



Ethnicidades Comunicacionais e Experiências Migratórias: O Caso dos Trabalhadores Gaúchos do Setor Calçadista na China¹

Autor²

Morgane Deolinda da Silva

Instituição

Centro Universitário Feevale

Resumo

A pesquisa proposta tem por objetivo analisar as experiências migratórias de trabalhadores do setor coureiro-calçadista de Novo Hamburgo e região, que tem migrado, nos últimos anos, para a China. Pensaremos essas experiências migratórias associando à ethnicidades midiáticas questionando: os posicionamentos identitários e se as condições de cidadania estão associadas às estratégias específicas de usos e apropriações de dispositivos midiáticos. A realização da pesquisa se dará, inicialmente, com a composição de uma cartografia desses fluxos migratórios, compreendendo o perfil do migrante e das empresas que se instalaram na China. A partir da relação de casos obtidos, (re)comporemos uma amostra e desenvolveremos uma entrevista em profundidade com alguns desses migrantes.

Palavras-chave

Identidade; Cultura; Mídia; Migração; Trabalho.

Corpo do trabalho

Tema e Justificativa

A revolução tecno-científica e os impactos gerados sobre os arranjos sociais no mundo contemporâneo - ao que Castells (1999) denominou de Capitalismo Informacional - indicam a necessidade de entender as implicações dos fatores de ordem

¹ Trabalho apresentado ao Intercom Junior, na Divisão Temática Comunicação Multimídia, do X Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul.

² Professor Doutor Norberto Kuhn Junior
<http://lattes.cnpq.br/6580972738610048>

Acadêmica bolsista de Iniciação Científica: Morgane Deolinda da Silva
<http://lattes.cnpq.br/2017219583730745>

Acadêmica bolsista de Iniciação Científica: Lidiane Leal Andriolla
<http://lattes.cnpq.br/1289721011048370>

comunicacional (associados a essa revolução tecnológica) sobre tais arranjos sociais e sobre os modos de realização da subjetividade na vida cotidiana.

As experiências migratórias - “a experiência daquele que chega, estrangeiro” - estão entre os fenômenos marcantes dos arranjos sociais contemporâneos, não somente em termos de bens e capitais, mas também, em deslocamento de pessoas entre uma área e outra do planeta integrando-se aos fluxos sinérgicos do capitalismo organizado em escala global (CANCLINI, 1999). À medida que as fronteiras nacionais desintegram-se diante da extensividade global das lógicas mercantis, redefinem-se, para esses sujeitos, em suas vidas cotidianas, os limites espaços-temporais que asseguram a realização das marcas identitárias e de pertencimento. A cotidianidade e toda ordem de expressão e realização identitária podem redefinir-se na relação entre o lugar de origem e o lugar para onde se vai. Nessa redefinição espaço-temporal da realização das subjetividades contemporâneas, assume força o conjunto de mecanismos e dispositivos midiático-digitais (tecnicidades); tais tecnicidades estão fundamentando os novos “modos de ser”.

O presente tema tem lugar no contexto dos esforços interpretativos das transformações sociomidiáticas observados por meio da institucionalização desse tema, em grupos de pesquisa, nos principais fóruns nacionais e internacionais de debate no campo da ciência da comunicação, como o grupo de trabalho sobre “Recepção, uso e consumo midiático” da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (COMPOS), o núcleo de pesquisa “Comunicação para a cidadania” da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (INTERCOM) e o grupo de “Estudios Culturales En Comunicación” da Asociación Iberoamericana de Comunicación (IBERCOM). Mais especificamente, o propósito de refletir sobre a experiência “de quem chega”, estrangeiro, e sua realização mediada, nos remete ao campo conceitual do multiculturalismo, da interculturalidade e das identidades e suas interfaces com os processos midiáticos.

Neste campo estão inseridos os estudos do qual participamos como pesquisador, na modalidade estágio de doutorado, sobre “Mídia e interculturalidade: estudo das estratégias de midiaticização das migrações contemporâneas nos contextos brasileiro e espanhol e suas repercussões na construção midiática da União Européia e do Mercosul”. Esta investigação foi coordenada por Denise Cogo e Nicolas Lorite, no âmbito do Projeto de Cooperação Internacional Brasil-CAPES/UNISINOS e Espanha-MEC/UAB e destacou os aspectos relacionados às experiências migratórias em Porto

Alegre e Barcelona, relações interculturais, interações e experiências midiáticas, mídia e dinamização intercultural e mídia e integração regional (União européia, Mercosul e América Latina).

Para o recorte empírico aqui proposto - o caso dos trabalhadores gaúchos do setor calçadista (Novo Hamburgo e região) que migram para a China - cabe iniciar com um levantamento de dados quantitativos, junto á sindicatos e associações ligadas ao setor calçadista, sobre o número de empresas e trabalhadores da região de Novo Hamburgo já instalados e vivendo na China para que tenhamos uma medida quantitativa dos impactos que esse fenômeno migratório, atualmente operante, tem sobre a matriz produtiva regional. Desse modo, também, compreender se esse novo fenômeno social está representando mudanças de ordem qualitativa nas percepções, nos valores e marcas identitárias da comunidade local, uma vez que, possa se realizar como um *acontecimento* constituído na conectividade de áreas remotas e culturalmente distintas, ou seja, novas vivências e experiências onde o “outro” se torna presente e igualmente próximo, redefinindo olhares sobre o diferente e sobre o conhecido. Esse *acontecimento* é entendido aqui como discurso, produto social de diferentes ordens de mediações, no sentido empregado por Charaudeua (2006), a partir do qual organizamos nossas ações cotidianas.

É nosso interesse, portanto, compreender esse *acontecimento* e entendê-lo comedidamente como um fenômeno cuja realização está associada a sua ambientação e a sua inserção na lógica de produção e uso de bens midiáticos.

Ao orientarmos nossa proposta de estudo em torno das questões da constituição das experiências migratórias; vividas com maior intensidade na cidade de Novo Hamburgo e região do Vale dos Sinos na última década (intensificando as relações dos trabalhadores do setor calçadista com outras áreas produtivas do globo, especificamente, a China), e, sobre como tal ordem de experiências pode estar implicada pela tecnologia da informação e comunicação; inserimos nosso objeto de estudo no rol de preocupações temáticas dos projetos de pesquisa que integram a linha Mídia, Cultura e Tecnologia, do Grupo de Pesquisa de Comunicação e Cultura. Contribuímos, assim, para o estudo da construção das identidades contemporâneas e como, por intermédio de diferentes identidades no contexto das tensões que se estabelecem entre o cenário regional e conexões globais, associam-se os modos atribuídos nas relações de produção e usos de tecnologias informacionais e comunicacionais.

Ao tematizarmos a relação entre os processos comunicacionais e a construção das identidades, propondo como recorte empírico as experiências de trabalhadores do setor calçadista de Novo Hamburgo e região do Vale dos Sinos que migram para a China buscamos, igualmente, agregar dados e informações ao trabalho investigativo sobre recentes transformações nas relações de trabalho; deste modo, contribuindo para estudos sobre cultura e trabalho na perspectiva da linha de pesquisa Memória, Identidade e Comunicação do Grupo de Pesquisa em Cultura e Memória da Comunidade do Centro Universitário Feevale.

Esperamos com este estudo encontrar elementos para refletir a respeito das novas configurações identitárias no contexto de internacionalização do cotidiano (inevitável encontro com o outro) e, assim, compor uma reflexividade (GIDDENS, 1991) sobre as condições sob as quais construímos marcas e valores de pertencimento e de reconhecimento do outro legítimo. Daí, as condições para o exercício do princípio da diversidade, estabelecendo o nosso compromisso institucional como Universidade.

Qualificação do problema de pesquisa

Para compor o objeto de estudo em torno da temática proposta e assim demarcar a problemática de pesquisa desse projeto de investigação, estamos configurando uma rede de conceitos que busca dar conta de analisar as relações sociais locais marcadas pela experiência migratória (como reflexo da extensividade global do mundo do trabalho), cujas interações estão cada vez mais associadas às lógicas e estratégias específicas de usos e apropriações de dispositivos midiáticos.

Partimos dos conceitos de *mediação e de midiatização* que no contexto dos estudos comunicacionais, assumem força de matriz epistêmica. Tais conceitos fundam objetos comunicacionais, uma vez que, as práticas cotidianas (socioculturais) são indissociáveis das tecnologias comunicacionais e que as práticas midiáticas (as tecnologias comunicacionais nelas implicadas) moldam um “modo de ser” no mundo. À medida que levamos esse entendimento a uma condição de *epistême*, parece-nos produtiva a noção de *Ethcidade midiática* para dar conta de explicar as configurações dessa nova ambiência das relações sociais.

Ao tomarmos a noção de ethicidade, estamos nos referindo ao modo como os grupos humanos dispõem de determinadas tecnicidades na composição de suas relações e de seu comportamento cotidiano, constituindo a própria trama de relações sociais das quais fazem parte. Por tecnicidades não nos referimos apenas às condições técnicas (recurso de transporte de dados e informações), mas às condições onde operam sujeitos e dispositivos, matriz e lugar constituinte de uma nova ambiência onde as experiências dos sujeitos estão cada vez mais articuladas à técnica; uma nova forma de ser da sociedade.

No entanto, para fazer esse conceito operar no âmbito de uma teoria social foi necessário interagir com noções de capitalismo informacional (Castels) e de sistemas abstratos (Giddens), uma vez que, associada a essas teorias, a noção de ethicidade ganha historicidade e, por conseguinte, forças para analisar as configurações institucionais contemporâneas.

Os conceitos fundantes.

As mediações são os “lugares”, os contextos de práticas dialogais, comunicacionais, das quais provêm as construções que delimitam e configuram a materialidade social e a expressividade cultural dos próprios meios (MARTIN BARBERO, 1998, 2004); são o lugar onde as experiências dos sujeitos estão cada vez mais articuladas à técnica, onde operam sujeitos e dispositivos. E midiatização é a estruturação dessas práticas sociais (formas de ser da sociedade) por meio das tecnologias comunicacionais.

Segundo Sodré, em sua “antropológica do espelho” (2002), midiatização é uma ordem de mediações socialmente realizadas por meio da comunicação entendida como processo informacional, com ênfase em um tipo particular de interação caracterizada por uma espécie de prótese tecnológica e mercadológica da realidade sensível, denominada médium. O médium simula o espelho, mas não é puro reflexo porque é um condicionador ativo daquilo que faz refletir. Trata-se de um dispositivo cultural historicamente emergente em que o processo da comunicação é técnica e industrialmente redefinido pela informação, pelo capital, e que constitui uma nova tecnologia societal empenhada em um outro tipo de hegemonia ético-política (SODRÉ, 2002)

Ambas as noções, de mediação e midiatização, são demarcações conceituais de operações fenomenologicamente relacionais: mediações são lugares em que pessoas (sentimentos e idéias) e coisas se relacionam na construção de tudo o que precisamos para viver, sendo que é cada vez mais constituinte dessa relação a ação de dispositivos técnico-comunicacionais. Nesses termos, a noção de mediação comporta a noção de midiatização e esta, por sua vez, ao se referir à estruturação de práticas sociais por meio das tecnologias comunicacionais, faz-se igualmente como condição genética desses lugares (contextos) de práticas de construção social que são as mediações.

As tecnologias comunicacionais conformam um “modo de ser no mundo” e passam a ocupar a centralidade na função interpretativa (portanto, disciplinadora e ordenadora, mas também transformadora) da sociedade; os programas midiáticos são assimilados à cotidianidade dos usos (BARBERO, 1998), configurando uma nova ambiência, um novo meio ambiente, a que Muniz Sodré vem chamando de éthos midiático ou bios midiático (SODRÉ, 2002). Estes engendram um novo modo de organização da sociedade que se autonomiza com relação aos demais campos (social, econômico, político) e, muitas vezes, se sobrepõe a eles.

As práticas midiáticas estão, portanto, no fundamento de uma nova ethicidade – uma nova cultura de cunho tecnointeracional, um “éthos midiatizado” (SODRÉ, 2002). Redefinem-se os contextos de sociabilidade, porque redefinem-se igualmente as nossas relações de confiança (GIDDENS, 1991), nossas experiências de pertencimento social, nossa identidade, cidadania e consumo (CANCLINI, 1995) e sobre como interagimos e participamos da vida pública.

Essa nova modalidade de interação e reprodução social tem, como fundo, a vinculação genética das tecnologias comunicacionais com os modos de produção da vida material e simbólica do capitalismo contemporâneo, isto é, está necessariamente impregnada das formas culturais e dos paradigmas que são próprios do capitalismo global. Isso é o que Castells (1999) denomina de capitalismo informacional, bem como o que Giddens (1991) chama de “reflexividade institucional”, ou seja, uso sistemático da informação para reprodução de um sistema social.

A noção de capitalismo informacional é desenvolvida por Castells (1999) para caracterizar o novo sistema econômico e tecnológico que se difunde em escala global (tendo como espaço privilegiado as metrópoles – localidade geográfica –, espaços que concentram grandes energias culturais e empresariais). Segundo o autor, uma revolução

tecnológica, centrada nas tecnologias de informação, está remodelando a base material da sociedade em ritmo acelerado e em escala global. A formação do paradigma da informação, seu desenvolvimento e as formações sociais dele resultante estão articulados aos processos de reestruturação capitalista empreendido desde os anos 803.

Compõe as tecnologias da informação o conjunto “convergente de tecnologias em microeletrônica, computação (software e hardware), telecomunicações, optoeletrônica, a engenharia genética e seu conjunto de crescente de desenvolvimentos e aplicações” (CASTELLS apud BARROS, 2001, p.75).

Sob essa matriz informacional é que surgem centenas de serviços, produtos e programas audiovisuais como os ofertados por empresas midiáticas, como os portais e provedores de internet. Aportados nesses produtos e serviços midiáticos digitais, múltiplos eus (sujeitos) contemporâneos surgem da codificação digital de nossos dados pessoais, de nossas intimidades, de nossas imagens. Essas novas estruturas digitais radicalizam as relações “sem face”: somos e participamos do mundo da vida por meio de nossos códigos digitais (IANNI, 2001; LYON, 1995).

Nesses termos, às interações sociais são incorporadas às operações midiáticas; é virtualizada, no sentido de ser construída e essencialmente significada por operações e dispositivos midiáticos. Vemos, aqui, colocadas questões mais amplas, como temas sociais da confiança no contexto das relações sociais e constituição das identidades pessoais⁴ associadas ao que Giddens (1991) denomina de pertencimento social e segurança ontológica – o que torna possível estabelecer relações sociais “sem-face” e “não-presenciais”, condições que o autor associa à cultura moderna.

Giddens (1991), ao explicar as configurações institucionais da modernidade, concebe a noção de sistema abstrato, referindo-se a um dos componentes do conjunto de forças dinamizadoras da modernidade, distinto daqueles que haviam constituído os ordenamentos comunitários pré-modernos, cujas relações sociais estavam

³ Esse processo de reestruturação pode ser caracterizado pela confluência de vários fatores: descentralização das empresas e sua organização em redes tanto internamente quanto em suas relações com outras empresas; maior flexibilidade de gerenciamento; individualização e diversificação cada vez maior das relações de trabalho; intervenção do Estado para desregular os mercados de forma seletiva. Mas o que nos convém destacar nesse processo de reestruturação é o reconhecimento do lugar estratégico que o conhecimento técnico científico passa a ocupar na destinação das inversões de capital das grandes corporações globais e dos estados-nações: não apenas voltadas ao setor produtivo (aplicações tecnológicas), mas à conversão do conhecimento em mercadoria. Assim, desenvolvimento técnico-científico e desenvolvimento capitalista, na sua configuração contemporânea, se retroalimentam (Castells apud Barros, 2001, p.75).

fundamentalmente pautadas pela presencialidade e pelas relações face a face entre os sujeitos.

Os sistemas abstratos, tal como entendemos a partir de Giddens, são todos aqueles mecanismos constituídos simbolicamente e fundados em especialidades e dispositivos técnicos, que permitem aos sujeitos, que os exercem e que os reconhecem, estabelecerem relações, tanto desencaixadas do lugar e do tempo quanto, e justamente por isso, relações sem face. Eles reconhecem e confiam que no seu lugar, assignadas simbolicamente (fichas simbólicas), operam competências (além dos sujeitos) que lhe garantem alcançar os resultados desejados por meio da relação que entre si estabeleceram. É ao operar esses sistemas abstratos, portanto, que se produzem as condições da sociedade de exercer sobre si mesma o reconhecimento das dinâmicas e os processos que lhe são constitutivos e que lhe põem em movimento, buscando exercer sobre eles (e sobre si mesma, portanto) a sua condução.

Baseada em sistemas altamente complexos de conhecimento, de especialização (peritos) e de desenvolvimento técnico, vemos hoje a conformação de uma sociedade cuja condição reflexiva está, mais do que nunca, pautada pela intensificação e pela extensividade de processos de ordem midiática. Eles adquirem, contemporaneamente, relevo como força dinamizadora da sociedade e instituem todo um novo conjunto de modalidades reflexivas

Na perspectiva aqui assumida, tais lógicas, mecanismos, dispositivos, saberes instauradores dessa reflexividade midiática, ancoradas na especialmente na revolução tecnológica de base informacional e digital, operam como forças dinamizadoras da conformação das relações sociais, reconfiguração de sistemas abstratos, modernamente sem-face, desencaixados, cujo correspondente contemporâneos são as faces mágicas, seres maquínicos, digitais ou, no dizer de Santaella (2003, p.143), são pós-humanos “O sensorium humano está engajado em um ambiente eletrônico que se tornará ‘virtualmente’ indistinto das realidades sociais e materiais que as pessoas habitam ou desejam habitar”.

Ao associarmos os processos midiáticos a noção de sistemas abstratos de Giddens chegamos à noção de ethicidades, tal como estamos aplicando nessa proposta de estudo: estamos partindo do pressuposto de que a relação entre determinadas

4 A noção de reflexividade - como pedra fundante do mito da modernidade – significa compreender-se no

tecnicidade comunicacional e sua força na constituição da vida social é instauradora de uma ethicidade específica, de natureza midiática. Dito de outro modo, as relações que se desenvolvem no interior de determinadas técnicas (e por meio delas) e a capacidade de, por meio delas, fundarem acontecimentos são constitutivas de um tempo e de uma experiência de vida nesse tempo, que fundam modos de ser e de vir a ser midiáticos, que Suzana Kilpp (2003) vem explicando pelo conceito de ethicidade.

As ethidades designam “subjetividades virtuais (as durações, as personas, objetos, fatos e acontecimentos) que nos é dado a ver [...] são construções midiáticas, cujos sentidos identitários (éticos e estéticos) são agenciados num mix de molduras e moldurações de imagens”⁵ (KILPP, 2003, p.33).

As relações cotidianas são cada vez mais dependentes desse aprendizado da confiança sustentado por laços de fidelidade virtualizados por diferentes ordens de mediações; a vida cotidiana é desencaixada e reencaixada em mix abstrato de ethidades comunicacionais: o jornal, a televisão, a internet (as comunidades virtuais, álbuns virtuais, galerias virtuais, blogs, sites pessoais e tantas outras formas de compor experiências de interação).

É assim que a vida social se reconfigura no contexto da crescente força dessa nova cultura técnica em que a mídia, de lugar de suporte, veículo e instrumento, ganha cada vez mais autonomia no trabalho de instauração de uma nova ecologia, de um modo de ser na sociedade, engendrando um novo modo de organização da sociedade: assimilada aos usos cotidianos – convertida em cultura –, incide diretamente na nossa capacidade de decidir e fazer valer uma decisão sobre quase tudo que diz respeito às nossas vidas – sob a égide desse novo modo de ser, midiático, redefinem-se relações de poder entre os sujeitos, bem como a capacidade de se fazer valer como poder!

Pensar tal ordem de ethidades (que decorre da presença dos meios de comunicação incorporada à vida social), evidenciando empiricamente os modos de sua incidência (repercussões) no âmbito dos usos e apropriações de dispositivos midiáticos, parece ser condição para o estudo das realizações das subjetividades contemporâneas (os modos de marcação identitária e pertencimento), especialmente no âmbito das, cada vez mais intensas, experiências de interculturalidade migratória.

contexto das determinações sociais, para, no seu reconhecimento, exercer sobre ele ação constituinte.

⁵ Kilpp foca em seu estudo as ethidades como subjetividades virtuais que são dadas a ver especialmente pela televisão; são construtos televisivos.

Enunciado do problema de pesquisa

Teoricamente nos interessamos por perguntar pelas relações entre esses usos midiáticos (acionados por sujeitos individuais) e suas intervenções no cotidiano das relações interpessoais em contexto de experiência migratória. Estamos entendemos o uso como um conjunto de práticas concretas, associadas a um objeto que se humaniza por meio de um saber fazer, que, por sua vez, é mobilizado pela ação de forças perceptivas (sensibilidades) e forças interpretativas (mentalidades), em relação ao que se apresenta aos sujeitos na concretude do mundo da vida (suas experiências, suas práticas).

Partimos do entendimento de que esses usos constituem uma ethicidade específica, midiática (KILPP, 2003), correspondente ao que Giddens (1991) denomina, em sua teoria da modernidade, de sistemas abstratos. Em tal ethicidade vemos radicalizadas formas virtuais de modos de ser - “modos de ser” desencaixados do tempo e do espaço e fundadas em relações sem-face (GIDDENS, 1991), nas quais confiamos, de modo a configurar uma ambiência de segurança necessária às interações e aos laços sociais.

Daí, então, pensarmos as experiências migratórias associada a essas ethicidades midiáticas. Perguntamos: É importante a projeção dessas experiências – no que diz respeito à afirmação identitária e pertencimento dos sujeitos aí envolvidos – no âmbito dessas ethicidades midiáticas? Os posicionamentos identitários, as condições de cidadania, os pertencimentos a um grupo social ou comunidade em condição migratória estão associadas à lógicas e estratégias específicas de usos e apropriações de dispositivos midiáticos? Em que medida, em circunstância de experiência migratória, o sentir-se identificado com o lugar (de origem/nascimento e onde se chega, estrangeiro), se constrói/se preserva no âmbito de tais ethicidades midiáticas?

Hipoteticamente, através das mediações comunicacionais, especialmente das novas mediações fundadas no suporte da WEB, veremos reforçadas as referências ao lugar de origem (referência ao cotidiano da comunidade e especialmente da família, às condições de residência, costumes, escolaridade, lazer e trabalho) não apenas como lugar geográfico “deixado” para trás, mas como espaço de identificação simbólica (CANCLINI, 1999), que faz operar uma segurança ontológica (GIDDENS, 1991) – de

pertencimento - principalmente nessas circunstâncias de desencaixes espaço-temporais, próprios da experiência migratória, em que os laços de confiança não se realizam através de relações presenciais, mas sim através de relações mediadas - pós-humanas, no entender de Santaella (2003).

Nessa perspectiva, o lugar de origem seguiria operando simbolicamente como referência e realiza-se a partir de experiências desencaixadas do tempo e do lugar: laços de confiança preservam-se e realizam-se no contexto das novas mediações expressos em aparatos tecno-comunicacionais (mídias digitais) especialmente no uso do computador (pessoais ou em telecentros) onde convergem o rádio, os jornais, a tv, e as várias ferramentas audiovisuais de comunicação instantânea – msn, skipe).

Objetivos e metas a serem alcançados

Nesse contexto de reflexão, nosso principal objetivo é resgatar as trajetórias da migração descrevendo as experiências vividas na relação entre lugares: a relação entre o lugar de origem (de Novo Hamburgo e Região) e o lugar onde se chega estrangeiro (a China), relação essa, mediada por dispositivos comunicacionais; dito de outro modo, a partir do conhecimento dessas trajetórias, analisar a percepção e os usos dos diferentes meios de comunicação e o seu papel nas relações interculturais, focando especialmente as rupturas e continuidades com culturas de origem, frente às referências culturais do lugar para onde migrou.

Especificamente:

- Identificar o perfil sócio-demográfico dos trabalhadores do setor coureiro-calçadista de Novo Hamburgo e região, que têm migrado, nos últimos anos, para a China.
- Buscar pelos sentimentos de pertencimento ao lugar de origem e os motivos que pelos quais decidiu migrar;
- Verificar em que medida o lugar de origem é resignificado pelo movimento migratório e em que medida essa resignificação esta implicada pelos meios de comunicação;

- Verificar os sentimentos com relação aos novos lugares (novas cidadania, novos espaços de pertencimento, nova cultura de referencia) e em que medida o sentir-se de um ou outro lugar esta implicado pelos meios de comunicação;
- Descrever e analisar a materialidade assumida pelas estratégias e lógicas de usos e apropriações de dispositivos midiáticos associadas aos modos de vivenciar a experiência migratória.
- Descrever e analisar as manifestações da experiência migratória como acontecimento midiático no âmbito da comunidade local (a midiatização das experiência individuais e sua repercussões na comunidade local).

Procedimentos metodológicos

Os procedimentos metodológicos requeridos para o estudo estão organizados em duas fases:

FASE I – Cartografia dos fluxos migratórios.

Baseado em estudo exploratório (BONIN, 2006), os dados levantados nessa fase exploratória constituirão um mapa (um panorama) sobre os sujeitos e os contextos implicados na pesquisa e irão subsidiar a segunda fase da pesquisa quando pretendemos analisar, a partir de abordagens qualitativas, as estratégias e lógicas de usos e apropriações de dispositivos midiáticos associadas aos modos de vivenciar a experiência migratória.

Para a definição da área de abrangência da pesquisa, que aqui demominamos de Novo Hamburgo e Região, tomaremos como referência os critérios adotados pela Associação Brasileira das Indústrias de Calçados, que agrupa os municípios do setor calçadista em “pólos regionais”. Vamos considerar os pólos do Vale dos Sinos (abrange os municípios de Nova Hartz, Araricá, Sapiranga, Campo Bom, Nova Sta Rita, Sapucaia, Esteio, Novo Hamburgo, Dois Irmãos, Ivoti, Estância Velha, Portão, Canoas, e São Leopoldo) - e do Vale do Paranhana (Taquara, Parobé, Igrejinha, Três Coroas, Rolante e Riozinho).

Levantamento do perfil do trabalhador

Nessa fase exploratória do estudo, vamos compor um relação de casos tomando como ponto de partida o contato com alunos/as do Centro Universitário Feevale (considerando a abrangência acima descrita) que tenham, em seus círculos familiares e de amizade, algum vínculo com pessoas vivendo em condição de migração na China. A partir desses contatos vamos aplicar um questionário com questões fechadas para compor o perfil desse migrante. O questionário estará orientado para obter informações sócio-demográficas: gênero, idade, grupo étnico, escolaridade, profissão, em que regiões da China estão vivendo e há quando tempo; também vamos verificar com este instrumento, quais os meios de comunicação que mais tem usado desde que passou a viver em condição de migração na China.

Os precedimentos técnicos metodológicos, desde a definição do cálculo amostral até o tratamento dos dados (tabulação e análise estatística) serão realizados com o apoio técnico do Centro de Pesquisa e Planejamento da Feevale.

Para compreender o contexto de trabalho desses sujeitos, vamos igualmente realizar um levantamento de dados quantitativos, juntos a sindicatos e associações ligados ao setor calçadista da região e assim compor uma “cartografia” desses fluxos empresariais para a China, identificando o número de empresas dessas regiões já instalados, área e segmento de atuação dessas empresas, modalidade de instalação, há quanto tempo estão instaladas na China e quantos são os seus trabalhadores.

Manifestações midiáticas da experiência migratória.

Também como abordagem exploratória, faremos um levantamento sobre as manifestações da experiência migratórias em duas frentes de materiais:

a) as experiências disponibilizadas através de ambientes de interação midiático-digitais (blogs, fotoblogs, comunidades virtuais, sites pessoais)

b) as experiências migratórias como acontecimento midiático no âmbito da comunidade local (Novo Hamburgo e cidades da região que compõem o chamado setor coureiro-calçadista), verificando junto aos principais veículos de comunicação da região o lugar que o tema da migração ocupa nas pautas temáticas desses jornais. O procedimento metodológico adotado para medir a incidência dessa temática será a quantificação das matérias que tratam sobre o caso de trabalhadores gaúchos que migram.

FASE II - Entrevista comunicacional em profundidade

A partir da relação de casos obtidos e analisados na fase exploratória (relativos ao perfil do migrante, dados quantitativos sobre empresas e trabalhadores que hoje estão instalados na China, bem como dados sobre a incidência dessa temática em sites de interação e nas mídias locais, vamos (re)compôr uma amostra, e desenvolver uma entrevista em profundidade com alguns desses migrantes

Os critérios que serão adotados para a seleção dos casos que irão compor essa amostra de entrevistados deverão estar orientados pelo princípio da heterogeneidade, em conformidade ao perfil identificado na pesquisa exploratória. O roteiro que deverá orientar o desenvolvimento das entrevistas está organizado em torno dos seguintes eixos de questões: 1) relações entre lugares (lugar de origem e lugar onde se chega imigrante) identificação e motivações; 2) uso e consumo de meios de comunicação. A partir dessas entrevistas, soma é que poderemos efetivamente buscar elementos para a verificação e análise da materialidade assumida pelas estratégias e lógicas de usos e apropriações de dispositivos midiáticos associadas aos modos de vivenciar a experiência migratória.

Contribuições científico-sociais da proposta

Dentre as principais contribuições científicas decorrentes do presente projeto está a composição de uma base de dados e informações importantes na composição das memórias e da história recente das transformações em curso no universo do trabalho, nas formas de sociabilidade e suas relações com o desenvolvimento das tecnologias comunicacionais. Também porque instaura o debate acadêmico e promove a ampliação da reflexividade social sobre as implicações dos meios de comunicação na dinamização das relações sociais; tais conhecimentos, socialmente difundidos – como condição da identidade comunitária da instituição proponente - atuam diretamente na qualificação de recursos humanos envolvidos nas dinâmicas sociais dessa região, especialmente marcada pela extensividade global das relações de trabalho.

Desse modo, o projeto promove a produção de conhecimento em torno do qual cientistas, gestores e diferentes atores sociais (Empresas, Universidades, Sindicatos, Associações, Movimentos sociais) possam pensar estratégias para o desenvolvimento social regional onde, cada vez mais, assumem relevância as questões relativas as

implicações entre fluxos migratórios, as relações interculturais e as mediações tecnológicas.

Nessa direção, a pesquisa servirá para compor uma base de informações para a implementação de redes sociais de apoio (MOLINA, 2001), fundada na experiência migratória e aportadas em instituições sociais conhecidas situadas “fora da rede” (como as empresas, as mídias locais (jornal, TV, rádio), a universidade, as associações e sindicatos), cuja ambiência cada vez mais se estendem para o domínio das mídias digitais e assume também condição cibernética (FRAGOSO, 2003 e SANTAELLA, 2003).

No contexto dessa cultura digital são novos os desafios para as instituições locais desenvolverem mecanismos e recursos sociais voltados ao fortalecimento dos laços de sociabilidade para esses sujeitos, cujo cotidiano está cada vez mais marcado pela extensividade global das suas relações sociais; por exemplo, diante dessa nova realidade, como pensar a promoção pelo trabalho, a preservação de laços de pertencimento e identidade cultural para estes sujeitos? Podem a universidade, as empresas e os sindicatos institucionalizarem ambientes virtuais para desenvolverem a formação afetiva e intelectual desses sujeitos? Implicado aqui está o reconhecimento da importância que tais informações podem assumir na constituição de estratégias sociais capazes de assegurarem a construção de participações cidadãs (GOMES, 2005; BRIGNOL, 2005) no âmbito das mídias digitais resultando em indivíduos fortes e uma cidadania íntegra, tanto local quanto global.

Referências

BARROS, Fernando, A F de. Os avanços da tecnociência, seus efeitos na sociedade contemporânea e repercussões no contexto brasileiro. In: BAUMGARTEN, Maíra (org.). **A era do conhecimento: matrix ou agora?** Porto Alegre: Ed Universidade, Brasília: Ed. UnB, 2001. p. 73 – 87.

BONIN, Jiani Adriana. Nos bastidores da pesquisa: a instância metodológica experienciada nos fazeres e nas processualidades de construção de um projeto. In: MALDONADO, Efendy *et alii*. **Metodologia da pesquisa em comunicação: olhares, trilhas e processos.** Porto Alegre: Sulina, 2006.

BRIGNOL, L.D. Internet, integração e cidadania: uma reflexão sobre apropriações da rede mundial de computadores por imigrantes latino-americanos e europeus em Porto Alegre. **Revista Logos.** Rio de Janeiro. v.12, n. 23. 2005.

CANCLINI, Nestor Garcia. **Consumidores e Cidadãos.** Conflitos multiculturais da globalização. 4.Ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1999. 292p. p 75-94.



CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São paulo: contexto, 2006.

COGO, Denise. **Mídia, imigração e interculturalidade: mapeando as estratégias de mediação dos processos migratórios e das falas imigrantes no contexto brasileiro**. In: Anais do XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - INTERCOM. Salvador: Intercom. [Disponível em: www.intercom.org.br/papers/nacionais/2002/Congresso2002_Anais/2002_NP12COGO.pdf. Acesso em: 23-04-08]

COGO, Denise. O outro imigrante: as estratégias de mediação das migrações contemporâneas na mídia impressa brasileira. **Ciberlegenda**. Rio de Janeiro. N. 10, p.1 -11, 2002. Disponível em: <http://www.uff.br/mestcii/denise1.htm>. Acesso em 30 de abril de 2008.

COGO, Denise; HUERTAS BAILÉN, Amparo e GUTIÉRREZ, Maria (coord). **Migraciones transnacionales y medios de comunicación: relatos desde barcelona e Porto Alegre**. Madrid: Los Libros de la Catarata, 2008

FRAGOSO, S. Um e muitos ciberespaços. In: LEMOS, André; CUNHA, Paulo (orgs). **Olhares sobre a cibercultura**. Porto Alegre: Sulina, 2003.

GIDDENS, Anthony. **As consequências da modernidade**. 2.ed. São Paulo: Unesp, 1991.

GOMES, W. Internet e participação política em sociedades democráticas. **Revista Famecos**. n.27. ago. 2005.

IANNI, Octávio. O Príncipe eletrônico. In: **Enigmas da Modernidade**. Rio de Janeiro: civilização Brasileira, 2001. p.141-166.

KILPP, Suzana. **Ethnicidades televisivas**. São Leopoldo: Unisinos, 2003.

KUHN Junior, Norberto. “Ctrl+Alt+Del” Semiose do pós-humano para reiniciar [resenha] In.: **REVISTA FRONTEIRAS : estudos midiáticos**. Vol 7, nº 2 maio/ago 2006. São Leopoldo: Programa De Pós-graduação Em Comunicação - Unisinos. 2005.

KUHN JUNIOR, Norberto, GORCZEVSKI, Deisimer, SILVA, Denise. Trayectos Migratórios: factores que influyen en la decisión. In: COGO, Denise; HUERTAS BAILÉN, Amparo e GUTIÉRREZ, Maria (coord). **Migraciones transnacionales y medios de comunicación: relatos desde barcelona e Porto Alegre**. Madrid: Los Libros de la Catarata, 2008, p. 23 – 41.

LORITE GARCIA, Nicolás. **Tratamiento de la inmigración en España. Año 2002**. Madrid: Instituto Migraciones y Servicios Sociales/ Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, 2004. p. 13.

MARTÍN-BARBERO, Jesus. (1987). **De los medios a las mediaciones: Comunicación, cultura y hegemonía**. Barcelona: Ediciones G. Gilli, 1998.

MARTÍN-BARBERO, Jesus. Razón Técnica y razón poética. In: **Revista Latinoamericana de ciências de la comunicación**. ALAIC, Jul/Dec 2004.

LYON, David. Intimidad, poder, personas. In: **El ojo eletrônico**. Madrid Alianza Editorial, 1995.

MOLINA, J.L. (2001). **El análisis de redes sociales: una introducción**. Barcelona: Ediciones Bellaterra.

SANTAELLA, Lucia. **Culturas e artes do pós-humano: da cultura das mídias à cibercultura**. São Paulo: Paulus, 2003. 359 p



SODRÉ, Muniz. **Antropológica do espelho**: uma teoria da comunicação linear e em rede. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002. p.11-82.

SEMENTE verde amarela do outro lado do mundo. ZERO HORA. Porto Alegre, p .34, 19 de set. 2007. (Mundo, série: Diáspora brasileira, Ásia).