

INSTITUTO POLITÉCNICO DE LISBOA

ESCOLA SUPERIOR DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

Dissertação de Mestrado em Jornalismo

Meios de comunicação como instrumentos de inserção da comunidade cabo-verdiana
na sociedade de acolhimento: o caso da Área Metropolitana de Lisboa

Marlene Silva de Brito

Novembro de 2013

Orientador: Prof.^a Dr.^a Maria Inácia Rezola

Declaração

Esta dissertação é apresentada para cumprimento dos requisitos necessários para completar o 4º semestre e obter o grau de mestre.

Declaro que este trabalho é o resultado da minha investigação pessoal e independente. O seu conteúdo é original e todas as fontes consultadas estão devidamente mencionadas no texto, nas notas e na bibliografia.

Lisboa, 15 de Novembro de 2013

Agradecimentos

Como em qualquer investigação, não nos podemos esquecer dos agradecimentos, pois um trabalho, mesmo que seja individual acaba sempre por ter a colaboração de outras pessoas que não devem nem podem ser esquecidas.

Começo por agradecer à minha orientadora, Professora Maria Inácia Rezola, por desde o primeiro momento, ter acreditado em mim. Mesmo nos períodos mais difíceis esteve sempre ao meu lado, fazendo-me acreditar que iria conseguir.

Também endereço uma palavra de agradecimento a todos os professores que, de forma directa ou indirecta, me ajudaram nesta caminhada. Destaco o Professor José Luís Garcia, que, nas primeiras aulas de Sistemas Mediáticos Comparados, já me sugeria estudar a comunidade cabo-verdiana; o Professor António Belo e ao Danilson Semedo que foram de uma ajuda extrema no tratamento dos dados; o Professor Jorge Macaísta Malheiros que me ajudou a conhecer melhor a comunidade cabo-verdiana através das sugestões bibliográficas e da organização dos dados recolhidos; o Professor Jorge Rocha, meu professor na licenciatura, a quem agradeço a elaboração dos mapas.

Não posso deixar de agradecer à Alta Comissária para a Imigração e Diálogo Intercultural, Dr.^a Rosário Farmhouse, ao ex-Secretário de Estado Adjunto do Ministro Adjunto e dos Assuntos Parlamentares, Dr. Feliciano Barreiras Duarte, e ao antigo Secretário Executivo da Comunidade dos Países de Língua Portuguesa (CPLP), Eng.^o. Domingos Simões Pereira, por se terem disponibilizado em me receber e pelas pistas de análise que deram para o presente estudo.

Agradeço ao Director Adjunto do Serviço Internacional da Rádio e Televisão de Portugal (RTP) e Director da Rádio Difusão Portuguesa (RDP) África, Dr. Jorge Gonçalves, e à responsável pela área da programação e produção da RTP África Dr.^a Isabel Fragata, pelo carinho com que me receberam e pela entrevista que me concederam.

Um obrigado muito especial à minha amiga Dilma Esteves que sempre esteve ao meu lado, como uma verdadeira confidente, apoiando-me das mais diversas formas.

Aos meus familiares que sempre me apoiaram e ao João da Luz que é um verdadeiro amigo e companheiro e que, apesar das nossas posições divergentes, sempre acreditou em mim, e quando as lágrimas já me corriam pela face, não me deixou desmotivar.

Por último, agradeço à Embaixada de Cabo Verde em Portugal, à assessora da Ministra das Comunidades de Cabo Verde, Anabela Teixeira; à Rádio de Cabo Verde; ao director do programa de rádio *Cabo Verde no Horizonte* e da revista *Nos Terra Emílio Borges*; a todos os dirigentes associativos e às pessoas da comunidade caboverdiana que participaram nesta investigação, pois sem a sua colaboração não seria possível concretizar o presente trabalho.

Resumo

A comunidade cabo-verdiana tem raízes antigas em Portugal. Desde cedo, este grupo de estrangeiros procurou realizar uma informação de proximidade, junto da sua comunidade, socorrendo-se, para tal, dos mais variados meios (boletins, panfletos e mais recentemente dos meios digitais).

Neste sentido, quisemos estudar os meios de comunicação e de informação da comunidade cabo-verdiana residente na Área Metropolitana de Lisboa. Para tal, tivemos como ponto de partida as associações cabo-verdianas, que surgiram com a chegada deste grupo de imigrantes, com o intuito de defender os seus direitos e deveres e de os manter próximos do país de origem. Assim, procurámos perceber que meios é que existem, quais as suas funções e se os mesmos contribuem para a inserção do imigrante no país de acolhimento.

O presente estudo revelou que as associações cabo-verdianas utilizam uma variedade de instrumentos desde “o boca a boca”, passando pelo telefone e os meios digitais. Contudo, apesar desta diversidade de ferramentas elas não conseguem chegar às diferentes camadas da comunidade, por não terem tempo e verba disponível.

No que diz respeito aos órgãos de comunicação encontramos apenas dois. Um programa de rádio e uma revista, que sobrevivem com algumas dificuldades económicas e que são pouco reconhecidos pela comunidade.

De um modo geral, apesar das dificuldades vivenciadas, as associações, através dos seus meios, desempenham um papel fundamental na transmissão da informação considerada útil para a inserção do imigrante. No entanto, o estudo demonstrou que ainda há um caminho longo a percorrer, tendo em vista a melhoria da informação e dos órgãos a serem utilizados, que procuram realizar um jornalismo de proximidade.

Palavras-chave: Associativismo, Comunidade cabo-verdiana, Meios de Comunicação, Informação de Proximidade, Inserção.

Abstract

The Cape Verdean community has ancient roots in Portugal. Early on, this group of foreigners sought to disseminate information within their own community, using a variety of media (newsletters, flyers and more recently, digital media).

In this regard, we wanted to study the means of communication used by Cape Verdean community in Lisbon Metropolitan Area. To this end, we started our investigation by focusing on the Cape Verdean associations that emerged with the arrival of this immigrant group, in order to defend their rights and duties and maintain connections to their homeland. So, we examined their means of communication, the functions they serve, and their contribution to the integration of immigrant in host country.

This study revealed that Cape Verdean associations use a variety of means, such as “word of mouth”, phone or digital media. However, despite this diversity of tools, they are not able to reach the entire community due their time and budget constraints.

Concerning, the media, only two communication tools have survived- a radio program and a magazine- although they face some economic difficulties and little community recognition.

Despite the difficulties, through their media, associations play a key role in the diffusion of information regarded as useful for the integration of immigrants. However, this study showed that there is still a long way to go in order to improve the information and means of communication, in order to achieve proximity journalism.

Keywords: Associations, Cape Verdean Community, Media, Proximity Information, Integration.

Lista de Acrónimos

ACIDI- Alto Comissariado para a Imigração e Diálogo Intercultural
ACRA- Associação Cultural e Recreativa Angolana
ALUPEC- Alfabeto Unificado para a Escrita do Cabo-Verdiano
AMARC- Associação Mundial de Radiodifusores Comunitários
AML- Área Metropolitana de Lisboa
ASSACM- Associação de Solidariedade Social do Alto da Cova da Moura
BCA- Banco Comercial do Atlântico
CAN- Copa de África das Nações
CAMPO- Centro de Apoio ao Migrante no país de origem
CNAI- Centro Nacional de Apoio ao Imigrante
CPLP- Comunidade de Países de Língua Oficial Portuguesa
ERC- Entidade Reguladora para a Comunicação Social
GADCG- Grupo de Acção Democrática de Guiné e Cabo Verde
INE- Instituto Nacional de Estatística
OBERCOM- Observatório da Comunicação
ONG- Organizações Não Governamentais
PAIGC- Partido Africano para a Independência da Guiné e Cabo Verde
PALOP- Países Africanos de Língua Oficial Portuguesa
PIB – Produto Interno Bruto
PS- Partido Socialista
RCV- Rádio de Cabo Verde
RDP- Rádio Difusão Portuguesa
RTP- Rádio Televisão Portuguesa
SEF- Serviço de Estrangeiros e Fronteiras
TACV- Transportes Aéreos Cabo-Verdianos
TCV-Televisão de Cabo Verde
TSF- Cooperativa de Profissionais da Rádio

Índice Geral

Agradecimentos.....	3
Resumo.....	5
Abstract.....	6
Lista de Acrónimos.....	7
Introdução.....	14

Capítulo I

1- Informação de proximidade e os seus desafios.....	17
1.1. Informação de proximidade.....	17
1.2. A proximidade como valor-notícia.....	20
1.3. Da proximidade à globalização ...do local ao global.....	22
1.4. Informação local, regional e nacional	26
1.5. Dificuldades e desafios da informação de proximidade.....	31

Capítulo II

2-A comunidade cabo-verdiana e o associativismo.....	34
2.1. Caracterização da população cabo-verdiana.....	34
2.2. Comunidade imigrante: Informação e Inserção.....	38
2.3. A evolução do associativismo cabo-verdiano e os seus meios de comunicação.....	47
2.4. Panorama actual do associativismo cabo-verdiano.....	59

Capítulo III

3. Órgãos de comunicação de, para e sobre a comunidade migrante.....	63
3.1. Meios de comunicação das comunidades imigrantes em Portugal.....	63
3.2. Portugal e a comunidade migrante africana.....	64
3.3. A Rádio de Cabo Verde e a diáspora.....	67

Capítulo IV

4. Apresentação dos resultados.....	71
4.1. Metodologia.....	71
4.2. Os instrumentos de informação/ comunicação das associações cabo-verdianas na AML.....	81

4.2.1. Perspectivas dos dirigentes associativos.....	81
4.3. Da rádio à revista de proximidade.....	98
4.3.1. Programa de Rádio <i>Cabo Verde no Horizonte</i>	98
4.3.2. Revista <i>Nos Terra</i>	102
4.4. A comunidade cabo-verdiana.....	110
4.4.1. Resultados dos questionários.....	110
Conclusão.....	131
Bibliografia.....	139
Anexos.....	155
Anexo 1. Boletim Informativo da Câmara Municipal do Seixal.....	156
Anexo 2. Boletim <i>Presença Cabo-Verdiana</i>	157
Anexo 3. Questionários dirigido aos líderes associativos.....	158
Anexo 3.1. Questionários dirigidos à comunidade cabo-verdiana.....	162
Anexo 4. Guiões de entrevista.....	165
Anexo 5. Associações cabo-verdianas da AML contactadas.....	167
Anexo 6. Textos partilhados nos meios web.....	169
Anexo 7. Número de páginas por revista.....	170
Anexo 8. Número de textos assinados por revista.....	170
Anexo 9. Iconografia por revista.....	170
Anexo 10. Número de fotografia por revista.....	171
Anexo 10.1. Tipo de iconografia.....	171
Anexo 11. Cores e publicidade.....	172
Anexo 12. Número de parágrafos.....	172
Anexo 13. Géneros jornalísticos.....	172
Anexo 14. Orientação dos itens.....	173
Anexo 14.1. Orientação dos itens (nacional/ internacional).....	173
Anexo 15. Temáticas abordadas.....	173
Anexo 16. Actor principal.....	174
Anexo 17. Local onde se aplicou os questionários à comunidade.....	174
Anexo 18. Sexo dos inquiridos.....	174
Anexo 19. Idade dos inquiridos.....	175
Anexo 20. Habilitações literárias dos inquiridos.....	175

Anexo 21.Nacionalidade dos inquiridos.....	175
Anexo 22.Sexo vs conhecimento do meio de informação.....	176
Anexo 23.Sexo vs meio mais utilizado.....	176
Anexo 24. Sexo vs área mais consultada.....	177

Índice de gráficos

Gráfico 1- Representante associativo.....	81
Gráfico 2- Responsável pelo meio de comunicação.....	82
Gráfico 3- Idade do responsável pelo meio de comunicação.....	83
Gráfico 4- Habilitações do responsável pelo meio de comunicação.....	83
Gráfico 5- Idade do representante associativo.....	84
Gráfico 6- Tipos de meios que são utilizados para divulgar a informação.....	85
Gráfico 7- Funções dos meios de comunicação das associações.....	88
Gráfico 8- Língua utilizada no meio de comunicação.....	89
Gráfico 9- Formas de financiamento.....	90
Gráfico 10- Fontes de informação.....	91
Gráfico 11- Edição.....	91
Gráfico 12- Área de abrangência.....	92
Gráfico 13- Géneros jornalísticos que são publicados/ emitidos.....	93
Gráfico 14- Temáticas abordadas.....	94
Gráfico 15- Conhece algum meio de informação utilizado na sua comunidade?.....	112
Gráfico 16- Qual o meio que mais utiliza?.....	113
Gráfico 17- Quais as áreas que mais consulta?.....	114
Gráfico 18- Em que medida pensa que estes meios de informação têm sido importantes para: Manter a ligação com Cabo Verde.....	119
Gráfico 19- Em que medida pensa que estes meios de informação têm sido importantes para: Promover a inserção em Portugal.....	120
Gráfico 20- Em que medida pensa que estes meios de informação têm sido importantes para: Criar espaços de partilha dentro da comunidade.....	120
Gráfico 21- Em que medida pensa que estes meios de informação têm sido importantes para: Conhecer os direitos e deveres.....	121
Gráfico 22- Em que medida pensa que estes meios de informação têm sido importantes Como instrumentos de informação e de divulgação.....	121
Gráfico 23- Em que medida pensa que estes meios de informação têm sido importantes para: O país anfitrião ficar informado sobre a imigração.....	122
Gráfico 24- Em que medida pensa que estes meios de informação têm sido importantes para: A interação entre os cabo-verdianos e a sociedade acolhedora.....	123

Gráfico 25- Em que medida pensa que estes meios de informação têm sido importantes para: Participar no país anfitrião.....	123
Gráfico 26- Em que medida pensa que estes meios de informação têm sido importantes para: Como forma de entretenimento.....	124
Gráfico 27- Em que medida pensa que estes meios de informação têm sido importantes para: Dar voz à comunidade cabo-verdiana.....	125
Gráfico 28- Em que medida pensa que estes meios de informação têm sido importantes para: Unir, juntar as pessoas.....	125
Gráfico 29- Em que medida se sente representado enquanto emigrante?.....	127
Gráfico 30- Em que medida se sente representado enquanto cabo-verdiano?.....	127
Gráfico 31- Em que medida se sente representado enquanto grupo minoritário?.....	128

Índice de mapas e quadros

Mapa 1- Hábito de leitura da imprensa regional.....	29
Mapa 2- Distribuição da população cabo-verdiana na AML.....	35
Mapa 3- Associações cabo-verdianas por concelho.....	51
Mapa 4- Associações cabo-verdianas estudadas.....	76
Quadro 1- Idade vs conhecimento do meio de informação.....	115
Quadro 2- Idade vs meio mais utilizado.....	115
Quadro 3- Idade vs área mais consultada.....	116
Quadro 4- Habilitações vs conhecimento do meio de informação.....	117
Quadro 5- Habilitações vs meio mais utilizado.....	118
Quadro 6- Habilitações vs área mais consultada.....	118

Introdução

Os meios de comunicação utilizados pelas comunidades migrantes têm despertado um crescente interesse enquanto objecto de estudo, cativando a atenção não apenas dos meios académicos como também das próprias comunidades. No caso português, essa realidade torna-se ainda mais evidente, dada a tradição de convivência com a diversidade cultural.

Existem, no entanto, importantes lacunas neste domínio, nomeadamente no que diz respeito aos meios de comunicação das comunidades africanas. Neste sentido, com esta investigação propomo-nos estudar os meios de comunicação e de informação da comunidade cabo-verdiana residente na Área Metropolitana de Lisboa.

Dada a forma como esta comunidade se organiza, tendo criado acções colectivas desde o início da sua presença em Portugal, pareceu-nos pertinente estudar as suas associações. Esta ideia reforçou-se depois de analisarmos a situação dos *media* generalistas, onde encontramos poucos conteúdos noticiosos sobre os imigrantes.

A necessidade de traçar um quadro geral sobre as associações cabo-verdianas levou-nos a contactar a Embaixada de Cabo Verde em Portugal, dado ser esta a entidade mais habilitada para nos informar sobre esta realidade. Analisados esses dados, optamos por centrar a nossa atenção nas associações/ organizações localizadas na Grande Lisboa, visto que é nesta área que reside um número significativo de cabo-verdianos.

A presente investigação tem como questão inicial saber se os meios de comunicação e de informação utilizados pelas associações cabo-verdianas contribuem ou não para a inserção do imigrante na sociedade de acolhimento. A hipótese por nós levantada é se esses meios podem contribuir muito, pouco ou nada para a adaptação do imigrante no país receptor.

Para a realização deste estudo começámos por fazer pesquisas e consultas bibliográficas sobre os *media* de proximidade, de modo a circunscrever o objectivo pretendido e a compreender alguns dos conceitos-base necessários para o nosso estudo de caso.

Num primeiro momento, procurámos fazer um enquadramento teórico das ideias defendidas pelos diversos autores e organismos que se debruçam sobre esta temática. Assim, foram consultadas diferentes obras e *sites*. Paralelamente, participámos em conferências em que o tema era abordado. Esta participação teve resultados positivos, na medida em que o investigador foi criando a sua rede de contactos, tendo maior

facilidade em interagir com a comunidade e com os dirigentes associativos. Também através das palestras, o investigador começou a ser convidado para participar nas actividades das associações e os temas tratados ajudaram na compreensão de algumas situações relacionadas com a comunidade em causa.

O presente trabalho desenvolve-se em torno de quatro capítulos. Os primeiros (I e II) são dedicados ao enquadramento teórico e conceptual relativamente ao jornalismo de proximidade, ao associativismo e à emigração cabo-verdiana.

No primeiro capítulo apresentamos o enquadramento teórico subjacente à temática em estudo. Para tal, socorremo-nos da bibliografia existente sobre o jornalismo de proximidade e os seus desafios. Existe abundante bibliografia sobre o tema não sendo, por isso, nossa intenção, apresentar um levantamento exaustivo sobre o mesmo. O que nos propomos é apresentar algumas correntes do jornalismo de proximidade, tendo em vista compreender os meios de comunicação das associações cabo-verdianas, que divulgam a informação para um público específico (a comunidade).

No segundo capítulo centramos a nossa atenção na comunidade cabo-verdiana e no associativismo. Nele procurámos caracterizar a referida comunidade, de modo a conhecê-la melhor, nomeadamente no que diz respeito à sua estrutura etária, género, nível de habilitações literárias e implantação geográfica. Esta caracterização não seria completa se não abordássemos a questão da informação e da inserção que, em nosso entender, se revestem de grande importância para o estudo que nos propomos levar a cabo. Ainda neste contexto iremos proceder a uma breve apresentação da evolução do associativismo cabo-verdiano em Portugal, desde o seu primórdio até à actualidade.

O terceiro capítulo é dedicado aos órgãos de comunicação da, para e sobre a comunidade migrante em Portugal. Começámos por fazer uma breve apresentação dos meios de comunicação das comunidades estrangeiras residentes em Portugal. De seguida, destacámos algumas instituições e órgãos de comunicação que divulgam informação para a comunidade estrangeira. Por último analisámos alguns programas da Rádio de Cabo Verde, que têm como público-alvo a diáspora.

No quarto e último capítulo apresentamos os resultados do trabalho de campo. Primeiramente, explicamos a metodologia adoptada ao longo do presente estudo: a realização de entrevistas e de questionários. As entrevistas foram dirigidas aos directores da RTP e RDP África, do programa de rádio *Cabo Verde no Horizonte* e da revista *Nos Terra*. Encetámos também contactos com a Alta Comissária para a

Imigração e Diálogo Intercultural (Dr.^a Rosário Farmhouse), com o Secretário de Estado que tinha a seu cargo a pasta da imigração (Secretário de Estado Adjunto do Ministro Adjunto e dos Assuntos Dr. Feliciano Barreiras Duarte), com o antigo Secretário Executivo da Comunidade dos Países de Língua Portuguesa (Eng.^o Domingos Simões Pereira) e com responsável pela área da comunidade na Embaixada de Cabo Verde (Dr.^a Ângela Barbosa) que nos deram pistas de análise para o presente estudo.

Os questionários, que foram aplicados aos dirigentes associativos e à comunidade cabo-verdiana, permitiram-nos ter um conhecimento mais minucioso das associações cabo-verdianas da AML, da sua comunidade e dos responsáveis pelos órgãos de comunicação que lhe dizem respeito. Deste modo, procurámos conhecer que meios de comunicação e de informação são utilizados para comunicar com a comunidade, quais as suas funções, que características apresentam os seus corpos sociais, quem são os seus associados, quais os seus financiamentos, carências e necessidades. Nos questionários à comunidade pretendemos verificar se há ou não recepção desses meios e se eles contribuem para a sua inserção no país de acolhimento.

Como em qualquer investigação, deparámo-nos com algumas dificuldades, que levaram o investigador a repensar o seu estudo e a tirar algumas conclusões que foram fundamentais para o entendimento da problemática em causa. Das dificuldades encontradas destacamos duas. Primeiro o difícil contacto com os dirigentes associativos, que nem sempre facultaram em tempo real a informação necessária ao investigador. A segunda dificuldade consistiu em inventariar todas as possibilidades de resposta às perguntas abertas realizadas aos líderes associativos.

Por último, na conclusão pretendemos dar resposta à pergunta de partida e reflectir sobre os resultados dos questionários realizados. A aplicação destes questionários permitiu-nos conhecer e a perceber o que é realizado a nível dos meios de comunicação e de informação pela comunidade cabo-verdiana e lançar pistas de análise para futuras investigações nesta área.

Capítulo I

1- Informação de proximidade e os seus desafios

1.1. Informação de proximidade

Em termos gerais, a informação de proximidade incide sobre um tipo de comunicação que tem um público-alvo com quem mantém ligações próximas e que actua não apenas como receptor das mensagens, mas também como fonte de informação dos textos noticiosos.

São muitos os autores que se têm debruçado sobre o conceito e a dimensão dos meios de comunicação de proximidade, que muitas vezes se apresentam como uma alternativa e uma oportunidade para as empresas noticiosas, que querem alargar o seu mercado.

A este propósito, Feliciano Barreiras Duarte entende que a comunicação de proximidade engloba “todos os suportes de comunicação impressos, radiofónicos e audiovisuais, que centram a sua actividade na sua região, concelho ou localidade, mantendo a relação mais directa e próxima com a vida dos cidadãos” (2005:14). A aplicação deste conceito leva a que se considerem as rádios de proximidade todas aquelas que têm alvarás para emissão local e regional e a imprensa de proximidade é aquela que, “pelo seu conteúdo e distribuição, se destina predominantemente às comunidades regionais e locais” (ibid:45).

Segundo a Associação Mundial de Radiodifusores Comunitários (AMARC) as rádios locais informam com verdade, promovendo a participação dos cidadãos, defendendo os seus interesses. Estas rádios procuram dar a voz a todos os interessados e a sua programação tem como objectivo reflectir os problemas do dia-a-dia da comunidade (cf. www.amarc.org).

De referir que, actualmente, à semelhança de outras rádios, também as locais têm tendência a migrar para os meios web como forma de se auto-afirmarem “impondo um novo suporte para a escuta das emissões” (Cordeiro, 2003:8), fomentando uma maior interactividade. Deste modo, com a globalização as rádios locais puderam promover-se, quer utilizando a internet para difundir os seus conteúdos noticiosos, quer conquistando nova audiência. Tal como já foi referido, estes órgãos de comunicação têm uma particularidade que é a de divulgarem, muitas vezes, acontecimentos que são ignorados pelas grandes empresas de comunicação, com dimensão nacional e global. Os programas de rádios dos imigrantes reflectem esta situação, na medida em se que criam

espaços de debates, onde se partilham experiências e se estreitam laços entre os que vivenciam a mesma “história”.

A ideia de que o conceito de proximidade implica um compromisso entre as pessoas que moram num determinado espaço e num tempo identificados, partilhando determinados valores, é também defendida por Carlos Camponez (2002:19-20). No seu entender, na comunicação de proximidade, o local onde se inicia a informação é também o local onde a mesma é consumida (ibid:274), existindo assim uma complementaridade entre ambos, divulgando-se no local informações sobre esse mesmo local.

Já do ponto de vista de Pedro Coelho o jornalismo de proximidade está aliado a uma produção de conteúdos que resulta de “um pacto comunicacional” entre o emissor, o receptor e a comunidade. Para este autor a informação de proximidade deve promover o desenvolvimento da região onde está inserida, defender os interesses do público-alvo e ser encarada como um espaço alternativo de comunicação (Coelho, 2005:14). Coelho acrescenta ainda que os meios de proximidade divulgam conteúdos direccionados a um destinatário e que normalmente este tem mais facilidade em descodificar a mensagem, devido ao “pacto de proximidade” existente entre o órgão e a audiência (ibid:171). Se tivermos em linha de conta os termos que podem ser utilizados nos textos jornalísticos, (o conhecimento do contexto e a convivência diária), rapidamente nos apercebemos que a forma como os artigos e os programas vão ser difundidos estão intimamente ligada a uma comunidade, que já dispensa de determinadas factos para a compreensão das peças jornalísticas.

Sofia Santos reforça a ideia anterior sublinhando que a imprensa regional “interessa-se pela divulgação dos problemas das pequenas comunidades”, sendo ao mesmo tempo “credível, humanista, penetrante, utilitária, educativa, formativa e duradoura” (2007:13). De certo modo, é isto que os imigrantes pretendem ao criarem os seus próprios meios, produzir uma informação na sua língua materna, que terá impacto junto da comunidade, ajudando na resolução dos seus problemas, assim como espaço de diversão (cf. Salim 2008).

Já Luís Bonixe refere que o jornalismo de proximidade surge num contexto em que está profundamente “ligado a questões epistemológicas e éticas”, sendo a proximidade “uma forma diferente de olhar o mundo” (2012:43). Como observa Paulo Faustino, os *media* quer generalistas quer de proximidade devem “dar primazia à

produção e difusão de conteúdos que respeitem a realidade das coisas”, assim como devem orientar a actividade para servir o público e não interesses unicamente económicos, uma vez que os seus textos jornalísticos têm um forte impacto junto dos cidadãos (2007:12-13).

Por seu turno, para Sanfiz Raposo, (1993) os órgãos locais têm como objectivo “preencher o espaço que existe entre a comunicação individual- “boca a boca”, telefone, etc.- e os *media* de âmbito nacional ou internacional, que cobrem obrigatoriamente uma actualidade diferente” (apud, Camponez, 2002:95). Esta situação é visível na comunidade cabo-verdiana em estudo, onde o “boca e boca” e o telefone são dois dos meios mais utilizados para transmitir uma informação, que posteriormente é publicada nos seus instrumentos, como poderemos observar no capítulo quarto.

Deste modo, uma informação local pode emergir de uma simples conversa de café, de um encontro entre familiares ou de uma reunião (designadamente das assembleias gerais das associações) (Camponez, 2002:95), existindo sempre um compromisso entre a região e a linha editorial. Daí que a comunicação regional e local (rádios comunitárias) desempenhem um papel fundamental na transmissão de informações que tenham interesse local, como anúncios de festas, de morte, comemorações. (Paula, 2012:22).

A *Rádio de Cabo Verde* apesar de ser uma rádio nacional desempenha esta função, de ir ao encontro da comunidade. Esta emissora tem um programa denominado *Agenda de Informação*, que divulga entre outras informações, o nome de pessoas que já faleceram, a data do funeral e da missa do sétimo dia ou de ano...permitindo também aos familiares e amigos darem e receberem as condolências e agradecerem o apoio de todos os que ajudaram naquele momento difícil.

Em síntese, são vários os autores se debruçam sobre o conceito de informação de proximidade, sendo transversal nesta noção a interação entre três itens: informação, local e comunidade.

A informação está relacionada com o local e com a comunidade, uma vez que é no local que nasce toda a informação a ser divulgada. Existe assim um compromisso entre o local e a informação, sendo esta última uma forma de se projectar o território. Já informação que é difundida tem como público-alvo uma comunidade, que consome os produtos jornalísticos, sendo simultaneamente fonte de informação. Assim sendo, a

informação de proximidade procura desenvolver um espaço geográfico e defender os interesses de uma comunidade.

A informação de proximidade também é entendida como uma oportunidade para as empresas noticiosas generalistas alargarem a sua área de influência. Da mesma forma, ela constitui também uma oportunidade de emprego para os jornalistas que veem a sua área cada vez mais competitiva.

A conquista dos meios web permite a este tipo de jornalismo alcançar novos mercados e novos públicos, tendo os textos noticiosos maior impacto a nível local, regional, nacional e internacional.

1.2.A proximidade como valor-notícia

Estudiosos como Allan (1999) consideram que a proximidade ganhou uma nova visibilidade no jornalismo com “o aparecimento da imprensa popular no século XIX, principalmente devido à importância dada à “estória de interesse humano local” (apud, Traquina, et al 2007:28). Curiosamente, as publicações feitas nos anos 50 demonstram “um pequeno “buraco noticioso” para notícias do estrangeiro¹” (ibid).

A proximidade é um valor-notícia transversal a qualquer tipo de jornalismo, uma vez que, normalmente, os acontecimentos que nos são mais próximos são mais noticiáveis e considerados mais importantes que os distantes. Neste sentido, Nelson Traquina considera que a proximidade é um valor-notícia, sobretudo a nível geográfico e cultural, pois os actores envolvidos desempenham um papel fundamental no órgão que irá difundir essa notícia, ou seja, a proximidade geográfica e cultural favorece à projecção dos acontecimentos tornando-os noticiáveis (Traquina, 2002:188). Esta situação é visível nos meios de comunicação dos imigrantes, onde um acontecimento pode não ser notícia nos *media* generalistas, mas ser notícia de abertura ou de primeira página nos seus próprios órgãos.

Teun van Dijk sublinha que é a proximidade que possibilita ao jornalismo saber os contextos que influenciam os valores-notícia e compreender os restantes

¹ De acordo com Cohen “o estudo do International Press Institute sobre 93 jornais americanos, durante quatro semanas distintas, entre Outubro de 1952 e Janeiro de 1953 (durante a guerra da Coreia), concluiu que a proporção média de notícias do estrangeiro em relação ao espaço escrito é de pouco mais de 8%” (apud, Traquina, et al, 2007:29).

componentes valorativos, como, a novidade, a actualidade, a relevância, a consonância, o desvio e a negatividade (1996:175-181).

Outra dimensão particularmente interessante é a de Orlando Raimundo que explica que a proximidade no jornalismo surge com a “preocupação de conquistar as boas graças do público, através da criação de invisíveis cadeias de cumplicidade” ([199?]:52). Assim, para este autor, ela é um recurso pujante que pode ser usada tanto para o bem como para o mal “entendendo-se por mal o desvio sensacionalista” (ibid).

Orlando Raimundo acrescenta ainda que perante a proximidade existem várias noções que estão nela implícitas. A proximidade temporal refere-se à distância entre o momento em que se deu o acontecimento e o momento em que o leitor soube “ontem, hoje, amanhã”. A proximidade geográfica evidencia o que é mais próximo, o país, a região, o bairro, a rua, a associação... sentindo-se que os acontecimentos mais próximos são tidos como mais importantes. A proximidade social incide sobre temas como a família, profissão, classe social, religião, ideologia... Por último a proximidade psico-afectiva realça noções como sexo, vida, morte, segurança, dinheiro e destino (ibid:52-55) Assim sendo, podemos eventualmente afirmar que os consumidores de notícias são fruto “dos laços de proximidade, quer sejam eles geográficos, psico-afectivos, sociais ou temporais” (Camponez, 2012:118), levando estes mesmos laços à fidelização da audiência, havendo assim um compromisso entre os locais onde surgem os acontecimentos e os próprios receptores.

É, todavia, certo que, no mercado de informação, a proximidade torna-se mais evidente numa escala micro, uma vez que há um sentimento de pertença e de identificação com os acontecimentos que lhe são mais próximos (Santos, 2007:30). Deste modo, este tipo de jornalismo desempenha um papel relevante como elo de ligação entre os meios de comunicação e a comunidade imigrante, gerando informação considerada útil e com impacto imediato no seu dia-a-dia. Assim, podemos afirmar que a proximidade de um acontecimento a uma determinada comunidade influencia a forma como os órgãos de comunicação dessa comunidade noticiam os acontecimentos, destacando questões que dizem respeito a esse grupo. Referindo-nos aos imigrantes, o objectivo dos seus meios de comunicação poderá ser o de difundir conteúdos relacionados com a sua comunidade, de modo a sentirem que aquela informação é feita sobre e para eles.

Por último, ainda em relação à importância da proximidade, foi criada a figura do provedor². Inicialmente, criou-se o provedor do leitor, seguindo-se o ouvinte e do telespectador, com o intuito de aproximar o público do órgão de comunicação e de levá-lo a participar, de forma activa, na vida desse mesmo órgão (Camponez, 2002:114).

O termo provedor surgiu na Suécia no século XVIII, mas só foi oficializado no século XIX, tendo como “função ouvir as reclamações dos cidadãos contra os maus servidores do Estado” (Mata, 2002:29). O primeiro provedor de uma empresa jornalística foi criado em 1960 nos Estados Unidos (Fidalgo, 2009:415), com o objectivo de “assegurar uma crítica permanente da imprensa sobre si própria” (Mesquita, 1998:22).

Em Portugal, o primeiro provedor surge em 1992 no jornal *Record*, seguindo-se em 1997, o *Diário de Notícias* e o *Público*. Desta forma, a criação da figura do provedor traz vantagens quer para empresa jornalística quer para o público. Por um lado, através desta figura auto-reguladora, a audiência pode colocar questões, fazer críticas, sugerir melhorias para os respectivos programas, tendo o público sempre o direito a uma resposta, clara, simples e imparcial. Por outro lado, funciona como mediador entre a empresa jornalística e o seu público, uma vez que após receber as críticas e sugestões, o provedor deve criar estratégias para um melhor desempenho de todos os serviços desse órgão de comunicação.

1.3.Da proximidade à globalização...do local ao global

Para Marshall McLuhan vivemos numa aldeia global, onde já não faz sentido falar de barreiras geográficas (Subtil, 2006:143). Com as novas tecnologias de informação e de comunicação já não ficamos confinados ao espaço físico, criando-se outros espaços comunicativos. Actualmente, as pessoas sabem tudo ao mesmo tempo, participam em tudo, em tempo real, deixando-se de lado o conceito de privado e vivendo o universal/ o global (Carpenter, McLuhan, 1968:16).

² Alguns órgãos de comunicação (televisão, rádio, imprensa) têm o provedor do leitor, do ouvinte e do telespectador. A título de exemplo na RTP o provedor do telespectador é Jaime Fernandes e do ouvinte é Paula Cordeiro. O provedor do leitor no *Diário de Notícias (DN)* é Óscar Mascarenhas. Este cargo tem sido ocupado por importantes figuras do jornalismo nacional, como Mário Mesquita, (*DN*), Adelino Gomes (RTP), Joaquim Vieira e José Queirós (*Público*), mas também por académicos ligados aos estudos de comunicação, como Paquete de Oliveira e José Carlos Abrantes (RTP).

No entendimento de Hansotte, actualmente, a prática da cidadania implica um envolvimento com a comunidade, com o país e com o mundo (2008:20). Como observa este autor na era da globalização a participação local pode ter repercussões a nível global, desempenhando o jornalismo um papel fulcral neste sentido, ao permitir “saber o que se passa para além da experiência directa” de cada ser humano (Kovach e Rosenstiel, 2004:5). Assim, os novos meios de comunicação, nomeadamente a televisão conduzem a uma certa “simultaneidade dos eventos na aldeia global” (Carpenter, McLuhan, 1968:16).

Nesta era da globalização é evidente o desejo das pessoas em manterem-se informadas sobre o que se passa no mundo. No entanto, persiste também um grande interesse pelo que acontece na nossa rua, localidade, concelho. Como tal, os acontecimentos que estão mais perto de nós “proporcionam melhores temas de narrativas para se contar na conversação quotidiana” – como nos explica Van Dijk, (1996:180).

Reforçando esta ideia, Nobre-Correia considera que “Na era da ‘aldeia planetária’, as pessoas contentam-se com um verniz de conhecimento sobre o que se passa de importante no mundo, mas querem estar ao corrente dos mais pequenos pormenores do que se passou na rua e na aldeia ao lado” (apud, Santos, 2007:26). Deste modo, apesar das informações a nível mundial nos despertarem atenção e de chegarem até nós facilmente, o local não perde interesse face ao global. Se, é verdade que, o imigrante tem todo o interesse em saber o que acontece no seu país de origem, não é menos verdade que tem toda a curiosidade em saber o que acontece na sua comunidade no país de acolhimento.

Julio Puente defende que, num mundo cada vez mais homogéneo, o que nos diferencia é o local, o que é “nosso”, o que nos identifica, porque “Chegados à aldeia global concluímos que a única coisa que nos diferencia na realidade é a nossa aldeia” (apud Camponez, 2002:120). Fazendo jus ao provérbio alemão “a tua casa pode substituir o mundo, mas o mundo nunca poderá substituir a tua casa”.

Puente considera ainda que, na informação de proximidade, a imprensa local é entendida como um tipo de “informação microscópica”, “um jornalismo de nomes e apelidos”, que mantém uma forte ligação com o seu público e com o mercado, dinamizando, assim, o dia-a-dia das suas comunidades (ibid). A imprensa local procura, desta forma, ir ao encontro das necessidades da comunidade, mantendo-a informada

sobre os temas que lhe dizem respeito, acabando por garantir a sua sustentabilidade e fidelizando o seu público-alvo.

A propósito desta discussão Carlos Camponez sublinha que o local “é um lugar de compromissos comunicativos, que tanto podem direccionar-se para as denominadas comunidades de lugar como para as lógicas globais mais desterritorializadas” (2002:20). Sendo assim, uma informação local pode ganhar uma dimensão mundial (Cordeiro, 2003:9). Um exemplo: através dos meios de comunicação, uma guerra local pode transformar-se num acontecimento mundial, ganhando o local uma dimensão global. No processo comunicativo, a globalização tem, então, dois sentidos. De um lado, ela permite “uma troca de experiências e de produtos culturais no sentido local/global e global/local”. Do outro, ela é transformadora e poderá ser ou não inovadora (Camponez, 2002:69). Deste modo, os *media* desempenham um papel fundamental no que diz respeito à dimensão que uma informação pode ganhar. Neste contexto, a constituição de instrumentos de informação por parte das comunidades imigrantes pode ganhar um novo relevo. O seu impacto pode não se circunscrever ao local, mas, com o seu crescimento, esse impacto poderá tornar-se a nível global, projectando assim as suas culturas, os seus hábitos e quiçá ajudando na resolução dos seus problemas.

Em termos gerais, as associações de imigrantes ao terem os seus próprios meios de comunicação aproximam-se da sua comunidade, contribuindo para a sua formação e socialização. Consequentemente, com as suas informações, colaboram para o desenvolvimento local, regional e nacional, pois um imigrante esclarecido pode ajudar o seu bairro, o seu concelho, o seu país, tendo a sua atitude efeitos multiplicadores a diferentes níveis.

Finalmente, cabe ainda destacar uma ideia defendida por Dominique Wolton- a distinção entre mundialização da informação e o receptor. Segundo este autor, a mundialização da informação pode não ter impacto junto do receptor, na medida em que pode existir a “mundialização da informação” sem o receptor ser mundializado. Deste modo, para Wolton, “o tema da aldeia global é uma realidade técnica e uma ilusão do ponto de vista do conteúdo de informação” (1999:239).

Torna-se importante referir que, se é certo que através dos *media* e do avanço das novas tecnologias, “sabemos mais hoje de realidades locais e regionais do mundo que há uma década” (Amaral, 2012:6), não podemos descurar do papel da audiência que

é cada vez mais proactiva, partilhando informações com os órgãos de comunicação social, sendo que “o indivíduo é actor sem deixar de ser espectador” (ibid:7).

De acordo com Vítor Amaral a internet fez emergir várias “vozes e narrativas pós-jornalísticas” de que ela é mãe. Esta multiplicação de vozes cria uma “nova paisagem” que, à partida, poderia constituir uma ameaça, uma vez que as pessoas têm mais facilidade em participar e publicar informações. Consequentemente, essas informações podem ter um impacto (positivo ou negativo), junto dos profissionais do jornalismo e da sociedade em geral (Amaral, 2012:1), dependendo do objectivo com que são utilizadas.

Igualmente, com as novas tecnologias o público deixa de ser apenas um consumidor de notícias passando a ser também um produtor. Neste sentido, muitos são os jornalistas que apelam aos cidadãos para enviarem os seus vídeos para as televisões, para que nos telejornais possam difundir esses mesmos vídeos sobre episódios específicos. A colaboração do público pode ser interpretada em dois sentidos. Por um lado, vem colmatar a difícil cobertura de alguns acontecimentos, uma vez que nem sempre os órgãos de comunicação conseguem estar no local certo à hora exacta. Por outro, o facto de as novas tecnologias permitirem ao público sentir-se como produtor de notícias pode ou não condicionar a “responsabilidade cívica” do jornalismo (cf. Kovach e Rosenstiel, 2004:30-31).

Este envolvimento do público com os meios de comunicação é sentida e apreciada designadamente pela comunidade estrangeira que sente a necessidade de ser, com mais frequência, uma das personagens no discurso jornalístico generalista, cabendo-lhe ter um papel mais proactivo neste sentido. De referir que, no processo de emigração, a escolha do país de destino é influenciada também pela informação que é recepcionada através dos instrumentos de comunicação e de informação, havendo assim uma globalização da mesma. Como afirma Portes, com a difusão global da informação e com o desenvolvimento dos transportes, a informação chega “agora a indivíduos e famílias de todo o mundo, tornando-os assim cientes quer dos níveis de vida e das oportunidades económicas existentes no estrangeiro, quer dos meios necessários para os alcançar” (2006:39).

1.4. Informação local, regional e nacional

O regional e o local

Cabe ainda fazer uma referência às leis que regulam a imprensa de proximidade. De acordo com o Estatuto de Imprensa Regional³, de 31 de Março de 1988, todo o jornalista da imprensa regional tem o direito à “liberdade criação, expressão e divulgação” e “liberdade de acesso às fontes de informação” garantindo a sua independência (artigo nº7). No mesmo documento, é feita alusão à responsabilidade social do jornalista da imprensa regional que deve “respeitar escrupulosamente a verdade, o rigor, a objectividade da informação” e “observar os limites ao exercício da liberdade de imprensa nos termos da lei” (artigo nº8) (Decreto de Lei nº 106/88, de 31 de Março).

Embora o Estatuto de Imprensa Regional se reporte à imprensa regional e local, parece-nos importante fazer a distinção entre estes dois tipos imprensa. Os jornais e revistas locais têm uma perspectiva micro, abordando assuntos apenas sobre uma localidade. Já os regionais são mais abrangente, falando de conteúdos que dizem respeito ao concelho (Santos, 2007:28). Assim, de acordo com a Lei de Imprensa, as publicações regionais são as “que pelo seu conteúdo e distribuição, se destinem predominantemente às comunidades regionais e locais” (artigo nº 14, nº 2, AACS, 1999).

Reflectindo sobre as especificidades dos *media* regionais e locais, Manuel Fernández Areal considera ainda que a informação local permite “representar mais directamente a sociedade, tanto as minorias como as maiorias, bem como a todos os grupos ou entidades sociais que não têm acesso a outros espaços comunicacionais” (apud, Camponez, 2002:121), como é o caso dos imigrantes.

Dominique Gerbaud (1996) apresenta um enfoque distinto, defendendo que o jornalismo local e regional procura, em primeiro lugar, informar sobre o seu meio (local onde está a sua sede), de seguida, sobre o seu país, e, por último, sobre mundo, dando, assim, prioridade ao que acontece na sua área de influência (ibid). Desta forma, é notório, neste tipo de jornalismo, a forte aproximação entre a audiência e o órgão de comunicação, em que as publicações e os verbos são sentidos/ conjugados na primeira pessoa do plural.

³ Cf. artigo nº 7, alínea a, b, d; artigo nº8, alínea a, b, c do Estatuto da Imprensa Regional <http://www.bocc.ubi.pt/pag/estado-portugues-estatuto-imprensa-regional.pdf> (acesso a 25/06/2013).

Ainda em relação à imprensa regional, o Decreto de lei de nº 106, de 31 de Março⁴ de 1988, explica que este tipo de imprensa tem diferentes tipos de publicações, que não devem manter ligações com nenhum grupo político. Contudo, “os boletins de empresa, relatórios, estatísticas, listagens, catálogos, mapas, desdobráveis publicitários, cartazes etc.” são exceções a esta lei (cf. artigo nº9). A título de exemplo, algumas autarquias e juntas de freguesia portuguesas dispõem de um boletim que tem como objectivo publicar informações úteis e próximas dos munícipes. Nestes mesmos boletins, as associações pertencentes aos concelhos, designadamente as de imigrantes cabo-verdianos, aproveitam para divulgar informações para a comunidade em geral. Esta situação é visível nos periódicos das Câmaras Municipais de Setúbal, Seixal, Oeiras, Amadora e Moita (cf. anexo 1).

Os meios de comunicação de proximidade revelam também aspectos menos positivos, que colocam em risco a própria informação. Curran e Seaton defendem que a imprensa local é “a mais vulnerável ... às notícias pré-dirigidas” (2001:330), uma vez que a proximidade encurta a distância entre a publicidade e a informação. Por vezes, o que é considerado notícia é simplesmente mera publicidade gratuita e mesmo as “notícias políticas” não são, muitas vezes, filtradas, sendo redigidas pelos conselheiros, assessores políticos (Amaral, 2012:10). Dito de outra forma, a imprensa local acaba, muitas vezes, por ser “uma imprensa manipulável ao serviço dos interesses das elites e da autoridade (política, económica, religiosa...)” (ibid:11).

Apesar dos riscos anteriormente enunciados, a informação de proximidade desempenha também funções extremamente positivas, em termos formativos e noticiosos. Este tipo de informação contribui para a formação da sua audiência, mostrando que se interessa pela vida das pessoas, despertando-lhes o interesse pelos temas locais, nacionais e globais, promovendo um ambiente de partilha e levando o público a participar de forma activa no meio de comunicação. De referir que, esta

⁴ Considera-se como “imprensa regional todas as publicações periódicas de informação geral, conformes à Lei da Imprensa, que se destinem predominantemente às respectivas comunidades regionais e locais, dediquem, de forma regular, mais de metade da sua superfície redactorial a factos ou assuntos de ordem cultural, social, religiosa, económica e política e elas respeitantes e não estejam dependentes, directamente ou por interposta pessoa, de qualquer poder político, inclusive o autárquico. Cf. <http://www.gmcs.pt/ficheiros/pt/decreto-lei-n-10688-de-31-de-marco.pdf> (acesso a 27/06/2013).

convivência de proximidade espelha-se no assunto dos artigos noticiosos e na linha editorial da empresa jornalística.

Juan Maciá Mercandé (1997) vai mais longe na sua análise, apresentando novos factores que condicionam os conteúdos a serem difundidos: “a sede territorial; o seu âmbito de difusão e cobertura; a vocação e intencionalidade da publicação; o tratamento dado aos conteúdos; a percepção do jornal sobre o leitor e a relação com as fontes de informação institucionais” (apud Camponez, 2002:109), ou seja, este autor destaca a importância da localização da sede da imprensa regional, uma vez que ela se reflecte nos conteúdos a serem divulgados. A geografia constitui, assim, um elemento central na imprensa regional e local, daí que o local se reflecta nos conteúdos a serem difundidos. Neste contexto, de um modo geral, para além da relação conteúdo/ território, os jornais nacionais, locais e regionais estabelecem outra relação entre o jornal, o local e o consumo de informação. De acordo com Sofia Santos, em Portugal, existe uma imprensa concentrada nos principais centros urbanos, sendo esta mesma informação mais consumida nas suas cidades e nas áreas circundantes (Santos:2007:28).

O peso da imprensa regional e local no cômputo da imprensa nacional foi sempre diminuto. Reflectindo sobre esta realidade, Mário Mesquita considera que eram poucos os que disponham de “profissionais nos seus quadros” (1994:389). Desta forma, o amadorismo, a baixa qualidade e os interesses locais e nacionais impediam os media locais de se afirmarem enquanto empresas noticiosas (ibid).

Segundo o estudo *A imprensa local e regional em Portugal*, até 07 de Dezembro de 2009 existiam nos dezoito distritos de Portugal Continental e das Regiões Autónomas “728 publicações periódicas de âmbito local e regional” (2010:22). Este valor pode ser considerado pouco definitivo, na medida em que surgem e desaparecem publicações com alguma frequência.

Por sua vez, o estudo da Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC) (2010) revela-nos que o Porto é o distrito com maior número de títulos regionais e locais (85 títulos), seguindo-se os distritos de Aveiro (67 publicações), Braga e Leiria (ambas com 56 publicações). Já os distritos com menor número de edições local e regional são Beja, Bragança e Região Autónoma da Madeira (pp.33).

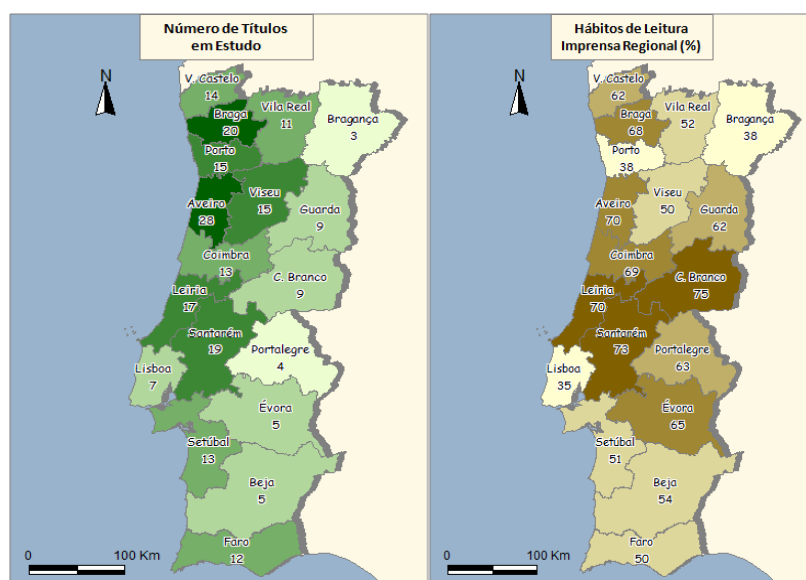
Quanto à periodicidade, a maioria destas publicações é mensal (37,5%), seguindo-se as semanais (29,4%), os quizenais/ bimensais (23,9%). De se salientar que

somente dezoito títulos deste tipo de imprensa são diários (2,5%) e apenas 4,3% são “editados exclusivamente online”(ERC, 2010:34).

Note-se ainda que, no estudo *Bareme Imprensa Regional* (2010), feito pela Marktest, os distritos de Aveiro e Braga são os que apresentam mais títulos regionais, sendo Bragança o distrito com menor número de publicações regionais.

Segundo este estudo, o hábito de leitura das edições regionais não ultrapassa os 35%, existindo, no entanto, significativas diferenças regionais. No distrito de Castelo Branco este valor sobe para 74.7%. Leiria é outro distrito com um número significativo de público-leitor (73.4%). Contrariamente, Bragança, Porto e Lisboa são os distritos com a percentagem mais baixa de leitura de imprensa regional.

Mapa 1



Fonte: Marktest, Bareme Imprensa Regional 2010

O hábito de leitura encontra-se mais enraizado nos homens (56,8%), sendo as taxa das mulheres de 47,3%. Quanto à faixa etária dos consumidores de notícia, esta situa-se entre os 35- 44 anos, o que significa que não há um envelhecimento destes leitores. De referir, que são os indivíduos da classe social média os que mais consomem este tipo de informação (57,6%) (cf. Bareme Imprensa Regional⁵).

Informação nacional

Tal como foi dito anteriormente, existem distritos em Portugal onde a imprensa de proximidade é pouco consumida. Em Portugal, existem diferentes tipos de imprensa

⁵ Cf. <http://www.marktest.com/wap/a/n/id~1574.aspx> (acesso a 03/06/2013)

escrita, destacando-se os nacionais e os regionais. Dentro de estas categorias, encontramos os diários, os semanários e os mensários. Se tivermos em linha de conta a relação existente entre o jornal e os artigos noticiosos, considerando a localização da sua sede, quase que ousamos afirmar, tal como Paulo Faustino, que “se calhar, não há jornais nacionais” (1999:234).

Quando comparamos a informação de proximidade com a nacional, constatamos que se encontram em dois polos opostos. A informação nacional tem um público-alvo mais abrangente que a de proximidade, que divulga as informações numa escala micro, reflectindo este facto nos textos jornalísticos que são divulgados. De acordo com ex-Secretário de Estado Adjunto do Ministro Adjunto do Primeiro Ministro, Feliciano Barreiras Duarte, no jornalismo de proximidade a informação é direccionada a um público específico, procurando responder às necessidades do seu do dia-a-dia. Deste modo, o cidadão sente-se representado naquilo que vê/ ouve, conquistando este tipo de jornalismo uma audiência que, muitas vezes, é esquecida pelos *media* generalistas. Este tipo de comunicação tem, por sua vez, um papel importante como “capital de formação, socialização e em última análise, de formação para a cidadania, factores decisivos na construção de massa crítica...” (Duarte, 2005:45), quer da população autóctone, quer dos imigrantes.

Outro grande paradoxo entre o jornalismo nacional e o de proximidade é a sua dimensão, a sua estratégia empresarial e as temáticas tratadas. Os agentes de comunicação regionais abordam temas mais próximos do seu espaço geográfico e do seu público, sendo a sua empresa, na maioria das vezes, de pequena dimensão. Por outro lado, nos meios de carácter nacional, os temas são mais generalistas, não tendo um público-específico.

Helena Vaz da Silva, referindo-se ao caso de Bruxelas, aborda esta questão noutra perspectiva. Realçando a importância dos meios de proximidade como elo de ligação entre a população local e o exterior, esta ex-deputada socialista argumenta que os instrumentos de proximidade desempenham duas funções. A primeira consiste transmitirem numa linguagem mais simples aquilo que é divulgado a nível europeu, como as normas e a legislação. A segunda função está relacionada com o facto de poderem enviar para as entidades europeias as dificuldades de “cada região” (apud, Camponez, 2002:115).

Já Pedro Coelho analisa os meios de proximidade e de carácter nacional segundo duas perspectivas diferentes. Para este autor, os meios de comunicação de proximidade devem denunciar os problemas da comunidade e, acima de tudo, apresentar as possíveis soluções para os mesmos (2005:154-155). No caso dos imigrantes, este tipo de jornalismo poderá dar resposta às suas necessidades, uma vez que o acesso à informação se torna fundamental para a sua socialização.

Em contrapartida, para Coelho, os meios de comunicação nacional são, muitas vezes, transformados em “mercadoria para ser consumida” com o objectivo do lucro, pois quanto maior for o número de ouvintes, telespectadores e de leitores, maior será o rendimento da empresa noticiosa. Deste modo, para este autor, as peças jornalísticas de foro nacional procuram, por vezes, agradar a audiência, colocando de parte a função social que está inerente ao jornalismo (2005:155).

1.5.Dificuldades e desafios da informação de proximidade

Segundo o estudo feito pela Entidade Reguladora para a Comunicação Social, a imprensa local e regional vive alguns constrangimentos, entre os quais se destacam o limitado investimento publicitário e as escassas fontes de receitas; a baixa taxa de leitura nas zonas do interior; o decréscimo do número de assinantes; as complicações na distribuição e consequentemente” o seu impacto diminuto na vida política, económica, social e cultural, a nível nacional” (2010:21).

Outra fragilidade com que se debate a imprensa regional é a “falta de gestão empresarial” e a “inexistência de estratégias de marketing”, visto que a impedem de crescer, de captar mais audiência e de atrair investimento publicitário (Faustino, 2004:26). O organizar-se empresarialmente permite “dinamizar o negócio e comercializar o produto, junto dos principais agentes do mercado publicitário” (Faustino, 2004:28). Torna-se indispensável atrair anunciantes fazendo-os repensar onde investir a sua publicidade, visto que o mercado de informação de proximidade já se revelou vantajoso, estando mais próximo da comunidade.

A par da falta de gestão empresarial, a informação de proximidade debate-se com outro desafio que é a profissionalização. Se em tempos, os media locais e regionais sobreviveram à base do voluntariado, tendo realizado, em muitos casos, um excelente trabalho, actualmente a formação dos profissionais é necessária. Citando William J.

Goode (1960), “uma sociedade industrializada é uma sociedade profissionalizada” (apud, Traquina et al, 2007:17).

Devido à precaridade do mercado de informação de proximidade, Feliciano Barreiras Duarte acrescenta que “os actuais apoios já deram provas de não servirem para os objectivos definidos” (2005:17). Desta forma, este autor garante que para o caso português deve-se apostar numa situação intermédia entre o modelo liberal e o modelo protecionista⁶.

Importa dizer que o Estado deve ter um papel regulador, fiscalizador, definindo as políticas que motivem o consumo dos media de proximidade e que conduzam ao desenvolvimento empresarial destes sectores, para que ganhem mais leitores/ ouvintes e que garantam a sua independência. A intervenção do Estado pode ainda traduzir-se na promoção de incentivos como: reduções fiscais, facilidade na concessão de créditos e oferta de serviços a preços reduzidos, etc. (Duarte, 2005:133).

Para combater este problema, a informação de proximidade tem de procurar a sua sustentabilidade, indo ao encontro do interesse dos consumidores de notícias e conquistando nova publicidade (Amaral, 2012:1). Torna-se também necessário promover estudos sobre a audiência deste segmento, de modo a responder às suas necessidades e a captar novo público. O estabelecer parcerias poderá também ser uma alternativa para ultrapassar as suas dificuldades, diminuindo os custos com distribuição e com a impressão (Faustino, 2004:31).

A finalizar, criadas as condições para o desenvolvimento dos meios de comunicação de proximidade, eles devem ser encarados como agentes de modernização, prestadores de um importante serviço de informação, formação (criação de uma massa crítica), divulgadores culturais, bem como promotores da socialização do imigrante, no país de acolhimento. Este processo de socialização pode ser feito através da divulgação de artigos noticiosos sobre as suas práticas e vivências diárias, como também sobre assuntos que dão respostas às suas necessidades. Como observa Santos, o jornalista para além das muitas funções que tem, deve ajudar a melhorar a vida da comunidade, tendo

⁶ “ A esta situação intermédia, mais reformista, qualificámos de modelo empresarial, uma vez que o objectivo final é fortalecer o tecido empresarial do sector e proporcionar-lhe um choque qualificativo, de forma a que, no médio prazo, o Estado possa reduzir o seu peso na informação de proximidade permitindo-lhe, por outro lado, que esta se adapte a uma nova realidade, assumindo-se como um verdadeiro instrumento de desenvolvimento, não apenas social mas também cultural” (Duarte, 2005:17).

um “papel de observador participante e actuando com justiça e imparcialidade” (2007:47).

A comunicação social é considerada o quarto poder dentro de uma sociedade democrática e, segundo Mário Mesquita, ela pode ser também entendida como contra-poder, pela sua capacidade única de influência sobre a opinião pública (2003:78-82). Se pensarmos numa perspectiva micro, tendo em conta a classe imigrante, o jornalismo de proximidade desempenha um papel de grande relevância no local onde se instala. Isto por, em primeiro lugar, esclarecer e informar a população estrangeira, em segundo por exercer influência sob a população autóctone, no que diz respeito à aceitação do outro e à desmistificação de alguns mitos e, em terceiro, por servir de mediador entre a sociedade civil e a administração pública. De referir que a comunicação de proximidade, quando realizada de uma forma saudável, sem deturpação dos factos, poderá reduzir as diferenças locais e sociais fomentando uma cultura de conhecimento entre a população autóctone e estrangeira, conduzindo assim a uma verdadeira interculturalidade.

Capítulo II

2.A comunidade cabo-verdiana e o associativismo

2.1.Caracterização da população cabo-verdiana

Cabo Verde tem uma forte tradição de emigração, motivada por uma multiplicidade de factores, destacando-se, desde logo, os económicos. Devido a este facto, existem cabo-verdianos em diversos países europeus, como na Holanda, em França, em Portugal, no Luxemburgo, em Itália, na Suíça, em Espanha e na Alemanha, assim como nos Estados Unidos, no Brasil e na Argentina (Góis, 2008:88).

Portugal é um dos destinos privilegiados da população cabo-verdiana. Razões históricas e linguísticas favorecem e facilitam todo o processo de inserção do imigrante. Portugal é, também, o país de acolhimento de outras comunidades oriundas de países que foram suas colónias (como é o caso dos angolanos, dos moçambicanos, dos guineenses e dos são-tomenses). Igualmente, os imigrantes do Leste Europeu (ucranianos, romenos, moldavos etc.), bem como os brasileiros, que também têm uma ligação histórica com Portugal, procuram este país como o território de destino.

De acordo com os dados dos Censos de 2011, a 21 de Março desse ano residiam, em Portugal, 394 496 cidadãos estrangeiros, representando este número 3,7% do total dos residentes. Quando comparados com os de há dez anos, estes valores revelam-se surpreendentes: a população estrangeira cresceu 70%, "correspondendo a um aumento de 167 781 pessoas" (INE, 2012:1).

Deve, no entanto, salientar-se que estes números devem ser observados com reservas. De acordo com o Relatório Imigração, Fronteiras e Asilo (RIFA) de 2011, "a população residente em Portugal, a 31 de Dezembro de 2011, totalizava 436.822 cidadãos" o que significa que, quando comparado com o ano anterior, houve um decréscimo da população de -1,90% (RIFA, 2011:7). Verificámos assim que, quando confrontamos os dados destas duas instituições, no espaço de nove meses, há uma diferença de aproximadamente quarenta e três mil cidadãos estrangeiros.

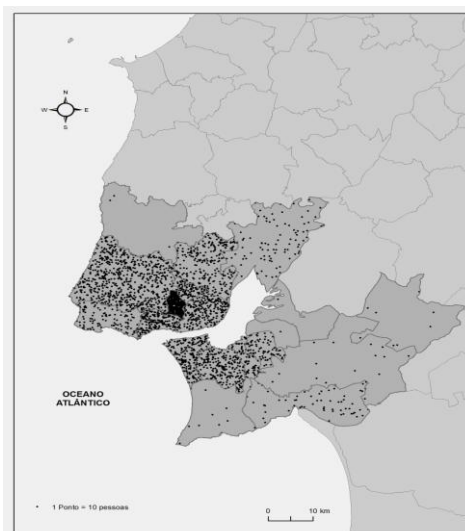
A população estrangeira residente em Portugal encontra-se distribuída por todo o território nacional, de norte a sul do país. No entanto, é na AML que se concentra um maior número de imigrantes, destacando-se a região de Lisboa com mais de metade dos estrangeiros residentes em Portugal (51,6%).

Dos municípios da Área Metropolitana de Lisboa os que acolhem um maior número de imigrantes são os de Lisboa (34 992) e Sintra (34 493), seguindo-se Amadora (18 883), Cascais (18 661), Loures (17 638), Odivelas (12 925), Almada (11 399), Seixal (10 646) e Oeiras (10 187). Também Loulé (10 303), apesar de não pertencer à AML, apresenta um número significativo de imigrantes. Tendo em conta os dados dos Censos de 2011, “estes 10 municípios concentravam 45,6% da população estrangeira residente em Portugal” (INE,2012:3).

No que diz respeito à população oriunda dos Países Africanos de Língua Oficial Portuguesa (PALOP), ela concentra-se maioritariamente na área da Grande de Lisboa, com maior expressão nos concelhos de Sintra (7 231) e de Amadora (6 400), onde vivem 35% do total dos cabo-verdianos residentes em Portugal. Para além dos municípios já referidos, há que destacar os de Loures (2 755), Lisboa (2 644) e Seixal (2 627) como áreas com um número significativo de cabo-verdianos (INE, 2012:22) (cf. mapa 1).

Mapa2

Distribuição da população cabo-verdiana na AML



Fonte: Elaboração própria com base nos dados do INE (Novembro de 2012)

Apesar da importância histórica da imigração cabo-verdiana, na última década, os brasileiros são o grupo de imigrantes mais representativos em Portugal (29%). De acordo com os dados fornecidos pelo Instituto Nacional de Estatística (INE) 2012, “A maior comunidade estrangeira residente em Portugal era a brasileira, com 109 787 pessoas, seguindo a cabo-verdiana, com 38 895 (10%)” (ibid:5).

No entanto, e mais uma vez, os dados ao nosso dispor não são consensuais. Segundo o RIFA 2011, no total da população estrangeira residente em Portugal, a comunidade cabo-verdiana é a terceira mais representativa, com 43.920 residentes (10,1%), posicionando-se depois da brasileira (111.445 residentes, 25,5%) e da ucraniana (48.022 residentes, 11%).

Esta realidade poderá estar relacionada com o facto de parte significativa dos cabo-verdianos terem adquirido nacionalidade portuguesa e de estatisticamente já não serem considerados população estrangeira em Portugal (Batalha, 2008:33). Esta situação pode ser ilustrada pelos 28.643 pedidos de parecer para concessão de nacionalidade portuguesa que chegaram ao Serviço de Estrangeiros e Fronteiras (SEF) em 2011, destacando-se os pedidos dos nacionais de Cabo Verde. Dos pedidos de concessão de nacionalidade, apenas 824 foram indeferidos, tendo os restantes (27 819) resultado na concessão da nacionalidade. Desta forma, é mais fácil explicar a diminuição do número de população estrangeira, o que faz com que o número desta população diminua, nomeadamente a cabo-verdiana, que foi a que mais pedidos solicitou.

Apesar da validade deste argumento, há que referir que o número de cabo-verdianos residentes em Portugal poderá ser superior ao que aparece nas estatísticas. São dois os motivos que nos levam a fazer esta afirmação. Por um lado, existe pouca informação sobre a população indocumentada (Gomes *et al*, 1998:6-12), sendo este um grupo significativo, de acordo com alguns representantes associativos com quem falámos. Por outro, se tivermos em linha de conta o número oficial de cabo-verdianos, dos seus descendentes e dos que se foram naturalizando portugueses, verificamos que os cabo-verdianos são um dos grupos numericamente mais expressivos (ibid:26).

No que diz respeito ao sexo dos estrangeiros residentes em Portugal, em 2011, eram 206 410 mulheres e 188 086 homens. O caso dos cabo-verdianos confirma esta tendência, uma vez que, no total de 38 895 cabo-verdianos, mais de metade é feminina (20 358) (INE, 2001:22). No entanto, torna-se importante salientar que a primeira vaga de emigrantes era constituída essencialmente por homens, chefes de família, irmãos, que vieram trabalhar na construção civil. As mulheres, num segundo momento, só começaram a chegar a Portugal com o reagrupamento familiar para trabalhar nas limpezas e na restauração (Góis, 2008:16).

A idade média dos estrangeiros que viviam em Portugal em 2011 era de 34,2 anos, apresentando, deste modo, uma estrutura etária mais jovem do que a portuguesa (42,1 anos), o que se reflecte no número de pessoas em idade activa e consequentemente nas que contribuem para a Segurança Social. De acordo com o INE, “a proporção de indivíduos em idade activa era superior na população estrangeira, ou seja, 82,4% face a 65,5% na população de nacionalidade portuguesa” (INE, 2011:7). Assim, em 2011, mais de 60% da população estrangeira era economicamente activa (61,1%), em oposição com a população portuguesa com 47%.

Todavia, a conjuntura da crise económica que se instalou em Portugal favoreceu a uma alteração desta realidade. No terceiro trimestre deste ano, a taxa de desemprego atingiu os 15,6%⁷, sendo a população estrangeira uma das principais visadas. Em 2011, este clima de instabilidade laboral já se fazia sentir, entre os desempregados das comunidades PALOP, nomeadamente Guiné Bissau (19,8%), Angola (17,3%), Cabo Verde (15,7%) e S. Tomé e Príncipe (14,7%)” (ibid:15).

Tendo em conta a idade média da população estrangeira, em Portugal verificamos que os cabo-verdianos se encontram na faixa etária dos 34 anos, estando os outros grupos de nacionalidade estrangeira também próximos desta idade. Como excepção encontramos as populações migrantes do Reino Unido com uma média de 50,2 anos e da Roménia de 29,1 anos.

O estado civil que predomina entre as comunidades estrangeiras a residirem em Portugal é o solteiro. Cabo Verde surge entre os três primeiros lugares com 77,1% de população solteira. No que diz respeito à união de facto, a população cabo-verdiana apresenta o segundo valor mais elevado, quando comparada com os outros grupos de imigrantes (51,7%).

Finalmente, qualquer caracterização ficaria incompleta sem uma referência às habilitações literárias, dado o seu aspecto particularmente significativo, porque nos permite conhecer e perceber o percurso desta comunidade no país de acolhimento.

⁷ Cf. <http://www.ionline.pt/artigos/dinheiro/descida-desemprego-positiva-ainda-muito-cedo-cantar-vitoria> in *Jornal i* de 07 de Novembro de 2013 (acesso a 07/11/2013).

A população estrangeira dos PALOP é a que apresenta um nível mais baixo de habilitações literárias. O nível de escolaridade dos cabo-verdianos está abaixo do 3º ciclo do ensino básico (chegando este valor a 66%), sendo apenas 3,8% os que frequentam a formação superior. Constatamos assim que esta população tem um baixo nível de instrução, sendo diminuto o número dos que prosseguem os estudos e chegam às universidades portuguesas.

O grau de escolaridade tem inevitáveis reflexos na estrutura ocupacional da população cabo-verdiana. 34% desta população trabalha nas limpezas e 12,7% na construção civil (ibid:17). Os dois sectores considerados – construção civil e serviços de limpeza- foram particularmente afectados pela conjuntura económica que se vive em Portugal. Com redução do investimento e de postos de trabalho, muitos homens e mulheres ficaram desempregados, sobrevivendo do subsídio de desemprego. A crise económica favoreceu também a partida de muitos imigrantes, que optaram por reemigrar ou regressar ao país de origem. O número de cidadãos estrangeiros a beneficiar do programa de apoio ao retorno voluntário promovido pelo Serviço de Estrangeiros e Fronteiras foi de 594, sendo os cabo-verdianos uma das nacionalidades mais representativas (RIFA, 2011:8).

2.2.Comunidades imigrantes: Informação e Inserção

O acesso à informação é algo imprescindível para as comunidades imigrantes e não só, na medida em que lhes permitem estar informados sobre como devem agir na sociedade anfitriã. Sublinhe-se igualmente que esta acessibilidade facilita a inserção da comunidade estrangeira, tornando-os cidadãos esclarecidos, pois muitos chegam ao território de acolhimento sem nenhum conhecimento prévio deste.

A Constituição da República Portuguesa realça a importância da informação, ao considerar que todo o cidadão tem o “direito de exprimir e divulgar livremente o seu pensamento pela palavra, pela imagem ou qualquer outro meio, bem como o direito de informar, de se informar e de ser informado, sem impedimentos nem discriminações” (artigo 37º, 1, in Rodrigues, 2011:29).

As comunidades imigrantes no país de acolhimento procuram, muitas vezes, ter acesso à informação que facilita o seu processo de inserção. Esta informação é facultada por organismos de comunicação estatais ou privados, ou ainda por outras instituições que se preocupam com estes grupos de nacionalidade estrangeira.

Existe uma abundante bibliografia que nos dá conta de como, desde o início da humanidade, a necessidade de comunicar acompanhou o Homem. Anterior à era cristã, escritores já a mencionavam nas suas narrativas e as obras de Homero, a *Ilíada* e a *Odisseia* do século VII a.C. são alguns desses exemplos. Mesmo durante as descobertas e conquistas do século XV e XVI, fazia parte da tripulação dos navios pelo menos um escriba da corte, que tinha como função registar as informações (sobre todas as terras encontradas/ conquistadas) que posteriormente seriam enviadas, por carta, à realza.

Em termos gerais, a palavra *informar*⁸ vem do latim *informare* e significa “dar forma a; dar conhecimento a; esclarecer; avisar; pôr ao corrente; tomar conhecimento de qualquer facto⁹etc.”

O desenvolvimento do conceito de informação deu-se com no final da II Guerra com dispersão das redes de computadores, que fez com que a informação tivesse impactos a nível global (Capurro, Hjørland, 2007:149). Segundo Rafael Capurro e Birger Hjørland, a informação tem na sua base dois valores- a novidade e a relevância, ou seja “refere-se ao processo de transformação do conhecimento e à selecção e interpretação dentro de um contexto específico” (ibid:150).

É de se referir que existe alguma dificuldade em definir ou fixar um conceito de informação, pois, segundo Weizsacker (1985), “não existe nenhum conceito absoluto de informação (apud Capurro e Hjørland, 2007:165).

De acordo com a Enciclopédia Luso-Brasileira de Cultura, a informação é entendida como um direito e um dever do Homem, não havendo socialização, nem interação sem comunicação. Deste modo, as relações entre os humanos incidem em “acções e reacções com base na comunicação” (1987:1439). Sendo que o acesso e domínio à informação podem permitir exercer e aumentar o poder (Ilharco, 2003:50).

⁸ Também Shannon e Weaver autores da obra *The Mathematical Theory of Communication*, estudaram o conceito de informar esclarecendo que "information is a measure of one's freedom of choice when one selects a message. If one is confronted with a very elementary situation where he has to choose one of two alternative messages, then it is arbitrarily said that the information, associated with this situation, is unity. Note that it is misleading (although often convenient) to say that one or the other message, conveys unit information. The concept of information applies not to the individual messages (as the concept of meaning would), but rather to the situation as a whole, the unit information indicating that in this situation one has an amount of freedom of choice, in selecting a message, which it is convenient-to regard as a standard unit amount." (Shannon & Weaver, 1964: 9)

⁹ Cf. Com os vários dicionários citados na bibliografia

Neste contexto, o acto de informar deve primar por “Nada transmitir de falso e nada omitir de verdadeiro” (1987:1438), de forma a contribuir para o bem comum da sociedade. Na oposição entre o verdadeiro e o falso, o jornalismo tem uma missão indispensável, ao considerar que a informação jornalística deve esmerar-se por transmitir a verdade sobre o mundo. Torna-se, assim, necessário apostar na educação e em instrumentos jurídicos que permitam uma verdadeira responsabilidade de quem difunde a informação, sendo eles emissores individuais e/ ou colectivos¹⁰ (Maicas,1992:82). Este investimento permite, a médio prazo, reduzir o risco de incerteza na transmissão da informação. A informação é, de um modo geral, tudo aquilo que é transmitido através de sinais, de signos, de gestos, de sons, do silêncio, que são recebidos ou armazenados (Ellmore,1991: 293), através de um canal, sendo potencialmente infinita. Em suma, quando se fala de informação deve-se ter em atenção a quem ela se dirige e para que fins é utilizada.

São várias as ciências que se debruçam sobre o estudo do acto de informar, como é o caso da Sociologia. Segundo a Enciclopédia Luso-Brasileira de Cultura, a Sociologia da Informação debruça-se sobre o estudo dos fenómenos sociais de cariz informativo, que decorrem do efeito dos meios de comunicação social “sobre a opinião e o comportamento dos indivíduos e grupos que integram a sociedade” (1987:1439).

Nesta linha de pensamento, para Pierre Sorlin, Professor de Sociologia de Comunicação Audiovisual, ao contrário da maioria dos outros seres, o ser humano, não conseguiria viver sem uma permanente interação entre si, desempenhando a comunicação um papel fundamental nessa interacção (1997:57). Deste modo, podemos afirmar que a informação é precisamente uma dessas formas, para não dizermos a mais importante forma de interação entre os humanos. Sorlin acrescenta ainda que a nossa percepção e conhecimento do mundo depende da informação que recebemos. Todavia, essa informação só pode ser recepcionada através das pessoas que frequentam o nosso ambiente, sendo graças “ao que elas nos oferecem que o ‘nosso’ universo existe para nós” (ibid).

Por seu turno, Elisabeth Dudziak, apesar de considerar que a informação é complexa envolvendo uma panóplia de definições e interpretações, consoante a área a

¹⁰ Entendemos como emissor individual todo o indivíduo que age de forma particular, como oradores, padres, actores etc. Os emissores colectivos que actuam profissionalmente são os meios de comunicação, as agências de notícias, o Estado, os partidos políticos etc. (Maicas, 1992:82).

que está associada, a autora define a informação como um “conjunto de representações mentais codificada e socialmente contextualizadas que podem ser comunicadas, estando indissociáveis da comunicação” (2003:24).

Nesta linha de pensamento, Armando da Silva e Fernanda Ribeiro defendem que a informação é um “conjunto estruturado de representações mentais codificadas socialmente contextualizadas”, sujeitas a serem inseridas em qualquer suporte físico (papel, filme, banda magnética), tendo diferentes direcções (Silva, Ribeiro, 2002:37).

No que diz respeito à Filosofia da Informação, esta considera que a informação é praticamente inata ao ser humano, sendo a base para se investigar outras áreas como a comunicação, os media e os sistemas de informação (Ilharco, 2003:9). Segundo Fernando Ilharco, esta disciplina emerge no contexto de um novo tipo de informação, “a informação gerada, gerida, manipulada, armazenada, distribuída pela tecnologia (ibid:17). Actualmente, as pessoas estão constantemente em contacto com a informação de origem tecnológica (através da internet, dos telemóveis, televisão etc), que pode ou não ser transparente. Deste modo, Ilharco defende que a informação “deve ser investigada, reflectida e pensada em termos primários, ou seja, como filosofia, como filosofia da informação” (ibid:21). Por último, este autor considera que a informação é o “próprio significado”, ou seja, ela é entendida como o “significado para o sujeito que experimenta a acção de ser/estar/ ficar informado” (ibid:48). Assim, a informação é a percepção daquilo que ouvimos/ lemos/ vemos, variando de pessoa para pessoa, consoante a vivência de cada um e da forma como se informa ou se é informado (ibid).

Nuno Crato aborda esta temática defendendo que história da Comunicação Social pode ser entendida “como a história de luta do homem em busca da apropriação colectiva do mundo exterior”. Para este autor, a comunicação social incide sobre a história do “pensamento e da sua expressão para organizar e fundamentar a actividade colectiva” (1992:11).

Como já foi referido, o acto de informar faz parte da essência do ser humano, tendo o Homem várias formas para o fazer. Efectivamente, é na linguagem verbal-falada e escrita, que ele se sente mais à vontade para transmitir as mensagens mais complicadas. A informação tem ao seu dispor um leque de instrumentos (como a rádio, a imprensa, a televisão, a internet, o livro, a fotografia, o cinema, o CD, o DVD, etc) que lhe permite transmitir os factos (de forma verdadeira ou falsa), influenciando, assim, o meio envolvente. Contudo, actualmente, a informação ganhou uma nova

dimensão, uma vez que a diversidade de meios de difusão veio aumentar a rapidez, assim como o “raio de acção” com que se divulga uma mensagem.

Os *media* contribuem para a formação de um sentido de cidadania e para o processo de adaptação e inserção dos imigrantes no território de acolhimento. Esta ideia é defendida pelo antigo Alto-comissário para a Imigração e Minorias Étnicas, Padre António Vaz Pinto, ao garantir, no Fórum de Lisboa sobre Imigrantes e Minorias Étnicas, de Novembro de 2004, que “há todo um trabalho, sobretudo para os que vêm do Leste (...) uma dificuldade de integração (...). Para esses e para outros, o apostar na informação, o fornecer atempadamente os dados indispensáveis das diversas áreas da vida deles, parece-me fundamental” (2005:25). Nesta linha de pensamento, a actual Alta Comissária para a Imigração e o Diálogo Intercultural, Rosário Farmhouse, considera que os meios de comunicação feitos pelos imigrantes permitem reforçar a sua identidade e a sua cultura, bem como são portadores de informação que favorecem a sua inserção (cf. Salim,2008:8). De acordo com a Alta Comissária, a responsabilidade de se promover o estudo dos *media* das comunidades imigrantes cabe não apenas à academia, mas também aos responsáveis políticos, uma vez que os países são cada vez mais multiculturais¹¹. Assim, podemos dizer que a promoção da figura do imigrante, no país receptor, torna-se necessária de forma a facilitar o seu processo de socialização. Farmhouse acrescenta ainda que, para que a informação direccionada aos imigrantes chegue o mais rápido ao maior número de receptores, este processo comunicativo deve ser feito em parceria, com instituições que trabalhem directamente com este grupo de estrangeiros (ibid).

Não é por acaso que o *II Plano para a Integração dos Imigrantes* para 2010-2013, promovido pelo Alto Comissariado para a Imigração e Diálogo Intercultural (ACIDI) em colaboração com outras instituições¹², revela uma extrema preocupação

¹¹ De referir que cada pessoa quando emigra leva na sua “bagagem” os seus valores, a sua cultura, a sua experiência de vida, que normalmente são diferentes quando comparadas com as do país de acolhimento. Esta diferença de hábitos e de modo de viver pode gerar alguns conflitos para ambas as partes (para o imigrante e para a população autóctone). Contudo, cabe também aos meios de comunicação contribuir neste processo de inserção e de aceitação do outro.

¹² Este Plano conta com o apoio da sociedade civil, das Organizações não-governamentais (ONG) e das associações de imigrantes. As noventa medidas deste Plano encontram-se distribuídas por dezassete áreas de intervenção (ver pp.9 do *II Plano para a Integração dos Imigrantes*).

com o acesso do imigrante à informação e com a qualidade da mesma. Na medida 3, verificámos que existe a preocupação em manter o imigrante informado e em melhorar a informação prestada. Um dos domínios identificado como prioritário é o da informação relativa aos serviços, bem como informações sobre os seus direitos e deveres. De acordo com o referido plano, torna-se necessário melhorar a informação em todos os canais de comunicação, procurando ultrapassar a questão linguística, que é uma das dificuldades que os imigrantes enfrentam, assim como o domínio e o acesso a alguns meios de comunicação. A questão linguística é transversal nas populações migrantes, sendo que quase sempre veem o português como a língua do “outro”, tendo de aprendê-la por uma questão de sobrevivência. Por sua vez, a internet é sentida, de igual forma, como uma importante fonte de informação, que atinge um número diversificado de pessoas.

Outra dimensão particularmente relevante deste plano é o facto de defender que os *media*, no país de acolhimento, devem ser sensíveis às questões da imigração, de modo a promover a adaptação da comunidade estrangeira (medida 67). Para tal, deverão ter um olhar mais cuidadoso sobre esta população e divulgar o que de positivo é feito por elas, ao invés de promoverem a divulgação de notícias que despertam um sentimento de não-aceitação por parte das pessoas em geral (Ferin *et al*, 2008:11). De facto, como observa António Modesto Navarro, “Há tendência de grandes órgãos de comunicação social, sobretudo canais de televisão para aliarem a violência e o terrorismo à imigração” (cf. Assembleia Municipal de Lisboa, 2005:11). Este plano procura, assim, alertar e contribuir para a correcção de algumas situações que atingem quer a população autóctone, quer a estrangeira, na sociedade envolvente, promovendo uma convivência saudável entre elas.

Por último, o plano chama ainda a atenção para a necessidade de incentivar os mecanismos “de auto-regulação que abranjam o domínio das notícias sobre imigração, (...) nomeadamente quanto ao rigor dos factos e ao enquadramento adequado”. Esta medida permitiria uma maior veracidade no tratamento noticioso, de modo a não favorecer a comportamentos de xenofobia, junto da opinião pública (ACIDI, *et al*, 2010:37). Verificámos assim que a importância da informação é transversal em quase

todas as medidas¹³, concluindo-se que um imigrante informado é, de certa forma, alguém que está a caminhar para a sua inserção na sociedade de acolhimento.

Neste contexto, por inserção entende-se estar adaptado a uma nova sociedade, que não é a sua de origem. Estar inserido significa também ter oportunidade e querer participar e contribuir nas diferentes áreas no país de residência (económica, social, política, geográfica e cultural) com os mesmos direitos que a população autóctone (Horta, Malheiros, 2004:1). Realce-se que esta participação não tem implícita uma ruptura com o país de origem. Muito pelo contrário, é um processo enriquecedor que poderá proporcionar, caso o indivíduo assim o queira, a participação no território de acolhimento (ibid).

A questão da emigração tem constituído uma preocupação dos diferentes governos, nomeadamente, do dirigido por José Sócrates, que aprovou o *II Plano para a Integração dos Imigrantes* para 2010-2013, tendo o primeiro vigorado entre 2007-2009. Este plano, como já referimos, é composto por noventa medidas, que, de um modo geral procuram “a plena integração dos imigrantes, nomeadamente nas áreas da cultura e da língua, do emprego e da formação profissional e da habitação” (ACIDI *et al*, 2010:3). Também a crise económica internacional levou a que os governantes tivessem uma atenção redobrada para com a sua população estrangeira, reforçando, assim, as políticas públicas de inserção. Se é verdade que esta crise veio estabilizar o fluxo migratório, é igualmente verdade que os imigrantes correm maior risco de exclusão social, “dada a sua maior vulnerabilidade aos problemas sociais” (ibid:4).

No que diz respeito aos factores que, do nosso ponto de vista, mais contribuem para a inserção dos cabo-verdianos em Portugal destacamos: o mercado de trabalho, a língua, a habitação e os meios de comunicação.

O mercado de trabalho¹⁴ é fundamental no processo de inserção dos imigrantes, visto que garante a subsistência e a qualidade de vida. Sendo, também, considerado um

¹³ Ver medidas 29, 30, 35, 37, 47, 56, 79, 86 do *II Plano para a Integração do Imigrante* (ACIDI, 2010). Em quase todas as medidas a questão dos direitos e deveres dos imigrantes está subjacente, diferenciando apenas a área de intervenção. A título de exemplo encontramos medidas sobre a saúde, educação, justiça, racismo...De referir que a medida nº47 fala sobre a importância da produção de material informativo para os reclusos estrangeiros, em diferentes línguas.

¹⁴ Para se ter uma visão mais generalista da inserção do cabo-verdiano no mercado de trabalho na sociedade de acolhimento ver Machado, Abranches, 2005: 69-91. Também o *II Plano para a Integração dos Imigrantes* na área de intervenção Emprego, Formação Profissional e Dinâmicas Empresariais,

“espaço de contacto social” que facilita a interação entre as pessoas (Horta, Malheiros, 2004:2). A melhoria dos rendimentos permite consequentemente ter acesso à habitação, educação, saúde, e segurança social, etc. (França, 1992:161).

Já o entendimento da língua portuguesa é um dos motivos que influencia a escolha de Portugal como país de destino (Gomes *et al*, 1998:79). O português, devido a razões históricas, é a língua oficial em Cabo Verde, apesar da língua maioritária ser o crioulo. O português é uma língua próxima do povo cabo-verdiano, sendo falada, ensinada nas escolas e empregue em situações formais. Apesar da língua portuguesa não ser, por vezes, utilizada correctamente, quer na oralidade quer na escrita, os cabo-verdianos não têm qualquer dificuldade em entendê-la e em fazerem-se ser entendidos. De referir que, o domínio da língua portuguesa permite uma maior inserção no mercado de trabalho e na sociedade em geral. Como defende Fernando Machado o bilinguismo das populações migrantes é um “elemento profundo de socialização intercultural” (2002:21).

No que concerne ao espaço habitacional dos imigrantes, este apresenta vantagens e desvantagens, consoante o modo como os imigrantes percebem este espaço. Como vantagens podemos destacar que o contexto habitacional possibilita às nações migrantes terem autoproteção e formar redes solidariedade, “ ter as suas hortas e melhor reproduzir o mundo social de um Cabo Verde rural” (Batalha, 2008:31). Por outro lado, esta situação pode ou não favorecer ao seu isolamento, limitando o relacionamento com outras comunidades que habitem fora da sua zona residencial. Quando se dá este fechamento criam-se “ambientes de tensão e degradação social e contribui-se para estigmatizar os bairros, desvalorizando o espaço e os seus residentes” (Horta, Malheiros, 2004:10).

O comércio e os serviços que, por vezes, se instalam ao redor destas áreas residenciais também facilitam o processo de adaptação do imigrante. Isto porque o consumidor principal corresponde a esses “grupos minoritários”¹⁵, que não têm, muitas

medida nº 14 afirma que o empreendedorismo imigrante torna-se cada vez mais um factor importante para a sua inserção no mercado de trabalho (ACIDI, et al 2010:15). Ver área de intervenção Habitação que sublinha o direito de se ter acesso à habitação por parte do imigrante (ibid:25-26).

¹⁵ De acordo com Ana Paula Beja Horta e Jorge Macaísta Malheiros “por grupo étnico minoritário entende-se um conjunto de indivíduos que se auto-identificam e são identificados pelos outros como fazendo parte de um mesmo grupo possuidor de características culturais específicas a que se associam, frequentemente, traços fenotípicos particulares e uma origem geográfica comum. A noção de grupo

vezes, de sair da sua esfera residencial para adquirirem alguns produtos, designadamente os relacionados com a sua cultura¹⁶ (Machado, 2002:48).

Quanto aos meios de comunicação, os imigrantes devem ir ao encontro da informação necessária para a sua inserção e desenvolverem os seus próprios meios de comunicação, em parceria com os já existentes na sociedade receptora. O partilhar artigos noticiosos sobre a sua comunidade permitirá revelar o lado bom da imigração. Como observa Luís França, “Quando os meios de comunicação social publicitam um comportamento negativo atribuído a um cabo-verdiano, projectam esse facto num colectivo, propiciam à generalização desse comportamento ao grupo” (1992:217), obrigando assim o público em geral a tomar uma posição de aceitação ou de negação.

A ideia dos *media* para os imigrantes está patente nos decretos e nas leis vigentes no espaço europeu¹⁷. De destacar o “Manifesto Europeu para apoiar e sublinhar a importância dos *Media* de Comunidades Minoritárias”¹⁸ que considera que os meios de comunicação feitos pelos imigrantes devem estimulá-los a participar na sociedade de acolhimento, como forma de se socializarem. A constituição de espaços de partilha, onde os imigrantes se sentem identificados e protegidos torna-se, também, fundamental, visto que é neles que, muitas vezes, o emigrante tem acesso à informação de que necessita. A promoção de espaços de debates, a criação de boletins e de outros meios de comunicação feitos pelos, sobre e para os imigrantes são também instrumentos que podem e devem contribuir para a sua inserção.

“minoritário” ou de “minoría”, pressupõe, quer uma dimensão estatística (um número de indivíduos relativamente reduzido quando comparado com a “maioria”, frequentemente a população autóctone), quer uma dimensão sociológica, que remete para posições de desvantagem (e eventual discriminação), em termos económicos, sociais, políticos e mesmo culturais” (in *Estratégia* Revista do Instituto de Estudos Estratégicos e Internacionais, 2004:1).

¹⁶ Vejamos as mercearias com produtos “de terra”, os restaurantes com comida típica, os cabeleireiros “afro”, as barbearias etc... que se instalam nas redondezas desses bairros.

¹⁷ Cf. Artigo 10º da Convenção Europeia de Direitos Humanos, de 1953 que diz que “qualquer pessoa tem direito à liberdade de expressão “.In http://www.cidadevirtual.pt/cpr/asilo1/cesdh.html#artigo_10 (acesso a 09/07/2013). Também o Acto Final sobre Segurança e Cooperação em Helsínquia, em 1975, abrange o “direito das minorias em receberem informação” na sua língua materna (Salim, 2008:28).

¹⁸ Cf. “Um Manifesto Europeu para apoiar e sublinhar e sublinhar a importância dos *Media* de Comunidades Minoritária”, in http://br.groups.yahoo.com/group/dialogos_lusofonos/message/1102 (acesso a 09/07/2013).

2.3. A evolução do associativismo cabo-verdiano e os seus meios de comunicação

O aparecimento e expansão dos meios de informação e de comunicação feitos pela comunidade cabo-verdiana na AML não só contribuem para a sua adaptação, como também vêm, de certo modo, preencher uma lacuna de peças jornalísticas sobre os contributos dos imigrantes na sociedade de acolhimento (Ferin *et al*, 2008:11). Como observa o Padre António Vaz Pinto, “uma sociedade plural é mais rica, é mais humana, é mais fecunda” (cf. Assembleia Municipal de Lisboa, 2005:23). Deste modo, os órgãos de comunicação desempenham um papel preponderante, no que se refere à minimização dos preconceitos e à promoção da igualdade de direitos e de oportunidades entre os imigrantes e a população autóctone. Neste sentido, os meios de comunicação e de informação feitos por, sobre e para a comunidade cabo-verdiana encontram-se, muitas vezes, ligados às associações que com ela trabalham directamente. Os motivos subjacentes à constituição destas associações são, normalmente, os mais diversificados, destacando-se, a este respeito, o peso da “saudade” e o desejo de manter o contacto com a terra natal.

Neste sentido, por associação entende-se “um grupo de indivíduos que decidem voluntariamente pôr em comum os seus interesses ou actividades de forma continuada, segundo regras por eles definidas, tendo em vista compartilhar os benefícios da cooperação ou defender causas e interesses”¹⁹ (Meister,1972:15). Há que referir que, a questão do voluntariado no associativismo já começa a ser debatida, quer nos órgãos de comunicação, quer na academia, sendo, provavelmente, necessário repensar-se este conceito. Mário Carvalho, Presidente da Associação CaboVerdeana de Lisboa (ACV), numa entrevista a um jornal digital cabo-verdiano²⁰, defende que quem presta serviço

¹⁹ São vários os autores que têm reflectido sobre o conceito de associação. José Fernandes aproxima-se da ideia defendida por Meister sublinhando que uma associação é um “agrupamento voluntário e duradouro de várias pessoas (...) sem intuítos lucrativos” (2003:93). Já para Joel Serrão uma associação “é um agrupamento de pessoas com o objectivo de alcançar resultados que excedam aqueles que conseguiriam com as suas actividades individuais (1989:236-238). Giddens, por sua vez, defende que uma organização assemelha-se a uma associação, que é constituída por um grupo de pessoas, que ambiciona determinados propósitos. Segundo este autor todas as organizações modernas têm uma “natureza burocrática”, que implica uma “hierarquia definida de autoridade” (2004:372) ao contrário das associações com carácter voluntário que apesar de terem corpos sociais não são hierárquicas, sobrevivendo dos apoios e da boa vontade.

²⁰ O Presidente da ACV de Lisboa sublinha que as “associações têm de ser cada vez mais como empresas. Se não têm poder competitivo fecham”. Caso contrário, “não passam de amadores” com todos os prejuízos daí decorrentes. Não se poderá pedir tudo isto, a título de voluntariado, a pessoas

público numa associação deve ser semiprofissionalizado. Este mesmo tema foi longamente debatido no Ciclo de Tertúlias, no passado mês de Abril, na Universidade de Aveiro²¹.

De acordo com Luís Capucha, as estratégias de acção colectiva são um agente de desenvolvimento que visa ajudar as pessoas “a rentabilizar os seus recursos e capacidades”, de modo a “melhorar as suas condições de vida, de as tornar capazes de decidir autonomamente dos seus destinos e, ainda, de as levar a assumir-se e a fazer-se representar junto dos poderes estatais” (1990:31). Capucha acrescenta ainda que o associativismo é um agente que “permite transformar os excluídos em grupo de pressão” que luta pelos seus interesses e que se faz representar junto das instituições de poder (ibid:33). Assim sendo, o movimento associativo pode ser visto como um instrumento para se alcançar os direitos dos mais vulneráveis, de modo a melhorar as suas condições de vida, contribuindo para a sua promoção e inserção social (ibid:34).

Num contexto migratório, as associações adoptam características específicas. Para Albuquerque *et al* (2000:15), existem dois grandes objectivos subjacentes à sua formação. De um lado, divulgar e manter a comunidade próxima da sua cultura na sociedade de acolhimento; do outro, implementar meios que conduzam à inserção dos imigrantes no país receptor. Nas associações, o clima de entreajuda e de companheirismo que se cria facilita a transmissão de informações, que são essenciais para a socialização dos imigrantes a diferentes níveis (laboral, habitacional, educacional, saúde) e no acesso aos órgãos de comunicação.

Por sua vez, Rosário Farmhouse considera que o associativismo imigrante deve contribuir “para quebrar a solidão daqueles que procuram, longe das suas comunidades de origem, um futuro melhor para si, em troca do trabalho que prestam” no país de acolhimento (cf. Horta, 2010:7). Em termos gerais, podemos afirmar que as associações de migrantes contribuem para a “preservação da herança cultural” e para a “afirmação dos valores e crenças de determinado grupo ou comunidade, bem como nos seus

que têm as suas obrigações e deveres profissionais, pessoais e familiares. Não se lhes pode pedir que trabalhem horas e horas pela noite dentro”. Cf. http://www.asemana.publ.cv/spip.php?article87266&var_recherche=M%E1rio%20Carvalho&ak=1 In *Jornal A Semana* (nº151) (acesso a 11/07/2013).

²¹Cf. http://www.asemana.publ.cv/spip.php?article87508&var_recherche=ciclo%20tert%20FAlas%20Aveiro&ak=1 In *Jornal A Semana* (acesso a 15/07/2013).

processos de adaptação e de integração nos países receptores”- assim explica Ana Paula Beja Horta (2010:11).

Em Portugal, o regime jurídico das associações está definido pela Lei nº 115/99, de 3 de Agosto que determina os direitos das associações de imigrantes. Esta lei veio estabelecer os direitos e deveres das associações representativas dos imigrantes e dos seus descendentes (cf. artigo 1). Assim, todas as associações de imigrantes podem “beneficiar de direito de antena nos serviços públicos de rádio e televisão através das respectivas associações representativas de âmbito nacional”²²(artigo 4º, alínea d). Temos como exemplo o programa *Nós* que é feito por, para e sobre os imigrantes, revelando a sua convivência com a população autóctone. Contudo, de acordo com o questionário por nós conduzido no âmbito deste estudo, ainda há um caminho a percorrer neste sentido, nomeadamente no que diz respeito à diversificação de programas e a mais tempo de antena num horário mais acessível, como poderemos observar no capítulo IV. Por outro lado, o mesmo questionário permitiu-nos perceber o forte poder que uma informação divulgada através de uma associação tem junto da sua comunidade e do país de acolhimento, podendo a mesma ter efeitos multiplicadores a nível geral. Todavia, cabe também à comunidade estrangeira (designadamente aos dirigentes associativos) conquistar o seu lugar nos *media* generalistas, fomentando projectos que possam ser divulgados nos respectivos canais.

A questão do associativismo imigrante está também presente no *II Plano para a Integração dos Imigrantes 2010-2013* que, na sua medida 60, sugere a promoção de projectos associativos imigrantes, através de diferentes acções de informação/sensibilização. Estas acções podem ser realizadas através da utilização dos meios de comunicação “em que o ACIDI, I.P. está presente, designadamente dos Programas *Nós*

²² Esta ideia também é defendida na medida 66 do *II Plano para a Integração dos Imigrantes* que sublinha que se deve “incentivar os meios de comunicação social para a promoção de espaços de programação/ informação que divulguem a diversidade cultural e religiosa existente na sociedade portuguesa, valorizando as expressões culturais e linguísticas das comunidades imigrantes residentes em Portugal” (ACIDI, 2010:37-38). Ainda esta medida defende acções de formação sobre a interculturalidade, a imigração e a diversidade, junto dos profissionais dos órgãos de comunicação (ibid).

e *Gente Como Nós* e do boletim informativo, com vista à promoção do associativismo imigrante” (ACIDI *et al*, 2010:31)²³.

O primeiro estudo feito em Portugal sobre a trajectória associativa em contexto migratório faz alusão a várias associações de migrantes, sendo a maioria angolana (10) e cabo-verdiana (9) (Albuquerque *et al*, 2000:37).

Historicamente, as associações de imigrantes, entre as quais se contam as cabo-verdianas, têm na sua base quase sempre os mesmos motivos como aspectos culturais, recreativos, sociais, e desportivos, etc. No entanto, de acordo com John Rex, um dos factores determinantes, quando as pessoas se unem para a defesa de interesses comuns numa determinada sociedade (de acolhimento), é o sentimento de união que os faz sentir mais fortes e capazes de se fazerem representar perante uma maioria (1987:24).

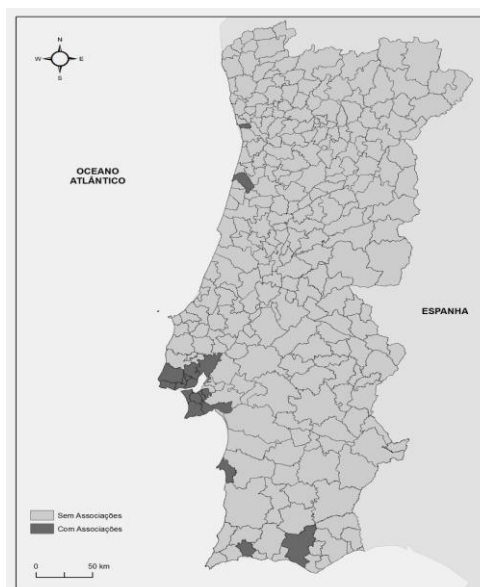
As associações surgem, assim, como uma estratégia de pressão política, que procura que os grupos minoritários tenham acesso “aos benefícios do Estado relativos à educação, saúde, habitação, segurança social, emprego, mobilidade social e igualdade de oportunidades, entre outros” (Carita, Rosendo, 1993:139). Como refere Viegas (2004:33-34), elas são, de igual modo, os representantes da comunidade e desempenham um papel de intermediação social, havendo maior interação entre o indivíduo e o Estado. Deste modo, o seu objectivo prioritário seria o de encontrar uma solução ou reduzir os problemas da sua comunidade, de forma a contribuir para a sua inserção no país de acolhimento, preservando a sua identidade.

É notório que, as associações vão acompanhando o desenvolvimento e as necessidades do seu público-alvo. No entanto, neste processo de adaptação às novas realidades, elas procuram não perder os seus valores culturais e são preservadoras de identidades (Carita, Rosendo, 1993:136). As associações cabo-verdianas são exemplo disso, ao procurarem ir ao encontro dos problemas da comunidade, preservando sempre os seus princípios enquanto organização imigrante. Observamos, assim, um certo conservadorismo positivo das associações, que lhes permite não perder a sua essência. Porém, há que precaver do fechamento sobre si próprias, o que se pode tornar num entrave à cooperação e partilha com outras instituições e populações, podendo esta experiência ser enriquecedora para ambos os lados.

²³ Ver igualmente as medidas número 61, 62 e 63 do *II Plano para a Integração dos Imigrantes* (ACIDI, 2010:32). Nestas medidas o ACIDI pretende apoiar as associações na sua representatividade, no seu reconhecimento e a nível de formação dos seus dirigentes etc...

O associativismo é tido como um fenómeno urbano. O caso cabo-verdiano não foge a esta regra. Existem associações de norte a sul do país (ver mapa 2), mas é na Grande Lisboa que se verifica uma maior concentração de organizações, sendo consequentemente nesta área onde residem mais imigrantes (Portes, 2006:23)

Mapa 3
Associações cabo-verdianas por concelho



Fonte: Elaboração própria com base nos dados da listagem facultada pela Embaixada de Cabo Verde

São vários os motivos que levam à concentração das associações nos centros urbanos, entre as quais destacamos três. O primeiro prende-se com os laços de afinidades já existentes e de os imigrantes residirem próximos do local de trabalho (ibid). Como podemos observar pelos dados do INE, a região de Lisboa é um dos destinos mais procurados pelos imigrantes provenientes de Cabo Verde. As cidades apresentam-se como territórios de oportunidades para a população estrangeira, que a considera mais desenvolvida, procurando oportunidades para usufruir de benefícios económicos (ibid:28). O segundo motivo consiste na defesa de interesses comuns. O enfraquecimento da convivência parental e de vizinhança conduz a que os residentes das áreas urbanas constituam as suas associações, de modo a lutarem para o bem comum e a criarem espaços de partilha- como sustenta Louis Wirth (apud Cárta e Rosendo, 1993:136).

Por último, destacamos a necessidade de os imigrantes terem alguém que os represente junto das entidades competentes. Helena Vilaça vê o associativismo urbano “como uma forma de organizar as populações e melhorar as suas condições de vida, tornando-as ao mesmo tempo autónomas e passíveis de representação perante o Estado e a autarquia” (1991:185). Esta autora considera ainda que, através de estratégias de acção colectiva, os habitantes conseguem fazer-se representar junto das instituições de poder, “promovendo assim a democracia participativa e introduzindo uma correcção à democracia representativa” (ibid).

No caso da comunidade cabo-verdiana, até à década de 80, a associação era tida como um espaço de encontro e de convívio entre pessoas que raramente se viam (França, 1992:94). A partir dos anos 80, com o reagrupamento familiar esta situação alterou-se com a chegada a Portugal das mulheres e dos filhos dos homens já emigrados. O aparecimento das associações veio, por um lado, ajudar na resolução de problemas como legalização, habitação e saúde. Paralelamente, possibilitou a criação de espaços de convívio e encontro entre pessoas da mesma cultura, que se identificavam e sentiam-se mais próximos do território de origem²⁴.

O movimento associativo cabo-verdiano surgiu em Portugal na década de 1960/1970, sendo um espaço que retrata a vida e o percurso dos cabo-verdianos. Nas associações vive-se um espírito de partilha dos fenómenos que acontecem em Cabo Verde e na diáspora.

Razões históricas, decorrentes do facto de Cabo Verde ter sido uma antiga colónia portuguesa, fazem da comunidade cabo-verdiana a primeira a constituir-se em Portugal.

Os problemas de auto-subsistência foram desde sempre um dos principais motivos da emigração. Na sua origem podemos encontrar diferentes realidades destacando-se, desde logo, o facto de o arquipélago ser assolado por longos períodos de seca. O regime de dominação colonial também condicionou toda a estrutura económica do país. Estas realidades fazem com que o cabo-verdiano se torne “o eterno emigrante que busca em terra estranha aquilo que a sua lha nega sistematicamente” (Carreira, 1983: 38).

²⁴ As associações cabo-verdianas, de um modo geral, quando realizam alguma actividade com a comunidade criam um ambiente semelhante ao da terra natal com música e gastronomia tradicional.

Desde o século XVIII, os cabo-verdianos já saíam da sua terra natal com destino aos Estados Unidos da América para trabalhar na pesca da baleia (França,1992:43), seguindo, posteriormente, para outros destinos, como Brasil, Argentina e para países vizinhos de África, nomeadamente para as antigas colónias portuguesas. É sobretudo, na sequência da Conferência de Berlim (1885), que “os cabo-verdianos foram encorajados a emigrar para a Guiné” período em que “mais de 70% dos empregos públicos na Guiné-Bissau eram ocupados por cabo-verdianos ou seus descendentes” (Grassi, Évora 2007:29).

O fluxo migratório cabo-verdiano é particularmente intenso na segunda metade do século XX. A primeira fase da emigração cabo-verdiana para Portugal ocorre em finais dos anos 60 do século XX. Até então, a presença de imigrantes originários do arquipélago era muito reduzida, tratava-se, essencialmente, de uma emigração com origem nos centros urbanos, integrando quadros técnicos, pessoas com formação superior e funcionários da administração pública e colonial²⁵ (Carita, Rosendo, 1993:142).

A partir dos anos 1960 até meados da década de 1970, com incidência nos anos 1974-1975, o destino privilegiado do surto migratório cabo-verdiano é Portugal, realidade que parece não ter sido afectada com a declaração da independência a 5 de Julho de 1975. A partir de então devido à expansão da emigração, as populações locais depararam-se com maiores dificuldades em sair do seu país, sendo exigidos documentos como contratos de trabalho, passaporte etc. Muitos deles deslocavam-se para Portugal com um visto limitado, acabando por ficar, sendo o número de residentes indocumentados elevado (França, 1992:51).

Em termos genéricos, é possível identificar três fases evolutivas dos fluxos migratórios dos cabo-verdianos para Portugal, que coincidem com os períodos que marcam a evolução do associativismo cabo-verdiano em terra lusa.

Os naturais de Cabo Verde, ao chegarem a Portugal, constituíram-se, paulatinamente, um grupo minoritário, que partilhava a mesma língua, cultura, religião

²⁵ Algumas dessas pessoas que emigraram entre a década de 50 e 60 do século passado acabaram por fixar residência em Portugal, sendo uma elite desconhecida, tal como observa Luís Batalha “os cabo-verdianos da “elite” colonial estão integrados nos estratos médios e superiores da sociedade portuguesa, sendo, uma boa parte dos casos, invisíveis aos olhos da restante sociedade portuguesa” (In Batalha, 2008:25)

e, por vezes, a mesma história de vida (ibid:20). Esta descendência comum levou a que criassem uma espécie de rede comunicacional, que contribuiu para a sua adaptação no território de acolhimento e para a preservação da sua identidade cultural. Estas redes de parentesco e de amizade facilitaram a fixação inicial do imigrante, bem como uma possível inserção no mercado de trabalho (ibid:64). Este espírito de entreajuda alimentou o movimento migratório. Nos primórdios desta emigração, o envio de remessas, de informações²⁶ e de dinheiro para as viagens dos familiares e amigos, para a terra natal, constituíram um factor de motivação para a emigração, nomeadamente para Portugal (ibid:40-41). Também a melhoria do nível de vida que o emigrante demonstrava quando regressava de férias ao país de origem, assim como o avanço a nível dos transportes (sendo mais frequente o vapor e o avião) impulsionaram os fluxos migratórios (ibid).

No que diz respeito ao associativismo, de acordo com Alberto Rui Machado, a primeira tentativa para se formar um espaço cabo-verdiano em Portugal data do tempo do Salazarismo e traduziu-se na constituição da “Secção de Cabo Verde da Casa dos Estudantes do Império” (2010:241). O insucesso da iniciativa levou a que, em 1955/56, o intelectual cabo-verdiano Manuel Velosa²⁷ fundasse o “Instituto de Cultura e Fomento de Cabo Verde”, com o objectivo de unir os interessados pelo desenvolvimento do arquipélago e “fortalecer os laços que unem esse Arquipélago à Metrópole e a todo o Mundo português” (ibid). Apesar de Manuel Velosa ter falecido antes dos Estatutos serem aprovados, a sua ideia prevaleceu, traduzindo-se na realização de várias actividades, tendo em vista a promoção da imagem de Cabo Verde em Portugal²⁸.

Já nos finais da década de 60, um grupo de cabo-verdianos, no qual pontificam os nomes de Lucas da Cruz e Manuel Chantre, entre outras personalidades cabo-

²⁶ As informações eram enviadas por correspondência, telefone, envio de recados e mesmo por o que as pessoas relatavam aos seus familiares quando estavam de férias no país de origem era motivo para a população local sentir-se motivada para emigrar.

²⁷ Homem da cultura cabo-verdiana que fez parte da revista *Claridade*.

²⁸ Em 1956 foi editado o romance *Chuva Braba* de Manuel Lopes; em 1958 foram realizadas conferências sobre Cabo Verde, tendo sido as conclusões publicadas pela Junta de Investigação do Ultramar e foi fundado o “Centro de Estudos do Ultramar” que foi integrado nas Comemorações dos quinhentos anos da descoberta de Cabo Verde (Machado, 2010:242).

verdianas, com formação superior, decidem criar uma instituição (cabo-verdiana) em Lisboa. A iniciativa colhe o apoio do Governador de Cabo Verde, António Lopes dos Santos, e do Ministro do Ultramar, Silva Cunha. Deste modo, a 28 de Outubro de 1969, os futuros dirigentes associativos assinaram a versão definitiva dos Estatutos, tendo já Lucas da Cruz encetado alguns contactos com autarquias cabo-verdianas, que se prontificaram em apoiar esta instituição (Machado, 2010:243-244). Em 1969, os dinamizadores da Casa de Cabo Verde arrendam um espaço no Largo da Andaluz que passou a ser a sede da associação.

Já em 1970, os Estatutos da Casa de Cabo Verde foram aprovados pelos Ministérios do Ultramar e do Interior e realizaram-se as eleições para os corpos gerentes. Também neste período, procedeu-se a uma mudança de instalações, tendo os fundadores desta Casa arrendado um espaço mais apropriado às suas necessidades, na Rua Duque de Palmela, espaço este onde até então funciona a sede da Associação CaboVerdeana de Lisboa. Realizando actividades de diferentes tipos, a Casa de Cabo Verde foi conquistando sócios africanos (de Cabo Verde, da Guiné-Bissau, de Angola) e também norte americanos. De acordo com Machado, a Casa de Cabo Verde “chegou ter mais de mil sócios, que pagavam as quotas”, o que era um grande contributo para a sustentabilidade das suas actividades²⁹.

Data deste período a constituição do primeiro boletim informativo dedicado à difusão de informações para a comunidade e para a diáspora. Este boletim foi criado em 1973, em Lisboa, cidade onde se localizava a sede da associação (ver anexo 2). Denominado *Presença Cabo-Verdiana*, o boletim teve o total de trinta e duas edições, tendo sido publicado entre Janeiro de 1973 e Agosto de 1975. Com uma periodicidade mensal e uma tiragem de mil exemplares, este periódico era de distribuição gratuita entre os sócios residentes em Portugal e na diáspora³⁰. Este boletim era composto por notícias, reportagens, entrevistas, artigos de opinião de e sobre cabo-verdianos, que se encontravam em Cabo Verde ou na diáspora. De referir que, nesta altura, para se

²⁹ Em Dezembro realizavam a Festa dos Trabalhadores, a Festa de Natal das Crianças e o baile de fim de ano.

³⁰ Todas as informações relativamente ao boletim foram facultadas ao investigador pelo Eng.º Alberto Rui Machado, que foi um dos fundadores do respectivo boletim. Durante a existência do periódico, Machado foi o seu responsável desde a parte gráfica à redação dos textos jornalísticos.

comunicar com a comunidade a associação recorria também ao “boca a boca”, ao telefone e às cartas.

Se, na primeira fase, a emigração cabo-verdiana era essencialmente proveniente dos centros urbanos, na segunda fase, que decorreu dos finais dos anos 60 até metade dos anos 70, o cenário é diverso (Batalha, 2008:26). O fluxo migratório cabo-verdiano assumiu novas características, integrando essencialmente indivíduos do sexo masculino provenientes dos meios rurais. Esta emigração foi amplamente encorajada pelas autoridades portuguesas, uma vez que permitiu corrigir a carência de mão-de-obra não qualificada sentida em Portugal, nomeadamente na construção civil. De facto, como observa Marzia Grassi, em resposta à necessidade de uma classe operária o governo encorajou “os cabo-verdianos à emigração, concedendo facilidades para a sua instalação” (Grassi, Évora, 2007:29).

Esta segunda fase foi abruptamente interrompida em 1974-1975, período em que Portugal atravessou um complexo processo de transição para a Democracia e em que se operou a concessão da independência da Guiné (1974) e de Cabo Verde (1975). Esta mudança de regime veio reflectir-se no associativismo cabo-verdiano que sofreu algumas mutações. Data de então a iniciativa de juntar num mesmo espaço a Casa de Cabo Verde e o Grupo de Acção Democrática de Cabo Verde. Esta convivência e proximidade física entre as duas associações estiveram na origem da criação da Associação de Cabo-Verdianos e Guineenses (Machado, 2010:246). A exaltação nacionalista e independentista conduziu a que estes dois povos se unissem, em torno de um projecto social e político comum, com o objectivo de lutar para o seu desenvolvimento e promover a inserção na sociedade anfitriã (Horta, Malheiros, 2004:12). De referir que, a nível do associativismo, este período ficou marcado por uma forte adesão dos imigrantes não qualificados chegados a Portugal, que até então não tinham tido oportunidade de entrar na vida associativa (Carita, Rosendo, 1993:145). Esta última associação conheceu, então, um forte desenvolvimento, promovendo o aparecimento de organizações em zonas onde habitavam um número significativo de cabo-verdianos³¹. A constituição da Associação de Cabo-Verdianos e Guineenses teve ainda como consequência o fim do boletim *Presença Cabo-Verdiana*. Em causa o

³¹ Como é o caso da Associação de Moradores do Alto da Cova da Moura, foram dados os primeiros passos para a criação de futuras delegações no Seixal e em outras zonas com forte presença cabo-verdiana (Machado, 2010:247).

desacordo de muitos cabo-verdianos³² relativamente à entrada dos guineenses na associação e à reorganização política da mesma.

No que diz respeito à última fase, esta correspondeu à era pós-independência. Caracterizou-se por um contínuo fluxo migratório composto em grande parte por cabo-verdianos que residiam nas antigas colónias portuguesas, mas também pelo desejo de reagrupamento familiar (sobretudo na década de 80). Se, até aos anos 80, a emigração cabo-verdiana era essencialmente masculina, o processo de reagrupamento familiar a que então se assistiu veio alterar este cenário, assistindo-se ao aumento do número de mulheres e crianças na comunidade cabo-verdiana (Grassi e Évora, 2007:25).

A nível do associativismo, a principal causa do seu enfraquecimento, nesta época, radicou na separação verificada entre os guineenses e os cabo-verdianos, na sequência do Golpe de Estado da Guiné, despoletado por Nino Vieira. Consequentemente, em 1981, foi criada a Associação Guineense de Solidariedade Social e a Associação CaboVerdeana de Lisboa. Assinala-se também que, nesta terceira fase, se denotou uma maior preocupação com a informação. Desde logo, porque é neste momento que a ACV começa a receber com regularidade o jornal *Voz di Povo* e o *Boletim Oficial*. Depois, porque foi então que se iniciou a publicação do boletim *Mantenha*, que veio aproximar a ACV dos sócios e da comunidade em geral. Finalmente, cabe também assinalar que, nesta fase, se realizaram actividades culturais, recreativas e desportivas que atraíram para a ACV personalidades como Bana, Luís Rendall e Gabriel Mariano etc. (Machado, 2010:248-249).

O fluxo de estudantes cabo-verdianos, nomeadamente os que se deslocam para Portugal para frequentar o ensino técnico e superior³³, é transversal a todas as fases enunciadas. Estes estudantes tiveram e têm um papel preponderante na constituição e dinamização da vida associativa cabo-verdiana em Portugal (Carita, Rosendo, 1993:142).

³² Nomeadamente Alberto Rui Machado, Lucas da Cruz, Lívio Borges e Humberto Leite, entre outros, que não concordaram com a união entre os cabo-verdianos e os guineenses.

³³ Vejamos o número de estudantes por fases. No período da Casa de Cabo Verde o número de estudantes que eram sócios eram 231. Com a Associação de Cabo-Verdianos e Guineenses deparamos 204 e na época inicial da Associação CaboVerdeana de Lisboa os estudantes eram o grupo predominante com 128 sócios (Carita, Rosendo, 1993:148-149). Com isto conclui-se que em todas as fases o grupo profissional dos sócios em maior quantidade são os estudantes, com excepção do movimento associativo entre cabo-verdianos e guineenses em que a maioria é operários (328 sócios).

A oficialização da ACV constitui um impulso importante ao desenvolvimento das mais diversas organizações (estudantis, culturais sociais, profissionais, regionais e políticas), que marcaram um novo período da trajectória associativa cabo-verdiana (Horta, Malheiros, 2004:14). Assistiu-se então ao surgimento de associações nos bairros periféricos dos grandes centros urbanos, que tinham como objectivo a resolução dos problemas concretos destas áreas habitacionais (ibid). Muitos desses bairros nasceram através da construção clandestina, despoletada pelo reagrupamento familiar: as dificuldades financeiras não permitiram que muitas famílias alugassem ou adquirissem habitação própria, tendo recorrido à construção de casas ilegais, que, paulatinamente, foram crescendo com a chegada de novos imigrantes na periferia de Lisboa³⁴. Outras, em menor número, conseguiram alugar casa em zonas de habitação degradada, quer da capital, quer noutras regiões, onde o preço da renda era mais convidativo.

Ainda em relação ao associativismo, esta fase ficou marcada pela mediação comunitária e pelo início da intervenção política em defesa dos interesses da comunidade cabo-verdiana em Portugal. Esta intervenção política fez-se através da partilha de informações entre a ACV, a comunidade, os partidos políticos e as instituições cabo-verdianas e portuguesas. Esta partilha de informação teve como objectivo debater os problemas da comunidade, com vista a encontrar as soluções a nível local, nacional e/ou internacional (Carita, Rosendo, 1993:146). Como consequência directa destas iniciativas em 1991, a ACV, subscreve, juntamente com outras associações de imigrantes (Aguinense- Solidariedade Guineense e a ACRA- Associação Cultural e Recreativa Angolana), “um Acordo político com o Partido Socialista (PS) para as eleições legislativas, prevendo a eleição de um deputado da comunidade cabo-verdiana³⁵ para a defesa dos interesses dos imigrantes³⁶, junto do

³⁴ São exemplos desta situação os bairros: do Alto da Cova da Moura na Damaia, de Santa Filomena na Amadora, do 6 de Maio na Venda Nova. Encontramos outros bairros com características semelhantes em Loures e Oeiras etc. (Horta, Malheiros, 2004:9; Machado, 2008:27)

³⁵ De facto, em 1991 Celeste Correia e Fernando Ká são eleitos como deputados para representar a comunidade migrante e lutar pelos seus interesses, nomeadamente sobre a questão da legalização. De referir que Celeste Correia, também ela cabo-verdiana, esteve neste período pouco tempo na Assembleia, regressando em 1995, como deputada “normal”, altura em que António Guterres chega ao governo. (Estas informações foram facultadas, via correio electrónico, ao investigador pela própria ex-deputada).

³⁶ No programa eleitoral do PS consta “a necessidade de uma política integrada de imigração, a regularização da situação dos imigrantes ilegais em Portugal, o direito de voto nas eleições autárquicas,

poder político”. Esta foi, sem dúvida, uma grande conquista para os imigrantes, uma vez que os seus problemas puderam ser debatidos a nível governamental, não ficando o país de acolhimento indiferente perante dificuldades dos imigrantes. Esta participação na vida política foi entendida pelos dirigentes associativos como uma acção fundamental para a inserção da comunidade na sociedade acolhimento, para a defesa dos seus interesses e de uma melhor acessibilidade da comunidade aos agentes de informação e de decisão. Desta forma, a questão da comunicação entre os imigrantes e os organismos de decisão de quem dependem para a resolução dos seus problemas foi anulada.

2.4.Panorama actual do associativismo cabo-verdiano

São várias as instituições que trabalham com a comunidade cabo-verdiana em Portugal. Contudo, localizá-las num curto espaço de tempo não é tarefa fácil, porque cada dia se descobre mais uma.

Tal como referimos anteriormente, para melhor localizar as associações recorreremos a uma lista facultada pela Embaixada de Cabo Verde em Portugal, por considerarmos ser o local onde a informação, *a priori*, se encontra mais ou menos centralizada. No entanto, temos a noção de que esta lista poderá não estar actualizada, porque as associações nascem e morrem com alguma facilidade.

Actualmente, existem por todo o Portugal associações cabo-verdianas que foram criadas de acordo com as necessidades sentidas pelos imigrantes. A maioria dessas associações, como já foi referido, surge a partir da década de 80 do século passado. Neste momento, é difícil estabelecer com rigor o número total de associações cabo-verdianas a operar em território português porque, para além de nem todas serem reconhecidas pelo Alto Comissariado para a Imigração e Diálogo Intercultural, (devido a razões de vária ordem, como não estarem legalizadas ou não concordarem com o que está proposto na Lei), tal como foi dito anteriormente, todos os dias nascem e morrem organizações. Delas, apenas vinte e três são reconhecidas pelo ACIDI³⁷. Para serem reconhecidas por parte da Alta Comissária as associações têm que obedecer ao artigo 5º

a adopção de medidas contra o insucesso escolar em membros da comunidade cabo-verdiana, o reconhecimento do direito à habitação sem discriminação, a igualdade de oportunidades no trabalho e o acesso à segurança social” (Carita, Rosendo, 1993:146-147).

³⁷Cf. <http://www.acidi.gov.pt/es-imigrante/informacao/associacoes-de-imigrantes-em-portugal> (acesso a 03/06/2013)

da Lei nº 115/99, de 3 de Agosto³⁸ e ter pelo menos dois anos de existência formal. Há que ter em atenção que o reconhecimento não tem implícito qualquer forma de financiamento. Este é um processo *a posteriori*, devendo as associações interessadas candidatar-se a projectos financiados por esta instituição. Observa-se ainda que outros grupos organizados optam por estabelecer parcerias com as autarquias, que são de igual modo uma fonte de financiamento.

Mesmo assim, conseguimos localizar trinta e quatro associações, das cinquenta e oito existentes na AML. Das cinquenta e oito, quatro estão, neste momento, inactivas e vinte tivemos dificuldades em contactá-las.

Em termos gerais, estas associações/organizações foram fundadas entre 1980 e 2012, tendo na sua origem diferentes objectivos, desde o apoio à legalização, passando por actividades desportivas, culturais, sociais, políticas e à inserção plena do imigrante. Torna-se importante mencionar que quatro são de cariz partidárias (Coordenação do Movimento para a Democracia, Juventude para a Democracia Cabo-Verdiana, Coordenação do Partido Africano para a Independência de Cabo Verde e Juventude do Partido Africano para a Independência).

Estas associações/organizações situam-se em onze municípios da AML, destacando-se os concelhos de Lisboa, Amadora e Sintra com maior número de associações estudadas³⁹, sendo também estes municípios os que têm mais associações e maior concentração de população cabo-verdiana⁴⁰. Catorze dessas associações localizam-se em bairros sociais e clandestinos⁴¹ e vinte arrendaram um espaço no

³⁸ Este artigo considera que as associações para serem reconhecidas devem: alínea a) ter os estatutos publicados; b) eleger os corpos sociais com regularidade; c) estar inscrito no Registo Nacional de Pessoas Colectivas; d) estar patente a denominação social e a promoção dos direitos e interesses específicos dos imigrantes; e) realizar actividades que promovam os direitos e interesses dos imigrantes. In <http://acidi.gov.pt.s3.amazonaws.com/docs/2010/faqs/associativismo/Lei%201151999%20Associativismo%20Imigrante.pdf> (acesso 12/07/2013).

³⁹ Número de associações estudadas por concelho: Lisboa (12); Amadora (6); Sintra (4); Vila Franca de Xira (3); Oeiras (2); Seixal (2); Sesimbra (1); Loures (1); Moita (1); Cascais (1), Setúbal (1).

⁴⁰ De acordo com o Relatório de Imigração, Fronteiras e Asilo (2011) os três municípios com maior concentração de imigrantes são: Lisboa (34 992); Sintra (34 493) e Amadora (18 883).

⁴¹ Teresa Barata Salgueiro explica o termo bairros clandestinos dizendo que “deve entender-se por construção clandestina toda a construção edificada sem licença camarária exigida pelo R.G.E.U. (Regulamento Geral das Edificações Urbanas). As construções podem ser de alvenaria ou de materiais precários (barracas)...” (in Finisterra nº23:pp.28).

respectivo concelho. De referir que algumas das associações, quer dentro ou fora dos bairros, têm apoio da Câmara Municipal na cedência de espaço.

No que se refere ao número de sócios, estes são muito díspares. A maior associação tem dois mil e trezentos sócios e a menor tem trinta e cinco. Deve-se salientar que as Fundações e Centros Sociais, que também fazem parte deste estudo, não têm sócios, visto que esta categoria não faz parte dos seus estatutos.

Para divulgar e informar a comunidade em geral e a cabo-verdiana em particular, sobre as suas actividades e os seus serviços, as associações recorrem aos meios de comunicação, tendo cada meio um público-alvo. De acordo com Isabela Salim, o objectivo desses meios de comunicação é quase sempre o mesmo, isto é, o de “criar espaços onde os imigrantes possam sentir-se representados, através de iniciativas que lhe dizem directamente respeito” (2008:31).

O *Manifesto Europeu* é bem explícito relativamente à importância dos Media das Comunidades Minoritárias, neste espaço e às suas iniciativas. Estes meios consistem em revistas, jornais, meios web, estações de rádio e de televisão, bem como programas produzidos por, para e sobre imigrantes, com iniciativa local, regional e nacional. A língua que normalmente é utilizada nestes meios é a língua materna dos imigrantes, facilitando neste idioma informações sobre a importância da participação e da formação na sociedade de acolhimento, bem como permite a continuidade cultural entre gerações (Portes,2006:124). De facto, apesar de ainda estarem praticamente num estado embrionário, devido, entre outros factores, à falta de financiamento, os meios de comunicação utilizados pelas associações cabo-verdianas da AML são da mesma natureza dos referidos no *Manifesto*, como teremos oportunidade de observar no capítulo IV.

Os meios de comunicação utilizados pela e para a comunidade migrante, para além de poderem proporcionar a inserção e a preservação da identidade deste grupo, desempenham um papel preponderante no acesso à informação. Devido ao grau de proximidade existente entre as associações e os associados, a informação por elas divulgada chega mais rapidamente aos imigrantes, o que facilita a sua acessibilidade. Esta parceria entre as associações e os meios de comunicação torna-se fundamental para as comunidades, uma vez que quem promove a divulgação da informação é conhecedor das suas realidades e sabe que tipo de informação mais as interessa, traduzindo-a na língua materna. Como observa Roberto Carneiro, esta colaboração entre o

associativismo e os instrumentos de comunicação permite “reduzir custos de informação e desperdícios de comunicação” (cf. Salim,2008:10). A informação divulgada pelas associações tem na sua base a realização de um jornalismo de proximidade, como podemos observar no capítulo anterior.

Capítulo III

3. Órgãos de comunicação de, para e sobre a comunidade migrante

3.1. Meios de comunicação das comunidades imigrantes em Portugal

É inegável a importância dos órgãos de comunicação direccionados para os imigrantes. Desde logo, pelas temáticas abordadas, que vão ao encontro das suas inquietações⁴². Paralelamente, cabe assinalar que o facto de utilizarem a língua nativa das comunidades a que se dirigem é um factor de atracção e de impacto. O imigrante, quando não dispõe de um meio de comunicação, sente-se silenciado ou pouco representado. Este sentimento reforça-se quando no país de acolhimento os meios de comunicação não se debruçam sobre temas que lhe dizem respeito.

Apesar da presença dos cabo-verdianos ter raízes antigas em Portugal os órgãos de comunicação por ela produzidos não são ainda muito expressivos. Entre eles, destacam-se alguns boletins⁴³, um programa de rádio- *Cabo Verde no Horizonte* e uma revista denominada *Nos Terra*⁴⁴.

Os angolanos, os brasileiros, os romenos, os russos e os chineses são comunidades imigrantes que se implantaram em Portugal depois da cabo-verdiana, mas que já conquistaram o seu lugar a nível dos seus meios de comunicação, como podemos constatar no estudo feito por Isabela Salim sobre *Os meios de comunicação étnicos em Portugal* (2008). No que diz respeito aos angolanos, destaca-se a publicação de um jornal mensal denominado *Angola Magazine*. Fundado em 2006, este jornal tem como fonte de financiamento as assinaturas e os anúncios.

Já a comunidade brasileira apresenta uma variedade de instrumentos de comunicação, desde revistas (quatro), uma rádio e um *site*, que funciona como portal da comunidade brasileira em Portugal. Estes órgãos foram criados entre 1992 e 2006, com

⁴² A este propósito Feliciano Barreiras Duarte adianta que “a informação de proximidade é insubstituível porque chega onde a outra informação, a nacional, não chega, aborda e fala dos problemas e das aspirações legítimas das pessoas, atinge estratos socioeconómicos esquecidos pela comunicação social nacional” (2005:110).

⁴³ Existem dois boletins que são editados pelas respectivas associações.

⁴⁴ A revista *Nos Terra* tem uma periodicidade mensal. Contudo, até agora por motivos de vária ordem só saíram duas edições.

recurso às mais variadas formas de financiamento (anúncios, assinaturas, patrocínios, parcerias, etc.)

Por sua vez, os romenos dispõem de dois semanários, que foram criados entre 2001 e 2002. Estes jornais têm como público-alvo os imigrantes romenos e moldavos, sendo conseqüentemente escritos na sua língua materna. Ambos são financiados através dos patrocínios, da assinatura, do anúncio, e da venda avulsa etc.

Quanto à comunidade russa, esta produz também três semanários em língua russa, e um programa de rádio. Os semanários e o programa de rádio foram fundados entre 2001 e 2006, recorrendo às mais diversas formas de financiamento (assinaturas, anúncios, financiamento próprio, venda nas bancas, etc.). À semelhança da comunidade cabo-verdiana, também o programa de rádio dedicado à comunidade russófona tem a duração de duas horas diárias.

Por último, os chineses têm à sua disposição um jornal semanal, que foi fundado em 2000. A língua de trabalho é o chinês, subsistindo de fontes análogas às anteriormente referidas.

Como afirmámos previamente, todas estas comunidades chegaram depois da cabo-verdiana, mas foram mais céleres na constituição de órgãos de comunicação. Destaca-se ainda o facto de estarmos perante meios com uma área de abrangência de nível nacional, o que já não acontece com os produzidos pela e para a população insular⁴⁵.

Em suma, em Portugal, a presença de órgãos feitos por e para as comunidades imigrantes ainda não tem um impacto significativo, embora se valorize o trabalho realizado quer pelos media generalistas, quer pelos dos imigrantes.

3.2. Portugal e a comunidade migrante africana

São várias as entidades em Portugal que procuram divulgar informações sobre os imigrantes. Destacámos, neste estudo, os instrumentos de informação e de comunicação do Alto Comissariado para a Imigração e Diálogo Intercultural⁴⁶, da Comunidade de

⁴⁵ O programa de rádio *Cabo Verde no Horizonte* é emitido de Sines a Torres Vedras e a revista *Nos Terra* é distribuída apenas em três concelhos: Lisboa, Setúbal e Coimbra. Como podemos observar as suas áreas de influência não é todo o território nacional, mas apenas alguns distritos.

⁴⁶ De referir que o ACIDI tem como público-alvo todas as comunidades de imigrantes residentes em Portugal.

Países de Língua Portuguesa (CPLP), da RTP e da RDP África e da Embaixada de Cabo Verde, por considerarmos que eles têm na sua natureza o objectivo de servir, em primeiro lugar, a comunidade estrangeira e, em segundo, a comunidade em geral.

O ACIDI é uma instituição que tem procurado promover as comunidades estrangeiras, através do *site*, da página do *facebook*, da sua revista⁴⁷, do programa de rádio (*Gente como nós* da TSF) e televisivo (programa *Nós, Etnias*). Estas duas últimas iniciativas são levadas a cabo em colaboração com a RTP e a RTP África. Note-se ainda que o ACIDI também organiza conferências sobre a imigração e sobre tudo o que a envolve, bem como financia a publicação de estudos, dissertações e teses sobre esta temática.

Paralelamente, cabe também referir o trabalho desenvolvido pela Comunidade de Países de Língua Oficial Portuguesa. Este organismo tem uma revista que publica textos noticiosos sobre os oito países⁴⁸, promove debates sobre temas que lhes dizem respeito, tem um *site* e uma página no *facebook*, onde divulga informações sobre os países que fazem parte da comunidade, edita panfletos, CD e DVD sobre o que de mais nobre acontece nestes grupos de imigrantes, quer em Portugal, quer nos países de origem.

É também necessário ter em conta que existem dois órgãos de comunicação que, não sendo da responsabilidade dos imigrantes, emitem conteúdos sobre as comunidades africanas: a RDP e a RTP África, tendo sido criadas em 1996 e 1998 (Pinto *et al*, 2000:20-21). Trata-se de dois canais estatais, generalistas, que estão direccionados para os países africanos, com destaque para os Países Africanos de Língua Oficial Portuguesa⁴⁹. No caso específico dos cabo-verdianos, existem programas que promovem a música, a cultura e emitem textos jornalísticos sobre Cabo Verde⁵⁰.

⁴⁷ A revista inicialmente era impressa, mas por motivos financeiros passou a ser publicada apenas online.

⁴⁸ Os países que fazem parte da CPLP são: Angola, Brasil, Cabo Verde, Guiné-Bissau, Moçambique, Portugal, S. Tomé e Príncipe e Timor.

⁴⁹ Os Países Africanos de Língua Oficial Portuguesa (PALOP) são as ex-colónias portuguesas em África, sendo elas Angola, Cabo Verde, Guiné-Bissau, Moçambique e S. Tomé e Príncipe.

⁵⁰ Na RTP África existem vários programas que dão voz aos imigrantes africanos. O programa *Disco África* divulga a música dos países africanos, nomeadamente de Cabo Verde país produtor de uma variedade de música. O programa *Bem Vindo e Rumos* que emite reportagens sobre as comunidades e aqui também os cabo-verdianos costumam ter uma forte representatividade. Já o programa *Nha Terra*,

Deste modo, é facilmente perceptível o papel que estes órgãos têm na inserção do imigrante no país receptor, proporcionando-lhe o acesso a informações que correspondem às suas perspectivas e lhe permitem manter o contacto com o território de origem. De referir que quer a RTP, quer a RDP África foram criadas tendo em conta os cinco países africanos de língua oficial portuguesa, sendo este o seu primeiro público-alvo. Por esta razão, em Portugal, este canal televisivo está exclusivamente no cabo. Nos países africanos, é canal aberto. Apesar de entendermos os motivos subjacentes a esta opção, não podemos deixar de assinalar algumas das consequências negativas que dela advêm. Desde logo, por privar os imigrantes e não imigrantes de ter acesso à RTP África, por não terem televisão por cabo⁵¹. Todavia, apesar de nem todos terem acesso, valoriza-se a presença dos canais por cabo por desempenharem um papel muito importante na divulgação de informações sobre os imigrantes⁵² e o sobre os seus países de origem⁵³.

A concluir, cabe referência à acção desenvolvida pelas representações diplomáticas nos países de acolhimento. No que diz respeito à Embaixada de Cabo Verde em Portugal, cumpre referir que este organismo não dispõe de qualquer órgão impresso, rádio ou televisão. Esta lacuna é colmatada com a promoção de um *blog* direccionado para os estudantes, uma página no *facebook* e no *twitter*, onde publicam na sua maioria, artigos de outras instituições e de outros órgãos de comunicação social, sendo as temáticas transversais. Dispõe também de um *site* que difunde informações de carácter geral e, quando necessário, recorrem a uma *mailing list* para divulgar algumas informações. Nos serviços de atendimento, são também disponibilizadas informações consideradas relevantes.

Nha Cretcheu é exclusivo da comunidade cabo-verdiana e é produzido em Cabo Verde. É de referir que duas vezes por dia é emitido o Repórter África que divulga conteúdos noticiosos de alguns países africanos, entre eles Cabo Verde. Estas informações foram facultadas à investigadora pela responsável pela área de programação e produção da RTP África- Dr.ª Isabel Fragata.

⁵¹ Cf. <http://www.obercom.pt/client/?newsId=28&fileName=Anuario2012.pdf> (acesso a 25/06/2013). Neste estudo verificámos que de 2004 (35,9%) a 2010 (19,8%) o número de utilizadores de canais por cabo decaiu substancialmente, com mais incidência em 2010. Contudo, em 2011 (29,7%) houve uma subida de cerca de 10% e em 2012 (27,1%) o decréscimo foi de 3% (pp. 5 à 10).

⁵² O programa *Nha Terra Nha Cretcheu* é produzido em Cabo Verde e é emitido pela RTP África.

⁵³ Nos canais por cabo podemos ver a Televisão de Cabo Verde (TCV), mediante uma assinatura de 5€ mensais. Na Cabovisão é no canal 135, no Meo é no 231 e na Zon é no 192.

Por último, tendo em conta que nem todos os membros da comunidade cabo-verdiana dominam ou têm acesso às novas tecnologias, o contacto da Embaixada com os dirigentes associativos revela-se primordial para a difusão de informação junto da respectiva comunidade.

3.3.A Rádio de Cabo Verde e a diáspora

Cabo Verde desde cedo teve a preocupação em manter o contacto com a diáspora. A Rádio de Cabo Verde (RCV), rádio estatal, tem desempenhado um papel notório neste sentido, ao ter um programa semanal denominado *Nação Global*, que tem como objectivo informar sobre o que de mais importante aconteceu nas comunidades emigradas. O contacto é feito através de correspondentes que se encontram em alguns dos países de acolhimento⁵⁴. Este programa é emitido todos os domingos de manhã, das 8h às 10h⁵⁵ (hora cabo-verdiana).

Ainda nesta emissora existe um outro programa que se chama *Krioulos pelo Mundo*, emitido todas as segundas-feiras das 16h às 17h. Este programa tem como finalidade destacar as proezas dos cabo-verdianos espalhados pelo mundo, não só no desporto (área privilegiada na fase inicial do projecto), mas nas mais diversas áreas de actividades (moda, música, cinema e ciência, etc.)

Ao serem difundidos através da RCV, *Nação Global* e *Krioulos pelo Mundo* alcançam uma ampla audiência interna (população residente em Cabo Verde) e externa (a diáspora), uma vez que a emissão está disponibilizada *online*⁵⁶.

Embora a RCV seja uma emissora de carácter nacional, ela promove um jornalismo de proximidade. Para tal, concorre o facto de dispor de delegações⁵⁷, correspondentes⁵⁸ e colaboradores nas diversas ilhas, possibilitando a recolha de informações diversificadas para a elaboração dos textos jornalísticos. Deste modo,

⁵⁴ O programa *Nação Global* tem correspondentes na Argentina, Suécia, Holanda, Luxemburgo, Inglaterra, Itália, Portugal etc.

⁵⁵ Sempre que mencionarmos o horário dos programas da RCV, estamos a referir-nos à hora cabo-verdiana.

⁵⁶ Cf. <http://www.rtc.cv/rcvdirecto/> (acesso a 06/07/2013)

⁵⁷ A sede da RCV é na cidade da Praia, ilha de Santiago. Contudo, ainda em Santiago existe uma delegação em Santa Catarina, sendo as outras na ilha do Sal, São Vicente e Fogo.

⁵⁸ A RCV tem correspondentes nas nove ilhas habitadas: São Nicolau, São Vicente, Santo Antão, Boavista, Sal, Santiago, Fogo, Maio, Brava.

diariamente entre as 06h30 e as 8h00m, excepto aos fins-de-semana e feriados, esta rádio tem um programa denominado *Pulsar Informativo*. Este programa consiste num breve contacto com todos os correspondentes, de forma a divulgar os acontecimentos que marcam a actualidade na respectiva ilha.

Outro programa desta emissora que obedece à mesma filosofia é o *Conexão Cabo Verde*. Emitido de segunda a sexta-feira, incide exclusivamente sobre conteúdos que marcam o momento na ilha em causa.

As situações anteriormente enunciadas permitem-nos detectar a importância dos correspondentes e o seu papel na ligação entre o local e a sede da empresa noticiosa. Louis Guéry aborda esta temática afirmando que os chamados “antenas” têm como objectivo “informar o jornal sobre os acontecimentos locais e, ao mesmo tempo, servir de elo de contacto entre as localidades dispersas e a redação central” (apud, Camponez, 2002:124).

É também de referir que, diariamente (às 18h), é feito, na RCV, um espaço informativo em língua crioula. Esta é, sem dúvida, uma forma de manifestar a importância do uso da língua mãe nos meios de comunicação, o que permite atingir diferentes estratos da comunidade, dentro e fora de Cabo Verde. A utilização da língua cabo-verdiana é particularmente importante para a população que não domina o português⁵⁹. De assinalar que esta mesma preocupação está patente nos jornais das comunidades romena, russa e chinesa.

O Ministério das Comunidades de Cabo Verde tem também um papel fundamental com os seus emigrantes, utilizando para o efeito diferentes canais. Em primeiro lugar, é através da RCV que este ministério difunde um programa intitulado *Voz da Diáspora*⁶⁰, que é emitido todos os domingos a partir das 18h30m e que tem como objectivo manter o contacto com os emigrantes. Em segundo lugar, recorre ao *facebook*, como instrumento de informação, com o intuito de reforçar a comunicação com a comunidade. Por último, esta instituição dispõe de um portal⁶¹, de uma televisão

⁵⁹ Muitos foram os cabo-verdianos que cedo saíram de Cabo Verde, mas que continuam a falar a sua língua materna e a língua do país de acolhimento. Contudo, quando o país de acolhimento não é Portugal, os emigrantes e os seus descendentes acabam por não dominar o português. Mas crioulo continua a ser, muitas vezes, a língua da oralidade ou pelo menos é compreendida pelos seus filhos.

⁶⁰ Este programa pode ser ouvido *online* através <http://www.rtc.cv/rcvdirecto> (acesso a 05/07/2013)

⁶¹ O portal pode ser consultado em <http://www.mdc.gov.cv/> (acesso a 07/07/2013)

*online*⁶², de um jornal semestral (*online* e impresso), de uma revista trimestral (*online* e impressa) e de um boletim que foi inaugurado em Julho deste ano.

Denominado *Comunidades*, com uma periodicidade mensal, o boletim electrónico⁶³ está direccionado para os emigrantes, tendo vários artigos que focam as suas realidades. As temáticas abordadas são díspares, destacando-se assuntos como complementos à reforma feita pelo governo de Cabo Verde aos emigrantes; o apoio aos emigrantes que pretendem regressar a Cabo Verde, nomeadamente na criação das suas empresas; acordos de cooperação; os casos de sucesso nas mais diversas áreas na diáspora e informações sobre Centro de Apoio ao Migrante no país de origem⁶⁴ (CAMPO), etc. Como podemos observar, os conteúdos noticiosos procuram antes de mais fomentar uma emigração consciente, de modo a promover uma plena inserção dos imigrantes na sociedade de acolhimento, bem como uma reintegração no caso dos que queiram regressar ao país de origem.

Este ministério conta ainda com um projecto denominado *Mata Sodadi* que tem três objectivos centrais. Desde logo, facilitar a comunicação entre as comunidades residentes em Cabo Verde e na diáspora, depois apoiar o reencontro familiar, e, finalmente, reforçar os laços culturais com o país de origem. De acordo com a assessora da Ministra das Comunidades para a Comunicação e Imagem, Anabela Teixeira, este ministério já proporcionou viagens a mais de vinte idosos, originários das diferentes ilhas do arquipélago, que há mais de trinta anos não visitavam a terra natal.

A análise por nós desenvolvida permite-nos concluir que este ministério tem um leque de órgãos e de formas de comunicação. Contudo, em nosso entender, seria importante existir uma maior divulgação junto das comunidades como forma de

⁶² Esta televisão *online* WebTV Cabo Verde Global: <http://www.mdc.gov.cv/index.php/webtv-online> (acesso a 07/07/2013) insere-se no projecto “InfoDiáspora”, executado pelo Instituto das Comunidades (IC), sendo co-financiado pela Cooperação luxemburguesa. “Trata-se de uma televisão online onde as comunidades podem aceder e partilhar diversas informações, através de vídeos, notícias, fotografias...”(Estas informações foram facultadas ao investigador, por email, pela da assessora da Ministra para Comunicação e Imagem- Anabela Teixeira).

⁶³ Cf. <http://www.mdc.gov.cv/images/pdf/InfSite%20Comunidades%20CV%20Final.pdf> (acesso a 07/07/2013)

⁶⁴ O Centro de Apoio ao Migrantes no país de Origem (CAMPO) tem como objectivo geral “a promoção da mobilidade legal entre Cabo Verde e a União Europeia, entre Cabo Verde e os Estados Unidos da América ao mesmo tempo que luta contra a migração irregular (in *Boletim Comunidades* nº0 pp.9)

incentivá-las a produzir os seus próprios meios no país de acolhimento e a promover a sua socialização, de modo a “assegurar a sua liberdade de expressão e identidade cultural” (Salim,2008:7).

Em síntese, os instrumentos de informação feitos pela e para a comunidade imigrante cumprem um papel ambivalente. Por um lado, surtem efeito junto da população estrangeira, por outro, dão a conhecê-la à população autóctone. Assim sendo, o que se procura com estes meios é a realização de uma informação de proximidade que desempenha um papel crucial na adaptação do imigrante, como poderemos ver no capítulo seguinte.

Capítulo IV

4. Apresentação dos resultados

4.1. Metodologia

O presente estudo tem como objecto as associações cabo-verdianas da Área Metropolitana de Lisboa. Deste modo, os objectivos gerais a que nos propomos são dois. Por um lado, fazer o levantamento dos meios de informação e de comunicação produzidos pela e para a comunidade cabo-verdiana na AML e, por outro lado, averiguar se há ou não recepção desses mesmos meios e se contribuem para a inserção do imigrante cabo-verdiano no país de acolhimento (Portugal).

Neste sentido, primeiramente, procedemos ao levantamento das associações cabo-verdianas sediadas na Grande Lisboa. Esta lista foi-nos facultada pelo Gabinete da Comunidade da Embaixada de Cabo Verde em Portugal. As associações que têm correio electrónico foram contactadas por esta via. As restantes foram contactadas por telefone.

Na elaboração deste trabalho, recorremos ao método quantitativo e qualitativo, por entendermos ser o método mais adequado para explorar o objectivo pretendido. O método quantitativo permitiu-nos ter uma precisão dos dados recolhidos, nomeadamente dos estatísticos. Deste modo, a nível quantitativo, foram consultados dados estatísticos sobre a comunidade cabo-verdiana em Portugal, representada em quadros, mapas e gráficos.

Já o método qualitativo permitiu-nos recolher dados junto da comunidade e verificar qual a interpretação dos participantes sobre a temática em estudo. Assim, para uma melhor concretização do nosso objectivo foram elaborados dois tipos de questionários⁶⁵ (cf. anexo 3 e 3.1). Um que foi aplicado aos representantes de associações/ organizações cabo-verdianas e outro à própria comunidade. A par destes questionários, procedemos também a entrevistas aos directores de órgãos de comunicação social⁶⁶, tendo sido realizado um guião (cf. anexo 4). Sempre que possível

⁶⁵ De acordo com Diogo Abreu uma das vantagens em se aplicar questionários “reside na sistematização que permitem na fase de recolha da informação e na facilidade com que se efectuam os apuramentos”. (2006:81)

⁶⁶ Optámos por entrevistar os directores da RTP e RDP África e o director do programa de rádio *Cabo Verde no Horizonte* e da revista *Nos Terra*, porque são especialistas nesta área, podendo esclarecer dúvidas e dar subsídios importantes para este estudo. Esta ideia é defendida por Quivy e Campenhoudt

os questionários e entrevistas foram aplicados/realizados pelo inquiridor o que permitiu uma observação directa de determinados aspectos que facilitaram a compreensão das formas e dos meios de comunicação e de informação feitos para, sobre e por a comunidade cabo-verdiana.

Em termos gerais, primeiro contactámos os dirigentes associativos. Depois após a recolha de alguma informação indispensável, inquirimos a comunidade e, por fim, falámos com os responsáveis por determinados sectores dentro de um órgão de comunicação, por terem sido elogiados e criticados pelo trabalho que têm feito junto da comunidade cabo-verdiana.

No que diz respeito ao primeiro questionário, foram inquiridos trinta e quatro responsáveis associativos/ de organizações (cf. anexo 5), tendo em vista aferir quais os instrumentos utilizados para comunicar com a comunidade e quais as suas funções. Dada a sua implantação na comunidade, escolhemos as associações da AML como amostra. Sendo elas formadas por um grupo de pessoas e tendo necessidade de transmitir as suas informações, pensamos que seria junto das mesmas que poderíamos conseguir fazer o levantamento dos respectivos instrumentos de informação e de comunicação. É de se salientar que também faz parte deste estudo fundações e centros sociais que trabalham directamente com a população cabo-verdiana.

Após fazer o levantamento de quais as formas de informação que são utilizados pela e para a comunidade cabo-verdiana, sentimos também a necessidade de averiguar se existe ou não recepção dessas mesmas formas. Neste sentido, procedemos a um segundo questionário, num universo de duzentas pessoas, amostra que se nos afigurou ilustrativa e representativa⁶⁷ da realidade em estudo.

Ao longo desta investigação procurámos conhecer como se realiza todo o processo de comunicação, que tipos de meios são utilizados para divulgar a informação,

ao afirmar que “Há três categorias de pessoas que podem ser interlocutores válidos. Primeiro, docentes, investigadores especializados e peritos no domínio de investigação implicado pela pergunta de partida. Podem ajudar-nos a melhorar o nosso conhecimento do terreno, expondo-nos não só os resultados dos seus trabalhos, mas também os procedimentos que utilizaram...” (Quivy, Campenhoudt, 2003:71).

⁶⁷ Diogo Abreu defende que “as populações infinitas, as que têm um número infinito ou muito grande de elementos, não podem ser analisadas na sua totalidade. É preciso estudar estas populações através de subconjuntos representativos, as amostras. Mesmo em populações finitas é muitas vezes inútil inquirir todos os seus elementos.” (2006:90).

os seus objectivos e os seus contributos para a inserção do imigrante cabo-verdiano na sociedade anfitriã.

Neste sentido, tal como foi dito anteriormente, foram realizados questionários e entrevistas. As entrevistas e os questionários foram executados entre Fevereiro e Maio de 2013. Com excepção dos directores dos órgãos de comunicação, optámos pela confidencialidade das informações recolhidas. O questionário que foi aplicado à comunidade foi preenchido de forma anónima e o que aplicámos aos dirigentes associativos foi codificado, salvaguardando, assim, a sua privacidade⁶⁸. A maioria das perguntas é de resposta fechada. Diogo Abreu aborda esta temática defendendo que “Os questionários com perguntas fechadas são os melhores...Ao forçarem a resposta dentre um conjunto explícito de alternativas...Por outro lado obrigam a resposta num universo de possibilidades” (2006:81). Para a preparação do questionário, socorremo-nos da leitura de alguma bibliografia, incidindo as mesmas sobre jornalismo de proximidade, associativismo e inserção. As questões respeitaram uma sequência lógica, de modo a facilitar a compreensão do inquirido.

O questionário aos representantes associativos contemplava um momento em que foi dado espaço ao comentário e às observações dos inquiridos. Por isso, foi necessário recorrer à gravação. Da mesma forma, nas entrevistas aos directores da Rádio e Televisão Portuguesa (RTP), da Rádio Difusão Portuguesa (RDP) África, do programa de rádio⁶⁹ *Cabo Verde no Horizonte* e da revista *Nos Terra* foi utilizado o gravador. Posteriormente, as entrevistas foram transcritas criando-se uma grelha de análise.

Ainda no que diz respeito ao questionário aplicado aos dirigentes associativos, a par das informações gerais, já referidas, realizámos doze perguntas fechadas e cinco abertas (cf. anexo3). Nas entrevistas aos directores dos meios de comunicação, por seu lado, a conversa decorreu naturalmente, sem a necessidade de se recorrer muito às perguntas pré-elaboradas, que foram respondidas espontaneamente.

Os representantes associativos foram contactados através de uma lista facultada pela Embaixada de Cabo Verde em Portugal, entidade responsável de fazer a ponte

⁶⁸ À medida que fomos aplicando os questionários fomos dando um número a cada um. No total foram numerados 34 questionários.

⁶⁹ O programa de rádio e a revista têm o mesmo director, que é um jornalista cabo-verdiano, Emílio Borges.

entre as instituições cabo-verdianas e a comunidade. Essa lista poderá estar desactualizada, porque todos os dias nascem e morrem associações. Mas mesmo assim, optámos por recorrer a ela, por pensarmos que a Embaixada, enquanto representação diplomática, no país de acolhimento, saberá quais as associações que trabalham directamente com a sua comunidade.

Nessa mesma lista, constam associações de Norte a Sul do país, tendo no total sessenta e cinco associações, estando algumas sinalizadas como inactivas. Das sessenta e cinco associações, cinquenta e oito localizam-se na AML, fazendo parte desta investigação apenas trinta e quatro. Todas as associações referenciadas foram contactadas. No entanto, provavelmente devido à mudança de contacto, à não acusação das mensagens/ correio electrónico enviados, à demora na resposta e/ ou à indisponibilidade de ambos, não foi possível estudar todas as associações. No entanto, pensamos que as organizações em causa representam a realidade cabo-verdiana da AML, para não dizer de todo o Portugal.

Os dirigentes associativos foram inquiridos, na sua maioria, pessoalmente. Nos casos de indisponibilidade de deslocação do entrevistado ou do entrevistador, recorreu-se ao telefone, o que não invalida a aplicação do questionário, conforme nos diz o professor Diogo Abreu “Os questionários podem ser feitos directamente, por telefone ou via postal. Tem de se utilizar sempre um formulário escrito, com as questões para que se procura a resposta...que o entrevistador ou entrevistado preenche” (Abreu, 2006:82).

No que concerne ao questionário dirigido à população cabo-verdiana, as suas questões incidiram, num primeiro momento sobre informações de carácter geral (local, sexo, habilitações literárias, idade, profissão e nacionalidade) que nos permitiram identificar o local e conhecer um pouco o inquirido. A este grupo foram dirigidas cinco perguntas fechadas e três abertas (cf. anexo 3.1).

O contacto com os indivíduos da comunidade foi, em grande medida, proporcionado pelas associações, tendo tido os dirigentes associativos um papel fulcral na sensibilização dos sócios e não sócios em participar no estudo. Outros foram contactados através de pessoas conhecidas, igualmente alguns dos questionários foram respondidos por *email*. A colaboração dos dirigentes associativos e de algumas pessoas da comunidade ajudou a rentabilizar o tempo e a reduzir os custos, uma vez que foi

mais fácil contactar um maior número de pessoas em simultâneo, o que diminuiu o número de deslocações do investigador.

De um modo geral, os inquiridos mostrou-se disponível em responder às questões. Contudo, algumas das pessoas da comunidade revelaram grande dificuldade em preencher o questionário, chegando mesmo a não preenchê-lo. O principal motivo exprime a realidade de não conhecerem qualquer instrumento de informação, apesar de morarem na zona circundante da associação. Outros tiveram dificuldades em entender o que era perguntado. Nestes casos, os questionários foram preenchidos com o auxílio do inquiridor e/ou de um dirigente associativo, recorrendo muitas vezes ao uso do crioulo para facilitar a compreensão. O crioulo é uma língua muito utilizada pela comunidade cabo-verdiana na oralidade, como nos explica a investigadora Ana Josefa Cardoso “O crioulo tem desempenhado o seu papel sobretudo na comunicação oral e tudo o que ela implica” (2008:1).

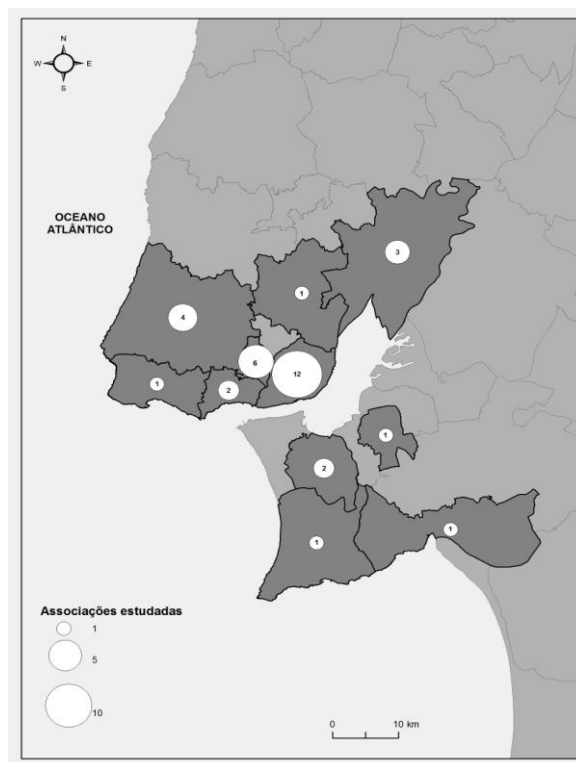
Efectivamente, grande parte dos elementos da comunidade foi inquirida pelo investigador. Contudo, algumas vezes foi deixado o questionário na sede das associações para que um membro da direcção o fizesse chegar às pessoas que frequentam o seu espaço.

As associações/ organizações cabo-verdianas que fazem parte desta investigação pertencem a onze concelhos da AML, destacando-se Lisboa, Amadora e Sintra com um maior número de associações estudadas (cf. mapa 3), uma vez que, de acordo com os Censos de 2011, estes são alguns dos municípios onde há maior concentração de cabo-verdianos⁷⁰.

⁷⁰ Cf. dados dos Censos 2011.

Mapa 4

Associações cabo-verdianas da AML estudadas



Fonte: Elaboração própria com base nas associações que fazem parte deste estudo

As pessoas da comunidade que foram inquiridas são as que estão, de certo modo, mais ligadas às associações, sendo elas muitas sócias, e/ou frequentam somente as actividades realizadas pelas mesmas. Os inquiridos, na sua maioria, foram abordados durante as actividades organizadas pelas associações. No caso em que as associações não realizaram nenhuma actividade ou, se o fizeram, o investigador não teve conhecimento, optou-se por uma deslocação do mesmo até ao bairro para aplicar os questionários. Outro motivo que levou à deslocação do investigador aos bairros, onde residem um número significativo de cabo-verdianos, está relacionado com o facto de esta camada da comunidade frequentar, por vezes, pouco as actividades das associações, apesar, de muitas vezes, terem conhecimento das mesmas. Este facto explica que a grande maioria dos inquiridos tenha sido pessoas com formação superior, que, por sua vez, foram as que mais encontramos nas actividades destas organizações.

Relativamente ao género, é interessante referir que, no caso dos dirigentes, dos trinta e quatro com quem tivemos a oportunidade de conversar, vinte e dois são homens e doze mulheres, por razões várias.

Quanto às duzentas pessoas da comunidade, cem são homens e outras cem são mulheres, o que revela equidade do género. Torna-se importante sublinhar que a amostra da comunidade engloba cabo-verdianos, descendentes e nacionalizados pertencentes aos municípios onde se localizam as associações em estudo.

A finalizar, as dificuldades encontradas neste estudo foram várias, das quais destacamos três. O não cumprimento do horário pré-definido por parte dos inquiridos, o difícil contacto com os dirigentes associativos e, por último, a dificuldade em inventariar todas as possibilidades de resposta para as perguntas abertas realizadas, nomeadamente aos representantes associativos.

Após o término do trabalho de campo, passámos para as transcrições, tendo sido criada uma grelha de análise, que nos permitiu analisar os dados.

Amostra

Caracterização dos inquiridos

No que concerne à caracterização da amostra, tal como foi dito anteriormente, a maioria dos dirigentes associativos é do sexo masculino, encontram-se entre a faixa etária 40-59 anos e tem curso superior.

Quanto às pessoas da comunidade, grande parte, reside no concelho de Lisboa. Uma parte significativa destes inquiridos tem nacionalidade portuguesa e dupla nacionalidade (portuguesa e cabo-verdiana). A faixa etária que predomina é entre 15 a 44 anos, há equidade no sexo e a maioria tem formação superior, seguindo-se o secundário e o básico. Sabemos que esta não é a realidade da comunidade cabo-verdiana em Portugal, sendo os que têm curso superior muito poucos⁷¹ (cerca de 4%). Mas como a amostra engloba também os que têm nacionalidade portuguesa e os seus descendentes, a realidade torna-se outra. Há que referir que os Censos apenas consideram cabo-verdianos os que têm nacionalidade cabo-verdiana ou título de residência..., excluindo do seu estudo os que já adquiriram nacionalidade portuguesa, daí falarem em “População Estrangeira em Portugal”.

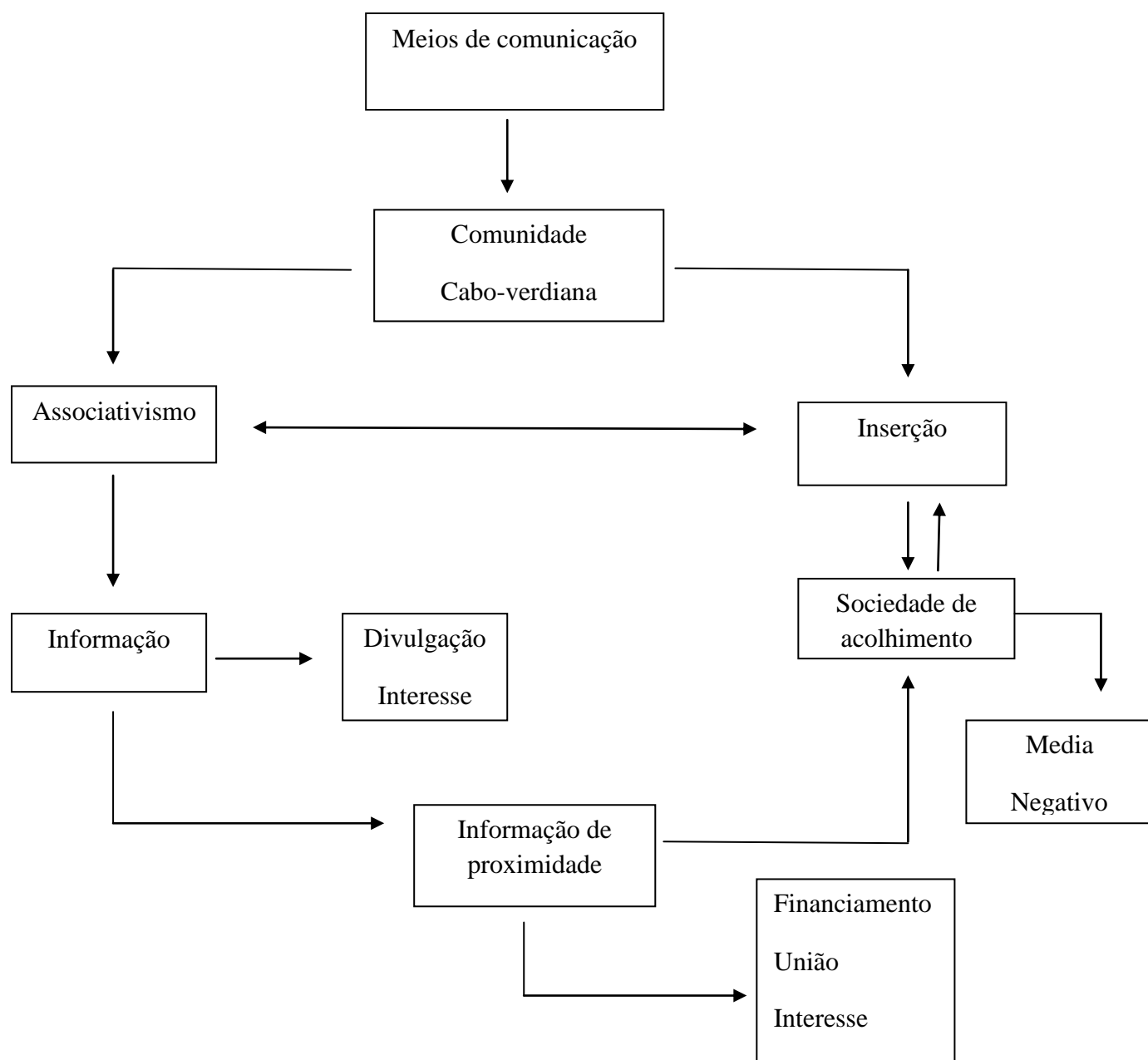
Também, é de se realçar que, o importante para a investigação era inquirir pessoas que frequentassem as associações e que conhecessem os seus meios de

⁷¹ De acordo com os Censos 2011 o nível de ensino completo da população cabo-verdiana entre os 15 e os 64 anos é o seguinte: 66% tem um nível de ensino inferior ao básico 3ºciclo; 28,3% tem o básico 3º ciclo; 2% tem o secundário e pós-secundário e 4% tem formação superior (p.22)

comunicação e de informação. Todavia, por coincidência ou não, os indivíduos que se encontravam nas actividades, na sua maioria, tinham curso superior e foram também os que mais se revelaram disponíveis em responder ao questionário.

De referir que o nível de habilitações, a idade e as condições financeiras reflectem-se no tipo de meio de comunicação e de informação que é conhecido e utilizado. O “boca a boca”, os cartazes, os panfletos e o telefone são mais eficazes com as pessoas que não dominam ou não têm acesso às novas tecnologias de informação. Por seu lado, o correio electrónico, as redes sociais são mais utilizados pela camada mais jovem e por aqueles que têm acesso às novas tecnologias, independentemente da idade.

Modelo de análise: Esquematização da problemática



A nossa investigação teve como ponto de partida uma inquietação central, apesar de existirem outras adjacentes. Depois de averiguarmos se existem ou não instrumentos de comunicação e de informação feitos por, para e sobre os cabo-verdianos, pretendemos saber qual a função desses instrumentos e se eles contribuem ou não para a inserção do imigrante.

Existe uma forte interligação entre os conceitos chaves presentes nestas questões dos quais se destacam: meios de comunicação, comunidade cabo-verdiana, associativismo, inserção e sociedade de acolhimento.

Com efeito, no centro do esquema, encontramos dois conceitos fundamentais- os meios de comunicação e a comunidade cabo-verdiana, sendo a partir destas noções que se desenvolve toda a problemática.

O associativismo desempenha um papel fundamental na inserção do imigrante no território de acolhimento, na medida em que as informações que facultam à comunidade contribuem para que ela fique mais esclarecida e consciente dos seus direitos e obrigações. Essa informação pode ser apenas transmitida no acto de comunicação ou ter outra dimensão, como construir textos jornalísticos (notícias, entrevistas, reportagens, crónicas etc.) que procurem desempenhar um jornalismo de proximidade.

O jornalismo de proximidade, feito por e para os imigrantes, poderá conduzir a uma maior inserção na sociedade de acolhimento, visto que quem o faz é conhecedor da realidade da comunidade cabo-verdiana, das suas necessidades, informando sobre o que eles necessitam saber e da forma como melhor irão apreender a mensagem vinculada. No entanto, nem sempre a mensagem divulgada pelas associações e pelos órgãos de comunicação tem impacto junto da população imigrante. Por vezes, os mesmos meios não chegam às diferentes camadas da comunidade, havendo a necessidade de se diversificar nos canais de informação e de comunicação. Paralelamente, de acordo com alguns dirigentes associativos, é sentida a falta de interesse de alguns imigrantes em procurar e decodificar a informação.

Já o jornalismo de proximidade poderia ser mais dinâmico e ter outra vida junto do grupo cabo-verdiano, se existisse interesse e maior cooperação entre as associações, para trabalharem para um bem comum. A cooperação seria uma forma de ultrapassar um dos maiores problemas com que as associações se debatem, como a falta de financiamento, a carência de material noticioso e de mão-de-obra disponível para trabalhar nos diferentes sectores de um órgão de comunicação. A sustentabilidade desse meio é uma das principais dificuldades apontadas por alguns dirigentes associativos, que afirmam que ter um meio de comunicação implica custos e que o financiamento que têm é muito reduzido, existindo outras prioridades.

Por último, a sociedade de acolhimento tem um papel fulcral na socialização do imigrante. Torna-se indispensável que o cabo-verdiano conheça o país de destino, as suas regras, direitos e deveres. Neste sentido, também quem acolhe deve tentar conhecer a cultura do outro, facilitando todo o seu processo de inserção. Assim sendo, um dos constrangimentos à adaptação do imigrante no país de acolhimento são, no entender da comunidade e dos dirigentes associativos as notícias divulgadas pelos *media* generalistas, que, por vezes, dão grande enfoque ao que de negativo acontece, dificultando assim que a população autóctone aceite e veja com bons olhos quem vem de fora (Ferreira, 2008:137).

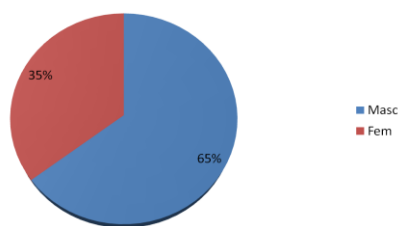
4.2.Os instrumentos de comunicação/ informação das associações cabo-verdianas na AML

4.2.1. Perspectivas dos dirigentes associativos

Nesta parte do trabalho iremos proceder à análise dos questionários aplicados aos dirigentes associativos e à comunidade cabo-verdiana.

Os dirigentes associativos ocupam um lugar de destaque nas associações, sendo considerados pessoas de referência na comunidade. Os questionários a eles dirigidos foram levados a cabo entre Fevereiro e Março de 2013, com o objectivo de se verificar que meios de comunicação e de informação são utilizados para comunicar com a comunidade cabo-verdiana e quais as funções desses mesmos meios. Dos inquiridos 65% são homens e 35% são mulheres (cf. gráfico 1).

Gráfico 1- Representante associativo



Fonte: Elaboração própria com base nos resultados obtidos nos questionários

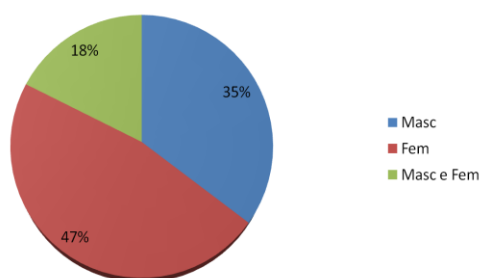
Estes dados vão de encontro à realidade a nível nacional, na medida em que apesar de não termos conseguido estabelecer contacto com todas as associações da AML, sabemos que a maioria dos seus líderes é do sexo masculino.

Estas percentagens levam-nos à conclusão de que os homens, provavelmente por uma questão de disponibilidade, de experiência, de pré-disposição e de dificuldade em encontrar sucessores, são os que mais se disponibilizam para estar à frente das associações.

Outra hipótese explicativa é a questão cultural, uma vez que os homens foram os primeiros a emigrar e a frequentar os espaços associativos e só depois é que chegaram as mulheres e os filhos. Ainda em relação às mulheres, importa saber que, antigamente, o seu papel estava reservado ao espaço familiar, mesmo estando em idade activa, optavam por não trabalhar, por terem de se dedicar às tarefas domésticas. Outras, por seu turno, mesmo querendo trabalhar, tinham dificuldades em conciliar o trabalho com a função de dona de casa (Mendes, 2008:53). Esta situação reflecte-se no número de sócios do sexo masculino durante as três fases do movimento associativo, visto que o “total de sócios do sexo masculino excede sempre os do feminino em mais de 70%” (Carita, Rosendo, 1993:148).

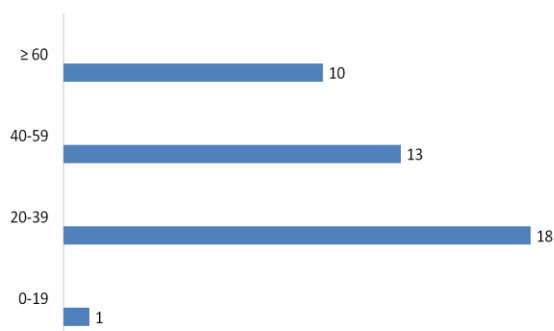
Ao contrário do que acontece nos cargos directivos, nos instrumentos de comunicação e de informação, os responsáveis são na sua maioria mulheres (47%), com idade entre os 20-39 anos e com formação superior (cf. gráfico 2, 3 e 4).

Gráfico 2- Responsável pelos instrumentos de informação e de comunicação



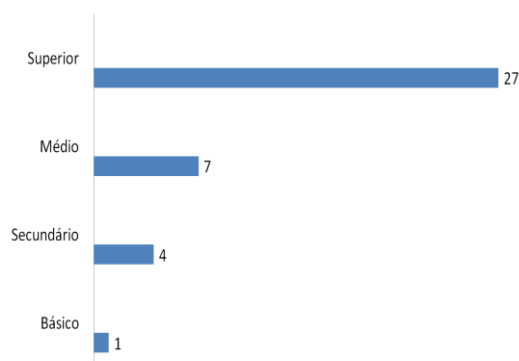
Fonte: Elaboração própria com base nos resultados obtidos nos questionários

Gráfico 3-Idade do responsável pelos instrumentos de informação e de comunicação



Fonte: Elaboração própria com base nos resultados obtidos nos questionários

Gráfico 4- Habilitações literárias do responsável pelo instrumento de informação e de comunicação



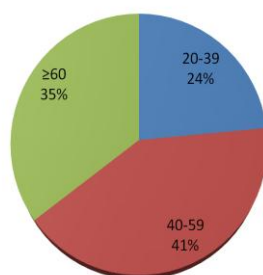
Fonte: Elaboração própria com base nos resultados obtidos nos questionários

Relativamente ao nível de escolaridade, detecta-se que os indivíduos que estabelecem a comunicação entre a associação e a comunidade têm, na sua maioria, formação superior (79%), seguindo-se o curso médio, o secundário e o básico (cf. gráfico 4).

Curiosamente, apesar dos responsáveis por esses meios de comunicação terem curso superior, grande parte não tem formação na área das ciências da comunicação. Sendo que este trabalho é, muitas vezes, realizado na base do voluntariado por pessoas que denominam as novas tecnologias de informação.

Quanto à idade do representante associativo, 41% situa-se na faixa etária entre os 40-59 anos, tendo 35% idade igual ou superior a sessenta anos e 24% entre os 20-39 anos (cf. gráfico 5). Se juntarmos os 41% da faixa etária entre os 40-59 com os 24% entre os 20-39 anos, verificamos que 65% dos representantes associativos encontram-se em idade activa e 35% com idade próxima da reforma, estando mesmo alguns já reformados (cf. gráfico 5).

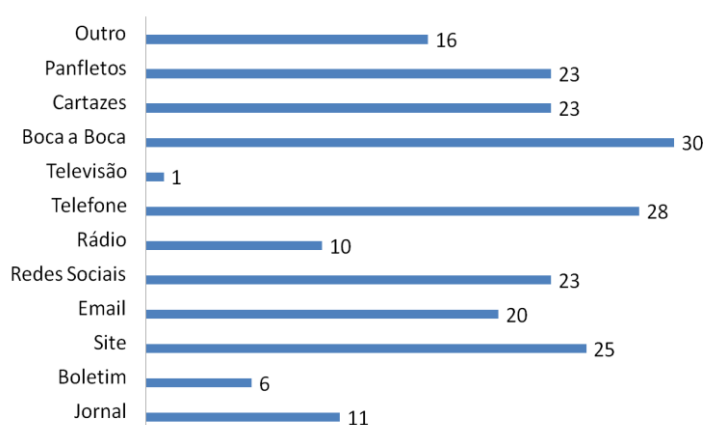
Gráfico 5- Idade do representante associativo



Fonte: Elaboração própria com base nos resultados obtidos nos questionários

No que concerne aos tipos de meios utilizados para divulgar a informação, estes são diversificados. Nota-se, no entanto, um claro predomínio dos instrumentos orais, dado que uma das formas mais utilizadas pelas associações/ organizações é a comunicação directa, o chamado “boca a boca”. Das trinta e quatro associações inquiridas, trinta responderam que utilizam o “passa palavra”, sendo este um dos meios mais eficazes quando se quer transmitir uma informação. Segundo os líderes associativos, a comunidade cabo-verdiana fica mais sensibilizada quando se fala directamente com ela. Os outros meios não surtem um efeito tão eficaz nas diferentes camadas da comunidade, nomeadamente nas que não têm acesso ou não dominam as novas tecnologias. De acordo com um dos nossos inquiridos “Nem toda a comunidade tem acesso à internet daí que um dos meios chaves da nossa comunicação é o meio tradicional, é o “boca a boca”. A ideia é reforçada por outro dos inquiridos afirmando que “O “boca a boca” funciona melhor com camada da comunidade que tem menos habilitações, menos informação...”.

Gráfico 6 – Tipos de meios que são utilizados para divulgar a informação



Fonte: Elaboração própria com base nos resultados obtidos nos questionários

O telefone, seja sob a forma convencional, seja por mensagem escrita (sms) é o segundo meio mais utilizado (82%). Neste último caso, assinala-se o recurso quer ao português, quer ao crioulo. Como revela um dirigente associativo do concelho de Cascais “Quando enviamos mensagens, recorremos ora ao crioulo ora ao português”.

Apesar de estarmos na era das novas tecnologias, o *site* aparece em terceiro lugar (74%), as redes sociais em quarto (68%) e o correio electrónico em quinto (59%) (cf. gráfico 6).

Uma realidade que nada tem de paradoxal se tivermos em conta o perfil do cabo-verdiano, que, segundo os últimos censos 66% tem habilitações inferior ao básico 3º ciclo, 47,4% tem como meio de vida o trabalho e 34% trabalha nas limpezas em casas particulares, hotéis, etc.

É de salientar que as redes sociais, o *site* e o correio electrónico são os meios mais utilizados por uma camada específica da comunidade que domina e tem acesso às novas tecnologias⁷², sendo também usados para comunicar com as pessoas e instituições exteriores à associação. Como refere um dirigente partidário do município da Amadora (nº4), “No caso da internet sabemos que a nossa comunidade, pelo menos a 1ª geração,

⁷² De referir que no *II Plano de Integração dos Imigrantes* na medida número 66 procura-se diminuir a infoexclusão. Assim sendo, esta medida adianta que se deve “potenciar as TIC como facilitadoras da integração social, assegurando a inclusão digital, não só de descendentes de imigrantes mas também a das suas famílias e comunidade envolvente (...). Para esse efeito, assumem particular relevância os Centros de Inclusão Digital como meios de resposta à infoexclusão” (ACIDI, 2010:34).

tem alguma dificuldade. Há pessoas que não sabem usar esta ferramenta, outras não têm acesso por razões económicas...”

Os cartazes e os panfletos, com mensagem visual e escrita, são instrumentos que as associações privilegiam quando realizam uma actividade, colocando-os em locais estratégicos. Como realça um dirigente associativo do concelho de Cascais, “Nós colamos cartazes...com informações sobre as nossas actividades nas portas de cada prédio, onde residem cabo-verdianos. Com os cartazes colados nas portas conseguimos apanhar todos os cabo-verdianos que moram nesses prédios”.

O “passa palavra”, assim como os cartazes, os panfletos e o telefone funcionam com as diferentes camadas da comunidade. Contudo, estes canais poderão ter mais impacto junto da faixa que não domina e ou não tem acesso às novas tecnologias.

As associações cabo-verdianas, na sua maioria, não têm um jornal próprio. Por isso socorrem-se dos jornais locais, das Câmaras Municipais, das Juntas de Freguesia para divulgar as suas informações (cf. anexo 1). Como nos explica o entrevistado número 10: “O jornal da câmara é publicado quinzenalmente...como o jornal é distribuído directamente em casa, isso facilita que a informação chegue ao destinatário”. Outro recurso utilizado são os jornais digitais cabo-verdianos (em grande parte).

Quanto à rádio, ela é um órgão de comunicação pouco usado pelas associações/organizações cabo-verdianas. Esta situação é de certo modo paradoxal, uma vez que as associações têm ao seu dispor um programa de rádio, que está sob a tutela da Federação das Organizações Cabo-Verdianas, sendo financiada pelo Alto Comissariado para as Imigrações e Diálogo Intercultural. A RDP África, por seu lado, é também conhecida por muitos, mas utilizada por poucos, recorrendo a ela quando têm alguma actividade com maior impacto.

O boletim informativo é outro meio de comunicação utilizado, ainda que por um número diminuto de associações. Na prática apenas duas o mantêm activo e cinco pretendem reactivá-lo. Muitos são os representantes associativos que sabem da sua importância, como nos adianta um dirigente partidário “No caso do boletim é fácil chegar e entregar às pessoas, mas no caso da internet é diferente...” No entanto, justificam a sua inexistência com a falta de tempo e dificuldades financeiras, nomeadamente para que seja um trabalho remunerado.

Uma das associações que dispõe de um boletim informativo é a ASSACM⁷³, sediada no concelho da Amadora. Criado em 2010, este boletim apresenta uma periodicidade trimestral e é distribuído maioritariamente através de uma *mailing list* aos parceiros e instituições amigas. Já a comunidade pode consultá-lo na sede da associação. Tendo em conta as edições de 2011, cada boletim é composto por quatro páginas e oito artigos informativos, em que se relatam as actividades realizadas.

O foco dos artigos informativos é a comunidade e a orientação de cada item é para o acontecimento: “No dia 31 de Outubro pelo período da manhã o grupo de crianças do Pré-escolar foram ao Cinema S. Jorge”; “No dia 8 de Setembro, a ASSACM através do CLAII Buraca organizou um *Peddy Paper*”.

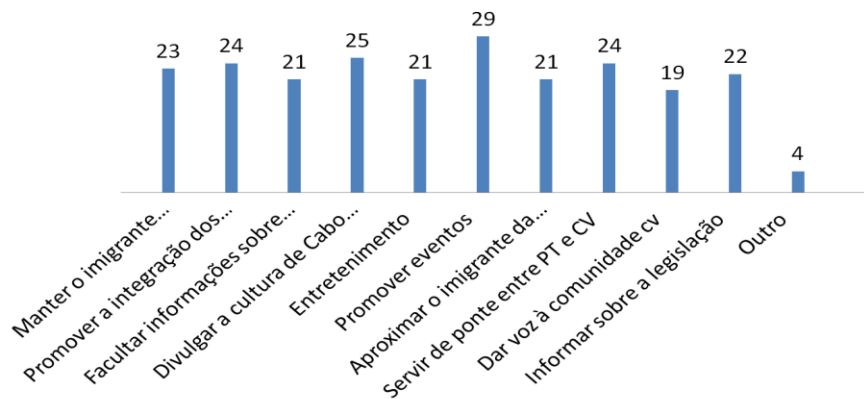
Dezasseis associações utilizam outras estratégias para divulgar a informação, recorrendo a espaços de convívios, cultos religiosos, cartas, revistas, etc.

Deste modo, podemos afirmar que as associações utilizam uma diversidade de instrumentos para transmitir uma informação à sua comunidade (“boca a boca”, telefone, cartazes, panfletos...), bem como utilizam os mesmos instrumentos e outros para divulgar essa mesma informação a instituições exteriores (redes sociais, *site*, correio electrónico, boletim).

Debruçando-nos sobre as funções das formas de comunicação e de informação acima mencionados, segundo os dirigentes associativos, estas variam consoante o objectivo de cada actividade. Curiosamente, das trinta e quatro associações estudadas 85% dizem que utilizam estas vias para promover eventos, 74% para divulgar a cultura de Cabo Verde e 71% para promover a inserção dos imigrantes e servir de ponte entre o país de acolhimento e o de origem (cf. gráfico 7).

⁷³ ASSACM- Associação de Solidariedade Social do Alto da Cova da Moura

Gráfico 7- Funções dos meios de comunicação das associações



Fonte: Elaboração própria com base nos resultados obtidos nos questionários

Todos estes objectivos favorecem à inserção dos imigrantes. Ao promoverem eventos e divulgarem a cultura de Cabo Verde, as associações estão a permitir à população migrante estar perto da sua cultura, criar espaços de partilha, o que faz com que ela se sinta menos só e mais próxima do país de origem. Paralelamente, permite também ao país de acolhimento ficar a conhecer melhor a cultura de Cabo Verde, o que favorece a uma aproximação entre a população autóctone e os imigrantes, enriquecendo as duas culturas. Um imigrante informado também poderá lutar mais facilmente pelos seus direitos e cumprir os seus deveres, o que permite que ele se insira melhor na sociedade que o acolhe. Esta ideia é bem defendida por um coordenador de uma juventude partidária (nº6) que diz “Pretendemos informar para integrar”.

A legalização é um ponto fulcral na inserção da comunidade imigrante no território de acolhimento. Um imigrante documentado tem acesso ao mercado de trabalho, à habitação, à segurança social, à saúde. Estas são algumas das conquistas básicas que todos ambicionam.

Por conseguinte, podemos afirmar que os meios de comunicação são indispensáveis para a socialização do imigrante no país receptor, pois só um imigrante informado poderá procurar ter acesso às informações que lhe são úteis, no processo de adaptação e de “conquista” de um país que ainda não lhe pertence.

As associações de imigrantes desempenham um papel relevante na inserção da comunidade estrangeira no mercado de trabalho e conseqüentemente na renovação dos documentos. Segundo um dirigente associativo do concelho da Amadora (nº16), esta é uma das melhores formas de ajudar quem vem de fora: “Com o contrato que lhe

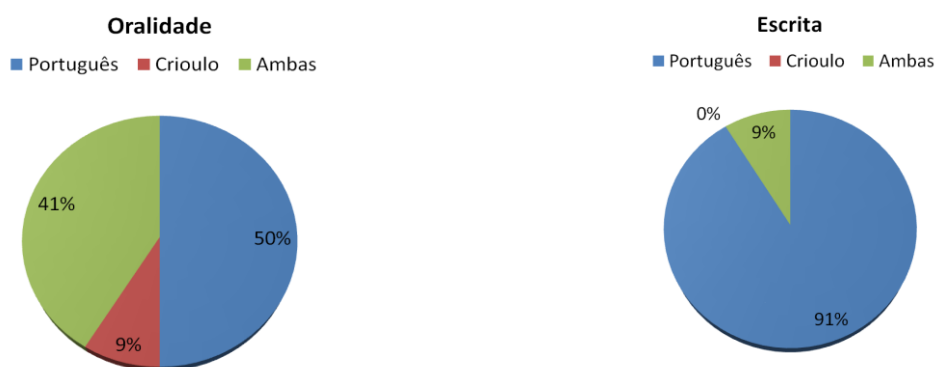
fizemos, saiu daqui com a documentação em ordem (...) ajudámos na sua integração (...) para ele foi o céu que ele precisava para fazer a integração plena”.

Por razões históricas, o português é a língua oficial em Cabo Verde, apesar do crioulo ser a língua mãe e maioritária. O português é falado e escrito nas escolas e em situações formais. Por sua vez, o crioulo é a língua da oralidade, é a língua do dia-a-dia. Muitos são os que percebem o português, mas só falam o crioulo⁷⁴ (Cardoso, 2008).

Apesar de ser uma preocupação expressa desde o século XIX, a tardia uniformização da escrita do crioulo, que se reforçou com a independência, faz com que muitos cabo-verdianos ainda tenham dificuldade em escrever na sua língua mãe⁷⁵. Embora já tenha sido criado o Alfabeto Unificado para a Escrita do Cabo-Verdiano (ALUPEC), este encontra-se ainda pouco divulgado junto da comunidade cabo-verdiana.

A este propósito, das associações inquiridas 50% afirmam utilizar na oralidade o português e 41% dizem usar ambas as línguas (o português e o crioulo). Por sua vez, apenas 9% comunica unicamente em crioulo. No que diz respeito à escrita, o português é a língua mais utilizada (91%) e 9% afirma escrever em crioulo (cf. gráfico 8).

Gráfico 8- Língua utilizada nos instrumentos de informação e de comunicação



Fonte: Elaboração própria com base nos resultados obtidos nos questionários

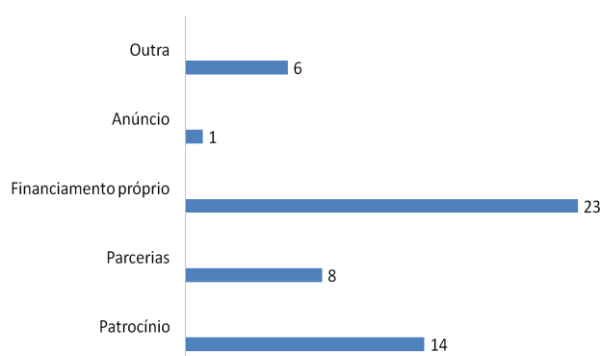
⁷⁴ Esta ideia é bem defendida pela investigadora Ana Josefa Cardoso que diz “ O português tem sido a língua privilegiada nas produções escritas e nas situações formais de comunicação. Poder-se-á até dizer que quando se pede ao caboverdiano para falar, o crioulo apresenta-se naturalmente como a língua perfeita, mas quando se pede para escrever há um recurso imediato ao português” (Cardoso,2008:839-860).

⁷⁵ Em 1880 numa carta de um anónimo enviada a Adolfo Coelho podemos ler o seguinte: “Talvêz algun cûsa, palabra, ou môde nhu crê, stâ êrrado.Cuza qu“en câ tâ dubída; pamóde pâ más criôlo qui nós di Cabo Berde nú sabê, sênpre nu ta ncontra dificultadi ou enbaráço, quel“ora qui nú pêga na Péna pa nu scrêbê na nos língua” (apud Cardoso, 2008).

Se, por um lado, o crioulo é a língua materna e a língua da oralidade, por outro ele ainda não conquistou o seu espaço nas relações de formalidade. Esta realidade está bem patente na utilização desta língua nos meios e instrumentos de comunicação e de informação.

Quanto às formas de financiamento dos meios de comunicação e de informação, 68% das associações recorrem a financiamento próprio. Este financiamento é obtido maioritariamente através de quotas e de actividades de angariação de fundos. Por seu lado, 41% solicitam patrocínios e 24% parcerias. Se juntarmos os patrocínios com as parcerias, constatamos que 65% das associações financiam os seus meios através de contactos com instituições. Cabe ainda referir que outra forma de financiamento é a candidatura a projectos, designadamente do ACIDI (18%) (cf. gráfico 9).

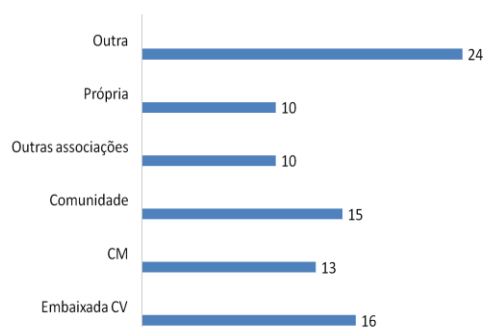
Gráfico 9- Formas de financiamento



Fonte: Elaboração própria com base nos resultados obtidos nos questionários

Para preparem o material a ser divulgado, as organizações que trabalham com a comunidade cabo-verdiana recorrem a algumas fontes de informação. A opção “Outra” é a que aparece com valor mais elevado (71%) (cf. gráfico 10). Este item incide sobre outras instituições, meios de comunicação *online* portugueses e cabo-verdianos e os próprios partidos políticos.

Gráfico 10- Fontes de Informação



Fonte: Elaboração própria com base nos resultados obtidos nos questionários

A Embaixada de Cabo Verde é também uma das principais fontes das associações. Outra forma para se obter informação é junto da própria comunidade, uma vez que ela tanto leva como traz informação para a associação.

Finalmente, cabe uma referência às Câmaras Municipais. O seu papel enquanto fonte é fulcral, porque também elas recebem e divulgam informações importantes sobre a comunidade imigrante que reside no seu concelho. Como vimos anteriormente, existe uma grande proximidade entre algumas autarquias e associações. Um dos sinais mais evidentes desta realidade é a utilização por parte das associações dos jornais, boletins e revistas camarárias para a publicação dos seus artigos informativos (cf. anexo 1).

Quanto à edição dos instrumentos de comunicação/informação, uma vez que grande parte das associações vive com alguns problemas financeiros, a maioria (97%) recorre aos voluntários da associação para fazê-lo (cf. gráfico 11).

Gráfico 11- Edição



Fonte: Elaboração própria com base nos resultados obtidos nos questionários

Em termos gerais, a área de influência das formas de comunicação das associações é, sobretudo, nacional (cf. gráfico 13). De acordo com alguns representantes associativos, as suas vias de transmissão de informação têm impacto a nível nacional e internacional, devido ao *feedback* que recebem da comunidade que se encontra dentro e fora do país. Como nos explica um dirigente do concelho de Vila Franca de Xira (nº28) “Sentimos que os nossos meios têm contribuído para a integração da nossa comunidade, porque mesmo lá fora e cá em Portugal nos abordam para saber das nossas actividades”.

Gráfico 12- Área de abrangência

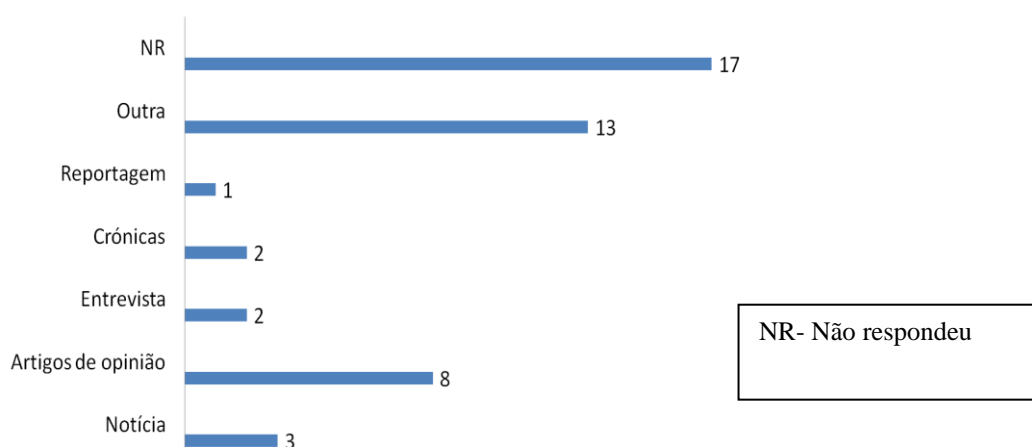


Fonte: Elaboração própria com base nos resultados obtidos nos questionários

As redes sociais e o “passa palavra” são dois meios destacados com reflexos a nível nacional e internacional. Através das redes sociais é possível acompanhar as actividades mesmo quando se está longe. Por sua vez, ao emigrarem as pessoas levam consigo as informações e vão divulgá-las junto da comunidade. Esta ideia é defendida pelo entrevistado número 12 que afirma: “E assim temos vindo a ganhar nome tanto em Portugal como fora de Portugal. Temos emigrantes da Holanda, França, Suíça que nos procuram, porque através das redes sociais vão tendo informações e vão vendo o que fazemos”.

Se é certo que as associações/ organizações utilizam uma diversidade de instrumentos para transmitir a informação, por outro lado, grande parte destas instituições não publica qualquer género jornalístico (cf. gráfico 13).

Gráfico 13- Géneros jornalísticos são publicados ou emitidos



Fonte: Elaboração própria com base nos resultados obtidos nos questionários

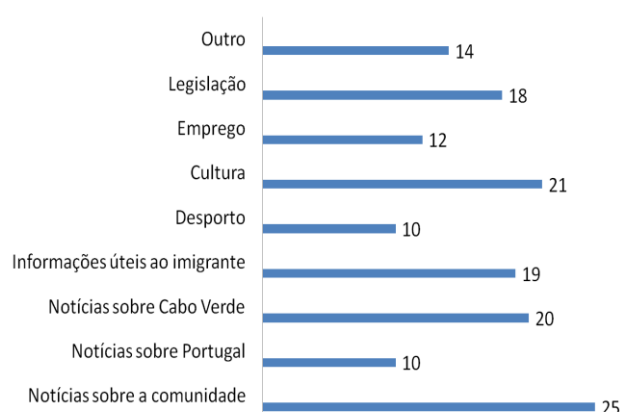
O que publicam, normalmente, são informações de carácter geral⁷⁶, convites e o relatório de actividades, etc. Quanto às redes sociais e aos *sites*, o que acontece, normalmente, é a partilha de notícias, reportagens e entrevistas de outros jornais/instituições (cf. anexo 6).

Tal como foi dito anteriormente, grande parte das pessoas que colaboram nos instrumentos de comunicação das associações/ organizações fazem-no de forma voluntária, sendo que apenas uma pequena parcela é remunerada.

Relativamente aos conteúdos que são tratados nos instrumentos de informação e de comunicação utilizados pelas associações, verificámos que é mais comum divulgarem informações sobre a comunidade (74%), seguindo-se a cultura (62%) e informações sobre Cabo Verde (59%). Como forma de esclarecer o imigrante e de o manter informado, são também publicados textos sobre a legislação e informações úteis ao imigrante (cf. gráfico 14).

⁷⁶ Temos como exemplo: A...convida os cabo-verdianos e portugueses a participarem na Festa da rádio com emissão em directo da rádio de Cabo Verde e RDP África. Sábado 10 de Agosto, das 16h às 18h, e domingo dia 11 das 10h às 12h, a partir do Jardim da Piedade em Almada. Participe! Passa a mensagem". "A ... tem a honra e o prazer de convidar V. Exa. para uma sessão cultural a ter lugar pelas 18:30h do próximo dia 6 de Setembro, sexta-feira, nas suas instalações sito na Rua Duque de Palmela, no 2 – 8ª andar – Marquês de Pombal, Lisboa", "Convoco, em conformidade com o disposto no Capítulo IV, Artº 20º dos Estatutos, reunião da Assembleia Geral Ordinária para o próximo dia 21 de Setembro de 2013 (Sábado), das 10,00 (Dez) às 13,00 (Treze) horas na sede desta Associação, com a seguinte Ordem de Trabalhos “.

Gráfico 14- Temáticas tratadas



Fonte: Elaboração própria com base nos resultados dos questionários

A fim de aprofundar o nosso estudo, foram realizadas ainda cinco perguntas abertas aos representantes associativos. No que diz respeito à primeira “Como é que utilizam os meios de comunicação para promover a inserção do imigrante?”, a maioria dos inquiridos afirma que pretende promover a inserção do imigrante, informando-o sobre os seus direitos e deveres, habitação e emprego, mas também fomentando a consciência cívica da comunidade migrante. A sensibilização sobre o direito ao voto⁷⁷ nas eleições autárquicas é outra inquietação, nomeadamente das organizações partidárias, preocupadas com a fraca adesão da sua comunidade às urnas. Autores como Hammar, (1990), Hargreaves e Wihtol de Wenden (1993) explicam esta situação ao afirmarem que a “fraca participação e representação política das comunidades migrantes prendem-se com factores de natureza cultural, social, económica e política”(apud, Horta, Malheiros, 2004:14). Já Sousa (2001) considera que no caso das ex-colónias portuguesas “o passado colonial e a inexistência de uma tradição de activismo político e de mobilização colectiva no seio das camadas mais desfavorecidas destes grupos são elementos fundamentais para perceber o seu comportamento político” (ibid). As

⁷⁷ Esta é também uma preocupação do ACIDI, que está patente na medida 58 do II Plano para a Integração dos Imigrantes. Esta medida defende que se deve “reforçar o atendimento ao cidadão imigrante através da criação de um gabinete de apoio ao Recenseamento no CNAI, com a missão de apoiar o recenseamento dos imigrantes, em articulação com a DGAI e juntas de freguesias”. (ACIDI, 2010:31).

restantes têm como finalidade a divulgação de informações sobre Cabo Verde e sua cultura.

Quanto à segunda pergunta “Que resultados já obtiveram?”, grande parte dos inquiridos respondeu que foi o apoio na legalização, no recenseamento e no realojamento. Apoios que, aliás, são fundamentais para a inserção de qualquer cidadão numa sociedade. Como considera o entrevistado número 4 “Algumas pessoas já foram recensear...é uma forma de começar a dar voz à comunidade, para que possam ser valorizados junto dos seus concelhos”. Cabe ainda referir o papel dos meios de informação das associações junto dos jovens e pessoas em idade activa encaminhando-os para acções de formação, estágios e oportunidades de emprego.

A terceira pergunta incide sobre as dificuldades vivenciadas pelas associações/ organizações. De todas as mencionadas destacamos três: a financeira, a do alcance (dificuldade em chegar às diferentes camadas da comunidade) e, por último, a imagem negativa que é transmitida da comunidade/dos bairros.

De um modo geral, financeiramente as associações sobrevivem com fracos recursos, recorrendo, na maioria das vezes, a financiamento próprio⁷⁸, como nos explica um líder de uma juventude partidária do concelho de Lisboa “Muitas vezes as nossas actividades são limitadas devido ao nosso orçamento. As actividades dependem da nossa boa vontade”. De acordo com um dos nossos entrevistados, “A nossa maior dificuldade é conseguir chegar a toda a gente”. De uma forma ou de outra esta é também uma das preocupações dos representantes associativos, que sentem que não têm meios diversificados que atinjam as pessoas dos diferentes estratos sociais da comunidade. Se é verdade que através dos meios web (considerados os mais económicos) as associações chegam mais facilmente a uma camada da sociedade cabo-verdiana, é igualmente verdade que existe outra faixa em que este meio não surte qualquer efeito, porque tal como já foi referido, ou não têm acesso a ela ou não a dominam. “Há pessoas que não estão familiarizadas com as novas tecnologias de informação que acabam por ser excluídas dessa informação...” (entrevistado número 3). Deste modo, existe a necessidade de uma maior diversificação dos meios de comunicação utilizados pelas associações, de forma a adequá-las ao seu público-alvo.

⁷⁸ Das trinta e quatro associações inquiridas vinte e três dizem utilizar financiamento próprio para difundir uma informação. Cf. gráfico 9

Um das grandes críticas e mágoas que alguns dirigentes revelam é o facto de os media do país de acolhimento passarem uma imagem negativa do imigrante e ou do bairro onde este reside. Os exemplos multiplicam-se: “Às vezes nalguns meios de comunicação como televisões, jornais ou publicações há, por vezes, desvirtuação daquilo que a gente diz, ou o destaque sobretudo de coisas negativas ou tiradas do contexto” (entrevistado número 5); “Confesso que antes de conhecer a realidade dos bairros tinha algum receio, porque o que os meios de comunicação passam é basicamente intervenções policiais, mortes, crimes...” (entrevistado número 8); “A informação que é espalhada ou dada nos órgãos de comunicação é que são agressivos” (entrevistado do concelho da Amadora).

Por outro lado, alguns dos entrevistados reconhecem que há quem também faça bom jornalismo e que já se verifica uma evolução neste sentido. É pelo menos essa a opinião de uma associação do concelho de Lisboa: “Os *media* têm hoje muito mais atenção à forma como escrevem, de vez em quando acham, ainda, necessidade de referir a nacionalidade, mas muitas vezes são portugueses da silva”.

Em relação à quarta pergunta “Quais os próximos desafios a nível da inserção?”, a maioria das associações considera como próximos desafios a criação de um jornal comunitário, ou de um boletim impresso e/ou *online*, outras pretendem ainda a reactivação do boletim, que por vários motivos deixaram de o editar, como nos explica um líder partidário: “Prendemos retomar a impressão do boletim, porque isso é fundamental para comunicar com a nossa comunidade”.

Outras associações afirmam ter como objectivo conquistar tempo de antena num canal televisivo nacional ou ter uma rádio ou ainda contactar rádios locais, com o intuito de se aproximarem mais do grupo-alvo.

A criação de um *site*, a dinamização das páginas das redes sociais, como também a obtenção de mais recursos humanos e financeiros são outras das preocupações a curto prazo das organizações inquiridas, como refere o entrevistado número 10 “Já estamos a preparar o *site* da associação e o *facebook*, pois sabemos que são ferramentas muito importantes para transmitir a informação”.

É de se salientar que uma das associações do concelho de Lisboa pretende criar a curto prazo uma televisão própria. De acordo com o seu presidente, o projecto está concluído, faltando apenas o financiamento. “O projecto tem toda a sustentabilidade através da publicidade, mas infelizmente ainda não temos recurso para avançarmos”

(entrevistado nº7). O conteúdo dessa televisão será criado e gerido pela associação e divulgado numa primeira fase no salão de convívio. Consoante a sua evolução e impacto junto da comunidade, os dirigentes desta associação pensam alargá-la, a médio prazo, a outros grupos de estrangeiros, ou seja, pretendem que este canal seja um elo de ligação entre as associações, a comunidade imigrante e o país de acolhimento.

Também uma associação do concelho de Amadora está a encetar contactos para a criação de uma rádio comunitária, que funcionará dentro do bairro. Esta iniciativa tem em vista a participação da população local não só como ouvintes, mas também como parte integrante de toda a emissão da rádio, como nos adianta uma das suas dirigentes: “O nosso próximo desafio é a criação de uma rádio comunitária, porque é importante para os jovens, de modo a serem mais activos e mais envolvidos, de como se faz a nível técnico e a nível de conteúdo”.

A última questão com que confrontámos os nossos inquiridos era de carácter geral “Na sua opinião que meio de comunicação teria mais impacto junto da comunidade?”.

Grande parte dos inquiridos refere almejar mais tempo de antena num canal televisivo, dado considerarem este meio o mais eficaz para se chegar à comunidade. A televisão é considerada um órgão que é acessível à maioria das pessoas, atingindo os diferentes estratos sociais. Esta ideia é defendida por uma presidente de uma associação do município de Lisboa (nº14) “...a televisão é um dos melhores meios para se promover a integração dos cabo-verdianos em Portugal, porque chega longe. Toda a gente tem tendência em ligar a sua televisão, mesmo que não esteja atenta...quando dão uma notícia que nos interessa nós ficamos logo atentos”.

Outro meio que, segundo os dirigentes associativos, poderá ter um forte impacto junto da comunidade é uma rádio comunitária ou tempo de antena numa rádio já existente. Esta inquietação está amplamente justificada se tivermos em conta que grande parte da comunidade está ligada aos meios orais.

Passando dos instrumentos orais para os escritos, de acordo com alguns inquiridos, a criação de um jornal comunitário, ou mesmo de um jornal *online*, também poderá ter um forte impacto junto da comunidade. Em suma, podemos concluir que segundo os representantes associativos os meios de informação utilizados pelas associações contribuem para a inserção do imigrante, ajudando a resolver os problemas do seu dia-a-dia. Todavia, consideram que ainda podem e devem fazer mais no sentido

de divulgar e diversificar os instrumentos utilizados, de modo a não privar que todos tenham acesso à informação.

4.3. Da rádio à revista de proximidade

4.3.1. Programa de rádio *Cabo Verde no Horizonte*

Após alguma pesquisa junto de instituições cabo-verdianas, constatámos, que na AML, existem apenas dois órgãos físicos de comunicação feitos por, sobre e para a comunidade cabo-verdiana – um programa de rádio e uma revista.

O programa de rádio foi criado em Abril de 2006 e está sob tutela da Federação das Organizações Cabo-Verdianas, tendo a federação alugado o espaço da *Rádio Horizonte* durante duas horas diárias.

Este programa denominado *Cabo Verde no Horizonte* é emitido todos os dias das 19h às 21h no estabelecimento da *Rádio Horizonte* (no concelho de Loures) com frequência em 92.8, sendo também transmitido *online*⁷⁹.

Cabo Verde no Horizonte foi criado com o objectivo de divulgar informação sobre Cabo Verde e sobre a diáspora cabo-verdiana, como refere o antigo presidente da Federação das Organizações Cabo-Verdianas⁸⁰, Manuel Correia: “A rádio é uma necessidade...Cabo Verde precisava de ter um meio de informação que atingisse em massa a nossa comunidade”.

O director deste programa é cabo-verdiano, formado em jornalismo e é o único que é remunerado através de um financiamento do ACIDI. Os demais elementos colaboram em regime de voluntariado.

Para além do objectivo geral já mencionado, esta rádio procura também promover a inserção do imigrante, facultar informações sobre os seus direitos e deveres, informar sobre a legislação, entreter, dar voz à comunidade cabo-verdiana, divulgar a cultura de Cabo Verde, etc.

A língua que é falada é o português, embora, segundo o seu director, Emílio Borges, algumas pessoas participem também em crioulo.

⁷⁹ Cf. www.horizonte.fm.pt

⁸⁰ A Federação das Organizações Cabo-Verdianas foi a eleições e actualmente a presidente é Felismina Mendes, que é também a Presidente da Associação Cabo-Verdiana de Setúbal.

Funcionando diariamente, neste programa, são emitidos entre dez a quinze notícias por dia, sendo o seu público transversal a toda a comunidade cabo-verdiana e portuguesa, como esclarece Manuel Correia: “A rádio tem dois sentidos, o sentido virado para a informação e divulgação da cultura cabo-verdiana nos meios da comunidade cabo-verdiana, mas também no seio e no meio da cultura portuguesa...”.

Questionados sobre número de ouvintes o director do programa *Cabo Verde no Horizonte* não soube quantificar, mas afirma que “a rádio cobre uma área de quatro milhões de pessoas”, da AML ao Alentejo. O facto de poder ser escutada *online* faz com que seja mais complicado obter dados estatísticos concretos.

A edição é diária e própria, tendo uma área de abrangência regional, de Sines a Torres Vedras. Para que o programa tivesse uma cobertura nacional, era necessário “criar uma antena de retransmissão no Algarve, em Coimbra e no Porto, assim teríamos a cobertura nacional”, explica Emílio Borges. Esta opção implica, no entanto, elevados custos que, neste momento, a Federação não pode suportar.

A forma de financiamento do programa é exclusivamente do ACIDI. No entanto, as fontes de informação são diversificadas, salientando-se a utilização de jornais cabo-verdianos e portugueses, agências de notícias, etc.

Este projecto ainda não tem parte comercial. Contudo, a sua viabilidade conduz a que a curto prazo venham a ter uma parte comercial, como nos avança o seu director “Nós não quisemos entrar na parte comercial da rádio, porque perdia a sua essência, mas tem de ser esse o próximo desafio, só assim poderemos ter pessoas a trabalhar e disponíveis para alimentar a rádio”.

É de se salientar que o único anúncio que o programa de rádio tem é *a Conta Poupança Imigrante do Banco Comercial Atlântico (BCA)*, porque esta instituição bancária financiou uma feira promovida pelas associações.

Ao contrário dos meios de comunicação utilizados pelas associações, neste programa são emitidos notícias, entrevistas, reportagens, artigos de opinião e crónicas, sendo a linha editorial sobretudo de isenção, rigor, primando sempre pela veracidade dos factos. De acordo com Borges, tudo o que seja discriminação, violência, politiquices é excluído do programa, porque defendem uma linha editorial clara e que atraia todo o tipo de público. De referir que, embora excluam as politiquices, falam de política, tratando-a como um texto noticioso, não emitindo pareceres.

Trabalham para o programa *Cabo Verde no Horizonte* apenas um jornalista em regime de exclusividade e quatro voluntários. Na reportagem colabora apenas uma pessoa e na produção outra, ambas em regime de exclusividade. Emílio Borges assegura que um dos problemas da rádio é a falta de verba e a pouca sensibilidade das entidades competentes em ajudar. “É pena que o governo de Cabo Verde não entra com um centavo neste projecto...É um projecto praticamente voluntário e o que se paga em relação ao trabalho é uma ninharia...”, observa Emílio Borges.

Sublinhe-se igualmente que, segundo o director do programa, a rádio devia estar noutra patamar, mas, devido à falta de financiamento, tem vindo a reduzir a duração do programa que antes era de cinco horas diárias e agora são duas. Consequentemente, a programação é pouco variada, tendo sido eliminados programas que iam ao encontro da comunidade e dos seus problemas, como alerta Emílio Borges “Tínhamos consultório jurídico, em que as pessoas telefonavam, se tinham problemas com a justiça, se tinham dúvidas sobre a renovação dos seus documentos...Tínhamos um advogado disponível para dar informação semanalmente às pessoas... Não podemos estar a deslocar um jurista...e nem pagarmos o combustível”.

À semelhança das associações, os assuntos que são tratados neste programa são diversos, desde notícias sobre a comunidade, notícias sobre Portugal e Cabo Verde, informações úteis ao imigrante, desporto, cultura, emprego, legislação, etc.

Neste sentido, *Cabo Verde no Horizonte*, divulga actividades das associações, faz homenagens a personagens de Cabo Verde, promove artistas e entrevista pessoas da comunidade cabo-verdiana, de modo a revelar o lado positivo da comunidade, algo que segundo Borges nem sempre é feito pelos *media* portugueses, “Mostrar que não é só criminalidade...Só se fala de cabo-verdianos, da comunidade africana, dos imigrantes em Portugal quando há crime”.

Como referimos anteriormente, a maior dificuldade vivenciada por este programa é o financiamento. Paralelamente, assinala-se ainda a dificuldade de acesso às fontes de informação, que de certo modo está relacionada com o financiamento, como nos explica Emílio Borges: “Temos uma dificuldade enorme em ter informação. A Agência de Notícias de Cabo Verde que devia fornecer a informação, como a rádio é um serviço público, cobra-nos cinquenta contos mensais para fornecer informações e a rádio não tem nenhum centavo”.

Ainda no que diz respeito às fontes de informação, o director do programa critica a Embaixada de Cabo Verde em Portugal por não facultar informações. Como refere Emílio Borges “A própria Embaixada de Cabo Verde em Portugal que devia facultar-nos informações, porque passam por cá muitos dirigentes...também só nega informação”.

O acesso à informação e a sua divulgação constituem, inegavelmente, formas de se contribuir para a consciência cívica da comunidade, como nos adianta o director da rádio: “Nós pensamos que quanto maior for o número de informação ou acesso à informação as pessoas estão mais esclarecidas e menor é o conflito”.

Segundo Emílio Borges, o programa rádio tem um papel fundamental na inserção da comunidade cabo-verdiana em Portugal. Este é um meio com baixos custos, acessível a um botão e amplamente abrangente às diferentes camadas da sociedade migrante e autóctone “Os portugueses e não só quando começam a ouvir a informação do nosso lado dizem estes também têm coisas boas”, afirma o seu director.

A emissora é, igualmente, um bom instrumento para divulgar informações que promovam a inserção do imigrante. Permite a revelação de artistas que antes estavam no anonimato, divulga as actividades das associações, divulga informações sobre o imigrante empreendedor, promove a candidatura de cabo-verdianos às câmaras municipais e/ ou às juntas de freguesia etc.

Embora a inserção seja difícil de medir, Emílio Borges considera que os resultados mais evidentes que o programa já demonstrou são as pessoas que ajudou a legalizarem-se com o programa *Consultório Jurídico*. Neste programa os imigrantes colocavam as suas dúvidas, eram sensibilizados para a importância do recenseamento e da participação política. Esta acção revela-se fundamental nomeadamente nos momentos eleitorais, em que voto do imigrante cabo-verdiano pode ser decisivo na escolha dos dirigentes das Câmaras Municipais e dos eleitos municipais.

O director do programa *Cabo Verde no Horizonte* afirma que ainda há muito por fazer a nível da informação, pois só um imigrante informado e esclarecido poderá prevenir-se de situações menos positivas no futuro. Analogamente, Emílio Borges garante que, para que exista uma plena inserção do imigrante, é necessário que a rádio promova a sua cultura e que o aproxime da cultura da sociedade de acolhimento. “Nós não conseguimos uma inserção se a sociedade onde estamos inseridos não nos conhecer e se nós não conhecermos e respeitarmos a cultura cabo-verdiana e portuguesa”, afirma

Emílio Borges. Deste modo, é imprescindível que a informação tenha uma dupla acção, quer juntos dos imigrantes, quer junto da população autóctone, para que se obtenha uma verdadeira socialização.

Para a comunidade cabo-verdiana, é indispensável que, cada vez mais, se divulgue informações sobre as oportunidades que o imigrante pode encontrar e que deve aproveitar no país de acolhimento, de forma a facilitar a sua inserção ou até o seu regresso à terra natal, não esquecendo de respeitar as regras da sociedade que o acolhe e de defender os seus direitos. Já a população local precisa de ser mais informada sobre a cultura do “outro” e sobre o seu país (neste caso de Cabo Verde).

4.3.2.Revista *Nos Terra*

A Revista *Nos Terra* é projecto antigo que só foi concretizado em Outubro de 2012. É propriedade privada, pertencendo a três pessoas, cuja sede é em Lisboa. Esta revista não está totalmente ligada a uma associação, mas o seu director (Emílio Borges) é o mesmo do programa de rádio já referido.

Nos Terra tem como objectivo difundir informação para e da diáspora cabo-verdiana. De acordo com Borges, a criação deste projecto veio colmatar uma lacuna na população cabo-verdiana, que, até então, tinha apenas um órgão de comunicação dirigido à sua comunidade, que era a rádio, com o programa *Cabo Verde no Horizonte*: “Depois quando começámos mais concretamente com a rádio sentimos a necessidade de um outro meio com informação mais especializada...”.

As funções desta revista são semelhantes às anteriormente referidas no programa de rádio. Em termos gerais, procura-se informar o imigrante, divulgar a sua cultura e promover a sua plena inserção no território de acolhimento.

Com *Nos Terra*, os seus fundadores ambicionam “ter um órgão de comunicação africano e cabo-verdiano, em particular em Portugal e, não só, na Europa...”, como nos diz o seu director.

Embora o seu nome seja em crioulo, a revista é escrita em português. No entanto, o objectivo de conquistar outros mercados faz com que, a curto prazo, pretendam que seja também escrita em inglês.

Com uma periodicidade mensal, *Nos Terra* tem uma tiragem de cinco mil exemplares e, em Portugal, é distribuída em três concelhos Lisboa, Setúbal e Coimbra. No estrangeiro é partilhada a bordo dos Transportes Aéreos de Cabo Verde (TACV), na

Holanda, em França e nos Estados Unidos. Brevemente pensam chegar a Luxemburgo e à Suíça, tendo assim uma área de abrangência internacional.

Esta revista tem edição própria e é apenas impressa. Futuramente ambicionam que seja também online, com o propósito de alargar o seu público-alvo.

O financiamento da revista é obtido fundamentalmente através da assinatura, da venda avulsa, dos anúncios e do financiamento próprio, embora estejam abertos também para estabelecer parcerias. Emílio Borges revela que os fundadores da revista estão receptivos a financiamentos externos, contudo “desde que não nos amarre”, visto que sabe que qualquer órgão de comunicação precisa de financiamento para sobreviver.

Tendo um público transversal que não se circunscreve à comunidade cabo-verdiana, as suas fontes de informação são a comunidade e as agências de notícias cabo-verdianas e portuguesas. Borges argumenta que, tal como a rádio, também a revista, é um serviço público não devendo, por isso, a Agência Cabo-Verdiana de Informação cobrar para fornecer as informações, pois esta é, sem dúvida, uma forma de privar a população cabo-verdiana que se encontra na diáspora, de ter acesso à informação do seu país.

São vários os géneros jornalísticos que são publicados na revista, entre os quais se destacam notícias, entrevistas, reportagens, crónicas, artigos de opinião etc.

Actualmente, devido à carência de verbas, o *magazine* sobrevive do voluntariado. Na reportagem, colaboram dois voluntários, na produção, cinco, na parte comercial, um voluntário e uma pessoa em *part-time* que ganha uma comissão. Já a distribuição é feita por uma empresa. A curto prazo os seus proprietários pensam encetar contactos, de modo a que este trabalho seja totalmente remunerado.

Os assuntos que são tratados na revista são transversais destacando-se: notícias sobre a comunidade, notícias sobre Portugal e sobre Cabo Verde, não tendo, segundo o seu director, “nenhuma ligação política, nem está ligada a qualquer grupo económico”.

No que concerne à linha editorial, tal como o programa *Cabo Verde no Horizonte*, primam pela isenção, pelo rigor e pela verdade, afastando-se de opinar sobre política, de modo a sentirem-se uma empresa livre.

A médio prazo a revista poderá publicar anúncios sobre as empresas dos imigrantes, como forma de garantir alguma sustentabilidade, uma vez que uma das suas maiores dificuldades é sem dúvida a financeira.

Questionado como é que *Nos terra* poderá ajudar o imigrante a inserir-se na sociedade de acolhimento, Emílio Borges responde que os artigos publicados são de vários quadrantes e que procuram ir ao encontro da comunidade e das suas necessidades: “Nós vamos às comunidades mostrar o que há de bom, o que a comunidade cabo-verdiana tem de bom”. O publicar reportagens, sobretudo, com fotografias de pessoas da comunidade, em que são elas que estão em primeiro plano, é, sem dúvida, uma forma encontrada pela revista para impulsionar a inserção do imigrante, porque o aproxima das instituições, sentindo-se este representado quando vê e lê aquele texto noticioso. A revista procura também publicar informações sobre Cabo Verde, como forma de o imigrante continuar ligado e de saber o que acontece na sua terra natal.

Emílio Borges assegura que todas as situações de discriminação relacionadas, especialmente, com a comunidade imigrante serão denunciadas, preocupando-se este órgão também em difundir artigos noticiosos sobre os direitos e os deveres dos imigrantes, com o objectivo de conhecerem as leis do país anfitrião.

Borges reforça esta ideia sublinhando que “Uma das coisas que nós vamos tentar fazer com a revista é contribuir para essa integração e inserção da comunidade cabo-verdiana na sociedade de acolhimento”. No entanto, para haver inserção não basta apenas a divulgação de informação. Torna-se necessário que o país de acolhimento respeite a multiculturalidade, promovendo a interculturalidade, sendo este um trabalho que deve ser despoletado por ambas as partes, por quem chega e por quem já está instalado, bem como pelos governantes que devem debater estas temáticas, levando-as a espaços públicos através dos *media*.

Passando à análise da revista, teremos em atenção as capas e a primeira e última página de cada edição. Na capa, encontramos letras garrafais com o nome da revista e fotografias a cores de pessoas.

No primeiro número, temos a fotografia de uma criança a comer manga, que é um fruto típico de Cabo Verde. O título que aparece em letras grandes e vermelhas é “Cabo Verde é sabi!”, título que está em crioulo, que significa “Cabo Verde é bom”. Ainda no final desta capa encontramos um subtítulo “Remessas de emigrantes ajudam o desenvolvimento”, o que desperta o interesse para ler o artigo que se encontra no interior da revista.

No número dois do *magazine*, o cenário é bem diferente. Temos uma capa meramente de carácter político, com uma fotografia do Primeiro-Ministro de Cabo Verde, José Maria Neves, que está acompanhado por Isaltino Morais, que, até à data, era o Presidente da Câmara Municipal de Oeiras. Nesta fotografia, está implícita a cooperação entre Cabo Verde e o concelho de Oeiras. O primeiro título que se destaca neste número é “Cabo Verde estuda apoios ao regresso de emigrantes” e o subtítulo que se encontra no final da página é "Tempo de discutir a regionalização". Ambas as frases estão redigidas em letras maiúsculas e a cores, com o objectivo de chamar a atenção do leitor.

Na primeira página da edição número um, encontramos uma reportagem intitulada “Dança une Mindelo e Portimão”, na qual se destaca a dança como elo entre as duas cidades, que têm acordo de gemação. O foco deste texto noticioso é para o nacional (Portimão- Portugal) e para o internacional (Mindelo- Cabo Verde) e a orientação do *item* é para o acontecimento. Os actores principais são os dançarinos que fazem parte deste projecto. É de referir que a reportagem é acompanhada de uma fotografia a cores do grupo.

Na revista número dois, a primeira página revela um estudo feito à comunidade imigrante, que se encontra em Portugal, sobre a discriminação em diferentes sectores. O título é “Discriminação em Portugal” e é acompanhado por uma fotografia, tirada no Bairro de Santa Filomena (concelho da Amadora), a um *graffiti*, que parece ser uma pessoa imigrante que tem os ouvidos tapados com as mãos. O foco do artigo é nacional, a orientação é para a problemática da discriminação e o conteúdo principal é a apresentação de um estudo feito à comunidade estrangeira em Portugal, sendo os actores principais os próprios imigrantes.

A última página da revista número um tem três notícias curtas que abordam diferentes temáticas, desde a próxima Cimeira Portugal – Cabo Verde que se irá realizar no Mindelo, passando pelo jantar de Natal das secretárias de Embaixadas , Ministérios e outros Organismos, onde o dinheiro angariado será revertido a favor da associação Girassol Solidário. Outro artigo que se encontra nesta página diz respeito à cooperação entre Tarrfal de Santiago e Nisa, tendo esta última recebido uma delegação do município de Tarrfal. O foco da primeira notícia é internacional e das outras duas é nacional. Nas três notícias a orientação é para o acontecimento e todas são

acompanhadas por uma fotografia, excepto a notícia intitulada “Secretárias de Embaixada apoiam Girassol Solidário” que tem a imagem de um quadro com girassóis.

A última página da edição número dois tem apenas um texto noticioso, com a fotografia de uma pessoa da comunidade, do sexo feminino e dos seus trabalhos de artesanato. O foco do artigo é nacional, sendo o conteúdo principal a divulgação das suas peças de artesanato que começaram por ser apenas um *hobbie*.

A primeira revista tem sessenta e duas páginas e a segunda sessenta e seis, predominando em ambas os textos noticiosos. A maioria dos produtos jornalísticos não é assinada (cf. anexo 7 e 8). Assim sendo, nestas revistas encontramos quarenta e sete textos assinados e dezanove sem ser assinados. A este propósito importa dizer que todos os artigos de opinião estão assinados pelos respectivos autores, que são pessoas que se encontram ou em Cabo Verde ou na diáspora.

Em ambas as edições o tipo de iconografia que predomina é a fotografia, sendo grande parte dos textos acompanhada por uma. De salientar que a revista número um é composta por oitenta e uma fotografias e a segunda por cem, sendo a maioria de e com pessoas (cf. anexo 9,10, 10.1). Este facto revela-nos que a revista é colorida e com alguma predominância de imagens, o que desperta o interesse visual do leitor e consequentemente a leitura dos artigos.

Deste modo, a variedade de cores nas fotografias transmite também a ideia de ser uma revista com vida e com uma certa dinâmica, permitindo a quem lê os artigos visualizar os cenários que são descritos (cf. anexo 11). Contudo, a opção pela cor é extremamente onerosa, sendo o financiamento, tal como já foi dito, uma das suas maiores dificuldades.

A publicidade é o que de alguma forma sustenta os meios de comunicação. Neste órgão, na primeira edição encontramos oito anúncios a entidades diferentes e observamos um decréscimo significativo quanto à segunda edição com apenas duas. A maioria das empresas publicitárias é bancária, agências de viagem e transportes aéreos (Banco Comercial do Atlântico ‘BCA’, Banco Interatlântico, Aeroportos e Segurança Aérea, S.A. ‘ASA’, Oásis Atlântico, Solférias, TACV- Cabo Verde Airlines).

Em relação ao tamanho dos parágrafos, o que prevalece é entre seis a dez parágrafos, seguindo-se entre três e cinco e entre onze e vinte (cf. anexo 12).

Tal como foi dito anteriormente, na revista *Nos Terra* encontramos vários géneros jornalísticos. Quer no primeiro, quer no segundo número, os géneros que mais

se destacam são o noticioso e as reportagens. (cf. anexo 13). Ambas as revistas têm um editorial que é escrito pelo director.

No que tange à orientação dos *itens* nas duas edições, esta está virada para Cabo Verde, seguindo-se a comunidade cabo-verdiana em Portugal. A maioria dos artigos remete-nos para questões sobre o arquipélago, bem como procura promover as pessoas e abordar os problemas da comunidade. Nas duas publicações, trinta e três itens estão orientados para Cabo Verde, dezanove para a comunidade e oito para Portugal (cf. anexo 14). Ainda no que se refere à orientação dos artigos noticiosos, em ambas as revistas, quarenta e duas incidem sobre aspectos internacionais e vinte e cinco sobre nacionais (cf. anexo 14.1).

No que concerne à temática dos textos jornalísticos, na revista número um, onze pertencem à categoria “outro”, que abrange diferentes temas (economia, imigração...) e oito enunciam aspectos relacionados com a cultura, seguindo-se o turismo, a situação financeira/económica, o associativismo, a cooperação e a política. Na revista número dois a situação é semelhante: oito falam sobre a cultura e o mesmo número pertence à categoria “outro”, sete incidem sobre questões políticas, seguindo-se temas como a cooperação, a crise, o turismo e o associativismo. A cultura é o tema que mais sobressai em ambas as publicações, sendo aliás esta uma das formas de promover a figura do imigrante no país de acolhimento, o que facilita o processo de socialização de quem é estrangeiro⁸¹ (cf. anexo 15).

A divulgação de informações sobre o turismo torna-se fundamental para a economia de Cabo Verde, sendo este um dos sectores que mais projecta a imagem do país para exterior⁸², perante este cenário de crise económica e financeira. A crise

⁸¹ A divulgação da cultura permite, também, a criação de pequenas empresas e de postos de trabalho por parte de pessoas da comunidade, como podemos ver no artigo da revista *Nos Terra* número um “A presença cultural de comunidades imigrantes significativas em diversos Estados-membros da União Europeia produz uma contínua presença cultural cabo-verdiana...e que passam pela existência de empresários que procuram comerciar discos e livros, pela criação de restaurantes, discotecas e editoras discográficas que têm como alvo privilegiado, mas não exclusivo os cabo-verdianos, como também cria laços culturais diversificados com as sociedades de acolhimento” (pág. 15-17).

⁸² Esta ideia está bem patente num texto da revista *Nos Terra* número um “A entrada de turistas estrangeiros em Cabo Verde tem vindo a crescer de ano para ano. Cabo Verde consta da lista dos mercados com maior potencial de crescimento e apresenta a quinta maior taxa de crescimento médio anual de entrada de turistas. Segundo um estudo do Banco Comercial do Atlântico, a conjuntura internacional tem favorecido Cabo Verde, enquanto destino aprazível, estável politicamente, a poucas

económica é, aliás, outro tema que é tratado em três textos da edição número um e em cinco da edição número dois. O tratamento deste tema a nível jornalístico torna-se indispensável, na medida em que permite informar as pessoas em geral e as entidades competentes sobre o efeito da crise na sociedade e conseqüentemente nas suas vidas (cf. artigos da revista nº1 pág. 5-7).

Em termos gerais, os actores principais das peças jornalísticas do primeiro número são Cabo Verde e os políticos cabo-verdianos e portugueses, seguindo-se os emigrantes e imigrantes, o associativismo e as pessoas da comunidade. Já no segundo número os actores principais são os emigrantes e imigrantes, seguindo-se as pessoas da comunidade e os políticos cabo-verdianos e portugueses (cf. anexo16).

À semelhança de alguns dos representantes associativos, também Emílio Borges crítica os *media* do país de acolhimento por nem sempre passarem uma imagem positiva dos bairros de imigrantes ou dos próprios imigrantes: “Muita gente quando ouve falar na Cova da Moura tem logo um preconceito e nós conseguimos abrir um pouco esta barreira, com uma reportagem que nós fizemos no número um⁸³ (da revista) sobre o Cola S. Jom e vêem que a Cova da Moura não é criminalidade”.

Quanto ao próximo desafio da revista *Nos Terra* o seu director revela que pretendem “dar mais informação às pessoas, sobre o direito do imigrante, sobre as leis dos países de acolhimento...”, de forma a contribuir para uma melhor socialização da comunidade cabo-verdiana. Deste modo, a revista pretende também ampliar a sua área de abrangência, de modo a conquistar um maior número de leitores.

Emílio Borges considera, ainda, que devido à ausência de informação, ou à falta de interesse em procurá-la, ou ainda ao medo de enfrentar os Serviços de Estrangeiros e Fronteiras, muitos são os imigrantes que se encontram indocumentados. Esta situação é, em seu entender, preocupante dado que é “o primeiro passo para não haver integração”.

Em Portugal, existe uma lacuna no que diz respeito aos meios de comunicação direccionados para a comunidade imigrante. Os *media* portugueses são muito generalistas e nem sempre a temática da imigração é tratada, havendo outras prioridades, o que em parte é compreensível. Porém, existem dois canais importantes

horas dos mercados emissores...e com potencialidades intrínsecas para a atracção do investimento externo em matéria de Turismo” (pág. 27).

⁸³ Ver *Nos Terra* nº1 pág. 5-7

nesta área, que são a RTP⁸⁴ e a RDP África que divulgam alguma informação sobre as várias comunidades africanas, incluindo a cabo-verdiana. De acordo com os seus directores estes órgãos têm todo o interesse em divulgar as actividades das associações e das comunidades africanas em geral. Contudo, constatam que, muitas vezes, são avisados em cima do acontecimento, o que não lhes permite realizar a respectiva cobertura do evento.

Por outro lado, no entender do director da revista, a RTP África não é suficiente para transmitir uma informação à comunidade cabo-verdiana, porque o tempo de antena é muito reduzido: “Não me venham falar da RTP África, porque a RTP África quando fala de Cabo Verde não é em dois minutos que se transmite informação... a informação para a comunidade é outro tipo de informação”.

Outra crítica avançada por Borges reside no facto de Cabo Verde e as instituições que o representam em Portugal não se preocuparem em transmitir informações úteis ao imigrante: “Qual é a informação que se tem da Embaixada de Cabo Verde? O quê que se faz na embaixada? Que serviços presta a embaixada?”. Emílio Borges defende ainda que há necessidade de os países de origem se preocuparem mais com a diáspora, designadamente no que diz respeito à informação, porque “se tivermos um meio próprio de informação podemos... disponibilizar informação à comunidade e é fácil fazer isso, um boletim informativo chega a muita gente, distribuído gratuitamente”.

Em suma, a revista e o programa de rádio têm um papel preponderante na divulgação de informações que vão ao encontro das necessidades dos imigrantes, uma vez que são feitos pelos, sobre e para os mesmos, embora seja necessário cada vez mais diversificar os meios de comunicação, de modo a atingir às diferentes camadas da sociedade migrante e não migrante.

⁸⁴ Feliciano Barreiras Duarte assegura que quer a RTP Internacional quer a RTP África devem ser mantidas “devido ao seu papel na defesa da língua e da cultura portuguesas, na afirmação de Portugal no exterior e na ligação entre as comunidades emigrantes” (Duarte, 2008:29).

4.4.A comunidade cabo-verdiana

4.4.1. Resultados dos questionários

Com o objectivo de sondar a opinião da população cabo-verdiana, no que diz respeito ao papel dos meios de comunicação utilizados pelas suas associações/organizações no processo da sua inserção, foram inquiridas duzentas pessoas, entre os meses de Fevereiro e Maio.

Foram inquiridos cabo-verdianos, no sentido mais abrangente, população de nacionalidade cabo-verdiana, de nacionalidade portuguesa com origem cabo-verdiana, de naturalidade cabo-verdiana e com dupla nacionalidade (cabo-verdiana e portuguesa). Estas pessoas foram inquiridas nos diferentes concelhos da AML, onde se localizam algumas das associações/ organizações que fazem parte deste estudo. 37,9% foram inquiridas no concelho de Lisboa, 28,3% no local da categoria “Outros”, 24,7% pertencem ao concelho da Amadora e 9,1% a Setúbal (cf. anexo 17). De referir que a categoria Outros engloba os seguintes municípios: Seixal, Loures, Cascais, Sintra, Oeiras, Vila Franca de Xira, Almada, Moita e Sesimbra.

No que diz respeito ao sexo das pessoas que participaram neste estudo, procurou-se a equidade, visto que 50% é do sexo feminino e 50% é do masculino (cf. anexo 18).

Quanto à idade dos inquiridos, 30,7% está na faixa etária entre os 15-29 anos, 28,6 entre os 30-44 anos, 23,1% tem idade igual ou superior a sessenta anos e 17,6% encontra-se entre os 45-59 anos (cf. anexo19). Se juntarmos os 30,7% da idade entre os 15-29 anos com os 28,6% entre os 30-44 anos, podemos afirmar que mais de metade dos inquiridos (59%) são jovens adultos e adultos, em idade activa que podem dinamizar a vida associativa. Outro grupo particularmente expressivo é o dos com idade igual ou superior a sessenta anos. Trata-se de um grupo etário que está perto da idade da reforma ou estando mesmo alguns já reformados, tendo mais tempo para se dedicar à vida associativa.

A maioria dos inquiridos tem curso superior (37%), seguindo-se o secundário com 32%, o básico com 26% e, por último, apenas, 5% tem curso médio (cf. anexo20). Apesar de a diferença entre os dois primeiros grupos não ser significativa, estes dados deixam claro o grande envolvimento de indivíduos com formação académica nas actividades das associações. A explicação para esta tendência reside, em nosso entender no tipo de actividade que se realiza, por este grupo ter mais acesso e procurar mais as

informações e por provavelmente terem uma maior consciência de participação cívica. Parece-nos importante sublinhar, que das trinta e quatro associações inquiridas onze têm como público-alvo quadros cabo-verdianos, o que vem reforçar a ideia anteriormente referida.

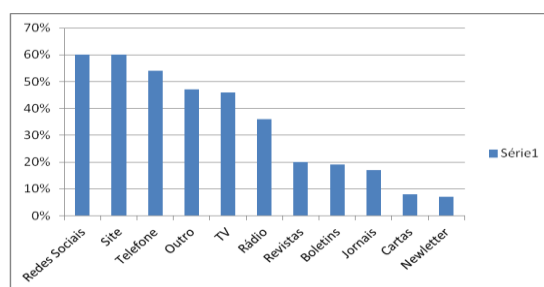
Em relação à nacionalidade, grande parte da população inquirida tem a portuguesa (40%), o que significa que poderão estar inseridos no país de acolhimento. O ter nacionalidade portuguesa facilita todo o processo de socialização do imigrante, na medida em que terá, mais facilmente, acesso à habitação, ao Serviço Nacional de Saúde e ao emprego. 35% tem nacionalidade cabo-verdiana e 26% possui as duas (a portuguesa e a cabo-verdiana) (cf. anexo 20). Este facto permite-nos considerar que mais de metade dos inquiridos (66%) está legalizada, se tivermos em linha de conta os que desfrutam da nacionalidade portuguesa (40%) em comparação com os que têm dupla nacionalidade (26%).

Uma das nossas primeiras inquietações ao elaborar o questionário que serviu de base a este estudo foi a de perceber qual o grau de conhecimento que existia na comunidade relativamente aos meios de comunicação e de informação das associações cabo-verdianas. Nesta pergunta, os inquiridos tiveram onze opções de respostas, podendo escolher mais que uma.

60% da população inquirida afirma conhecer as redes sociais e outros 60% diz reconhece o *site* das associações/ organizações cabo-verdianas, sendo aliás estes os meios mais conhecidos pela população em causa. No polo oposto, encontramos as *newsletters* com 95% a não sinalizá-la, por também não serem um meio muito utilizado pelas respectivas instituições.

Outros dos meios amplamente conhecidos (55%) é o telefone. O “boca a boca”, os cartazes e os panfletos (53%) são igualmente reconhecidos, pertencendo à categoria “Outros” (cf. gráfico 15).

Gráfico 15- Conhece algum meio de informação utilizado na sua comunidade?



Fonte: Elaboração própria com base nos resultados obtidos nos questionários

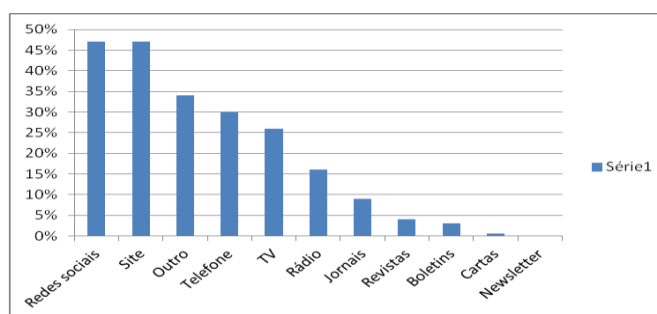
Ainda que, inicialmente, não tivéssemos contemplado essa possibilidade, dado o nosso objecto de estudo, muitos dos inquiridos fizeram referência à RTP e RDP África. Quase metade desta amostra afirma que vê a RTP África, sendo um grupo ligeiramente menor que ouve a RDP África. Contudo, provavelmente, se tivessem sido confrontadas com esta pergunta, a resposta poderia ou não ser maior. No nosso ponto de vista, a comunidade africana encontra-se ligada a estes dois órgãos de comunicação, uma vez que eles divulgam informações sobre o seu país, sobre a sua cultura, permitindo assim manter o contacto com a terra natal. Outros meios frequentemente referenciados foram os jornais *online* cabo-verdianos. Deste modo, podemos concluir que a RTP, RDP África e os jornais *online* são órgãos de comunicação utilizados pela população inquirida para obter informações sobre o país de origem.

O programa *Cabo Verde no Horizonte*, apesar de ser dirigido à comunidade cabo-verdiana, revelou-se pouco conhecido. As explicações para esta realidade podem ser várias, não sendo de descartar a hipótese da nossa amostra ser reduzida, face à população cabo-verdiana residente em Portugal. Paralelamente, este desconhecimento pode também decorrer da pouca divulgação do programa junto da comunidade, que não o reconhece como meio de comunicação.

Da mesma forma, detectámos também um elevado grau de desconhecimento da Revista *Nos Terra*, provavelmente, por ainda só terem saído dois números e por ser distribuída em Portugal em apenas três concelhos: Lisboa, Coimbra e Setúbal.

No questionário por nós realizado, procurou-se também perceber qual o meio mais utilizado pela comunidade em causa. Neste domínio, destacam-se, desde logo, as redes sociais e o *site* (47% cada), de seguida, a opção “outro” com 34%, o telefone com 30% e a televisão com 26% (cf. gráfico 16).

Gráfico 16- Qual o meio que mais utiliza?



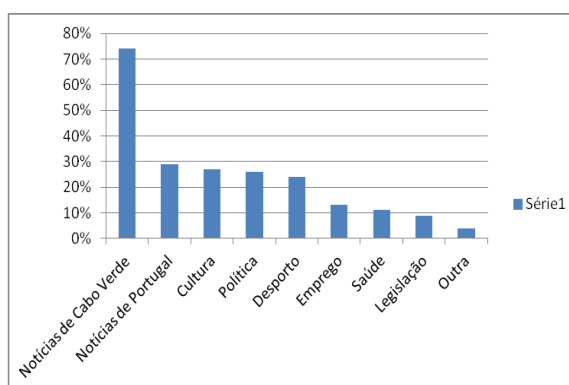
Fonte: Elaboração própria com base nos resultados obtidos nos questionários

Na opção “Outro”, o item que predomina é o “boca a boca”, tendo sido referido por alguns representantes associativos como o instrumento mais eficaz para se divulgar uma informação junto da comunidade. Ainda nesta questão os itens mais referenciados são a RTP e a RDP África. Por sua vez, as cartas e as *newsletter* são as opções menos assinaladas.

Deste modo, comparando as respostas da primeira pergunta com as da pergunta 1.1, concluímos que, se é certo que os meios que são mais conhecidos, pela população em causa são as redes sociais e os *sites*, também são estes os mais utilizados. Nesta linha de pensamento, se a *newsletter* aparece como a opção menos escolhida na primeira pergunta, conseqüentemente surge como a menos utilizada. As cartas, apesar de serem um instrumento que vai directamente ao destinatário, com as novas tecnologias entraram praticamente em desuso com 92% a não referi-la e praticamente 100% a não utilizá-la. Todavia, tal como defende uma dirigente partidária do concelho de Lisboa (nº18), talvez a carta devesse ser um meio a ser reactivado, na medida em que ela permite um contacto directo com a comunidade, podendo também servir como meio de as pessoas exporem as suas preocupações a quem de direito”.

No que diz respeito às áreas de interesse mais procuradas (pergunta 1.2), a maioria dos inquiridos revelou o seu interesse por notícias de Cabo Verde (74%) e Portugal (29%). Uma das secções que menor interesse despertou foi a legislação (9%) (cf. gráfico 17), possivelmente, pelo facto de mais de metade dos inquiridos (65%) já ter nacionalidade portuguesa e já não sentir a necessidade de se informar sobre esta temática.

Gráfico 17- Quais as áreas que mais consulta?



Fonte: Elaboração própria com base nos resultados obtidos nos questionários

De seguida, iremos cruzar a informação relativa à idade, ao sexo e às habilitações literárias com as perguntas 1, 1.1 e 1.2. Esta reflexão revela-se indispensável, uma vez que poderemos verificar se estas variáveis influenciam no conhecimento dos meios de informação, nos meios mais utilizados e na área mais consultada.

Analisando o grau de conhecimento dos meios de comunicação com o grupo etário, constatámos que 83% dos inquiridos entre os 15-29 anos conhece as redes sociais e os *sites* (63%). Os meios menos conhecidos neste intervalo de idade são as cartas, as *newsletters* e as revistas. Já na faixa etária entre os 30-44 anos, a situação inverte-se: 67% conhece os *sites* e 60% as redes sociais; os meios menos conhecidos são as cartas, as *newsletters* e os boletins. Por sua vez, o telefone com 83% e a televisão com 63% são os meios mais conhecidos pelas pessoas entre os 45-59 anos, sendo os menos conhecidos as cartas, as *newsletters* e os jornais. Os inquiridos com idade igual ou superior a sessenta anos conhecem mais o telefone (61%), seguindo-se o *site* (57%) e menos as *newsletters*, os jornais e as cartas. Assim sendo, verificámos que as pessoas em idade jovem/adulta (15-44) conhecem mais os meios digitais, como as redes sociais e os *sites*. Já os inquiridos com idade igual ou superior a 45 anos conhecem mais o telefone, a televisão e os *sites*. Quanto aos meios menos conhecidos, destacam-se: as cartas e as *newsletters*, sendo consequentemente estes os menos utilizados pelos dirigentes associativos (cf. quadro 1).

Quadro 1- Idade vs conhecimento do meio de informação

	15-29	30-44	45-59	60 ≥
Redes sociais	82,50%	59,60%	48,60%	39,10%
Boletins	17,50%	14,00%	17,10%	28,30%
Revistas	12,30%	21,10%	17,10%	28,30%
Cartas	3,50%	7,00%	0,00%	21,70%
Newsletter	3,50%	10,50%	0,00%	6,50%
Telefone	31,60%	52,60%	82,90%	60,90%
Sítio Internet	63,20%	66,70%	45,70%	56,50%
Rádio	26,30%	29,80%	45,70%	45,70%
Televisão	40,40%	36,80%	62,90%	50,00%
Jornais	15,80%	22,80%	11,40%	17,40%
Outro	31,60%	54,40%	51,40%	54,30%

Fonte: Elaboração própria com base nos resultados obtidos nos questionários

Comparando a idade com o meio que é mais utilizado (pergunta 1.1), verificámos que os inquiridos entre os 15-44 anos servem-se mais das redes sociais e do *site*. O grupo etário com idade igual ou superior a 45 anos recorre mais ao telefone, ao *site*, à televisão e a outro meio (cf. quadro 2). Conforme se pode verificar o instrumento conhecido reflecte-se no meio que é mais utilizado, sendo estes as redes sociais, o *site* e o telefone e os menos usados as cartas, as *newsletters*, os boletins e as revistas.

Quadro 2- Idade vs meio mais utilizado

	15-29	30-44	45-59	60 ≥
Redes sociais	75,40%	43,90%	31,40%	26,10%
Boletins	1,80%	1,80%	0,00%	8,70%
Revistas	0,00%	7,00%	0,00%	6,50%
Cartas	0,00%	1,80%	0,00%	0,00%
Newsletter	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Telefone	19,30%	29,80%	48,60%	26,10%
Sítio Internet	42,10%	52,60%	40,00%	50,00%
Rádio	10,50%	14,00%	28,60%	10,90%
Televisão	15,80%	22,80%	40,00%	30,40%
Jornais	7,00%	14,00%	2,90%	8,70%
Outro	28,10%	33,30%	40,00%	41,30%

Fonte: Elaboração própria com base nos resultados obtidos nos questionários

É transversal a todas as faixas etárias que a área mais consultada é notícias de Cabo Verde, seguindo-se as notícias sobre Portugal, que engloba assuntos relacionados com a comunidade. De referir que, também o desporto, a cultura e a política são outros assuntos consultados. A faixa etária com sessenta ou mais anos é a que mais consulta matérias sobre política (41%) (cf. quadro 3). Deste modo, podemos eventualmente concluir que a idade não influencia muito a área que é consultada, com exceção da política que é mais procurada pelo grupo etário com idade mais avançada.

Quadro 3- Idade vs área mais consultada

	Idade			
	15-29	30-44	45-59	60 ≥
Notícias CV	66,70%	64,90%	80,00%	87,00%
Notícias PT	31,60%	29,80%	14,30%	32,60%
Política	28,10%	17,50%	17,10%	41,30%
Cultura	29,80%	24,60%	20,00%	30,40%
Desporto	29,80%	24,60%	17,10%	23,90%
Saúde	17,50%	8,80%	2,90%	10,90%
Emprego	24,60%	12,30%	5,70%	6,50%
Legislação	12,30%	8,80%	5,70%	6,50%
Outra	3,50%	3,50%	2,90%	6,50%

Fonte: Elaboração própria com base nos resultados obtidos nos questionários

Importa, também, saber se o sexo condiciona ou não o tipo de meio que é conhecido, utilizado e a área que é mais pretendida. Comparando o sexo com o meio que é conhecido, os dados não revelam diferenças significativas, sendo os meios mais conhecidos por ambos os sexos: as redes sociais, os *sites* e o telefone (cf. anexo 22).

O mesmo se verifica relativamente ao que é mais utilizado. Em ambos os sexos os meios mais utilizados são o *site*, as redes sociais e “outro”. Os meios menos utilizados continuam a ser os mesmos, quer no sexo feminino quer no sexo masculino (cf. anexo 23).

Analisando a influência do sexo na área mais consultada, verificámos que não existem diferenças expressivas. Ambos consultam mais notícias de Cabo Verde, notícias de Portugal, política, cultura e desporto (cf. anexo 24).

Procurámos também analisar se as habilitações condicionam ou não o meio de comunicação que é conhecido e mais consultado, bem como as áreas mais desejadas.

Os inquiridos que têm o ensino básico encontram-se mais ligados às vias orais, como o “boca a boca” e o telefone. Também reconhecem os cartazes, os panfletos e a televisão. Já o *site* e as redes sociais são mais reconhecidos pelos inquiridos com o ensino secundário. Os detentores de curso médio 90% apontam o *site* e 70% o telefone e as redes sociais, como os meios que mais conhecem. Os com formação superior, que são a maioria, 86% conhecem o *site* e 81% as redes sociais. Como podemos observar, com excepção dos inquiridos com o ensino básico, os restantes conhecem mais os meios digitais (cf. quadro 4).

Quadro 4- Habilitações vs conhecimento do meio de informação

	Habilitações			
	Básico	Secundário	Médio	Superior
Redes sociais	25,00%	63,50%	70,00%	80,60%
Boletins	5,80%	12,70%	30,00%	31,90%
Revistas	7,70%	19,00%	10,00%	29,20%
Cartas	7,70%	4,80%	10,00%	11,10%
Newsletter	1,90%	1,60%	10,00%	11,10%
Telefone	65,40%	52,40%	70,00%	44,40%
Sítio Internet	19,20%	58,70%	90,00%	86,10%
Rádio	25,00%	39,70%	60,00%	37,50%
Televisão	61,50%	52,40%	40,00%	31,90%
Jornais	1,90%	12,70%	10,00%	31,90%
Outro	84,60%	57,10%	10,00%	16,70%

Fonte: Elaboração própria com base nos resultados obtidos nos questionários

No que diz respeito ao meio mais utilizado, não difere muito das conclusões que tirámos anteriormente. Os indivíduos com o ensino básico consultam mais “outro” instrumento de comunicação (“boca a boca, cartazes e panfletos), seguindo-se o telefone e a televisão. Os que têm o ensino secundário, médio e superior procuram mais as redes sociais e o *site* (cf. quadro 5). Nestes casos, as habilitações influenciam o meio que é mais conhecido e consultado, uma vez que as pessoas que têm menos habilitações não estão tão ligadas às novas tecnologias, utilizando mais os canais orais e visuais.

Quadro 5- Habilitações vs meio mais utilizado

	Habilitações			
	Básico	Secundário	Médio	Superior
Redes sociais	17,30%	52,40%	40,00%	65,30%
Boletins	0,00%	4,80%	0,00%	4,20%
Revistas	1,90%	1,60%	0,00%	6,90%
Cartas	0,00%	0,00%	0,00%	1,40%
Newsletter	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Telefone	38,50%	33,30%	10,00%	20,80%
Sítio Internet	15,40%	46,00%	70,00%	68,10%
Rádio	9,60%	17,50%	30,00%	16,70%
Televisão	36,50%	28,60%	30,00%	15,30%
Jornais	0,00%	9,50%	0,00%	15,30%
Outro	71,20%	33,30%	10,00%	12,50%

Fonte: Elaboração própria com base nos resultados obtidos nos questionários

Em relação às áreas mais consultadas, as habilitações não revelam grande influência, visto que quer os indivíduos com educação básica (71%), quer os com o ensino secundário (65%), com formação média, (70%) e com curso superior (85%) procuram mais as notícias sobre Cabo Verde (cf. quadro 6). O facto de consultarem mais notícias sobre a terra natal, através de diferentes instrumentos, poderá estar relacionado com a necessidade de manter contacto e de saber o que acontece no país de origem.

Quadro 6- Habilitações vs área mais consultada

	Habilitações			
	Básico	Secundário	Médio	Superior
Notícias CV	71,20%	65,10%	70,00%	84,70%
Notícias PT	15,40%	28,60%	30,00%	38,90%
Política	13,50%	25,40%	30,00%	34,70%
Cultura	15,40%	22,20%	50,00%	36,10%
Desporto	9,60%	23,80%	10,00%	36,10%
Saúde	7,70%	6,30%	0,00%	16,70%
Emprego	7,70%	7,90%	0,00%	22,20%
Legislação	3,80%	9,50%	0,00%	9,70%
Outra	3,80%	3,20%	0,00%	5,60%

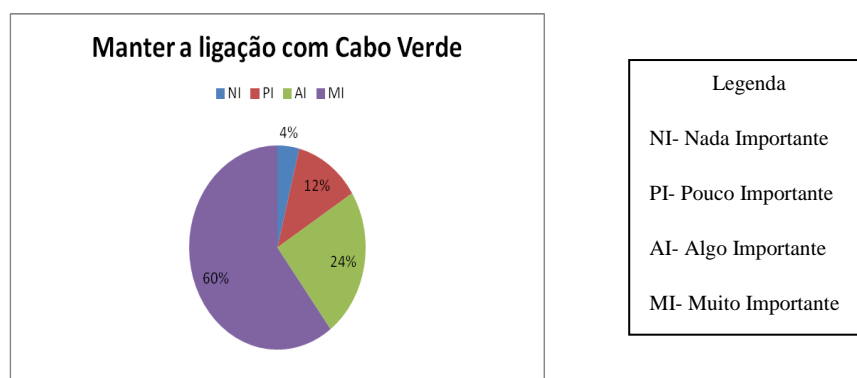
Fonte: Elaboração própria com base nos resultados obtidos nos questionários

Com efeito, de um modo geral, constatámos que a idade, o sexo e as habilitações não têm grande influência sobre as respostas dadas, com excepção dos meios mais utilizados pela camada com educação primária, que são os canais orais e visuais.

No que concerne à opinião dos inquiridos sobre se os meios de comunicação utilizados pelas associações/ organizações cabo-verdianas têm sido nada, pouco, algo ou muito importantes (pergunta número 2), as respostas são diversificadas.

Mais de metade das pessoas com quem falámos diz que estes meios de informação têm sido “Muito Importantes” para manter a ligação com Cabo Verde. Já 24% assinala “Algo Importante” e 12,% diz que são “Pouco Importantes” (cf. gráfico 18).

Gráfico 18- Em que medida pensa que estes meios de comunicação são importantes para:

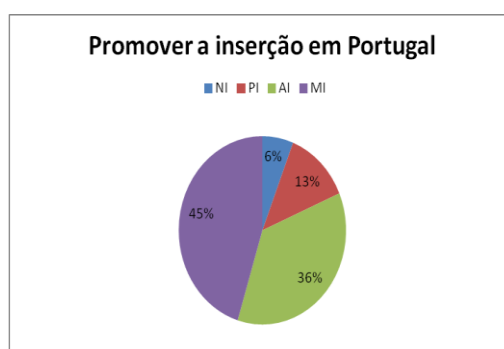


Fonte: Elaboração própria com base nos resultados obtidos nos questionários

Se somarmos os valores de “Muito Importante” com o “Algo Importante”, verificamos que 84% se sente próximo da sua terra natal, o que facilita o seu processo de adaptação no país anfitrião.

Promover a inserção dos cabo-verdianos em Portugal é o segundo item a ser avaliado. Quase metade dos inquiridos indica que estes meios de informação têm desempenhado um papel “Muito Importante”, 36% sinaliza “Algo Importante”, 13% diz que é “Pouco Importante” e apenas 6% assinala “Nada Importante” (cf. gráfico 19).

Gráfico 19- Em que medida pensa que estes meios de comunicação são importantes para:

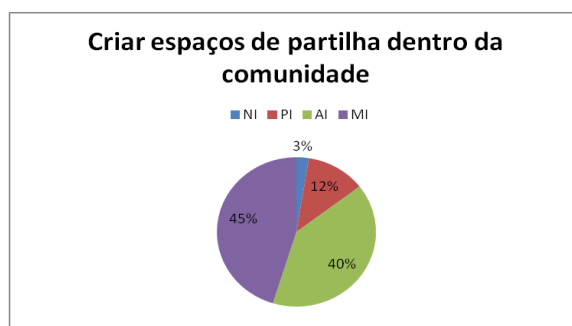


Fonte: Elaboração própria com base nos resultados obtidos nos questionários

Mais uma vez, se agregarmos as percentagens do “Muito” com o “Algo Importante”, constatamos que 81% sente que os meios de comunicação utilizados pelas associações ajudam na socialização da população cabo-verdiana⁸⁵.

Quanto a criar espaços de partilha dentro da comunidade, 45% assinala que têm sido “Muito Importante” e 40% “Algo Importante”, o que perfaz 85% das pessoas a darem nota positiva neste sentido⁸⁶ (cf. gráfico 20).

Gráfico 20- Em que medida pensa que estes meios de comunicação são importantes para:



Fonte: Elaboração própria com base nos resultados obtidos nos questionários

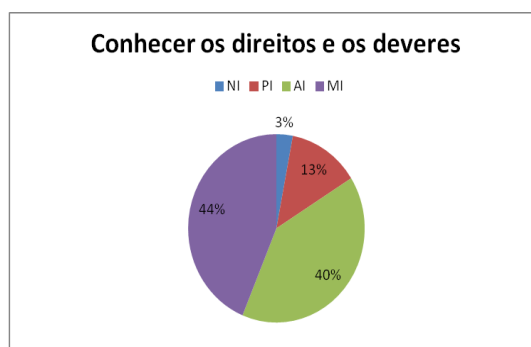
Através do questionário, procurámos também sondar se os meios de comunicação/ informação utilizados pelas associações cabo-verdianas têm permitido ao

⁸⁵ Confrontar com dados da pergunta número dois do questionário aos representantes associativos, em que 50% disse que os resultados que tiveram a nível da inserção da população cabo-verdiana foram no apoio à legalização, no recenseamento e no realojamento.

⁸⁶ 62% dos representantes associativos assegura que procura criar espaços de convívio dentro da comunidade, divulgando a cultura de Cabo Verde.

cabo-verdiano conhecer os seus direitos e deveres. Neste domínio, a avaliação feita pelos inquiridos também é positiva, com cerca de metade a afirmar que têm sido “Muito Importante”, 40% a apontar “Algo Importante” e 13% a assinalar “Pouco Importante”⁸⁷ (cf. gráfico 21).

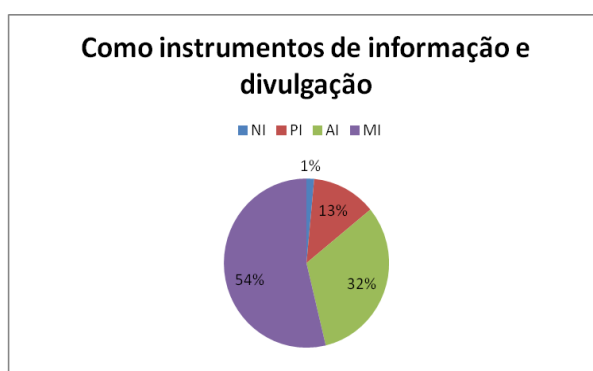
Quadro 21- Em que medida pensa que estes meios de comunicação são importantes para:



Fonte: Elaboração própria com base nos resultados obtidos nos questionários

Por sua vez, mais de metade do universo dos questionários analisados revela que os meios de comunicação/informação das associações em causa têm sido bons instrumentos de informação e divulgação, 32% assinala “Algo Importante” e 13% escolhe a opção “Pouco Importante” (cf. gráfico 22).

Gráfico 22- Em que medida pensa que estes meios de comunicação são importantes

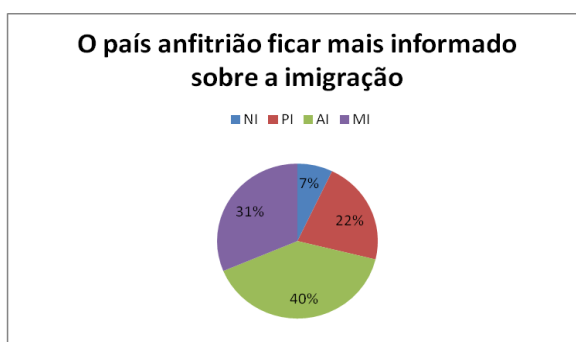


Fonte: Elaboração própria com base nos resultados obtidos nos questionários

⁸⁷ De acordo com a pergunta 1 do questionário aos representantes associativos 44,1% afirmam utilizar os meios de comunicação para consciencializar a população cabo-verdiana sobre os seus direitos e deveres.

No que diz respeito à avaliação que os inquiridos fazem sobre se os meios de comunicação/ informação das organizações cabo-verdianas têm permitido ao país anfitrião ficar mais informado sobre a imigração, 40% afirma que tem sido “Algo Importante”, 31% diz ser “Muito Importante” e 22% “Pouco Importante” (cf. gráfico 23).

Gráfico 23- Em que medida pensa que estes meios de comunicação são importantes para:

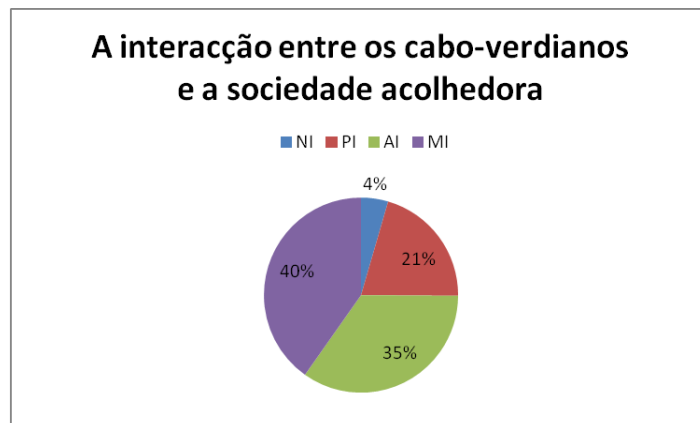


Fonte: Elaboração própria com base nos resultados obtidos nos questionários

Em todo o processo de inserção do imigrante é fundamental que o país que o acolhe conheça a sua realidade, as suas necessidades, de modo a ajudá-lo em todo este processo, que é cada vez mais comum entre os diferentes países. Por outro lado, cabe também a quem parte ter um espírito aberto para aceitar a cultura do país de acolhimento, assim como as suas leis.

Em relação à interação entre os cabo-verdianos e a sociedade acolhedora (Portugal), perto de metade considera que os meios de informação/ informação utilizados têm sido “Muito Importante”, 35% “Algo Importante”, 21% “Pouco” e 4% “Nada Importante” (cf. gráfico 24). Se associarmos as percentagens de “Pouco” com “Nada Importante”, 25% dos inquiridos não reconhecem que exista uma verdadeira interação entre o imigrante e a população que o acolhe.

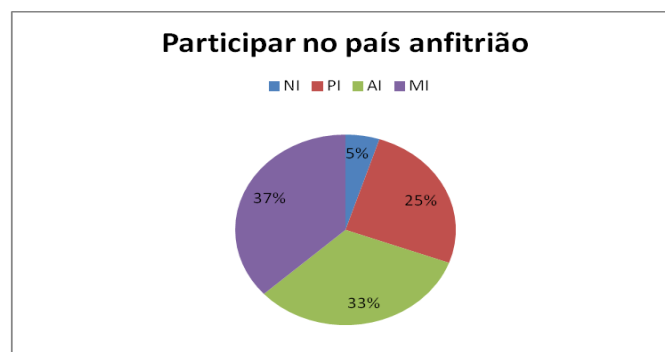
Gráfico 24- Em que medida pensa que estes meios de comunicação são importantes para:



Fonte: Elaboração própria com base nos resultados obtidos nos questionários

Nesta linha de pensamento, procurámos ainda avaliar se os meios de comunicação em causa permitem ou não que o cabo-verdiano participe no país anfitrião. Assim, 37% afirma que têm sido “Muito Importante”, 32% situa-se na posição intermédia indicando “Algo” e 26% indica “Pouco Importante” (cf. gráfico 25). A avaliação de “Pouco” com a de “Nada Importante” faz o somatório de 30% de pessoas que não estão satisfeitas com o papel dos meios de comunicação na promoção da participação do cabo-verdiano no país de acolhimento.

Gráfico 25- Em que medida pensa que estes meios de comunicação são importantes para :



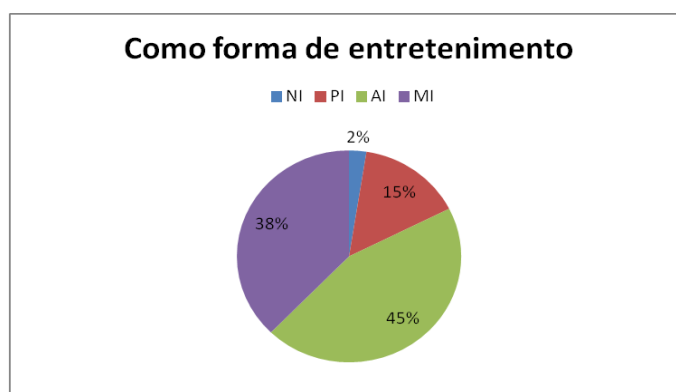
Fonte: Elaboração própria com base nos resultados obtidos nos questionários

O cruzamento dos dados relativos a uma relação entre o imigrante e o país de acolhimento e os itens anteriores permite-nos perceber que a escolha da opção pouco

importante aumenta consideravelmente, isto é, 10%, em relação às respostas anteriores. Se no primeiro, segundo, terceiro, quarto e quinto *itens* da pergunta número dois, o pouco importante tinha uma percentagem que se localizava entre os 12 e os 13%, no sexto, sétimo e oitavo itens estes valores situam-se entre os 21 e 26%, o que revela o grau de insatisfação dos inquiridos, no que diz respeito à participação, interação do cabo-verdiano com o país receptor.

Como forma de entretenimento, quase metade da população inquirida diz que os meios de informação utilizados pelas associações têm sido “Algo Importante”, 38% indica “Muito” e 15% “Pouco Importante” (cf. gráfico 26).

Gráfico 26- Em que medida pensa que estes meios de comunicação são importantes:

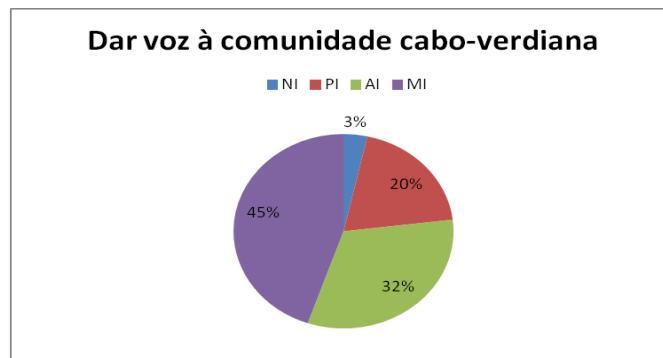


Fonte: Elaboração própria com base nos resultados obtidos nos questionários

Se adicionarmos as percentagens de “Algo” com “Muito Importante”, constatamos que 82% pensa que os meios das associações/ organizações têm desempenhado um papel positivo neste sentido.

Questionados sobre se os meios de informação utilizados pelas organizações dão voz à comunidade cabo-verdiana, no país de acolhimento, perto de metade dos inquiridos escolhe a opção “Muito Importante”, seguindo-se “Algo” e “Pouco Importante” (cf. gráfico 27). Mais uma vez, verificámos que a opção Pouco Importante apresenta um valor mais elevado quando comparado com as respostas anteriores.

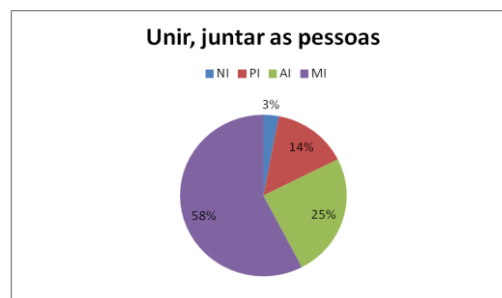
Gráfico 27- Em que medida pensa que estes meios de comunicação são importantes para:



Fonte: Elaboração própria com base nos resultados obtidos nos questionários

Finalmente, procurámos aferir se os meios de comunicação/informação utilizados pelas associações têm sido importantes para juntar as pessoas. A grande maioria responde que têm sido “Muito Importante”, 25% “Algo Importante” e 15% “Pouco Importante” (cf. gráfico 28).

Gráfico 28- Em que medida pensa que estes meios de comunicação são importantes para:



Fonte: Elaboração própria com base nos resultados obtidos nos questionários

Tendo em conta os onze itens que foram avaliados entre o “Nada” e o “Muito Importante”, a população inquirida classificou a opção “Manter a ligação com Cabo Verde” com a percentagem mais elevada (60%), na categoria “Muito Importante”. Ainda na opção “Muito Importante”, a resposta que teve a classificação mais baixa (31%), foi a pergunta “Em que medida pensa que estes meios de comunicação têm sido importantes para que o país anfitrião fique mais informado sobre a imigração?” Encontramos aqui dois pólos. Se, por um lado, as pessoas inquiridas estão satisfeitas com o manter a ligação com Cabo Verde, por outro, pensam que ainda há um caminho a

percorrer no que diz respeito a que o país anfitrião fique mais informado sobre a população estrangeira.

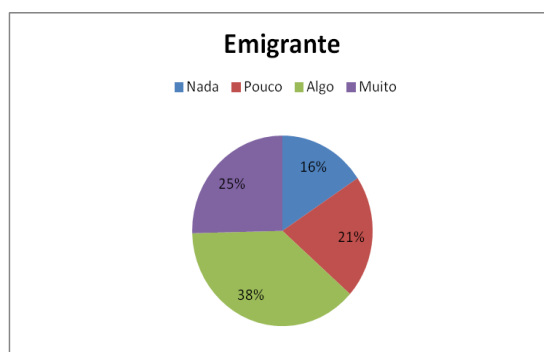
Na selecção da categoria “Nada Importante”, a pergunta que surge com uma percentagem mais elevada (7,1%) é “Em que medida pensa que estes meios de comunicação têm sido importantes para que o país anfitrião fique mais informado sobre a imigração?”. Isto significa que, sendo esta a pergunta em que o “Nada” aparece com o valor mais elevado e o “Muito” com o valor mais baixo, algumas das pessoas que participaram no presente estudo não estão satisfeitas com a informação que é fornecida ao país de acolhimento sobre a imigração. Ainda na categoria “Nada Importante”, a questão que surge com valor mais baixo (2%) é “Em que medida pensa que estes meios de comunicação têm sido importantes como instrumentos de informação e divulgação?”.

De um modo geral, nas onze questões, a opção “Muito Importante” emerge quase sempre com a percentagem mais elevada, com excepção nas perguntas “Em que medida pensa que estes meios de comunicação têm sido importantes para que o país anfitrião fique mais informado sobre a imigração?” e “Em que medida pensa que estes meios de comunicação têm sido importantes como forma de entretenimento?” (31,3% e 37,7%)., surgindo em primeiro lugar nestas questões, a opção “Algo Importante” com 39,9% e 44,7% respectivamente. Esta situação permite-nos concluir que, de certa forma, os inquiridos estão satisfeitos com o desempenho dos meios de comunicação/informação das associações cabo-verdianas face aos itens avaliados.

No próximo grupo do questionário (pergunta número 3), pretendemos aferir como é que a comunidade se sente representada pelos meios de comunicação das associações como imigrante, cabo-verdiano, grupo minoritário e outro, podendo novamente os inquiridos classificar as opções entre “Nada”, “Pouco”, “Algo” ou “Muito”.

Enquanto imigrante, 38% assinala a opção “Algo”, 25% “Muito” e 21% “Pouco”. Se somarmos as taxas de “Algo” com “Muito” averiguamos que 64% se sente representado enquanto imigrante (cf. gráfico 29).

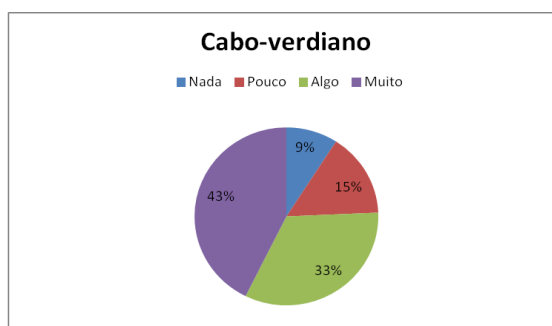
Gráfico 29- Em que medida se sente representado pelos meios de comunicação, enquanto cabo-verdiano enquanto:



Fonte: Elaboração própria com base nos resultados obtidos nos questionários

Em relação ao sentirem-se representados enquanto cabo-verdianos, a situação altera-se quando comparada com a pergunta anterior. Quase metade sente “Muito” representado como cabo-verdiano (cf. gráfico 30).

Gráfico 30- Em que medida se sente representado pelos meios de comunicação, enquanto:

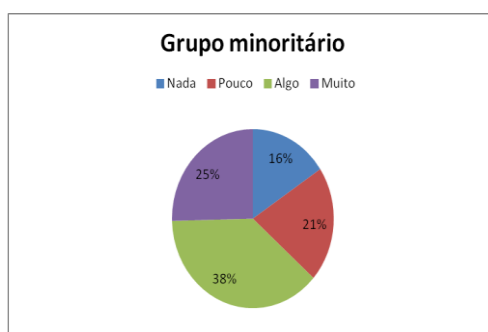


Fonte: Elaboração própria com base nos resultados obtidos nos questionários

As pessoas inquiridas sentem-se mais representadas como cabo-verdianas (43%) que como emigrantes (25,4%). Provavelmente, este facto poderá ser justificado pelo número de pessoas inquiridas que adquiriram nacionalidade portuguesa (65%) já não se sentirem tanto como imigrantes, mas manterem o sentimento como cabo-verdianos.

Como grupo minoritário, 21% diz sentir-se “Pouco representado”, 38% assinala a posição intermédia.

Gráfico 31- Em que medida se sente representado pelos meios de comunicação, enquanto:



Fonte: Elaboração própria com base nos resultados obtidos nos questionários

De um modo geral, os inquiridos não se sentem muito representados enquanto grupo minoritário. Sendo os cabo-verdianos um dos grupos de imigrantes mais antigos em Portugal, com uma população expressiva em alguns concelhos do país como Amadora e Sintra, talvez não se sintam como uma minoria, mas sim como uma maioria. Naturalmente, outros até já se sentem como portugueses, deixando de lado o conceito de minoria.

As perguntas número quatro, cinco e seis são as únicas questões que são abertas neste questionário. A pergunta número quatro incide sobre “De que modo pensa que os meios de comunicação em causa contribuíram para a sua inserção na sociedade de acolhimento?” A maioria dos inquiridos considera que os meios de informação não contribuíram para a sua adaptação/ inserção no país de acolhimento. Contudo, um grupo significativo revela que estes meios de comunicação ajudaram a criar espaços de partilha/ de convívio, bem como ajudaram a aproximá-lo mais da comunidade cabo-verdiana na diáspora. Outra resposta que, também, teve algum destaque foi o apoio à legalização. Deste modo, podemos afirmar que, de uma forma geral, as pessoas inquiridas não sentem que os meios de informação utilizados pelas associações tenham contribuído para a sua inserção em Portugal. Talvez por terem tido quem os acolhesse à chegada ou por as associações ainda terem um trajecto a percorrer neste sentido, em informar e difundir os seus meios junto da diáspora. A este propósito, importa dizer que, algumas das pessoas entrevistadas, que se encontram na faixa etária entre os sessenta ou mais anos (23%), quando chegaram a Portugal ainda não havia esta proliferação de associações que agora existe, logo não poderiam ter tido o apoio que tiveram as pessoas

que chegaram a partir dos anos oitenta, ano em que se deu o *boom* das associações cabo-verdianas em Portugal.

A quinta pergunta consiste em sondar a opinião dos inquiridos sobre o que falta ser feito pelos meios de comunicação utilizados pelas associações/ organizações cabo-verdianas para promover uma maior inserção da comunidade? Grande parte das pessoas com quem falámos considera que falta divulgar mais informação sobre os direitos e deveres do cabo-verdiano na sociedade que o acolhe, sendo aliás este um ponto fundamental para quem emigra, pois é indispensável o conhecimento das leis do país para onde se vai. Outra resposta que também predominou nesta questão foi informar sobre a legalização. Mesmo estando a maioria dos inquiridos já legalizados, estes sentem que existem muitos cabo-verdianos que não estão informados. O receber informação de como tratar da documentação é, sem dúvida, um momento importante para qualquer imigrante, visto que o estar legalizado é um abrir portas para tudo o resto, nomeadamente para ter acesso ao mercado de trabalho e conseqüentemente à habitação e à saúde.

Possivelmente, devido à crise económica e financeira que se instalou em Portugal, sendo os imigrantes o grupo mais vulnerável, quando se fala de desemprego⁸⁸, a terceira resposta que prevaleceu nesta pergunta foi a de dar mais informações sobre o emprego e ir ao encontro dos problemas da comunidade, para de seguida através dos meios de comunicação, difundir as possíveis soluções.

Na última pergunta procurou-se saber que meio de comunicação deveriam as associações/organizações cabo-verdianas utilizar para comunicar com a comunidade, de modo a ter mais impacto junto da mesma. A maioria dos entrevistados referiu como meio mais eficaz o ter tempo de antena num canal televisivo, de seguida, ter uma rádio e um jornal comunitário, resposta aliás já referida pelos representantes associativos. O ter tempo de antena num canal televisivo é fundamental para se chegar ao imigrante, considerando que esse conteúdo poderá ser feito por e para imigrantes. A televisão é um órgão de comunicação que, hoje em dia, quase todas as pessoas têm em suas casas,

⁸⁸ Peixoto e Iorio defendem esta ideia garantindo que "...confirma-se também em Portugal a tendência verificada em vários outros países do mundo desenvolvido de que a crise tem um impacto geral no aumento do desemprego com incidência muito especial nas comunidades de imigrantes" (2011:10), "Em Portugal, tal como na maioria dos países de destino, a situação pré-crise, já registava um maior índice de desempregados nas comunidades imigrantes do que nas populações autóctones..." (ibid: 11).

tendo a vantagem de juntar o áudio e o visual, o que prende facilmente a atenção das pessoas. A questão que os inquiridos colocam é a quantidade de informação que é difundida, por a considerarem diminuta, e o facto de o horário em que são emitidos esses programas ser pouco viável. Sabe-se, todavia, que no chamado horário nobre (das 20h às 23h) dificilmente os imigrantes terão tempo de antena, uma vez que esse horário é reservado para os programas nacionais, como o jornal e as telenovelas⁸⁹.

Ter um jornal comunitário para ser distribuído junto da comunidade, é outro meio que uma parte significativa dos inquiridos ambiciona conquistar. Com um jornal a ser distribuído gratuitamente nas habitações, defendem que as informações chegam mais facilmente à comunidade. Defendem também que a linguagem seja simples e concisa.

Apesar de estarmos na era das novas tecnologias e da maioria dos inquiridos (57%) ser jovens adultos e adultos, a difusão das redes sociais e de um jornal *online* aparecem em menor número.

A televisão é um órgão de comunicação que tem impacto junto desta comunidade, que deve desempenhar um papel mais activo na conquista de mais tempo de antena, enviando e propondo temas para serem debatidos nos respectivos programas.

⁸⁹ Cf. programação dos canais generalistas RTP1, SIC e TVI.

Conclusão

Após termos estudado trinta e quatro associações cabo-verdianas, sediadas na AML, podemos afirmar que estas associações produzem mais instrumentos de informação que órgãos de comunicação. No entanto, desde o início do associativismo cabo-verdiano em Portugal os dirigentes tiveram a preocupação de manter a comunidade informada sobre Cabo Verde e a diáspora, tendo criado logo na década de 70 um boletim informativo denominado *Presença Cabo-Verdiana*, que apenas teve dois anos de vida. Este boletim tinha como área de abrangência Portugal e a diáspora e publicava diferentes géneros jornalísticos, tais como notícias, entrevistas, crónicas, artigos de opinião, etc.

Actualmente, com todas as novas tecnologias ao dispor e com a facilidade que existe em se divulgar uma informação, nenhuma das associações estudadas tem um instrumento com tanta qualidade a nível de conteúdo noticioso.

Para transmitir uma informação, as associações da Grande Lisboa utilizam em primeiro lugar, os meios orais como o “boca a boca” e o telefone. De seguida o *site*, as redes sociais, os panfletos e os cartazes. De acordo com a maioria dos dirigentes associativos, a comunidade cabo-verdiana encontra-se ainda muito ligada aos meios orais, sendo este um instrumento que surte efeito junto de grande parte deste grupo de imigrantes, que ainda está pouco sensibilizado em procurar informações sobre a sua comunidade.

Quanto aos órgãos de comunicação feitos por e para os cabo-verdianos encontrámos apenas dois - o programa de rádio *Cabo Verde no Horizonte* e a revista *Nos Terra*. O programa de rádio foi criado em 2006, pela Federação das Organizações Cabo-Verdianas, sendo financiado pelo ACIDI. Este programa funciona duas horas por dia, das 19h às 21h, tendo como fontes de informação jornais portugueses, cabo-verdianos e a própria comunidade. Em relação à revista, esta foi fundada em 2012. Embora seja propriedade privada, não a podemos separar do associativismo, uma vez que o seu director é o mesmo que o do programa de rádio, sendo uma figura presente em várias actividades associativas que decorrem no país. Este *magazine* é financiado pelas assinaturas, venda avulsa, anúncios e financiamento próprio. As fontes de informação são as agências noticiosas portuguesas e cabo-verdianas e a própria comunidade.

Estes órgãos de comunicação sobrevivem com algumas dificuldades, entre as quais se destacam as financeiras. Ambos são irregulares e pouco utilizados pelos dirigentes associativos para divulgar uma informação e raramente são (re) conhecidos pela própria comunidade como um meio de informação/ comunicação.

Torna-se importante referir que os instrumentos de informação e comunicação utilizados pelas associações procuram realizar um jornalismo de proximidade, por manterem uma ligação directa com a comunidade e com a região onde ela reside. Esta proximidade reflecte-se nos temas dos conteúdos noticiosos que são divulgados, sendo a comunidade a personagem principal das narrativas criadas e, ao mesmo tempo, a fonte de informação e o receptor dessas mesmas mensagens.

As funções dos meios de comunicação e de informação utilizados pelos dirigentes associativos encontram-se intimamente ligadas ao tipo de actividade que realizam. Daí que grande parte tenha referido que o principal objectivo dos seus meios é promover eventos, divulgar a cultura de Cabo Verde e promover a inserção do imigrante, bem como servir de ponte entre o país de acolhimento e o país de origem.

Por sua vez, na oralidade, as línguas que são mais usadas nos meios de comunicação e de informação são o português. Já na escrita nota-se o predomínio da língua portuguesa. Este facto justifica-se, por um lado, por ainda ser pouco divulgado o alfabeto unificado da escrita do cabo-verdiano e por outro por o português ser utilizado em situações de maior formalidade.

Estes meios sobrevivem, na sua maioria, através de financiamento próprio, sendo a sua área de abrangência nacional e internacional. Através do “passa palavra” e do telefone as informações divulgadas pelas associações chegam a um maior número de pessoas. Já as redes sociais permitem que as informações saiam do local alcançando uma dimensão a nível internacional.

De modo a promover a inserção do imigrante no país de acolhimento, os dirigentes, procuram informar sobre a legalização, o recenseamento e o realojamento, sendo igualmente estas as áreas onde pensam que mais já contribuíram para a socialização do imigrante.

As maiores dificuldades das associações no que diz respeito aos meios de comunicação e de informação são a nível financeiro, uma vez que não conseguem ter ao seu dispor diferentes meios que possam atingir os vários estratos sociais da comunidade.

O próximo desafio dos responsáveis associativos é criar um jornal comunitário e conquistar mais tempo de antena num canal televisivo, com o objectivo de fazer chegar as suas mensagens de uma forma mais célere e eficaz, à comunidade cabo-verdiana.

Respondendo concretamente à pergunta de partida que consiste em averiguar se os meios utilizados pelas associações contribuem ou não para a inserção do imigrante, a hipótese por nós avançada é a de que poderiam contribuir nada, pouco, algo ou muito. Dos duzentos inquiridos cerca de metade (45,2%) assinalou que esses meios são muito importantes para a socialização da comunidade, visto que a informação divulgada procura responder às necessidades do imigrante (como questões laborais, saúde e habitação). Contudo, quando questionados a nível pessoal se os meios de comunicação das associações contribuíram para a sua adaptação na sociedade de acolhimento, a maioria indicou que não contribuiu. Esta situação poderá ser justificada pelo facto de mais de metade dos inquiridos já ter nacionalidade portuguesa e por, provavelmente no processo de inserção no país de destino terem tido o apoio de familiares e de amigos. Outra possível justificação prende-se com as condições em que saíram da sua terra natal e da época em que emigraram para Portugal. Os cabo-verdianos que vieram com contratos de trabalho ou com visto de estudante dificilmente estiveram ilegais, estando inseridos a nível escolar ou laboral. Por sua vez, quem emigrou antes da década de 80 é pouco provável que tenha tido o apoio das associações, que só proliferaram neste período. Nesta altura surgiram organizações com diferente cariz, que procuravam dar resposta às necessidades locais.

Neste sentido, os dirigentes associativos sentem que colaboraram para a inserção do imigrante ao criarem espaços de partilha, darem apoio no tratamento da documentação e ao aproximarem o imigrante da comunidade cabo-verdiana na diáspora.

É de referir que os inquiridos revelaram-se satisfeitos com o desempenho dos meios (de comunicação/informação) das associações cabo-verdianas face aos itens avaliados. Isto porque consideram que estes meios são muito importantes para: manter a ligação com Cabo Verde, criar espaços de partilha dentro da comunidade, conhecer os seus direitos e deveres e como instrumentos de informação e de divulgação etc. De acordo com a nossa amostra as associações têm feito um trabalho muito positivo em prol da comunidade, mas falta maior divulgação de informação sobre os direitos e dos deveres dos imigrantes e sobre questões de legalização e emprego. Para que possam difundir melhor estas informações a televisão, através de mais tempo e antena, e as

rádios comunitárias são tidas como os órgãos mais eficazes, com efeitos multiplicadores na sociedade.

Para melhor difundir estas informações a população inquirida considera que os órgãos de comunicação que as associações deveriam utilizar é a televisão, através de mais tempo de antena em determinados programas e uma rádio (comunitária).

Dos duzentos inquiridos que participaram neste estudo a maioria tem formação superior (37%) e 32% tem o ensino secundário. Contudo, sabemos que esta não é a realidade comum da população cabo-verdiana residente em Portugal. Segundo os censos de 2012, 66% da população em causa tem um nível de ensino inferior ao básico 3º ciclo. Todavia, este facto permite-nos reflectir sobre o tipo de pessoas que mais frequentam as actividades promovidas pelas associações, uma vez que os questionários foram aplicados durante essas mesmas actividades. Neste caso, podemos eventualmente afirmar que são as pessoas com nacionalidade portuguesa (40%) ou dupla nacionalidade (portuguesa e cabo-verdiana) (26%) e com um nível de habilitações superior ou secundário as que mais frequentam as acções realizadas pelas associações ou as que mais facilmente recebem e descodificam as mensagens por elas divulgadas. Neste sentido, quando questionados sobre se conhecem algum meio de informação utilizado na sua comunidade a maioria assinalou as redes sociais, o site (60%) e o telefone (54%). A opção “Outro” também apresenta uma percentagem significativa, quase metade, (47%) predominando o “boca a boca”. O *site* e as redes sociais são, por sua vez, os meios mais utilizados pelas pessoas inquiridas. Mais uma vez na opção “Outro” o “boca a boca” surge como o terceiro meio mais utilizado. É de se referir que, de forma informal foi-nos dito que a RTP e a RDP África são tidos como dois órgãos fundamentais para o imigrante manter o contacto com a sua terra natal, bem como na divulgação de informações que são úteis para o seu dia-a-dia. Assim sendo, podemos concluir que as redes sociais e o site são os meios mais conhecidos e utilizados pela população inquirida. Por outro lado, as *newsletters* e as cartas são os menos conhecidos e utilizados pelas próprias associações.

Já as temáticas mais procuradas pela população inquirida nos meios de comunicação e de informação das associações são as notícias de Cabo Verde e de Portugal.

Torna-se importante salientar que, a idade condiciona o meio de comunicação/informação que é mais conhecido e utilizado. A faixa etária entre os 15-44 anos conhece

e utiliza mais os meios digitais como as redes sociais e os *sites*. Os inquiridos com idade igual ou superior a 45 anos reconhecem o telefone, o *site* e a televisão.

Em relação ao sexo, este não se reflecte nem no meio conhecido, nem no meio mais utilizado. Os dados revelam que em ambos os sexos os instrumentos mais conhecidos são as redes sociais, o *site* e o telefone.

Já as habilitações reflectem-se quer no meio mais conhecido, quer no mais utilizado. Os inquiridos com o ensino básico conhecem mais os canais orais como o “boca a boca” e o telefone. Também a televisão, os cartazes e os panfletos são instrumentos reconhecidos por este grupo. Já os inquiridos com o ensino secundário, médio e superior conhecem mais as redes sociais e os *sites*.

As habilitações também influenciam o meio mais utilizado. As pessoas com o ensino secundário, médio e superior encontram-se mais familiarizadas com os meios ligados às novas tecnologias de informação (redes sociais e *sites*) e as do ensino básico aos meios orais e audiovisuais (“passa palavra”, telefone, cartazes, panfletos e televisão).

De um modo geral, podemos afirmar que uma das razões que faz com que a comunidade cabo-verdiana não tenha uma maior diversidade de meios de comunicação é a falta de união. Se as associações se unissem teriam mais verba disponível e mais mão-de-obra (qualificada) para colaborar nos meios de comunicação. Esta união levaria a que um maior número de associações utilizassem esses meios e conseqüentemente esse mesmo meio teria maior impacto junto da comunidade, tendo um efeito ambivalente. Desta forma, o órgão a ser utilizado funcionaria como um mediador entre a associação e o seu público-alvo e entre a sociedade acolhedora e os imigrantes. Outra vantagem da criação de um meio de comunicação que fosse transversal a todas as associações é a preservação da língua e da cultura dos imigrantes. Esta promoção da cultura e da língua materna favorece a que população autóctone conheça e valorize a cultura do “outro”, assim como permite que os filhos dos imigrantes convivam de perto com as suas raízes. O ter um órgão colateral permite, de igual modo, promover personagens que normalmente estão ausentes das notícias nos media generalistas. As associações e a população cabo-verdiana em geral devem neste sentido, também, procurar com mais frequência e com mais antecedência os *media* generalistas, de modo a divulgar o bom que a comunidade tem para oferecer.

Parece-nos importante sublinhar que o jornalismo de proximidade feito em parceria entre a população auctóctone e a imigrante contribui para o desenvolvimento e sobrevivência de uma região e que deve conquistar o seu lugar, aproveitando as possibilidades para se instalar em determinadas áreas geográficas, que têm fragilidades que podem ser transformadas em oportunidades (Coelho, 2005:153).

Independentemente do órgão de proximidade a ser criado pelos imigrantes seja impresso, digital ou ainda audiovisual, os seus dirigentes devem fazer um diagnóstico rigoroso para saber qual o meio que terá mais impacto junto da sua comunidade. No caso português um dos órgãos mais utilizados é televisão⁹⁰, mas consome-se poucos jornais⁹¹. Quando comparado com outros países da União Europeia, Portugal é um dos países com índices de leitura mais baixos. Contudo, a pouca adesão dos portugueses aos jornais nacionais poderá ser uma oportunidade para que a informação de proximidade imigrante se desenvolva e se torne mais competitiva, oferecendo à população em geral, o que os jornais nacionais não oferecem.

Por outro lado, torna-se fundamental incentivar o aparecimento de mais jornalismo de proximidade, sobretudo junto das comunidades imigrantes, uma vez que, tal como já referimos, em alguns distritos⁹² de Portugal a imprensa regional é mais lida que a nacional.

Outra vantagem do investimento nesta área prende-se com o facto dos *media* da comunidade imigrante enriquecerem o país anfitrião, oferecendo uma maior diversidade de meios e de artigos noticiosos, permitindo a afirmação e consolidação das comunidades.

⁹⁰ Castells aborda a questão da televisão afirmando que “o resultado líquido desta competição e concentração empresarial é que, apesar da segmentação e diversificação das audiências, a televisão comercializou-se mais do que nunca, tornando-se também mais oligopolista. O conteúdo real da maioria da programação não se diferencia muito de um canal para outro...” (apud Camponez, 2002:85).

⁹¹ “Portugal é o segundo país da Europa com mais baixa taxa de leitura e compra de jornais. Só 19% dos portugueses lê jornais diariamente e 25% uma vez por semana. 44% dos portugueses diz não ter motivação para ler jornais. No entanto, somos dos países que mais horas de televisão vê na Europa, e o quarto a ouvir rádio” (Duarte, 2005:59).

⁹² Os distritos com mais hábito de leitura de publicações regionais são: Braga, Coimbra, Leiria, Aveiro e Viana do Castelo (Fonte: Estudo AIND/IPOM, in Duarte, 2005:56). Sendo os distritos com mais títulos regionais Lisboa, Porto, Aveiro, Viseu e Braga (ibid:56).

Na verdade, o investimento nos seus próprios meios de comunicação ou a pareceria com os já existentes tornam-se uma necessidade para a população estrangeira, uma vez que “os grandes operadores chegam à conclusão de que não é possível que todos cheguem ao mesmo tempo ao mesmo público” (Camponez, 2002:77). Nesta perspectiva, Manuel Fernández Areal explica que o jornalismo de proximidade é sem dúvidas, uma “oportunidade de representar mais directamente a sociedade, tanto as minorias como as maiorias, todos os grupos ou entidades sociais que não têm acesso a outros espaços comunicacionais (apud Componez,2002:277).

Igualmente, a comunicação de proximidade deve procurar ser original, adequar os conteúdos ao destinatário, primando por um trabalho sério e verossímil, estabelecendo parcerias e envolvendo a própria população para garantir a sua sustentabilidade.

O investimento nos *media* de proximidade feitos pelas comunidades imigrantes é uma forma não só de preencher uma lacuna que existe no país de acolhimento, também uma forma de conquistar novos mercados que podem revelar-se aliciantes para os grandes grupos dos media. De acordo com o Estatuto da Imprensa Regional este tipo de informação tem um papel fundamental “para a manutenção de laços de autêntica familiaridade entre as gentes locais e as comunidades de emigrantes dispersas pelas partes mais longínquas do mundo” (Decreto –Lei nº106/88, p.1).

Vivendo na era das novas tecnologias, os órgãos de informação de proximidade devem conquistar novos canais por via da digitalização do sinal e reforçar o suporte *web*, como forma de alargar o mercado do seu produto. Isto porque quer os leitores/ouvintes, quer os anunciantes irão procurar meios com maior visibilidade (Duarte, 2005:113).

Em termos gerais, este tipo de jornalismo conduz, também, a uma maior coesão e identidade intercultural⁹³, pois Portugal, devido à imigração, é cada vez mais um país com diferentes tipos de portugueses, sendo as urbes cada vez mais diversificadas e cosmopolitas e isso deve ser representado nos meios de comunicação, especialmente nos de proximidade.

⁹³ Cfr. II Plano para a Integração dos Imigrantes, área de intervenção Cultura e Língua, medida nº12 In <http://www.acidi.gov.pt/cfn/4d346c9b80687/live/Consulte+a+vers%C3%A3o+do+Plano+2010-2013+em+portugu%C3%AAs>

Além disso, estes meios podem ser considerados catalisadores para a mudança, encorajando o diálogo entre as comunidades imigrantes e a população autóctone e a desmistificação de alguns mitos, quer no país de acolhimento, quer no estrangeiro. Em suma, a informação de proximidade feita pelos imigrantes deve ser realizada em parceria com os órgãos de comunicação já existentes, de modo a rentabilizar recursos humanos e financeiros. Este tipo de jornalismo deve também fomentar a participação cívica da população em geral e noticiar os problemas da comunidade, trilhando assim novos caminhos para a resolução e divulgação dos mesmos, fazendo com que o público e o local se revejam nas narrativas jornalísticas.

Fontes e Bibliografia

1. Legislação, imprensa e outras fontes primárias

Decreto-lei 106/88 de 31 de Março: <http://www.gmcs.pt/ficheiros/pt/decreto-lei-n-10688-de-31-de-marco.pdf> (Consult. 27 Jun.2013).

Estatuto da Imprensa Regional: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/estado-portugues-estatuto-imprensa-regional.pdf> (Consult. 02 Jul.2013).

Estatuto da Imprensa Regional- Decreto Lei nº106/88:
<http://www.bocc.ubi.pt/pag/estado-portugues-estatuto-imprensa-regional.pdf> (Cosult. 25 Jun.2013).

Lei da Imprensa: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/estado-portugues-lei-imprensa.pdf>
(Consult.12 Nov.2012).

Lei da Rádio, Lei de 87/88 de 30 de Julho, com alterações resultantes da lei nº2/97 de 18 de Janeiro: <http://bocc.ubi.pt/pag/estado-portugues-lei-radio.html> (Consult.03 Jun.2012).

Lei n.º 115/99, de 3 de Agosto Regime jurídico das associações de imigrantes:
http://www.idesporto.pt/ficheiros/file/Lei_115_1999.pdf (Consult. 11 Jul2013)

Jornal *A Semana*: <http://www.asemana.publ.cv/>

Jornal *i*: <http://www.ionline.pt/artigos/dinheiro/descida-desemprego-positiva-ainda-muito-cedo-cantar-vitoria> (Consult. 07 Nov.2013)

Jornal *Público*: <http://www.publico.pt/>

Programa de rádio *Cabo Verde no Horizonte*: www.horizonte.fm.pt

Revista *Nos Terra*, s.d., Alfredo Miranda, nº1, Outubro 2012, nº2, Abril 2013

Instituto Nacional de Estatística, *A População Estrangeira em Portugal-2011*,
Dezembro de 2012. In www.ine.pt

Serviço de Estrangeiros e Fronteiras: <http://www.sef.pt/portal/v10/PT/asp/page.aspx>

2.Bibliografia

ABREU, Diogo- *Análise de dados II Programa*. Lisboa: Centro Estudos Geográficos
Universidade de Lisboa, 2006.

ALBUQUERQUE, Rosana, FERREIRA, Lígia Évora, VIEGAS, TELMA- *O Fenómeno
Associativo em Contexto Migratório*. Oeiras: Celta, 2000.

AMARAL, Vítor- *Imprensa Regional e Políticas da Comunicação: situação geral no
quadriénio 1999-2002. Comunicação e Sociedade*. Braga: Universidade do Minho,
2005, vol. 7,p.181-194.

AREAL, Manuel Fernández- *Información y Público análisis de un caso en la prensa
canaria*. s.l.: Pontevedra, 1998.

ASSEMBLEIA MUNICIPAL DE LISBOA -*Fórum de Lisboa: Imigração e Minoria
Étnicas- Integração e Cidadania / O Princípio da Reciprocidade*. Lisboa: Câmara
Municipal de Lisboa, 2005.

BAGANHA, Maria I- *Immigration in Southern Europe*. Lisboa: Celta, 1997.

BANTON, Michael -*A ideia de raça*. Lisboa: Edições 70, 1979.

BARDIN, Laurence- *Análise de Conteúdo*. Lisboa: Edições 70 Lda, d.l. 1995.

BARREIROS, Pedro Miguel Cepeda Marques- *Associativismo e práticas culturais como veículo de integração dos imigrantes*. Porto: Universidade Fernando Pessoa, 2010. Dissertação em Serviço Social. [Consult.09 Set.2013]. Disponível na Internet: http://bdigital.ufp.pt/bitstream/10284/1678/2/DM_4031.pdf.

BRAZIEL, Jana Evans, MANNUR, Anita- *Theorizing diaspora*. United Kingdom: Blackwell Publishing, 2003.

BRETON, Roland- *As etnias*. Porto: Colecção Cultura Geral, [199?].

CÂMARA MUNICIPAL DE OEIRAS- *Imprensa Regional, Sobrevivência, Redenção ou a Última Oportunidade*. Mem Martins: CMO, 1999.

CAMPONEZ, Carlos- *Jornalismo de proximidade rituais de comunicação na imprensa regional*. Coimbra: MinervaCoimbra, 2002.

CARPENTER, Edmund, MCLUHAN- Marshall, *Revolução na Comunicação*. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1968.

CARREIRA, António- *Migrações nas ilhas de Cabo Verde*. Mem Martins: Instituto cabo-verdiano do livro, 1983.

COELHO, Pedro- *A TV de proximidade e os novos desafios do espaço público*. Lisboa: Livros Horizonte, 2005.

CORREIA, António Mendes *et al-* *Grande Enciclopédia Portuguesa e Brasileira*. Lisboa: Editorial Enciclopédia, LDA, s.d., p.791.

CORREIA, João Carlos- *Jornalismo e Espaço Público*. Covilhã: Estudos em Comunicação Universidade da Beira Interior, d.l.1998

CRATO, Nuno- *Comunicação Social A Imprensa*. Lisboa: Editorial Presença, 1992.

DIAS, Eduardo Mayone- *Falares Emigreses- uma abordagem ao seu estudo*. Maia: Instituto de Cultura e Língua Portuguesa, 1989.

CURRAN, James, SEATON, Jean- *Imprensa, rádio e televisão poder sem responsabilidade*. Lisboa: Epistemologia e Sociedade, 2001.

DUARTE, Feliciano Barreiras- *Informação de proximidade, Jornais e Rádio*. Lisboa: Âncora Editora, 2005.

ELLMORE, R. Terry- *NTC's Mass Media Dictionary*. Lincolnwood: NTC Textbook Company, 1991.

ESCUADERO, Manuel Chaparro- *Rádio Pública Local*. Andalucía: Fragua Editorial, 1998.

ÉTIENNE, Jean, BLOESS, Françoise, NORECK, Jean-Pierre, ROUX, Jean-Pierre- *Dicionário de Sociologia. As noções os mecanismos e os autores*. Lisboa: Plátano Edições Técnicas, 1998.

FAUSTINO, Paulo (org.) -*Ética e responsabilidade social dos media*. Lisboa: Media XXI, 2007.

FAUSTINO, Paulo- *A imprensa em Portugal. Transformações e tendências*. Lisboa: Media XXI, 2004.

CUNHA, Isabel *et al-* *Media, Imigração e Minorias Étnicas II*. Lisboa: ACIDI, 2006

FERIN, Isabel *et al-* *Media, Imigração e Minorias Étnicas*, 2005-2006. Lisboa: ACIDI, 2008.

FERNANDES, José- *O associativismo de pais no limiar da virtualidade?*. Lisboa: Ministério da Educação, 2003.

FIDALGO, Joaquim- *O lugar da ética e da auto-regulação na identidade profissional dos jornalistas*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian Fundação para a Ciência e a Tecnologia, 2009.

FIGUEIREDO, Cândido- *Dicionário da Língua Portuguesa*. 23ª edição. Venda Nova: Bertrand, 1986, Volume II, p. 114.

FONSECA, Maria Lucinda *et al*- *Reunificação familiar e imigração em Portugal*. Lisboa: ACIDI, 2005

FORTE, Sérgio Henrique Arruda Cavalcante- *Manual da elaboração de tese, dissertação e monografia*. Fortaleza: Fundação Edson Queiroz, Universidade de Fortaleza, 2004.

FRANÇA, Luís (coord.)- *A comunidade cabo-verdiana em Portugal*. Estarreja: Instituto de Estudos para o Desenvolvimento, 1992.

GEORGE, Pierre- *As migrações internacionais*. Lisboa: Publicações Dom Quixote, 1977.

GIDDENS, Anthony- *Sociologia*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2004.

GÓIS, Pedro- *Emigração cabo-verdiana para (e na) Europa e a sua inserção em mercados de trabalho locais: Lisboa, Milão, Roterdão*. Lisboa: ACIDI, 2008

GOMES, Isabel B. (coord.)- *Estudo de Caracterização da Comunidade Caboverdeana Residente em Portugal*. Lisboa: Embaixada de Cabo Verde, 1998.

GRASSI, Marzia, ÉVORA, Iolanda (org.)- *Género e Migrações Cabo-Verdianas*. Lisboa: ICS, 2007.

GUERREIRO, Carina Castanheira - *O universo associativo no concelho de Loulé. Formas de interação entre a Câmara Municipal e as suas Associações: estudo de caso*.

Faro: Universidade do Algarve, Faculdade de Economia, 2011. Dissertação em Administração e Desenvolvimento Regional.[Consult.19 Jul.2013]. Disponível na Internet:<https://sapientia.ualg.pt/bitstream/10400.1/1676/1/o%20universo%20associativ%20do%20concelho%20de%20loul%C3%A9%20-%20carina%20guerrei.pdf>

GUÉRY, Louis, *La press Régionale et locale*, Paris, Presse et formation, 1992.

HALLIN, Daniel C., MANCINI, Paolo- *Sistemas de Media: Estudo Comparativo. Três modelos de comunicação e política*. Lisboa: Livros Horizonte, 2010

HANSOTTE, Majo- *As inteligências cidadãs. Como se adquire e inventa a palavra colectiva*. Lisboa: Instituto Piaget, 2008.

HORTA, Ana Paula Beja, *Associativismo Imigrante*, Lisboa, Observatório da Imigração, ACIDI I.P., 2010.

ILHARCO, Fernando- *Filosofia da informação. Uma introdução à informação como fundação da acção, da comunicação e da decisão*. Lisboa: Universidade Católica Editora, 2003.

(Informação)- In *Enciclopédia Luso-Brasileira de Cultura*. Lisboa: Verbo, d.l. 1987, vol.10º, p. 1439-1443.

(Informação)- In *Enciclopédia Einaudi*. s.l.: Imprensa Nacional – Casa da Moeda, 2000, vol. 34, p.11-77.

(Informar e Informação) -In *Grande Enciclopédia Portuguesa e Brasileira*. Lisboa: Editorial Enciclopédia, Limitada, s.d., vol. XIII, p. 790-791.

KOVACH, Bill, ROSENSTIEL, Tom- *Os elementos do jornalismo. O que os profissionais do jornalismo devem saber e o público deve exigir*. Porto: Porto Editora, 2004.

MACHADO, Fernando Luís- *Contrastes e continuidades. Migrações, etnicidade e integração dos guineenses em Portugal*. Oeiras: Celta Editora, 2002.

MACQUEEN, Norrie -*A descolonização da África portuguesa*. Mem Martins: Editorial Inquérito Lda, 1997.

MAICAS, M. Parés- *Introducción a la comunicación social*. Barcelona: ESRP-PPU, 1992.

MARGARIDO, Alfredo- *A lusofonia e os Lusófonos. Novos Mitos Portugueses*. Lisboa: Edições Universitárias Lusófonas, 2000.

MARTINS, Amarilis Barbosa- *Relações entre Portugal e Cabo Verde antes e depois da independência*. Lisboa: Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, 2009. Dissertação de mestrado em Espaço Lusófono: Lusofonia e Relações Internacionais.

MARTINS, Carla, GONÇALVES, Telmo (coord.) -*A imprensa local e regional em Portugal*. Lisboa: Entidade Reguladora para a Comunicação Social, 2010.

MATA, Maria José- *A autocrítica no jornalismo*. Coimbra: MinervaCoimbra, 2002.

MATHIEN, Michel- *La presse quotidienne Régionale*. Paris: Presses Universitaires de France, 1983.

MCLUHAN, Marshall -*A galáxia de Gutenberg*. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1977.

MEISTER, Albert- *Vers une sociologie des associations*. Paris: Editions Ouvrières, 1972.

MENESES, João Paulo-*Tudo o que se passa na TSF...Para um “livro de estilo”*. Porto: Edição Jornal de Notícias, 2003.

MESQUITA, Mário- *O jornalismo em análise. A coluna do provedor dos leitores*. Coimbra: MinervaCoimbra, 1998.

MESQUITA, Mário- *O quarto equívoco. O poder dos media na sociedade contemporânea*. Coimbra: MinervaCoimbra, 2003.

MICHAELIS- *Moderno Dicionário da Língua Portuguesa*. São Paulo: Companhia de Melhoramentos, 1998, pp.1154.

MONTEIRO, Alcides A.- *Associativismo e novos laços sociais*. Coimbra: Quarteto, 2004

MONTEIRO, Paulo Filipe, *Emigração o eterno mito do retorno*, Oeiras, Celta Editora Lda, 1994.

PEREIRA, Daniel -*Estudos da história de Cabo Verde*. Lisboa: Instituto cabo-verdiano do livro, 1986.

PEREIRA, Sónia-*Trabalhadores de origem africana em Portugal. Impacto das novas vagas de imigração*. Lisboa: Edições Colibri, 2010.

PEIXOTO, João, IORIO, Juliana -*Crise, Imigração e mercado de trabalho em Portugal: retorno, regulação ou resistência?*. Cascais: Príncípia, 2011.

PINTO, António Costa -*O fim do império português*. Lisboa: Livros Horizonte, 2001.

PINTO, Manuel (coord.)- *A comunicação e os media em Portugal (1995-1999) cronologia e leituras de tendência*. Braga: Coleção Comunicação e Sociedade, 2000.

PONTE, Cristina- *Leituras das notícias, Contributos para uma análise do discurso jornalístico*. Lisboa: Livros Horizonte, 2004.

PORTES, Alejandro -*Estudos sobre as migrações contemporâneas. Transnacionalismo e a segunda geração*. s.l.: Fim de século, 2006.

QUIVY, Raymond, CAMPENHOUDT, LucVan- *Manual de investigação em ciências sociais*. Lisboa: Gradiva, 2003.

RAIMUNDO, Orlando- *A linguagem dos jornalistas*. Lisboa: Acontecimento, [199?].

REX, John- *Raça e Etnia*. Lisboa: Editorial Estampa, 1987.

RODRIGUES, Benjamin Silva- *Constituição da República Portuguesa*. s.l.: Rei dos Livros, 2011.

SALIM, Isabela Câmara- *Os meios de comunicação étnicos em Portugal. Dinâmica organizacional dos media das comunidades de imigrantes*. Lisboa: ACIDI, 2008.

SANTANA, Maria José Teixeira- *As rádios locais no norte de Portugal e na Galiza. Dificuldades e desafios em ambos os lados da fronteira*. Coimbra: Universidade de Coimbra, 2009. Dissertação em Comunicação e Jornalismo [Consult.01 Set.2013]. Disponível na Internet: https://estudogeral.sib.uc.pt/bitstream/10316/13489/1/Tese_mestrado_M%C2%AA%20Jos%C3%A9%20Santana.pdf

SANTOS, Sofia- *Imprensa Regional, Temas, Problemas e Estratégias da Informação Local*. Lisboa: Livros Horizonte, 2007.

SEMEDO, Manuel Brito- *A construção da identidade nacional, análise da imprensa entre 1877 e 1975*. Praia: Instituto da Biblioteca Nacional e do livro, 2006.

SERRANO, Estrela- *As Presidências Abertas de Mário Soares*. Coimbra: MinervaCoimbra, 2002.

SERRÃO, Joel- *Dicionário de História de Portugal*. Porto: Livraria Figueirinhas, 1989.

SILVA, Armando Malheiro, RIBEIRO, Fernanda- *Das “ciências” documentais à ciência da informação. Ensaio epistemológico para um novo modelo curricular*. Porto: Edições Afrontamento, 2002.

SHANNON & WEAVER- *A Mathematical Theory of Communication*. 10ª Edição, USA: The University of Illinois Press: Urbana, 1964.

SORLIN, Pierre- *Mass Media*. Oeiras: Celta Editora, 1997.

SHOEMAKER, Pamela J., REESE, Stephen D.-*Mediating the message theories of influences on mass media content*. USA: Longman Publishers USA, 1996.

STEVENSON, Nick- *Understanding media cultures. Social theory and mass communication*. London: Sage Publications, 1995.

TRAQUINA, Nelson- *O que é jornalismo?*. s.l.: Quimera, 2002.

TRAQUINA, Nelson *et al-* *A problemática da Sida como notícia*. Lisboa: Livros Horizonte, 2007.

SUBTIL, Filipa- *Compreender os media. As extensões de Marshall Mcluhan*. Coimbra: MinervaCoimbra, 2006.

VAN DIJK, Teun A.- *La noticia como discurso comprensión, estructura y producción de la información*. Barcelona: Ediciones Paidós, 1996.

VIEIRA, João Ricardo de Carvalho-*O jornalismo de proximidade na era digital: análise funcional da edição online do Jornal da Mealhada*. Porto: Universidade Fernando Pessoa, 2009. Dissertação em Ciências da Comunicação. [Consult.09 Jul.2013]. Disponível na Internet: <http://bdigital.ufp.pt/bitstream/10284/1080/2/JOAOVIEIRA.pdf>

WATSON, James, HILL, Anne- *A Dictionary Communication and Media Studies*. London: Arnold, 1997.

WOLTON, Dominique- *Pensar a comunicação*. Miraflores: DIFEL, 1999.

2.1. Artigos

ACIDI, *et al*,- II Plano para a Integração dos Imigrantes. 2010-2013, [Em linha].[2010], [Consult.08 Jul.2013]. Disponível na Internet: <http://www.acidi.gov.pt/cfn/4d346c9b80687/live/Consulte+a+vers%C3%A3o+do+Plano+2010-2013+em+portugu%C3%AAs>.

AMARAL, Vítor- *A proximidade de uma imprensa regional à ideia de cidadania activa*. In CORREIA, João Carlos- *Jornalismo de proximidade: limites, desafios e oportunidades*. Covilhã: Labcom Books, 2012.

ATAÍDE, João, DIAS, Pedro (coord.), *Relatório de Imigração Fronteiras e Asilo*, Oeiras, Serviço de Estrangeiros e Fronteiras . [Em linha].[2011], [Consult.14 de Fev.2013]. Disponível na Internet : http://sefstat.sef.pt/Docs/Rifa_2011.pdf .

AZEVEDO, Ana Paula- As rádios locais no pós 25 de Abril. Revista do Obercom da Comunicação nº4. Novembro de 2001, [Em linha]. [Novembro 2010], [Consult. a 24 de Out.2013]. Disponível na Internet: <http://www.obercom.pt/content/82.cp3>

BATALHA, Luís- *Cabo-Verdianos em Portugal: 'Comunidade' e Identidade*. In GÓIS, Pedro (Coord.)- *Comunidade(s) cabo-verdiana(s): As múltiplas faces da imigração cabo-verdiana*. Lisboa: ACIDI, I.P., 2008.

BONIXE, Luís- As rádios em Portugal – da génese do movimento à legalização. Estudos em Jornalismo e Mídia. vol.9, nº2,[Em linha]. [2012], [Consult.26 Fev.2005] <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/viewFile/19846924.2012v9n2p313/23348>.

CAPUCHA, Luís -Associativismo e modos de vida num bairro de habitação social. *Sociologia – Problemas e Práticas*, nº8.[Em linha]. [1990], p. 29-41. [Consult. 16 Jul.2013]. Disponível na Internet: <https://repositorio.iscte.pt/bitstream/10071/1031/1/2.pdf>

CAPURRO, Rafael, HJORLAND, Birger- *O conceito de informação*. In *Perspectivas em Ciência da Informação*, 2007,v.12, nº1, p.148-207.

CARDOSO, Ana Josefa- *O crioulo e a sua escrita num percurso de afirmação*. In ALMADA (coord.) *Ano Mágico de 2006- Olhares retrospectivos sobre a história e a cultura cabo-verdianas*. Lisboa: Instituto da Biblioteca Nacional e do livro, 2008.

CÁRITA, Cristina, ROSENDO, Vasco Nuno- *Associativismo cabo-verdiano em Portugal- estudo de caso da Associação Cabo-Verdiana de Lisboa*. *Sociologia e Práticas*, nº13, 1993, pp.135-152.

CARREIRO, Maria João- *Dinâmicas transnacionais protagonizadas por Associações de Migrantes Guineenses em Portugal*. CIES e-Working Paper nº26/2007. [Em linha].[2007],[Consult.09 Nov.2012]. Disponível na Internet: http://www.cies.iscte.pt/documents/CIES-WP_carreiro.pdf.

CASTELLS, Manuel -*Communication, Power and Counter-Power in Network Society*. *International Journal of Communication*.[Em linha]. [2007], [Consult.02 Fev.2013]. Disponível na Internet: <http://www.caffeeuropa.it/socinrete/castells.pdf>.

CORDEIRO, Paula -*A rádio em Portugal: um pouco de história e perspectivas de evolução*. *Biblioteca on-line de Ciências da Comunicação*. [Em linha]. [2003], [Consult.01 Set.2013]. Disponível na Internet: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/cordeiro-paula-radio-portugal.pdf> (acesso a 01/09/2013).

CORREIA, Pedro Pezarat- *A descolonização*. In *Portugal 20 anos de democracia*. Lisboa: Círculo de Leitores, 1994. pp. 40-73.

DUDZIAK, Elisabeth Adriana -*Information literacy: princípios, filosofia e prática*. In *CI. Inf.*, Brasília: 2003, v.32, p.23-25.

FAUSTINO, Paulo- *Que fazer com a imprensa regional da Área Metropolitana de Lisboa?*. In Câmara Municipal de Oeiras – *A Imprensa Regional. Sobrevivência, Redenção ou a Última Oportunidade?*. Oeiras: CMO, 1999, p.217-259.

FERREIRA, Lúcia Évora- *O direito ao sucesso: jovens cabo-verdianos no contexto educativo português*. In GÓIS, Pedro (coord.)- *Comunidade(s) cabo-verdiana(s): As múltiplas faces da imigração cabo-verdiana*. Lisboa: ACIDI, I.P., 2008.

GARITAONANDÍA, Carmelo, SPÁ, Miquel Moragas- *Televisions in the regions and the european áudio-visual space*. In GARITAONANDÍA, Carmelo, SPÁ, Miquel Moragas- *Descentralization in the Global Era – Televisions, in the regions, Nationalities and Small Countries of the European Union*. London, ed. John Libby, 1995.

GÓIS, Pedro - *Entre janus e hydra de lerna: As múltiplas faces dos cabo-verdianos em Portugal*. In GÓIS, Pedro (Coord.)- *Comunidade(s) cabo-verdiana(s): As múltiplas faces da imigração cabo-verdiana*. Lisboa: ACIDI, I.P., 2008.

GÓIS, Pedro - *Práticas Transnacionais dos Imigrantes Cabo-Verdianos em Portugal*. In GÓIS, Pedro (Coord.)- *Comunidade(s) cabo-verdiana(s): As múltiplas faces da imigração cabo-verdiana*. Lisboa: ACIDI, I.P., 2008.

HORTA, Ana Paula Beja, MALHEIROS, Jorge -*Os Cabo-verdianos em Portugal: Processo de consolidação, estratégias individuais e acção colectiva. Estratégia- Revista do Instituto de Estudos Estratégicos e Internacionais*. [Em linha]. [2004], n°20:83-103[Consult.04 Nov.2012]. Disponível na Internet:

http://ieei.pt/files/cabo_verdianos_em_Portugal_Ana_Paula_Horta_e_Jorge_Malheiros.pdf.

MACHADO, Alberto Rui- *O associativismo cabo-verdiano em Portugal- da Casa de Cabo Verde aos tempos de hoje*. In HORTA, Ana Paula Beja, (coord.)- *Associativismo Imigrante*. Lisboa: ACIDI, IP., 2010.

MACHADO, Fernando Luís, ABRANCHES, Maria- Caminhos Limitados de Integração Social- Trajectórias socioprofissionais de cabo-verdianos e hindus em Portugal. *Sociologia, Problemas e Práticas*. [Em linha]. [2005], nº48, pp.69-91. [Consult.23 Jul.2013]. Disponível na Internet: <http://www.scielo.gpeari.mctes.pt/pdf/spp/n48/n48a06.pdf>

MACHADO, Fernando Luís, MATIAS, Ana Raquel- Jovens descendentes de imigrantes nas sociedades de acolhimento: linhas de identificação sociológica. CIES-ISCTE, (CIES e Working Paper nº13) [Em linha]. [2006], [Consult.23 Jul.2013]. Disponível na Internet: <http://www.cies.iscte.pt/documents/CIES-WP13.pdf>

MARINHO, Sandra- *Um percurso da rádio em Portugal*. In PINTO, Manuel (coord.)- *A comunicação e os media em Portugal (1995-1999) cronologia e leituras de tendências*. Braga: Coleção Comunicação e Sociedade, 2000.

MENDES, Paulo- *A comunidade cabo-verdiana nos Açores*. In GÓIS, Pedro (Coord.)- *Comunidade(s) cabo-verdiana(s): As múltiplas faces da imigração cabo-verdiana*. Lisboa: ACIDI, I.P., 2008.

MESQUITA, Mário- *Os meios de comunicação social*. In REIS, António (coord.)- *Portugal 20 anos de democracia*. s.l.: Círculo de Leitores, 1994.

PAULA, Patrícia Mota- *Comunicação para o desenvolvimento: Novo paradigma de intervenção comunitária. Rádios comunitárias da Guiné-Bissau e de Moçambique*. CIES e-Working Paper nº 133/2012 [Em linha]. [2012], p. 1-27. [Consult.25 Nov.2005] Disponível na Internet: <http://www.cies.iscte.pt/wp.jsp>.

SALGUEIRO, Teresa Barata- *Bairros clandestinos na periferia de Lisboa*. Centro de Estudos Geográficos, CEG/INIC, série Estudos de Geografia Urbana. [Em linha].

[1974], [Consult.24 Jul.2013]. Disponível na Internet: http://www.ceg.ul.pt/finisterra/numeros/1977-23/23_02.pdf.

VIEGAS, José Manuel Leite- Implicações democráticas das associações voluntárias- o caso português numa perspectiva comparativa europeia. Sociologia- Problemas e Práticas. n°46,[Em linha]. [2004], p.33-50.[Consult.23 Out.2013]. Disponível na Internet: <http://www.scielo.oces.mctes.pt/pdf/spp/n46/n46a02.pdf>

VILAÇA, Helena- Associativismo urbano e participação na cidade. Revista da Faculdade de Letras do Porto, Sociologia.[Em linha]. [1991], p.175-185. [Consult.16 Jul.2013]. Disponível na Internet: <http://ler.letras.up.pt/uploads/ficheiros/artigo3081.pdf>

2.3. Sitegrafia

Alto Comissariado para a Imigração e Diálogo Intercultural: <http://www.acidi.gov.pt>

Associação Mundial de Radiodifusores Comunitários: <http://www.amarc.org>

Associação CaboVerdeana de Lisboa: <http://www.acaboverdeana.org/>

Associação Mundial de Radiodifusores Comunitários: www.amarc.org

Bareme Imprensa (2010): <http://www.marktest.com/wap/a/n/id~1574.aspx> (Consult. 02 Jul.2013).

Comunidade de Países de Língua Portuguesa: <http://www.cplp.org/>

Convenção Europeia dos Direitos do Homem (Artigo 10º) :

http://www.cidadevirtual.pt/cpr/asilo1/cesdh.html#artigo_10 (Consult. 09 Jul.2013).

Dicionário Priberam: <http://www.priberam.pt/dlpo/>

Embaixada de Cabo Verde em Portugal: <http://www.embcv.pt/>

Federação das Organizações Cabo-Verdianas em Portugal:

<http://www.federacaoev.org/actas.php>

“Manifesto Europeu para apoiar e sublinhar e sublinhar a importância dos Media de Comunidades Minoritária”:

http://br.groups.yahoo.com/group/dialogos_lusofonos/message/1102 (Consult. 09 Jul.2013).

Ministério das Comunidades de Cabo Verde: <http://www.mdc.gov.cv/>

População estrangeira residente em Portugal (2012): <http://sefstat.sef.pt/distritos.aspx>

Publicações CIES e-working Papers: <http://www.cies.iscte.pt/wp.jsp>

Rádio Televisão de Cabo Verde: <http://www.rtc.cv/rcvdirecto/>

RDP África: <http://www.rtp.pt/popups/rdp-africa>

RTP: <http://www.rtp.pt/homepage/>

RTP África: <http://www.rtp.pt/rtpafrica/?headline=19&visual=6>

Anexos

Anexo 1

Boletim Informativo da Câmara Municipal do Seixal



Associação Cabo-Verdiana do Seixal promove a integr

Inauguração do Gab de Apoio à Comunid

A COMUNIDADE cabo-
-verdiana no Seixal é a segunda
maior do país, daí que não seja de
estranhar a existência de uma as-
sociação que no seus 19 anos de

seus parceiros, câmara municipal
e ACIDL. Entre eles destacam-se a
Casa do Cidadão, um serviço que
«evita muitos constrangimentos já
que temos tudo à porta de casa. E

Exemplo de determinação

«Para nós é muito importante a
integração da comunidade cabo-
-verdiana que aqui reside e tra-

Anexo 3

Questionário dirigido aos líderes associativos



ESCOLA SUPERIOR
DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

Mestrado em Jornalismo

Questionário

O presente questionário insere-se numa investigação no âmbito do curso de mestrado em Jornalismo e tem por objectivo assimilar a opinião dos **líderes associativos**, nomeadamente no que diz respeito ao papel dos meios de comunicação por eles utilizados para comunicar com a comunidade cabo-verdiana.

Nº do questionário _____

Data da realização ____/____/____

Local da realização: _____

Nome da associação: _____

Data da fundação da associação: ____/____/____ Concelho: _____

Objectivo geral: _____

Nº de sócios: _____ Sexo: Masc. Fem. Profissão: _____

Representante associativo: _____ Idade: 0-19 20-39 40-59 ≥ 60

Responsável pelo meio de comunicação:

Género: Masc. Fem. Idade: 0-19 20-39 40-59 ≥ 60

Habilitações literárias: Básico Secundário Médio Superior

1- Que tipos de meios são utilizados para divulgar uma informação?

Jornal Revista Boletim Site Internet Redes Sociais

Rádio Telefone Televisão Boca a boca Outro Qual?_____

2- Quais as funções/ objectivos desses meios de comunicação?

Manter o imigrante informado

Divulgar a cultura de Cabo Verde

Promover a integração dos imigrantes

Entretenimento

Facultar informações sobre os direitos e deveres

Promover eventos

Aproximar o imigrante da sua comunidade

Informar sobre a legislação

Servir de ponte entre o país de acolhimento e o país de origem

Dar voz à comunidade cabo-verdiana

3- Língua que é escrita/ falada no meio de comunicação:

Português Crioulo Ambas Outra Qual?_____

4- Formas de financiamento

Assinatura Venda avulsa Anúncio Patrocínio Parcerias

Financiamento próprio

Outra Qual?_____

5- Quais as fontes de informação?

Embaixada de CV CM Comunidade Outras associações Outra

Qual? _____

6- Edição:

Própria Contratada Outra Qual? _____

7- Área de abrangência

Local Regional Nacional Internacional

8- Que tipo de género jornalístico é publicado ou emitido?

Notícia Entrevista Reportagem

Artigos de Opinião Crónicas Outra Qual? _____

8.1- Quantas pessoas colaboram no meio de comunicação?

____ Remunerado ____ Voluntário ____ Parceria ____ Outro Qual? _____

8.2- Que assuntos são tratados nesses meios de comunicação?

Notícias sobre a comunidade

Notícias sobre Portugal

Notícias sobre Cabo Verde

Informações úteis ao imigrante

Desporto

Cultura

Emprego

Saúde

Legislação Outra

Qual? _____

9- Como é que utilizam os meios de comunicação para promover a inserção da comunidade cabo-verdiana em Portugal?

9.1- Que os resultados que já obtiveram?

10- Quais as maiores dificuldades?

11- Quais os próximos desafios a nível da inserção?

12- Na sua opinião, qual o meio de comunicação que teria mais impacto junto da comunidade?

Obrigada pela sua atenção!

Anexo 3.1

Questionário dirigido à comunidade cabo-verdiana na AML



Mestrado em Jornalismo

Questionário

O presente questionário insere-se numa investigação no âmbito do curso de mestrado em Jornalismo e tem por objectivo assimilar a opinião da **comunidade cabo-verdiana**, nomeadamente no que diz respeito ao papel dos meios de comunicação na sua inserção no país de acolhimento.

Nº do questionário _____

Data da realização ____/____/____

Local da realização: Amadora Lisboa Setúbal Outro

Sexo: F M Idade: 0-14 15-29 30-44 45-59 ≥ 60

Habilitações literárias: Básico Secundário Médio Superior

Qual a sua nacionalidade? Cabo- Verdiana Portuguesa As duas

1-Conhece algum meio de informação utilizado na sua comunidade?

Redes Sociais Boletins Revistas Cartas Newsletter Telefone

Sítio Internet Rádio Televisão Jornais Outro Qual? _____

1.1- Qual o meio que mais utiliza?

Redes Sociais Boletins Revistas Cartas Newsletter Telefone

Sítio Internet Rádio Televisão Jornais Outro Qual? _____

1.2- Quais as áreas que mais consulta?

Notícias de Cabo Verde Notícias de Portugal Política Cultura

Desporto Saúde Emprego Legislação Outra Qual? _____

2- Em que medida pensa que estes meios de comunicação são importantes para:

	Importância			
	Nada	Pouco	Algo	Muito
Manter a ligação com Cabo Verde				
Promover a inserção em Portugal				
Criar espaços de partilha dentro da comunidade				
Conhecer os direitos e deveres				
Como instrumentos de informação e de comunicação				
O país anfitrião ficar mais informado sobre a imigração				
A interação entre os cabo-verdianos e a sociedade acolhedora				
Participar no país de acolhimento				
Como forma de entretenimento				
Dar voz à comunidade cabo-verdiana				
Unir, juntar as pessoas				
Outra				

3- Em que medida é que se sente representado pelos meios de comunicação:

	Nada	Pouco	Algo	Muito
Enquanto emigrante				
Enquanto cabo-verdiano				
Enquanto grupo minoritário				

4- De que modo pensa que estes meios de comunicação contribuíram para sua inserção?

5- Pensa que esses meios de comunicação podem fazer mais no que diz respeito à inserção dos cabo-verdianos?

6- Na sua opinião, qual o meio de comunicação que terá mais impacto junto da comunidade cabo-verdiana?

Observações: _____

Obrigada pela atenção!

Anexo 4

Guião de entrevista

Director do programa de rádio *Cabo Verde no Horizonte*

- 1- Como surgiu a ideia de se criar um programa de rádio?
- 2- Quem são os proprietários da rádio?
- 3- Qual o vosso principal objectivo?
- 4- Quem é o vosso público-alvo?
- 5- Qual a vossa forma de financiamento?
- 6- Qual a vossa área de abrangência?
- 7- A rádio tem parte comercial?
- 8- Qual a vossa linha editorial?
- 8- Diga-nos alguns dos vossos programas.
- 10- As pessoas ligam para a rádio?
- 11- A rádio promove algum tipo de anúncio?
- 12- Pensa que a rádio contribui para a inserção da comunidade cabo-verdiana em Portugal?
- 13- Quais as maiores dificuldades da rádio em promover a inserção dos cabo-verdianos no país de acolhimento?
- 14- Qual o próximo desafio?

Director da revista *Nos Terra*

- 1- Como surgiu a ideia de se criar a revista *Nos Terra*?
- 2- A revista é propriedade privada?
- 3- Qual o principal objectivo da revista?
- 4- Qual a vossa forma de financiamento?
- 5- Qual a vossa área de abrangência?
- 5.1- A curto prazo pensam alargá-la?
- 6- Qual a vossa linha editorial?
- 7- Publicam anúncios de empresas de imigrantes?
- 8- Neste momento, qual é a vossa maior dificuldade?
- 9- Sente que a revista irá ajudar a promover a inserção do cabo-verdiano?
- 10- Qual o próximo desafio?

Director da RDP África

Responsável pela área da programação da RTP África

- 1-Em que data foi criada a RTP/RDP África?
- 2-Qual o motivo da sua criação?
- 3- Quem é o vosso público-alvo?
- 4-Que tipos de programas são emitidos?
- 5- Quais os principais temas tratados?
- 6-Para além do português é utilizada outra língua nos vossos programas?
- 7-Quem são as vossas fontes?
- 8-Qual a vossa área de abrangência?
- 9-Qual o critério utilizado na cobertura dos eventos?
- 10- Pensam que contribuem para a socialização do imigrante na sociedade de acolhimento?
- 11- Quais os próximos desafios?

Anexo 5

Associações cabo-verdianas da AML contactadas

Nome da associação	Nº
Ciclo de Tertúlias	1
Girassol Solidário- Associação de Apoio aos Doentes Evacuados de Cabo Verde	2
Associação Intercultural Luso Cabo-verdiana	3
Coordenação do Movimento para a Democracia	5
Centro Social 6 de Maio	6
Juventude para a Democracia Cabo-Verdiana	7
Associação CaboVerdeana de Lisboa	8
Juventude do Partido Africano para a Independência	9
Federação das Organizações Cabo-Verdianas	10
Associação Cabo-Verdiana do Seixal	11
Fundo de Apoio Social aos Cabo-Verdianos em Portugal	12
Associação Nasce e Renasce	13
Morabeza- Associação para a Cooperação e Desenvolvimento	14
Associação dos Amigos da Encosta Nascente	15
Associação de Solidariedade Social do Alto da Cova da Moura	16
Associação de Empresários e Empresas Cabo-Verdianos	17

Coordenação do Partido Africano para a Independência de Cabo Verde	18
Associação dos Antigos Alunos do Ensino Secundário de Cabo Verde	19
Associação Pombal XXI	20
Associação de Jovens para o Desenvolvimento	21
Associação de Pais e Moradores de Campinas	22
Associação dos Africanos do Concelho de Vila Franca de Xira	23
Organização Médica Cabo-Verdiana	24
Associação de Melhoramento e Recreativo do Talude	25
Associação Cabo-Verdiana Finabrava	26
Congresso de Quadros Cabo-Verdianos na Diáspora	27
Associação Djunta Mó	28
Associação Luso Cabo-Verdiana de Sintra	29
Associação de Solidariedade dos Cabo-Verdianos Amigos da Margem Sul do Tejo	30
Organização do Quadros Técnicos Cabo-Verdianos	21
Associação Cultural Moinho da Juventude	32
Associação de Solidariedade dos Filhos e Amigos do Concelho de S. Miguel	33
Fundação Eugénio Tavares	34

Anexo 6

Texto 1- Partilha de artigos noticiosos de outras instituições

Postal de Lisboa

06 Junho 2013

“O João é um menino de ascendência cabo-verdiana nascido no Casal da Boba na Amadora e por isso quando foi a Cabo Verde com a sua avó Dédé, queria saber tudo: que árvore alta era aquela? (papaeira) ou, afinal o que é isso dos Rabelados a fazer lembrar os barcos Rabelos do Porto? Ele é um protagonista da estória contada em “Peripécias em Cabo Verde”, apresentado no stand do país arquipelágico na Feira do livro de Lisboa, com a presença da autora. Constitui uma obra de peculiar valor pedagógico, ao conciliar, através de uma trama em português salpicada de expressões crioulas, as culturas de pertença de crianças de ascendência cabo-verdiana que nunca visitaram o país ou aquelas que com estas convivem e que querem saber o significado das suas atitudes culturais. Os enigmas criados vão percorrendo de forma criativa e subtil os aspectos identitários de um povo, numa escrita cuidada e viva de onde emerge a essência educativa. Glossários sobre palavras novas como “Ethno catering” ou o significado de “bo pode djudan” em crioulo de Cabo Verde, culminam num conjunto de exercícios lúdicos que testam o leitor dos elementos importantes apreendidos e tornam o livro num objecto precioso para modernas contadeiras”.

De Otilia Leitão

In <http://www.asemana.publ.cv/spip.php?article88712&ak=1> (acesso a 08-09-2013) (Texto partilhado na página do *facebook* da ACV de Lisboa).

Texto 2- Partilha de artigos noticiosos de outras instituições

Presidente cabo-verdiano quer aprofundar discussão sobre descentralização

Escrito por **Fonte: Agência Lusa/Expresso das Ilhas**

“O Presidente da República, Jorge Carlos Fonseca, disse esta segunda-feira, que é necessário um "debate profundo" sobre a descentralização e regionalização, que poderá "traçar caminhos que permitam um melhor aproveitamento das sinergias em benefício das pessoas"... In <http://www.expressodasilhas.sapo.cv/politica/item/39580-presidente-cabo-verdiano-quer-aprofundar-discussao-sobre-descentralizacao> (acesso a 08-09-2013) (Texto partilhado na página do *facebook* da JPD Portugal).

Anexo 7

Número de páginas

<i>Nos Terra</i>	Nº de páginas
Nº1	62
Nº2	66
Total	128

Fonte: Elaboração própria com base na análise da revista *Nos Terra*

Anexo 8

Números de textos assinados por revista

	Texto assinado	Peça com indicação das iniciais	Não assinado	Outro
Nº1	9	-	22	-
Nº2	10	-	26	-
Total	19	-	47	-

Obs. O editorial do nº 1 está assinado, mas o do nº 2 não está.

Fonte: Elaboração própria com base na análise da revista *Nos Terra*

Anexo 9

Iconografia por revista

Nos Terra	Iconografia	
	Com	Sem
Nº1	30	1
Nº 2	34	2
Total	64	3

Fonte: Elaboração própria com base na análise da revista *Nos Terra*

Anexo 10

Número de Fotografia por revista

	Nº1	Nº2
Fotografia	81	100
Total	81	100

Fonte: Elaboração própria com base na análise da revista *Nos Terra*

Anexo 10.1

Tipo de iconografia

	Nº1	Nº2
Fotografia com/ de pessoas	62	86
Fotografia sem pessoas	19	14
Infografia		Imagem 1
Cartoon		1
Combinação		
Outro		
Total	81	102
Obs.	O editorial tem uma imagem.	

Fonte: Elaboração própria com base na análise da revista *Nos Terra*

Anexo 11

Cores e Publicidade

Nos Terra	Cor		Publicidade	
	Preto / Branco	A cores	Com	Sem
Nº1	2	79	8	-
Nº2	2	98	2	-
Total	4	177	10	-

Fonte: Elaboração própria com base na análise da revista *Nos Terra*

Anexo 12

Número de parágrafos por revista

	2 parágrafos ou menos	Entre 3-5 parágrafos	Entre 6-10 parágrafos	Entre 11-20 parágrafos	Mais de 20 parágrafos
Nº1	1	7	10	8	4
Nº2	1	6	14	5	8
Total	2	13	24	13	12

Obs. No nº 1 houve um item de curiosidades que não foi contabilizado.

Fonte: Elaboração própria com base na análise da revista *Nos Terra*

Anexo 13

Género jornalístico

	Notícia	Reportagem	Editorial	Entrevista	Artigo de Opinião	Outro*
Nº1	15	8	1	1	5	4
Nº2	15	13	1	2	2	2
Total	30	21	2	3	7	6

Fonte: Elaboração própria com base na análise da revista *Nos Terra*

*A categoria outros engloba artigos e crónicas

Anexo 14

Orientação dos itens

	Cabo Verde (CV)	Portugal (PT)	Ambos (PT e CV)	Comunidade	Outro
Nº1	17	2	4	7	1
Nº2	16	6	1	12	1
Total	33	8	5	19	2

Fonte: Elaboração própria com base na análise da revista *Nos Terra*

Anexo 14.1

Orientação dos itens (nacional/ internacional)

	Nacional	Internacional
Nº1	10	21
Nº2	15	21
Total	25	42

Fonte: Elaboração própria com base na análise da revista *Nos Terra*

Anexo 15

Temáticas abordadas

	Política	Cultura	Cooperação	Turismo	Crise	Associativismo	Outro
Nº1	2	8	2	3	3	2	11
Nº2	7	8	5	3	5	2	8
Total	9	16	7	6	8	4	19
Obs.	Um item pode ter mais que uma temática.						

Fonte: Elaboração própria com base na análise da revista *Nos Terra*

Anexo 16

Actor principal

	Pessoas da comunidade	Políticos cabo-verdianos e portugueses	Associativismo	Emigrantes e Imigrantes	Cabo Verde	Outro
Nº1	4	6	4	5	12	4
Nº2	9	9	1	10	3	4
Total	13	15	5	15	15	8
Obs.	Nesta quantificação em cada item pode surgir mais que um actor principal.					

Fonte: Elaboração própria com base na análise da revista *Nos Terra*

Anexo 17

Local em que se aplicou os questionários à comunidade

Local	%
Amadora	24,7
Lisboa	37,9
Setúbal	9,1
Outro	28,3
Total	100

Fonte: Elaboração própria com base nos resultados obtidos no questionário

Anexo 18

Sexo dos inquiridos (comunidade)

Sexo	%
Feminino	50
Masculino	50
Total	100

Fonte: Elaboração própria com base nos resultados obtidos no questionário

Anexo 19

Idade dos inquiridos (comunidade)

Idade	%
15-29	30,7
30-44	28,6
45-59	17,6
60 ou mais	23,1
Total	100%

Fonte: Elaboração própria com base nos resultados obtidos no questionário

Anexo 20

Habilitações dos inquiridos

Habilitações	%
Básico	26,4
Secundário	32
Médio	5,1
Superior	36,5
Total	100

Fonte: Elaboração própria com base nos resultados obtidos no questionário

Anexo 21

Nacionalidade dos inquiridos

Nacionalidade	%
Cabo-verdiana	34,7
Portuguesa	39,7
As duas	25,6
Total	100

Fonte: Elaboração própria com base nos resultados obtidos no questionário

Anexo 22

Sexo vs conhecimento do meio de informação

	Sexo	
	Feminino	Masculino
Redes sociais	59,6%	59,6%
Boletins	17,2%	21,2%
Revistas	12,1%	27,3%
Cartas	7,1%	9,1%
Newsletter	6,1%	5,1%
Telefone	54,5%	54,5%
Sítio Internet	52,5%	67,7%
Rádio	31,3%	39,4%
Televisão	50,5%	41,4%
Jornais	13,1%	21,2%
Outro	51,5%	43,4%

Fonte: Elaboração própria com base nos resultados obtidos no questionário

Anexo 23

Sexo vs meio mais utilizado

	Sexo	
	Feminino	Masculino
Redes sociais	45,5%	47,5%
Boletins	3,0%	3,0%
Revistas	2,0%	5,1%
Cartas	1,0%	0,0%
Newsletter	0,0%	0,0%
Telefone	31,3%	28,3%
Sítio Internet	39,4%	55,6%
Rádio	13,1%	17,2%
Televisão	29,3%	22,2%
Jornais	7,1%	10,1%
Outro	37,4%	31,3%

Fonte: Elaboração própria com base nos resultados obtidos no questionário

Anexo 24

Sexo vs área mais consultada

	Sexo	
	Feminino	Masculino
Notícias CV	70,7%	77,8%
Notícias PT	26,3%	31,3%
Política	22,2%	30,3%
Cultura	26,3%	27,3%
Desporto	21,2%	27,3%
Saúde	9,1%	12,1%
Emprego	14,1%	12,1%
Legislação	8,1%	9,1%
Outra	4,0%	4,0%

Fonte: Elaboração própria com base nos resultados obtidos no questionário