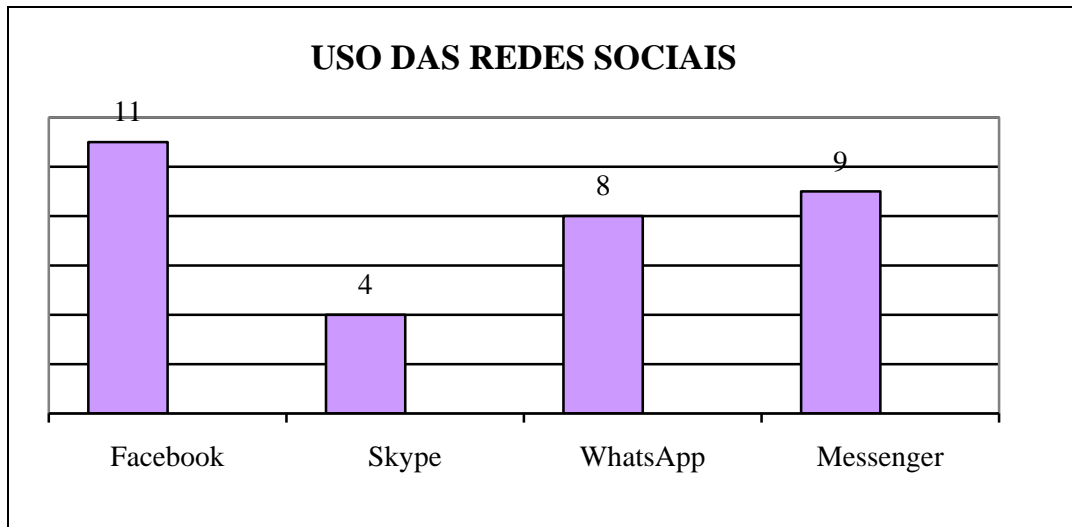


Gráfico 1 - uso das redes sociais pelos imigrantes haitianos.

Conforme as informações apresentadas no gráfico acima, 11 dos 11 haitianos entrevistados utilizam a rede social Facebook para se comunicar, 4 dos 11 utiliza o Skype, uma rede social que proporciona a conversação através de mensagens e chamadas de vídeos. 8 dos 11 entrevistados usam o aplicativo WhatsApp e 9 desses 11 haitianos utilizam o Messenger, uma ferramenta do site Facebook que proporciona troca de mensagens online.

Com as diversas possibilidades de utilizar um único conteúdo em várias mídias, surge o conceito da narrativa transmídia. Jenkins (2009) define a narrativa transmídia como “processo onde os elementos integrais da ficção são sistematicamente dispersos através de múltiplos canais de distribuição para criar uma experiência unificada e coordenada de entretenimento”.

A narrativa transmídia é a história contada em várias plataformas, utilizando as vantagens de cada meio para se propagar. Quanto mais plataformas serem utilizadas, mais transmidiática será a história. Esse conceito se aplica a imigrantes haitianos a partir do momento em que fazem uso de várias redes sociais para se comunicarem com a família ou se inteirarem das notícias de seu país de origem.

Algumas manifestações: contexto e falas reveladoras

Utilizando como suporte fundamental o trabalho de campo e de observação, fundamentamos nosso trabalho a partir das narrativas coletadas durante as entrevistas em profundidade, que possibilitaram compreender o consumo de mídia enquanto estratégia de manter relacionamentos, interações e inserção social. Nessa perspectiva, os relatos dos haitianos entrevistados nas pesquisas de campo na cidade de São Paulo, no Missão Paz, e na cidade de São Borja, Rio Grande do Sul, foram reveladores da imagem que eles possuíam e possuem do Brasil, bem como da situação em que vivem atualmente e como é feito o consumo de mídia.

Nas narrativas, buscamos, ao entrar em contato com os haitianos, compreender a decisão de eles virem para o Brasil, antes de conhecer de fato o lugar. Para em seguida, pedimos que relatassem como é feito o consumo de mídia no cotidiano.

Ao contarem como foi a decisão de virem para o Brasil, muitos falaram que o motivo foi em busca de emprego, para conseguir manter financeiramente a família deixada em seu país e conseguirem uma vida melhor, como demonstram os relatos a seguir.

Deixei meu país em busca de uma vida melhor pra minha família. Aqui posso trabalhar e mandar dinheiro para eles. (Entrevistado 1- SP)

Foi difícil arrumar emprego quando cheguei, pensei que seria mais fácil. Tem trabalhos que faço que não me pagam o que combinaram. (Entrevistado 1- SP)

Meu primo veio antes para o Brasil, me disse como era a vida aqui. Estou na casa dele procurando um emprego ainda. (Entrevistado 2 - RS)

Todo o dinheiro que recebo do meu trabalho mando para minha família. Teve meses que fiquei sem nenhum dinheiro aqui. Mas saber que eles têm o que comer me deixa bem. (Entrevistado 3 - SP)

Sendo assim, uma das principais razões que os imigrantes haitianos vêm para o país é em busca de trabalho. E, com o dinheiro que recebem enviam remessas de recursos para a família que permanece no Haiti. Muitos deles têm que trabalhar dois empregos ou mais em mais turnos, com intuito de se manter aqui e, sobrar mais recursos para enviar aos familiares que vivem em sua terra natal. Por isso, não conseguem tempo para acessar a mídia local durante o dia em função da rotina cansativa e exaustiva de trabalho.

Ao serem perguntados sobre como é feito o consumo de mídia, ressaltam que se comunicam com a família através de redes sociais e pelos dispositivos móveis. A partir do momento em que os imigrantes haitianos utilizam diversas plataformas online para se comunicar com seus familiares, isso nos aproxima do conceito de cultura da convergência. Jenkins (2009) define convergência das mídias como:

Fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. (JENKINS, 2009, p.29)

Nessa busca incessante em prol da sobrevivência, os depoimentos a seguir reproduzem situações vivenciadas pelos imigrantes com o consumo midiático.

Uso o Facebook pra falar com minha mulher. É mais fácil e barato. Gasto muito com créditos no celular pra ligar pra ela, então conversar pela internet é melhor. (Entrevistado 1 – SP)

Vejo meus irmãos e minha mãe no celular. É bom conversar com eles. Fico sabendo das notícias de meu país e conto como é a minha vida aqui. (Entrevistado 2 – RS)

Deixei meu país faz nove meses. Falo com meus filhos e minha esposa pelo sinal de internet que consigo na rua. [...] Usamos o WhatsApp pra conversar, mandar foto e vídeo, as vezes para ligar também, mas a internet não é muito boa e a ligação fica caindo. (Entrevistado 3 – SP)

Castells (2003) em A galáxia da internet identifica de forma clara essa característica:

Se você quer saber o que aconteceu em sua cidade estando do outro lado do mundo, só a Internet é capaz de fornecer essa informação. [...] Assim, a liberdade de contornar a cultura global para atingir sua identidade local

funda-se na Internet, a rede global da comunicação local. (CASTELLS, 2003, p. 162).

Verificamos que o consumo midiático local, que é pouco acessado, por conta da indisponibilidade de tempo e também pela dificuldade de compreender a língua portuguesa. A questão o idioma é um fator de impedimento, por exemplo, para realizarem leituras jornais locais ou ouvirem programas radiofônicos. Dessa forma, as dificuldades de comunicação levam os imigrantes haitianos a optarem por produtos midiáticos do seu país de origem e acessar a internet e os aplicativos enquanto ferramenta importante para se manterem conectados e informados.

CONCLUSÃO

A permanência dos imigrantes haitianos no país ainda carece de uma maior intervenção tanto do Estado em se prontificar a oferecer uma acolhida menos burocrática, quanto dos meios de comunicação em não influenciar negativamente nas suas aproximações e nas suas interações sociais.

As visões estereotipadas podem causar algumas dificuldades aos haitianos, especialmente, no aprofundamento das condições desumanas que vivem. E, sem condições e nem acesso a educação, saúde, moradia, trabalho, permanecem desconectados da cultura participativa (JENKINS, 2014) na prática cotidiana e ficam impregnados das representações que os meios de comunicação constroem de si pelos diversos tipos de cidadão. Por sua vez, os haitianos podem construir o poder de argumentação e encontrar, a partir do acesso ao trabalho, novas possibilidades de organização e interação social.

Compreender o trabalho como possibilidade de organização e interação social é valorizar as oportunidades que surgem para as pessoas que vivem em processo migratório, permitindo, com isso, encontrar mecanismos que conduzam os haitianos ao desenvolvimento de suas potencialidades e consciência crítica, acolhendo-os enquanto sujeitos históricos. Esta pesquisa é reveladora porque nos proporciona compreender as vivências cotidianas dos imigrantes haitianos e os enfrentamentos que realizam dia-a-dia, desde a busca pelo emprego até as formas para se comunicar com as pessoas e também as estratégias utilizadas para se informarem sobre os acontecimentos do seu país e do próprio Brasil.

Nesse sentido, o consumo de mídia local, como jornais, televisões e programas de rádio, não são acessados pelos imigrantes haitianos muito em função do idioma. Através da pesquisa foi possível detectar que o consumo midiático desses entrevistados é dado pelas redes sociais, a partir do momento que o aparelho móvel é conectado com a internet, os imigrantes podem diminuir a distância, veem as imagens dos seus familiares, comunicar em sua própria língua e terem a certeza de que precisam retornar a sua terra natal.

REFERÊNCIAS

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da Internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade.** Rio de Janeiro, RJ: Zahar, 2003.

CANCLINI, Nestor Garcia. **Culturas Híbridas: Estratégias para Entrar e Sair da Modernidade.** Tradução Heloísa Pezza Cintrão, Ana Regina Lessa; tradução da introdução Gênese Andrade. 4 ed. 3. reimpr. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1997.

CANCLINI, Néstor García. **Diferentes, desiguais e desconectados: mapas da interculturalidade.** Tradução Luiz Sérgio Henriques. Rio de Janeiro: UFRJ, 2005

JENKINS, Henry. **Cultura da conexão.** São Paulo: Aleph, 2014.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência.** São Paulo: Aleph, 2009.

MAFFESOLI, Michel. **Conhecimento comum: introdução à sociologia compreensiva.** Porto Alegre: Sulina, 2007.

PINHO, J. B. **Jornalismo na internet: planejamento e produção da informação on-line.** São Paulo: Summus, 2003.

SANTAELLA, Lucia. **Culturas e artes do pós-humano.** da cultura das mídias à cibercultura. São Paulo: Paulus, 2003.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet.** Porto Alegre: Sulina, 2009.

SOUZA, Pedro Jorge. **Teorias da notícia e do jornalismo.** Tradução Maria Luiza X. de A. Borges; revisão Paulo Vaz. Argos: Chapecó, 2002.