

UNIVERSIDADE
AUTÓNOMA
DE LISBOA



Mestrado em Ciências da Comunicação
Especialidade em Estudos Aplicados ao Jornalismo.

Consumo Mediático dos Jovens Angolanos na Diáspora.
Estudos de Caso de Estudantes Universitários Residentes
em Lisboa.

Orientador: Professor Doutor Bruno Carriço Reis

Mestranda: Ema Patrícia da Conceição Massunga

Lisboa, 2017

Mestrado em Ciências da Comunicação
Especialidade em Estudos Aplicados ao Jornalismo

Consumo Mediático dos Jovens Angolanos na Diáspora.
Estudos de Caso de Estudantes Universitários Residentes
em Lisboa.

Dissertação apresentada para cumprimento dos requisitos
necessários à obtenção do grau de mestre em comunicação aplicada
em Jornalismo.

Lisboa, 2017

DEDICATÓRIA

À minha família, em especial à memória eterna do meu querido pai, João Massunga, e da minha querida avó materna Cristina de Brito. Acredito que, se estivessem presentes no decorrer desta dissertação, orgulhar-se-iam de mim. Que Deus os tenha, que as suas almas descansem em paz. Ao seio materno de minha mãe, Rosa Peres, pela educação humana, Espiritual e intelectual. Por último, pela concretização dos meus estudos, ao epónimo Massunga, às minhas irmãs, a Loy, Neide, Nany, Gui, Duchinha, Cely e Vilma. Ao meu cunhado António Inácio, que sempre foi um pai para mim, fazendo o impossível para tornar-me uma mulher formada.

AGRADECIMENTO(S)

A DEUS, pelo dom da vida, meu eterno guia! A força do seu espírito fez-me superar as dificuldades encontradas no caminho, dando-me o ensejo de conseguir mais uma conquista ao concluir este trabalho, com a intenção de ser mais uma profissional fazendo a diferença, acrescentando ainda mais à paixão por viver. Para que a concretização deste estudo se efetivasse intervieram inúmeras pessoas que se tornaram incentivadoras deste processo, ensinamentos esses que serão essenciais para a minha caminhada pessoal e profissional.

Assim, expresso os meus sinceros agradecimentos para com o meu tutor, Professor Doutor Bruno Reis, que graças à sua mestria intelectual esteve sempre em aberto ao saber, permitindo-me chegar até aqui. Aos professores mestres e doutores que me repassaram os seus conhecimentos, fazendo com que o meu desenvolvimento fosse melhor. Aos meus colegas de curso que compartilharam seus conhecimentos, a todos aqueles que, de alguma, forma contribuíram ou torceram para concretização desta pesquisa. Afetos e apreços por este feito que não tem preço...

Aos meus amigos, em especial o meu marido, Sebastião Silva, que sempre esteve disponível para apoiar-me nos momentos difíceis, sem esquecer o lindo anjo de guarda que Deus me enviou, a minha querida filha, Lidiane da Silva, que trouxe a alegria total no momento certo para a realização desta dissertação. A todos que decerto modo me têm dado a força e a coragem no prosseguimento dos meus estudos expresso o meu sincero “Obrigada”, extensivo à Ana Margarida Fonseca, pelo seu trabalho de leitura e revisão atenta e célere desta tese.

ÍNDICE

Resumo	4
Abstrat.....	5
Lista de Siglas e Abreviaturas.....	6
Introdução.....	7
CAPÍTULO I – Estudantes Angolanos em Portugal	11
1.1.Caracterização da migração angolana	11
1.2.Imigrantes angolanos em Portugal	13
1.3.Estudantes Angolanos do Ensino Superior em Lisboa	16
CAPÍTULO II – Media no Contexto de Diáspora.....	18
2.1. Diáspora e comunicação mediada.....	18
2.2.Consumo mediático na diáspora.....	23
2.3. <i>Media</i> e construção da identidade nas comunidades em diáspora.....	27
CAPÍTULO III – Metodologia.....	32
3.1.Abordagem metodológica de inquérito por entrevista.....	32
3.2.Dificuldades Metodológicas	37
CAPÍTULO IV – Análise dos Resultados	39
4.1.Portugal como destino e a ligação ao país de origem por intermédio dos <i>media</i>	39
4.2. Papel dos <i>media</i> na construção identitária dos jovens em diáspora	47
Bibliografia	55
ANEXO	61
ANEXO – Guião de inquérito por entrevista para aplicar aos jovens Angolanos estudantes universitários residentes em Lisboa sobre o consumo dos <i>media</i> na diáspora.	62

Resumo

Esta tese de mestrado surgiu da necessidade de cobrir o vazio relacionado com os estudos sobre o consumo mediático dos jovens angolanos na diáspora. A partir da problemática relacionada com a propagação dos novos media, ferramenta normalmente utilizada para ajustar o afastamento, procuramos constatar junto dos jovens angolanos estudantes universitários residentes em Lisboa as funções que atribuem aos conteúdos mediáticos na diáspora. Pretende-se com este trabalho traçar um diagnóstico para novos estudos e apontar caminhos que orientem investigações futuras sobre o tema. Este trabalho está academicamente ligado ao campo dos estudos da receção e permite obter informações sobre as diferentes formas em que se efetuam os consumos mediáticos na diáspora. Ao longo do trabalho destacamos alguns pontos que nos conduzirão no âmbito dos Estudos de Consumo mediático. Vimos de igual modo a importância em estudar os *media* no processo de diáspora, pois estes contribuem para a estruturação de valores, regulam relações sociais e constroem identidades culturais. Baseamo-nos nos conceitos de diferentes autores que defendem teorias sobre a diáspora, e os *media* como formadores de sentimentos, de identidade/pertença, bem como instrumentos de informação política/democrática, facto que nos ajudou a formular a problemática em estudo, responder à pergunta de partida e atingir os objetivos propostos. No intuito de compreender a função que os jovens angolanos estudantes universitários atribuem aos conteúdos mediáticos na diáspora, analisámos o consumo mediático de um reduzido grupo de jovens imigrantes angolanos residentes em Lisboa. Para os inquéritos por entrevista selecionamos indivíduos com idades compreendidas entre 19 e 30 anos, não associados a quaisquer instituições imigrantes. Foram definidas a origem geográfica, o tempo de permanência em Portugal, o curso e a universidade em que estudam.

Palavras-chave: jovem, jovens angolanos, diáspora, media, comunicação e identidade

Abstrat

This master's degree theory seeks to fulfill the void in the area of media consumption by the Angolan youth of the diaspora. Starting on the issue of the propagation of the new media, a tool commonly used to assess distance and disconnection, we focus on Angolan resident academical students living near Lisbon and try to understand the functions they attribute to contents produced by the information technologies in the diaspora. With this work, we want to make a diagnosis to inspire innovative studies and to draw paths that may eventually guide future investigations on the theme. This study is academically linked to the field of Reception Studies and enables obtaining information on the different forms of consumption by the diaspora. Through our work, we also highlight a few ideas that will guide us in what regards the Studies of Consumption. Additionally, we acknowledge the importance of studying the media in the diaspora, as they contribute to structuring values, regulating social relationships, and building cultural identities. We relied on the on the conceptions of different prominent diaspora authors, and on the media as emotion and identity / belonging mediators, as well as instruments of political / democratic information, which helped us formulate the problematic under study, answer our investigation question and reach the proposed objectives. In order to understand the role that young Angolan university students attribute to media content in the diaspora, we analysed the media consumption of a small group of young Angolan immigrants living in Lisbon. For the interview surveys, we selected individuals between 19 to 30 years old, not associated with any immigrant institutions. Their geographical origin, the length of stay in Portugal, the course and the university in which they studied were also defined.

Keywords: youngster, young Students, diaspora, media, communication and identity

Lista de Siglas e Abreviaturas

ACP ou IDMC – África, Caraíbas e Pacífico

ANGOP – Jornal Angola Press

CEU – Cooperativa de Ensino Universitário

CPLP – Comunidade dos Países de Língua Portuguesa

INAGBE – Instituto Nacional de Gestão de Bolsas de Estudo

ISCP – Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas

MINARS – Ministério de Assistência e Reinserção Social

MPLA – Movimento Popular de Libertação Angolana

OIM – Organização Internacional para as Migrações

PALOP – Países Africanos de Língua Oficial Português

RDC – República Democrática do Congo

RTP – Rádio Televisão Portuguesa

SEF – Serviço de Estrangeiros e Fronteiras

SIC – Sociedade Independente de Comunicação

TPA – Televisão Pública de Angola

TVI – Televisão Independente

UNHCR/ACNUR – Alto Comissariado das Nações Unidas para os Refugiados

UAL – Universidade Autónoma de Lisboa

UNL – Universidade Nova de Lisboa

Introdução

O nosso tempo é marcado pela instantaneidade das trocas de informação possibilitadas pela intensificação da globalização e a propagação à escala global dos meios de comunicação de massa. Consequentemente, vivencia-se um forte processo de mistura de diferentes matrizes culturais. Associada a esta conceção de que o acesso aos meios de informação e comunicação tem mudado de forma radical as formas de habitar o mundo e de nos relacionarmos quotidianamente. Mas se esse é um fenómeno global, ele verifica-se ainda mais naquelas pessoas que se encontram, de uma ou outra forma, próximas à migração (Bálsamo & Etcheverry, 2012).

Nesta dissertação de mestrado, vamos analisar o consumo mediático dos jovens angolanos na diáspora, recorrendo ao estudo de casos de estudantes universitários residentes em Lisboa. Tentaremos compreender a função que os jovens angolanos atribuem aos conteúdos mediáticos na diáspora, identificar os consumos mediáticos e constatar a forma como os meios de comunicação social são seleccionados pelos jovens angolanos na diáspora.

Problematizar acerca desta questão é importante porque permite-nos discorrer de forma detalhada sobre o consumo mediático na diáspora e verificar se os meios de comunicação social angolanos fazem parte do consumo mediático dos jovens angolanos estudantes universitários na diáspora. Factos que nos suscitaram a seguinte pergunta de partida: o contexto de diáspora dos jovens universitários angolanos em Portugal opera sobre os seus hábitos e práticas mediáticas? Para melhor compreensão da situação problemática surgiram as seguintes questões complementares: os jovens angolanos sentem-se representados pelos *media* angolanos na diáspora? Têm algum interesse em obter informações sobre Angola? Quais os *media* que utilizam para a obtenção da informação? O consumo mediático é feito com que intuito?

A partir destas interrogações esperamos estar em condições de compreender a dinâmica da cultura mediática angolana na diáspora, as múltiplas identidades, a incorporação de novos hábitos e costumes transmitidos pelos *media*.

Por outro lado, a partir da problemática relacionada com a disseminação dos novos *media*, tentaremos compreender o que consomem mediaticamente, a apropriação que fazem das notícias quer seja nos meios de comunicação social de Angola e de Portugal, bem como a forma em que os *media* são seleccionados pelos jovens angolanos estudantes universitários residentes em Lisboa.

Este tipo de estudos é importante porque nos permite obter conhecimentos sobre *media*, consumo e identidade, num contexto de diáspora e poderá inspirar novas investigações que, no futuro, poderão ampliar os conhecimentos sobre o consumo mediático dos jovens Angolanos na diáspora. Estes caminhos investigativos irão ajudar-nos a perceber se o contexto de diáspora dos jovens universitários angolanos em Portugal opera sobre os seus hábitos e práticas mediáticas. Para tal, esboçaremos os nossos primeiros passos sobre o consumo mediático dos jovens angolanos na diáspora.

Este estudo foi desenvolvido com base numa metodologia de carácter qualitativo. Assim, construímos um modelo de análise, donde extraímos o guião que serviu de base para as entrevistas. O material de estudo foi constituído a partir da técnica do inquérito por entrevista, facto que nos ajudou a compreender uma quantidade de valores, definições e atitudes dos jovens angolanos estudantes universitários em Lisboa no que se refere ao consumo mediático na diáspora.

Para a realização desta pesquisa traçámos como objetivo geral compreender a função que os jovens angolanos estudantes universitários atribuem aos conteúdos mediáticos na diáspora. Especificamente, tivemos como metas para o estudo: (1) identificar o consumo mediático dos jovens angolanos estudantes universitários residentes em Lisboa; (2) verificar a apropriação que os jovens angolanos estudantes universitários residentes em Lisboa fazem das notícias na diáspora; (3) compreender se a situação de diáspora reconfigura hábitos de consumos mediáticos dos jovens angolanos estudantes universitários residentes em Lisboa.

O presente trabalho divide-se em duas partes. Os dois primeiros capítulos compõem a primeira parte, apresentando um histórico dos fundamentos teóricos das pesquisas mediáticas relacionadas com a migração dos angolanos para Portugal. No primeiro capítulo, fizemos uma breve caracterização dos aspetos internos e externos da migração angolana, o panorama do fluxo migratório dos Angolanos com destino a Portugal e uma breve descrição dos estudantes angolanos que frequentam o ensino superior nas universidades portuguesas.

No segundo capítulo, contextualizamos a diáspora. Além disso, sintetizamos a importância dos *media* no processo de diáspora, o consumo mediático na diáspora, a dinâmica da cultura mediática no processo de diáspora, as múltiplas identidades construídas pelos *media*, bem como a incorporação de novos hábitos e costumes no seio

dos jovens em situação de diáspora. Com base nessa revisão de literatura, explicitamos as questões para a pesquisa empírica, encerrando a primeira parte da tese.

Na segunda parte da dissertação, iniciamos com o terceiro capítulo onde apresentamos a metodologia utilizada. Depois de construído o modelo de análise, extraímos o guião para os inquéritos por entrevista, que nos permitiu verificar se a situação de diáspora em que se encontram os jovens angolanos estudantes universitários residentes em Lisboa alterou os hábitos e as práticas mediáticas que antes tinham incorporado. A recolha dos dados foi feita através dos jovens contactados diretamente pela investigadora e as entrevistas também foram realizadas pela mestranda. Trabalhámos com estudantes com uma faixa etária compreendida entre os 19 e os 30 anos, que frequentam o curso de licenciatura em universidades públicas e privadas sedeadas no distrito de Lisboa. As entrevistas foram agendadas e posteriormente fomos ao encontro dos estudantes. Os depoimentos foram recolhidos de forma individual, o que permitiu verificar o nível de consumo dos *media* destes jovens angolanos, bem como analisar a forma como os meios de comunicação social são incorporados no seio dos jovens angolanos estudantes universitários residentes em Lisboa. Os resultados serão apresentados durante o trabalho.

No quarto capítulo apresentamos a análise dos resultados dos inquéritos por entrevista dos jovens universitários angolanos residentes em Lisboa. Construímos um modelo de análise, prestamos especial atenção à dimensão de identidade mediática na diáspora. Nesta dimensão o consumo assume imaginário o lugar primordial como estruturador de múltipla pertença e de práticas que regulam as relações sociais dos jovens que se encontram em situação de diáspora, facilitando a inserção no país de destino, bem como a ligação dos jovens ao país de origem. Por outro lado, o indivíduo em situação de diáspora, através do consumo mediático, concretiza os seus desejos; pela necessidade de pertencer a certos grupos, adquire novos hábitos e costumes, inserindo assim no seu quotidiano múltiplas identidades.

O trabalho encerra com uma conclusão: a constatação de que a situação de diáspora em que se encontram os jovens angolanos estudantes universitários residentes em Lisboa alterou os hábitos e práticas mediáticas que antes tinham incorporado, dando maior ênfase ao consumo dos *media online*. Concluímos que o que consumiam em Angola não é o mesmo que consomem na diáspora e que o facto de estarem em Portugal aumentou o interesse em acompanhar os meios de comunicação social angolanos para estarem melhor informados sobre a realidade do seu país de origem.

Por outro lado, verificamos que há um fraco interesse por parte dos jovens em acompanhar os *media* angolanos públicos na diáspora. Os estudantes revelam dar maior atenção aos *media* privados que, segundo eles, retratam a verdadeira realidade do seu país.

Face ao exposto, que será desenvolvido em seguida, este estudo, justifica-se pela importância e relevância do consumo dos *media* angolanos na diáspora e a função que tais meios de comunicação social desempenham na construção e conservação das identidades nos jovens em situação de diáspora.

CAPÍTULO I – Estudantes Angolanos em Portugal

Neste capítulo, fazemos uma breve caracterização dos aspetos internos e externos da migração angolana, o panorama do fluxo migratório dos Angolanos com destino a Portugal e uma breve descrição dos estudantes angolanos que frequentam o ensino superior nas universidades portuguesas.

1.1. Caracterização da migração angolana

Ancorados na história africana, nos tempos mais recentes os movimentos migratórios têm-se desenvolvido e tornado mais complexos. Os destinos multiplicaram-se e os itinerários alongaram-se (Lopes, 2013). No caso Angolano, o panorama dos fluxos migratórios tem contornos similares, mas aspetos particulares. No passado recente, e especialmente durante o conflito militar prolongado que se desenrolou desde a independência em 1975 até 2002¹ as dinâmicas de migração em Angola foram predominantemente caracterizadas pela migração rural-urbana interna, com a deslocação forçada das populações do interior do país em direção aos centros urbanos buscando níveis mais elevados de segurança física e alimentar (Lopes, 2013).

Com o passar do tempo, a dinâmica migratória em Angola registou diversas vicissitudes, atendendo aos diferentes períodos históricos que o país conheceu após o alcance da paz em 2002. Durante este período as dinâmicas migratórias foram essencialmente caracterizadas por fluxos mistos, internos e externos, que estariam na base das migrações relativas às entradas de cidadãos estrangeiros, bem como às saídas de cidadãos nacionais para o campo internacional, o que, por sua vez, tem provocado certas transformações no modo de vida das pessoas e da própria sociedade, criando assim uma nova realidade e um novo contexto sociocultural (Cupata, 2002).

Atualmente, em função da estabilidade que o país vai tendo nos vários domínios, fruto do fim do conflito armado marcado pelos acordos de paz em 2002, Angola tem de facto conhecido um extraordinário e crescente fluxo de imigração, confirmado pelo

¹O conflito armado em Angola teve início desde a proclamação da independência em 1975 e terminou em 2002 com o alcance da paz. Durante esta fase muitos cidadãos deslocaram-se para exterior do país em busca de melhores condições de vida.

regresso dos cidadãos nacionais provenientes de diversos países (Cupata, 2002)². No quadro que se segue destacam-se os movimentos das saídas e entradas de cidadãos nacionais e estrangeiros por via aérea e terrestre em Angola de 2007 e 2010.

Quadro1 – Movimentos das saídas e entradas de cidadãos nacionais e estrangeiros por via aérea e terrestre em Angola de 2007 e 2010

		2007		2010	
Movimento de passageiros		Nacionais	Estrangeiros	Nacionais	Estrangeiros
Aéreo	Entradas	135.956	192.909	209.550	593.391
	Saídas	135.987	157.267	201.872	608.916
Terrestre	Entradas	82.010	48.847	196.412	123.779
	Saídas	79.644	42.953	246.429	123.751

Fonte: (Lopes, 2016)

Durante o período em análise, constatou-se que o número de angolanos que regressam ao país "aumentou" em 73.594 cidadãos e saíram cerca de 65.885 nacionais por via aérea. Já por via terrestre, entraram cerca de 114.402 e saíram 166.785. Em relação aos cidadãos estrangeiros, entraram para o território nacional perto de 400.482 por via aérea e saíram, pela mesma via, 451.649; por via terrestre entraram 74.932 e saíram 80.798 (Lopes, 2016).

Com a ascensão da globalização e a busca incessante de melhores condições de vida, bem-estar social e económico, as migrações de muitos angolanos ressurgem no cenário internacional como opção e caminho para atingir tais objetivos. Contudo, atualmente, as migrações contemplam finalidades explícitas e diretamente ligadas ao desenvolvimento socioeconómico da contemporaneidade (Lopes, 2016).

Quanto aos imigrantes angolanos, um estudo do Banco Mundial fixava o *stock* de imigrantes angolanos em 522.964 e identificava como principais países de destino Zâmbia, Namíbia, Congo, Alemanha, França, Reino Unido, Brasil, Espanha, Estados Unidos da América e Portugal (ACNUR, 2008).

Desde 2007 que os angolanos assumem a quarta posição de maior comunidade de imigrantes em Portugal, correspondendo com cerca de 33 mil indivíduos (Mendes, Santos

²Durante o ano de 2007, o país registou o regresso de um total de 135.956 cidadãos nacionais a partir do aeroporto Internacional de Luanda e uma saída de cidadãos nacionais na ordem de 135.987. É de salientar que, a partir desta fase, tal como no período de 2003/2006, o movimento migratório da população estrangeira começou também a intensificar-se, registando-se a entrada de 192.909 cidadãos estrangeiros e a saída de 157.267 a partir da fronteira aérea internacional (Lopes, 2016). Já no que diz respeito à fronteira terrestre, registou-se o regresso de 82.010 cidadãos nacionais e a saída de 79.644 angolanos para os países fronteiriços. Quanto aos estrangeiros, registou-se a entrada de 48.847 pessoas e a saída de 42.953 (Lopes, 2016).

& Rego, 2011). Assim, este destino constitui o principal foco da nossa pesquisa: iremos descrever de forma breve a caracterização dos estudantes angolanos que imigraram para Portugal em busca do ensino superior em universidades públicas e privadas no distrito de Lisboa, e identificar o consumo de *mediados* referidos estudantes.

1.2. Imigrantes angolanos em Portugal

Durante grande parte do séc. XX, Portugal foi considerado um país de emigrantes. Só a partir de finais dos anos 70 se começou a alterar esta imagem devido ao fluxo crescente de imigrantes cujo peso foi sendo cada vez maior a nível da dinâmica populacional. Apesar de alguma literatura apontar a presença de angolanos em Portugal a partir do séc. XV, quando este país se tornou num enorme entreposto de escravos, considera-se que apenas no final dos anos 40 do séc. XX é que a presença efetiva de angolanos ganhou alguma visibilidade. Tal sucedeu na sequência da vinda de estudantes para a continuação dos seus estudos nas universidades da metrópole, nomeadamente Lisboa, dada a falta de instituições deste nível na colónia (Januário, 2007, p.94).

Os fluxos migratórios da década de 80 relacionavam-se, portanto, com a fase pós-colonial sendo originários sobretudo dos Países Africanos de Língua Portuguesa (PALOP) – Angola, Cabo Verde, Guiné-Bissau, Moçambique e S. Tomé e Príncipe (Mendes, Santos & Rego 2011). Os fluxos migratórios com motivações laborais originários de Angola e com destino para Portugal ocorreram com grande intensidade durante o período compreendido entre meados da década de oitenta e meados da década de noventa do séc. XX (Machado, 1997). Estas migrações estão associadas a motivações económicas que não se podem dissociar dos períodos conturbados que se viverem durante o conflito armado que teve início em 1975 (Trindade & Beatriz 2001). Estes fluxos permitiram a criação de algumas comunidades de imigrantes que começam a afirmar-se pela sua expressão numérica. Durante muitos anos os Cabo-Verdianos constituíram a maior comunidade de imigrantes em Portugal. Desde 2007 que a hegemonia passou a ser do Brasil; a Comunidade Angolana assume a quarta posição, correspondente a cerca de 33 mil indivíduos. Apesar de se ter verificado um decréscimo substancial, em 2009, Angola continuou com grande representatividade, sendo o 5º país com mais expressão numérica a nível de imigrantes (Mendes, Santos & Rego, 2011).

Constituindo os imigrantes angolanos, um dos grupos numericamente mais representativos, alguns autores admitem a possibilidade de um número considerável de angolanos regressar à origem, pressupondo-se em simultâneo a vinda de novos imigrantes angolanos, sendo também de destacar o facto de haver portugueses a ir para Angola em número cada vez maior (Machado e Azevedo, 2008). Estas ocorrências têm subjacente o crescimento ímpar que se tem verificado em Angola. As baixas qualificações académicas, o desemprego, o não pagamento de salários e o desajuste salarial, aliados a situações migratórias não regularizadas, constituem sérios condicionantes à vida de um elevado número de angolanos que vivem em Portugal (Melo, 2004). Verifica-se que parte dos jovens imigrantes angolanos perceciona a existência de discriminação em Portugal embora considere que, mesmo assim, existem oportunidades interessantes (Ribeiro, Menezes & Neves, 2010).

De acordo com o relatório do XI Congresso Luso Afro-Brasileiro de Ciências Sociais (2011) realizado por Mendes, Santos & Rego na cidade de Salvador, os dados dos últimos anos podem analisar-se como a seguir se descreve.

Em 2007 os imigrantes angolanos em Portugal representavam quase 33 mil indivíduos, correspondendo a 7,4% dos imigrantes e sendo o quarto grupo mais numeroso (depois dos brasileiros, cabo-verdianos e ucranianos). Em 2009 o número de angolanos tinha diminuído para pouco mais de 26.500 e o seu peso relativo tinha também decrescido, passando a representar apenas 5,8% da totalidade de imigrantes em solo português e sendo o quinto grupo com maior expressão numérica dado o aumento dos imigrantes romenos, que passaram a constituir o 4º grupo mais numeroso.

O papel destes imigrantes a nível do desenvolvimento pode ser entendido a dois níveis: no âmbito dos contributos para o desenvolvimento social, económico e demográfico de Portugal e no âmbito do desenvolvimento económico e social de Angola, devido ao envio de remessas, e também por via do acesso a formação escolar que no futuro beneficiará Angola nos casos em que o regresso ocorra (Mendes, Santos & Rego, 2011).

De forma complementar, os últimos dados disponibilizados pelos Serviços de Estrangeiros e Fronteiras (SEF) indicam a existência em território português de 32.728 indivíduos com nacionalidade angolana e estatuto Legal de residente em 2007, afirmando-se deste modo como a terceira comunidade mais numerosa em Portugal (Monteiro, 2012, p.45). Neste período de tempo (2007 a 2009) verifica-se, portanto, um decréscimo

substancial no número de angolanos, quer em termos absolutos quer em termos relativos. Estes dados devem ser analisados com algum cuidado uma vez que só em 2008 e 2009 foi atribuída a nacionalidade portuguesa a 4.463 (SEF, 2009) e 3.003 cidadãos angolanos (SEF 2010).

A distribuição etária revela que 20,3% são jovens com idade inferior a 15 anos e 41,3% são jovens em idade ativa com idades entre 15 e 29 anos; 29,4% têm idades compreendidas entre 30 e 44 anos, pelo que 91% dos imigrantes angolanos possuem idade inferior a 45 anos, o que reflete a sua juventude (Mendes, Santos & Rego, 2011). O foco principal desta pesquisa está centrado em jovens com idades entre 21 e 30 anos, que residem em Lisboa há menos de cinco anos e que frequentam o curso de licenciatura nas mais variadas universidades de Lisboa.

Segundo os dados do SEF, Lisboa continua a ser o maior centro de concentração dos jovens angolanos que imigram para Portugal; daí o motivo da nossa amostra. A população angolana, tal como as restantes populações africanas, concentra-se maioritariamente na Área Metropolitana de Lisboa, sendo os distritos de Lisboa e Setúbal, de acordo com os dados dos SEF, o local de residência de aproximadamente de 83% dos indivíduos de nacionalidade angolana com estatuto legal de residente em 2007. Também a evolução da sua distribuição geográfica se tem orientado no sentido de uma concentração nestas áreas urbanas: em 1990, estes dois distritos eram locais de residência de somente 68,2% dos angolanos residentes no País e, em 1994, de 78,5% (Monteiro, 2012, p.48).

No caso dos imigrantes angolanos, apesar da sua distribuição por todo o território nacional, esta tendência traduz-se numa elevada concentração em três distritos: Lisboa, onde, em 2009, residiam quase dois terços dos imigrantes angolanos (17.266 de 26.557), Setúbal, com 4.366, e Porto, com 1.281, correspondendo respetivamente a 16,4% e a 4,8% (Mendes, Santos & Rego, 2011).

Portugal continua a ser o centro das atenções de muitos angolanos que procuram dar continuidade aos seus estudos com principal foco no ensino superior. Seguidamente fazemos uma breve caracterização dos estudantes angolanos inscritos em cursos superiores de pós-graduação, mestrado e doutoramento.

1.3. Estudantes Angolanos do Ensino Superior em Lisboa

Desde 1975 que Portugal vem, recebendo nas suas universidades estudantes de países africanos de língua oficial portuguesa que se inscrevem em cursos superiores, pós-graduações, mestrados e doutoramentos. De acordo com estatísticas oficiais, os estudantes angolanos são os mais representados desse conjunto de países (Pessoa, 2004).

No ano letivo de 2001/2002 encontravam-se matriculados em estabelecimentos de ensino superior portugueses 9.406 estudantes nacionais de países da Comunidade de Países de Língua Portuguesa (CPLP), mais 1.407 do que em 2000/2001 (Pessoa, 2004, p. 1). Os estudantes angolanos inscritos em estabelecimentos de ensino superior portugueses no ano letivo de 2001/2002 representam 33,9% do total de estudantes dos países da CPLP inscritos nos mesmos estabelecimentos. Seguem-se os estudantes de Cabo Verde, que representam 26,5%, os do Brasil (16,2%), Moçambique (11,4%), Guiné-Bissau (5,8%), S. Tomé e Príncipe (4,7%) e Timor-Leste (1,4%) (Pessoa, 2004),

Segundo dados do INAGBE³ (2006), durante esse período (1975-2005), cerca de 40 países, distribuídos pelos cinco continentes, participaram no esforço de formação de quadros angolanos, em que o grande destaque foi a República de Cuba, com cerca de 7.821 (49,7%) do total dos quadros formados no exterior, seguida da Rússia, com 3.469 (22%), e Portugal, com 1.149 (7,3%) (Januário, 2007, p. 91).

Enquanto no ano letivo de 2007/2008 o número de estudantes oriundos dos países da CPLP inscritos nas universidades portuguesas subiu para 13.428, com 10.142 inscritos ao nível da licenciatura, 2.383 ao nível do mestrado e apenas 727 ao nível do doutoramento. Neste mesmo período, os estudantes angolanos constituíam a maior comunidade de estudantes estrangeiros em Portugal (num total de 4.648), estando a esmagadora maioria inscrita nos cursos de ciências sociais, comércio e direito (3.113 alunos no total) (António, 2013).⁴

A migração dos estudantes angolanos para Portugal poderá ter diversas motivações na sua origem. Se, por um lado, existem motivações de ordem pessoal envolvidas na

³O INAGBE é uma instituição angolana responsável pela gestão de bolsas de estudos internas e externas.

⁴Quanto aos dados descritivos relativos à migração angolana no campo internacional, constatamos que há um fraco nível de informação. A maioria dos dados disponíveis é sobre estatísticas dos refugiados, recolhidas pelo Alto Comissariado das Nações Unidas para os Refugiados (ACNUR), e também informação sobre migração legal. Existe um número limitado de estudos recentes, a maioria dos quais conduzidos pela Organização Internacional para as Migrações (OIM). Por estes motivos, não é fácil encontrar dados oficiais sobre migração e de Angolanos a regressar para o país de origem; os dados existentes muitas vezes estão incompletos e não retratam certas particularidades, como por exemplo: estratificação por sexo, idade ou nível de qualificação.

decisão de emigrar, existem também fatores determinantes de ordem estrutural e que condicionam, em parte, as escolhas dos sujeitos. Entre estas motivações de ordem estrutural incluem-se as más condições do ensino superior em Angola (Carvalho, 2003). Sendo este um mercado aberto, Portugal compete, no processo de escolha, com Inglaterra, Estados Unidos, Brasil, África do Sul. Alguns estudantes angolanos definem essas opções em função de “ondas”, ou “modas”, de dimensão simultaneamente temporal e de “classe” (Faria, 2009).

Quanto ao tipo de ensino frequentado, apesar de o superior público (universitário e politécnico) reunir o maior número de nacionais da CPLP, não podemos deixar de realçar o importante lugar que o ensino particular e cooperativo ocupa em termos de acolhimento destes estudantes. Com efeito, o crescente interesse e disponibilidade das universidades privadas em alargar e multiplicar as vias de cooperação com organismos de países da área CPLP, ao qual se adiciona o vasto conjunto de facilidades proporcionadas aos estudantes daí provenientes, nomeadamente aos mais carenciados, revela, na generalidade dos casos, uma importante estratégia de compensação encontrada por estas instituições perante a reconhecida diminuição da procura do ensino privado a favor do público (Pessoa, 2004).

O contexto de diáspora em que se encontram os jovens angolanos estudantes universitários faz com que estes estudantes procurem os *media* com o intuito de continuarem a manter ligação com o país de origem. Esta comunicação tem sido feita por intermédio das redes sociais na internet como é o caso do *Facebook* e o *Whatsapp*. Com base neste contexto, os *media* são chamados a desempenhar um importante papel como instrumentos de ligação a uma dada cultura, contribuindo para a construção e preservação de identidade nos jovens em diáspora.

CAPÍTULO II – Media no Contexto de Diáspora

Neste capítulo, descrevemos o contexto explicativo de diáspora, de uma forma breve. Sintetizamos a importância dos *media* no processo de diáspora, o consumo mediático na diáspora, a dinâmica da cultura mediática no processo de diáspora, as múltiplas identidades construídas pelos *media*, bem como a adoção de novos hábitos e costumes por parte dos jovens em situação de diáspora. Com base nessa revisão de literatura, formulamos a questão de investigação que orientou a nossa pesquisa empírica.

2.1. Diáspora e comunicação mediada

Neste ponto iremos destacar a comunicação da diáspora com o país de origem, bem como tentar compreender o significado que os *media* têm para os jovens angolanos estudantes universitários residentes em Lisboa. A teoria da receção, dinâmica da cultura mediática na diáspora, as múltiplas identidades e a incorporação de hábitos e costumes transmitidos pelos *media* também são o foco desta pesquisa.

Baccega & Guimarães (2016) defendem que as pesquisas sistemáticas de comunicação se iniciaram na década de 1920 nos Estados Unidos e, desde então, têm-se desenvolvido celeremente, tendo em vista a complexidade e a importância do fenómeno. A conceção segundo a qual o recetor era um vaso onde se despejavam regras que redundavam em comportamento adequado às mensagens emitidas vigorou durante décadas.

Nesta pesquisa os estudos de comunicação, media e diáspora, foram muito marcados na perspetiva sócio culturalista, a medida em que a mensagem dos sujeitos passou a ser considerada como activa para reconfiguração dos significados identitários. Dalmonte (2002), sublinha que na América Latina, por exemplo, os estudos em comunicação que procuravam estudar os fenómenos da receção receberam grande influência das Perspetivas Culturais. A perspetiva das mediações começou a ser pensada a partir das análises sugeridas por aquela perspetiva, com base nas primeiras especulações do *Centre for Contemporary Cultural Studies*, localizado na Inglaterra, tendo como parâmetro as produções culturalistas - *cultural studies*.

No entanto, a partir dos anos 1970, a receção começa a ser concebida como ativa, admitindo-se a participação dos sujeitos na reconstrução dos significados das mensagens (Baccegá & Guimarães, 2006).

As práticas de receção mediática não se restringem mais só a relações mediadas pelos *media*, rádio, cinema, televisão ou imprensa escrita, e o recetor não pode mais ser visto como o eixo polar final de uma relação só determinada pela emissão e representada pela produção. “É nesta perspectiva de indagação, diante de um quadro em constante mudança, que aqui foram buscados os fluxos entre a receção e o espaço público” (Sousa, 2002, p.12).

Baccegá & Guimarães (2006) defendem que a receção como ato cultural desempenha importante papel na construção da realidade social. Daí a importância do seu estudo. Através destes estudos podemos descobrir quais são os processos reais que resultam do encontro dos discursos dos meios de comunicação apropriados (transitoriamente) ou incorporados (com permanência na cultura) pelos sujeitos recetores imersos nas suas práticas culturais.

Quando se fala em recetor referimo-nos ao jovem tipo, aqui problematizado, que atua no cenário globalizado desde o início do século XXI, nomeado de “nativo digital” (Prensky, 2001). Este jovem diferencia-se das gerações anteriores pelo interesse e pela facilidade como se relaciona com as novas tecnologias para comunicar, aprender, entreter-se e pertencer a grupos sociais.

Os estudos de receção estão preocupados com as características socioculturais dos recetores. Deste modo, o foco desloca-se para as práticas sociais e culturais mais amplas, nas quais eles estão integrados. É nesse espaço que se estudará a ressignificação que os recetores produzem em relação aos produtos dos meios de comunicação, ao entendimento das mensagens (Baccegá & Guimarães, 2006),

Cogo (2012) defende que, nas últimas décadas, as sociedades contemporâneas têm experimentado um desenvolvimento acelerado das tecnologias da comunicação e da informação, e ao mesmo tempo um incremento significativo das migrações transnacionais, que vêm convertendo as cidades e nações em espaços de convivência entre realidades socioculturais diversas.

Na verdade, se ontem, como hoje, o processo comunicacional se define na articulação das dimensões de poder, cultura e tecnologia, esses parâmetros, em si mesmos e em sua articulação, mostram-se em mudança (Sousa, 2002). O acesso aos meios de informação e comunicação tem mudado de forma radical as formas de habitar o mundo e de se relacionar quotidianamente. Mas se esse é um fenómeno global, ele verifica-se ainda mais naquelas pessoas que se encontram, de uma ou outra forma, próximas à migração (Bálsamo & Etchevery, 2012).

Atualmente, atendendo à proliferação do uso das novas tecnologias digitais, os jovens passaram a ter uma visão bastante diferente das relações interculturais e da própria vida num ambiente multicultural. Esta realidade, tem provocado nas comunidades em diáspora o multiculturalismo: as culturas influenciam-se e cada vez mais existe uma clara necessidade de se compreender a diversidade e a pluralidade das sociedades, bem como as representações sociais (Cupata, 2002).

Os meios de comunicação social contribuem para a promoção deste ambiente multicultural nas comunidades em diáspora. Sebastião (2012) fala dos *media* como instrumentos utilizados para redução de distâncias temporais e aproximação de culturas. Segundo a autora, a sociedade global da informação baseia-se em sistemas de comunicação combinados com avançadas tecnologias que reduzem distâncias temporais e territoriais, aproximando culturas e contribuindo para a eliminação de diferenças sociais. Pois as representações sociais em contexto de diáspora exercem um papel importante na modelação dos comportamentos em grupos, ajudando na compreensão e formação de comportamentos e condutas (Cupata, 2002).

Elhajji (2012) vai mais além quando defende que hoje, à medida que se configure uma nova esfera etnocultural transnacional, torna-se mais problemática a desvinculação do universo simbólico inicial ou o afastamento das comunidades “irmãs” espalhados pelo mundo. Para o autor, o distanciamento geográfico e a relativa lentidão das comunicações da época pré-global permitem uma reelaboração mais profunda da identidade minoritária de origem no ambiente local de destino. Pois, a maioria dos cidadãos pretende estar informada e viver o local onde habita fisicamente, mas também procura estar inserida nos espaços globais (Cunha, 2009).

Essas dinâmicas mediáticas têm vindo acontecer com o surgimento dos novos *media*. De facto, os *media* permitem estabelecer relações sociais mais ou menos intensas

com as pessoas que moram perto e que encontramos no dia-a-dia, assim como com aquelas mais distantes, no local de origem ou em outros lugares (Bálsamo & Etcheverry, 2012).

Por outro lado, Cunha (2009) diz que atualmente os jovens da classe média, em qualquer lugar do mundo, estão em simultâneo na rádio, na televisão e navegam em múltiplas janelas da internet. Em segundos, eles mobilizam uma vasta e complexa gama de competências tecnológicas adquiridas, de códigos e descodificação de conteúdos.

Para os jovens angolanos estudantes universitários residentes em Lisboa, este dinamismo assume enorme importância enquanto estudantes residentes em diáspora, pois tudo acontece graças aos *media*, os quais desempenham um papel fulcral no processo de comunicação com o país de origem.

A comunicação com a diáspora por intermédio dos *media* permite manter fortes laços afetivos, materiais e simbólicos com o país de origem. Para Januário (2007, p. 93) “as diásporas são sempre, por definição, transnacionais, por ligarem um país de origem e um ou mais países de destino, mas podem possuir uma dimensão mais ‘nacional’, quando estão concentradas num único estado-nação de destino ou, o que é mais frequente, ‘transnacional’, quando se espalham por mais do que um estado-nação de destino”.

Tolentino (2006) defende que, por intermédio da comunicação com a diáspora, os indivíduos conseguem manter uma memória coletiva situada entre a origem e o destino, fazem manutenção de laços materiais e simbólicos com a terra e o país de origem e acarretam uma noção interiorizada de múltipla pertença, sempre com a intenção de regressar à origem.

Para que haja comunicação, é preciso que os interlocutores tenham uma memória comum, participem em unir a mesma cultura, pois são as referências que vão traçando percursos de leitura. Cada produto, cada programa dos meios de comunicação, será produzido e interpretado, entendido a partir dessa memória comum, dessas referências culturais (Baccega & Guimarães, 2006). Por isso dizemos que a comunicação está imersa na cultura, é uma prática cultural que produz significados. Implica sempre emissão e receção, resultando na construção de sentidos novos, renovados ou sentidos reconfigurados, produzidos nesse encontro.

Moniz M. & Moniz R. (2014), num estudo de diagnóstico sobre a comunicação do país de origem com a diáspora, destacam alguns aspetos que poderão contribuir para o reforço da comunicação dos *media* com a diáspora que a seguir enumeramos:

1. Reforçar a utilização de meios de comunicação digitais e multimédia, nomeadamente sítios, redes sociais, rádio e televisão, com uma especial atenção para as rádios comunitárias. Aproveitar as rádios e televisões locais dos países de acolhimento com maior audiência para passar informações.
2. Reforçar igualmente a utilização de meios tradicionais de comunicação, como jornais, *flyers* e brochuras para alcançar a população sem acesso à internet.
3. Descobrir como chegar à diáspora e como colmatar a deficiência da comunicação identificada pelos parceiros para a Estratégia Nacional de Emigração e Desenvolvimento.
4. Elaborar um estudo para mapeamento da diáspora, ou seja, saber quem são, onde estão, quais as suas qualificações e profissões, as suas necessidades, prioridades e expectativas.
5. Elaborar e implementar um plano nacional de comunicação contínua e permanente com a diáspora, articulando todas as entidades interlocutoras, gerando uma plataforma conjunta de disponibilização e distribuição de informação de alcance eficaz a toda diversidade da diáspora.
6. Melhorar a qualidade da comunicação tornando-a mais direta, específica e acessível, ajustando-a ao alvo pretendido, com base na sua realidade social e cultural.

A comunicação da diáspora com o país de origem é um processo importante para reforçar a aproximação e ligação entre as culturas dispersas. A circulação e receção dos discursos no campo internacional dos produtos dos *media* faz com que os indivíduos em situação de diáspora realizem trocas simbólicas de conteúdos mediáticos entre a origem e a diáspora. Para uma melhor compreensão da circulação de informação na plataforma dos imigrantes no ponto a seguir faremos uma breve caracterização do consumo mediático na diáspora.

2.2. Consumo mediático na diáspora

O consumo mediático assume lugar primordial como estruturador de valores e práticas que regulam relações sociais, que constroem identidades e definem mapas culturais. Sendo assim, podemos dizer que, consome-se não para satisfazer as necessidades consideradas essenciais (toda necessidade é construída socialmente), mas sim para buscar o seu conhecimento, pois a pessoa é aquilo que ela consome. Isto é, através do consumo mediático realizamos os nossos desejos, identificamo-nos (Rocha, 2005).

Importa, no entanto, recordar que a temática da receção e do sentimento de pertença é ampla e complexa, extrapola o seu uso semântico quotidiano, reflete caminhos interdisciplinares ainda pouco explorados, sobretudo na sua dimensão política (Sousa, 2002). Por outro lado, Abrão (2009) fala do consumo mediático como forma de pertencer a grupos sociais; embora o consumo seja individual, ele opera em grupo, pois existe a necessidade de pertença. Consumimos para nos reconhecer e pertencer a certos grupos. Nessa perspetiva é que surgem as aceções de pertença, fazer parte, inserção, ser incluído, ser membro e, mesmo, de participação (Silverstone, 1999).

Alonso vai mais além e diz que “o comportamento do consumidor pode ser considerado como um bom instrumento de diagnóstico para compreender a estrutura da sociedade em um determinado momento e para antecipar suas possíveis evoluções” (Alonso, 2006, p. 107).

Os estudos de receção na América Latina são muito recentes e desempenham um importante papel no processo de construção da identidade dos jovens, enquadrando neste processo as trocas simbólicas e a circulação da mensagem dos *media* na diáspora. “Sua emergência se dá no início dos anos 80, no bojo de um forte movimento teórico crítico que procurava fazer uma reflexão alternativa sobre a comunicação e a cultura de massas através da perspectiva gramsciana, reflexão alternativa às análises funcionalistas, semióticas e frankfurtianas predominantes até então” (Lopes, 2000, p. 123).

Para Guillermo Orozco Gómez, o que importa realmente quando pensamos em estudos de análise da receção é o seu carácter múltiplo, a sua complexidade teórica e a metodologia com a qual é desenvolvida: “O que é realmente importante é ter em conta que a análise de receção é um objeto de investigação múltipla, poliforme, muito dinâmica, que requer uma abordagem similar e que a audiência dos meios é um estudo também complexo,

contraditório, que para ser explorado requer um desenho metodológico muito afinado e rigoroso” (1994, p.194). Lopes confirma que hoje é central a presença da perspectiva teórica das mediações e das hibridizações na pesquisa de receção em toda a América Latina (2000, p.123).

Na América Latina, são autores como Martín-Barbero (1987) e Garcia Canclini (1990), entre outros, que desbravam terreno no domínio das mediações, as teorias de consumo e receção através das suas obras (Baccega & Guimarães, 2006).

Estes estudos realizados sobre *media*, identidade e diáspora, consideram a relevância da ancoragem de dinâmicas de subjetivação e ressignificação no campo articulado pela circulação e receção dos discursos e processos mediáticos, o que vai ao encontro da busca pela compreensão dos processos de construção da identidade do jovem (Arreis, 2012). As trocas simbólicas e a circulação internacional dos produtos dos *media*, são hoje centrais no funcionamento do mundo globalizado, tal como o são as trocas das matérias-primas e os produtos manufaturados (Cunha 2009).

Os jovens consomem os *media* na diáspora para se manterem informados, bem como para comunicarem com pessoas que lhes estejam próximas ou distantes, por intermédio de ligações em redes sociais na internet. Moraes & Bittencourt (s.d) chamam atenção para o facto de não estudarem os *media* por si, mas sim a forma como as pessoas interagem com os *media*. Estes autores acrescentam que a comunicação, através dos *media*, acaba por ser a ação propiciadora deste vínculo social, ou seja, insere o indivíduo na socialidade, incluindo-o na conversação social.

Tal como Moraes & Bittencourt, consideramos que não basta estudar os meios em si, mas como as pessoas interagem com eles. Assim, neste estudo iremos focar-nos na forma como os meios de comunicação social angolanos são selecionados pelos jovens universitários residentes em Lisboa. Jacks & Escosteguy (2005) defendem que a pesquisa de comunicação não é a que focaliza estritamente os meios, mas a que ocorre no espaço de um circuito dinâmico composto pela produção, circulação e consumo da cultura mediática. Em resultado disso, iremos aprofundar mais o nosso estudo, analisando a apropriação que os jovens angolanos fazem dos conteúdos mediáticos na diáspora.

Moraes & Bittencourt, (s.d) partilham os pressupostos de Jacks & Escosteguy mencionados supra, acrescentando que uma pessoa estrutura e distribui aquilo que absorve

por meio dos *media* e está diretamente ligada ao lugar social de origem. Logo, o distanciamento dos *media*, pode também provocar certa distância social, simbolicamente construída e percebida.

Lévy (1993) fala da criação do mundo imaginário pelos *media*, como uma possibilidade de potencializar a prática do conhecimento, formando uma Inteligência Coletiva. Essas técnicas trazem novas maneiras de conhecer o mundo, de representar e transmitir o conhecimento, através da linguagem. A formação dessa nova geração passa, de forma natural, pelo mundo imaginário. As imagens trazem o mito pronto, resumido e, às vezes, sem a necessidade da narrativa.

De acordo com Johnson (2001, p. 9), “a explosão de tipos de meios de comunicação no séc. XX, nos permite, pela primeira vez, apreender a relação entre a forma e o conteúdo, entre o meio e a mensagem, entre a engenharia e a arte”. Essa explosão e a velocidade das mudanças é que permitem percebermo-nos como os meios de comunicação moldam os nossos hábitos de pensamento. Deste modo, a comunicação pode convergir para a educação no momento em que possibilita essa estrutura aglutinadora de saberes que é o ciberespaço.

O indivíduo busca as informações conforme a sua necessidade e carrega em si o potencial para ser formador de opinião. Os meios de comunicação de massa fornecem material para a formação de opinião e para o posicionamento diante dos factos. Aliados às novas tecnologias, os *media*, facilitam a participação e a interação das audiências (Moraes & Bittencourt, s.d.).

O desenvolvimento e o aprimoramento dos *media* disseminaram o processo comunicativo e a conexão entre os povos. Blanco (1998) diz que as audiências dispersas na diáspora utilizam os meios de comunicação nacionais para situar-se em tornos simbólicos, cujos limites internos e externos estão sendo definidos num espaço e num determinado tempo. Moraes & Bittencourt (s.d.) acreditam na potencialidade dos *media* para disseminação do conhecimento, divulgação dos valores e também interação, sintonia e integração entre diferentes tempos, lugares e culturas.

Martin & Schumann (2000) defendem que, graças aos *media* as pessoas, informam-se sobre tudo o que se passa no mundo, unindo-se inclusivamente “por uma imaginação comum”. A divulgação informativa ajuda a construir a unidade nacional, contribuindo para manter a distinção e a integridade dos particularismos locais contra as ameaças da

homogeneização. Por outro lado, Martín-Barbero (2002) sublinha que a revolução dos *media* introduz nas nossas sociedades um novo modo de relação entre os processos simbólicos, que constituem o cultural, as formas de produção e distribuição de bens e serviços.

Baseando-se neste mesmo pensamento, Arreis (2012) sublinha que presentemente os jovens em situação de diáspora usufruem das somatórias de experiências proporcionadas pelo consumo cultural, da comunicação em espaços virtuais, ou seja, do acesso às redes sociais e formas de utilização dos *media*, o que lhes permite ampliar as suas relações, pessoais ou virtuais. Uma comunicação onde a receção tem papel chave quando chegam os discursos e são ressignificados e posteriormente transmitidos, construindo as identidades destes jovens.

Numa perspetiva mais próxima da prática docente, Arreis (2012) diz que estudar o jovem contemporâneo e entender seu comportamento como consumidor através da influência dos *media* nas suas relações sociais, no processo de pertença social pode ampliar a compreensão das possibilidades de aprendizagem e a perceção da realidade.

Na visão de Abrão (2009), em alguns casos, os *media* são utilizados na diáspora para difundir as suas ideologias. No entanto, defende que estamos longe de afirmar que os dispositivos mediáticos são manipuladores, que dominam o palco mediante uma plateia atónita, incapaz de se proteger dos “males” que lhe são “enviados” (Abrão, 2009). E deste modo, os meios de comunicação atuam na esfera simbólica através de géneros e formatos tanto quanto de veículos diversos, lidam com um comum social de informações, valores e necessidades que constituem a representação do que passa a ser buscado e circulado na concretude de práticas quotidianas, segundo tempo e espaços sociais definidos (Sousa, 1999).

Para Santamaría (2008), o imigrante que antes tinha mais dificuldade para manter a comunicação com quem havia ficado longe, pois fazia-o por cartas que demoravam a chegar ou através de recados mandados por outros viajantes, incorporou o uso dos novos *media* como parte do processo migratório. De facto, o embaratecimento do custo das passagens aéreas, aliado à maior facilidade de acesso ao computador, à internet, ao telemóvel e a outras tecnologias, tudo isto ampliou dimensão transnacional das migrações

contemporâneas tornando possível a experiência de estar aqui e lá ao mesmo tempo, senão fisicamente, pelo menos através da mediação tecnológica.

Os estudos de receção são estudos que se preocupam com a forma como as pessoas usam os meios de comunicação. Nesta pesquisa, focamos a questão identitária dos jovens imigrantes que consomem os meios de comunicação fora do seu país e que não estão desligados do seu país.

Seguimos as perspectivas de Silverstone (1999), Kathryn Woodward (2007) que destacam a importância dos estudos culturais, olhado para questão da diáspora. A partir de diferentes conceitos conseguiu-se analisar o consumo mediático angolano na diáspora e a função atribuída aos conteúdos mediáticos na diáspora. Neste sentido, pode dizer-se que os estudantes por nós contactados, reconfiguram a comunicação no seu contexto; encontrando-se fora de solo angolano, ao mesmo tempo encontram-se dentro do contexto angolano. Estando em Portugal continuam a ter uma relação com Angola e pensam vir ter uma relação futura com Angola.

Neste contexto é importante considerar o papel dos *media* na construção de identidade das comunidades em diáspora.

2.3. *Media* e construção da identidade nas comunidades em diáspora

Neste ponto do nosso trabalho iremos focar-nos no papel dos *media* como instrumentos de ligação a uma dada cultura bem como na importância que os *media* assumem para construção da identidade nas comunidades em diáspora. Essa relação entre *media* e identidade migratória, propõe um processo irreversível de fluidez das culturas que vem desenvolvendo o estreitamento das nações, pondo em evidência o vínculo do homem com a sociedade, testando os migrantes como seres que se localizam num campo social e cultural indefinido (Dias, 2011).

A investigação etnográfica revelou que os *media* nacionais permitem aos recetores produzir determinadas marcas de identidade armazenadas pela globalização. Os jovens utilizam os *media* nacionais na diáspora para manter os laços simbólicos que identificam a cultura do país de origem. Assim, as audiências dispersas na diáspora utilizam os meios de

comunicação nacionais para situar-se em tornos simbólicos, cujos limites internos e externos estão sendo definidos num espaço e num determinado tempo (Blanco, 1998).

Como noutras práticas culturais, Anderson (1991) fala do significado da receção mediática. Segundo o autor, esta receção provém das construções simbólicas negociadas pela audiência, e como, ponto de partida, Anderson assume que a imprensa local pode facilitar certas rotinas de interação mediática, que conectam os indivíduos distantes da “sua” *comunidade imaginária*.

Tendo em conta estes pressupostos, refletir sobre os modos e usos dos *media* e as suas relações com a formação da identidade do jovem contemporâneo é também pensar sobre a complexidade do ambiente em que este jovem habita, num contexto de globalização, caracterizado pela presença da tecnologia, onde movimentos culturais impactam nas mediações realizadas por este jovem na receção dos produtos mediáticos e consumo material (Arreis, 2012).

Dias (2011) fala da importância dos *media* na massificação de culturas, num fluxo acelerado de informação. Segundo o autor, com o advento da modernidade, acompanhamos a massificação das culturas introduzidas pela indústria cultural, num fluxo acelerado de informações que, num processo natural, modifica as identidades. Como novas formas de pensar e de existência são atributos indispensáveis para o conviver no mundo social os *media* assumem grande relevância.

Por outro lado, e como defende Castells (2003), os *media* são simultaneamente, e de forma complexa, impulsionadores de novas identidades e de identidades fixadas de forma regressiva. Neste contexto, o sentimento de pertença articula a ideia de identidade, não só no sentido de afirmar as características distintivas do carácter de um grupo ou de uma pessoa, mas também como resistência ao que é diferente e ameaça a memória identitária. Pode ainda criar condições para imaginar um novo projeto de identidade.

Na visão de Abrão (2009), para se viver num ambiente de velocidade de mudança, as pessoas também necessitam de transformações constantes, e o deslocamento é inevitável. As identidades parecem não ter fim, os *media* impulsionam os desejos e as emoções dos sujeitos, que optam pelo consumo como forma de pertencimento. Percebe-se também como a temática do pertencimento ou pertença se liga à identidade em comunidades imaginadas, com a afluência dos novos *media*. Silverstone (1999) salienta

que o tema da comunidade imaginadas ressurgiu hoje, e reelaborado, em decorrência mesmo da presença e da expansão dos novos *media*. A comunidade coloca-se como mediação entre o material e o simbólico, o vivido e o imaginado, o local e o global, o público e o particular.

No presente trabalho, a identidade é a forma de consumo mediático dos jovens angolanos na diáspora, o modo como os jovens percebem os *media* com o intuito de pertencer a certos grupos. Sebastião (2012) fala da construção social da identidade pelos *media*. Para esta autora, a identidade é socialmente medida; tradicionalmente, a maior parte dessa mediação era feita através da linguagem e da troca de mensagem face a face. A questão central dos estudos sobre a identidade e os *media* relaciona-se com a sua unidade e estabilidade, numa estrutura social e através da interação social.

Giddens (2002) partilha a mesma ideia, acrescentando que a estabilidade da identidade cultural passou a ser testada a partir do processo migratório de culturas, possibilitada principalmente para diminuição da relação tempo/espço. Nesse sentido, o processo migratório encaixa de forma precisa para mostrar formas de classificação e como as identidades se constroem no processo de diáspora. Kathryn Woodward dá ênfase ao aspeto da diáspora para entender a formação da identidade cultural, pois segundo ela, a diáspora produz identidades plurais, mas também identidades contestadas, num processo que é caracterizado por grandes desigualdades (Woodward, 2007).

Na visão de Blanco (2006) ser imigrante hoje significa assumir um posicionamento múltiplo de vinculação a diferentes culturas, territórios sociais e simbólicos, assim como implica o estabelecimento de relações e sentidos de pertença que transcendem fronteiras geográficas. Para Rebelo (2000), os imigrantes angolanos e, de um modo geral, os imigrantes africanos que têm vindo para os países ocidentais, e concretamente para Portugal, tendem a preservar as suas próprias culturas pelo consumo dos *media*, culturas essas que são percebidas por eles, e também pelos cidadãos dos países de acolhimento, como bastante diferentes.

Neste sentido, Hall afirma que a identidade se transforma no decorrer da História: da “identidade fixa, essencial ou permanente” (Hall, 2002, p. 12) da sociedade moderna passamos para as identidades flexíveis. Na sociedade contemporânea as mudanças são constantes, por isso o sujeito está sempre em busca de novas identidades através dos *media*. Seja qual for a situação, o sujeito será posicionado “pelas diferentes expectativas e restrições sociais envolvidas em cada momento” (Woodward, 2007, p. 30). Na

apresentação da obra *Modernidade e Identidade*, Giddens, (2002, p. 9) alerta-nos para essa realidade, pois, segundo ele, “a modernidade altera radicalmente a natureza da vida social quotidiana e afecta os aspectos mais pessoais de nossa existência”.

Hall, (1993, p. 45) sustenta que as identidades estão sempre em processo de formação, de modo que não se pode falar em identidades fixas, inalteradas. Afirmar ainda que, embora a noção de identidade esteja relacionada com “pessoas que se parecem”, “sentem a mesma coisa” ou “chamam a si mesmas pelo nome”, estes são referenciais insuficientes, que não satisfazem os pressupostos necessários à compreensão adequada do fenómeno da identidade. Como um processo, uma narrativa ou um discurso, “a identidade é sempre vista da perspectiva do outro”.

Campbell (2007, p. 53) afirma que “o verdadeiro local onde reside nossa identidade deve ser encontrado em nossas reações aos produtos e não nos produtos em si. É monitorando nossas reações a eles, observando do que gostamos e do que não gostamos, que começaremos a descobrir quem ‘realmente somos’”. Vivemos em uma sociedade fluida, de constantes mudanças, de múltiplas identidades que levam o consumidor a buscar nos *media* sempre novas formas de pertença, novos valores, novos produtos a serem consumidos. Os *media* contribuem para formação das identidades destes sujeitos, legitimando identidades nos seus programas diários (Abrão, 2009).

Com base nesta aceção, Hall (2006) alerta-nos para o papel dos *media* e das tecnologias, para o cerco perante as identidades tácitas, mostrando-nos como o impacto da globalização está a mudar as identidades culturais nacionais, raça, género e etnia, na medida em que os avanços da globalização vêm fragmentando as regulações culturais das identidades a ponto do surgimento de uma “crise de identidade”. Na verdade, ao incluir-se num grupo o sujeito está ao mesmo tempo a diferenciar-se de outro. Por intermédio dos *media*, as comunidades em diáspora procuram os seus desejos, conservam os hábitos e costumes que identificam a cultura de cada povo.

Blanco (1998) afirma que a interação simbólica com os *media* nacionais pode dar lugar ao aparecimento de diferentes tipos de identidades, relações e sentimentos, todos eles construídos dentro de um sistema coerente de significados. Na visão de Abrão (2009), a sociedade contemporânea encontra-se em constante transformação: tradições são quebradas ou reformadas, novas identidades são formadas a cada momento, o novo torna-

se obsoleto num curto espaço de tempo. É neste ambiente fluido que os meios de comunicação funcionam como divulgadores de culturas e identidades.

Para os investigadores Lipovetsky & Serroy (2007, p. 24) a partir dos *media* tem sido possível reunir em frente a um ecrã pessoas de todas as partes do mundo, que são *impactadas* pelos mesmos conteúdos, cada vez mais marcados pela mistura, pela multiculturalidade, num sincretismo cultural paradoxalmente individualizado face à volatilidade das identidades. É essa forma de alteração rápida e incontável do meio social quotidiano que concretiza a ideia de que, quando se alteram os aspetos individuais, também se fragmentam as identidades antes estáveis (Dias, 2011).

Por outro lado, Elhajji (2012) afirma que é a partir dos *media* que se deve buscar a compreensão da dinâmica das múltiplas identidades. Os meios de comunicação colaboram para essas mudanças constantes e permanentes, pois através deles, culturas do mundo inteiro são divulgadas, identidades são reforçadas, modelos de comportamento e consumo são estimulados. “Os *media* permitem a multiplicação dos contatos entre os indivíduos, reduzem distâncias físicas, eliminam resistências sociais e ultrapassam barreiras culturais”. (Sebastião, 2012, p. 117).

“Os *media*, podem contribuir para a homogeneização de valores, e estes podem prover informações sobre a situação económica, política, legal e social das potenciais regiões de destino” (Prinz, 2005, p. 120). Nesse sentido, torna-se necessário refletir sobre a influência dos *media* na construção de novas identidades culturais, uma vez que também é um processo complexo e com várias contradições, visto que a cultura pode ser encarada como uma mediação política, que segue uma análise da cultura como prática social de poder (Dias, 2011). Na visão de Hall (1997), a comunicação através dos *media* é o meio privilegiado com que se dá sentido a tudo isso, porque possibilita a construção de uma cultura de entendimentos partilhados e, consequentemente, a interpretação do mundo.

CAPÍTULO III – Metodologia

Neste capítulo iremos descrever a metodologia utilizada para o desenvolvimento desta dissertação, que nos permitiu reconstruir, de forma breve, uma biografia dos jovens desde que saíram de Angola até chegarem a Portugal.

Primeiramente fizemos uma pesquisa documental que nos permitiu realizar a fundamentação teórica da problemática em estudo. Em seguida, construímos o modelo de análise, donde extraímos o guião para os inquéritos por entrevista e a observação direta, metodologias que nos permitiram verificar se a situação de diáspora em que se encontram os jovens angolanos estudantes universitários residentes em Lisboa alterou os hábitos e as práticas mediáticas que antes tinham incorporado.

No início a nossa ideia era tentar construir histórias de vida, por via de detalhas entrevistas biográficas, mas tal não foi possível porque os entrevistados não colaboravam, negavam aprofundar as respostas. Por isso optamos por aplicar inquéritos por entrevista. Tendo em consideração a delicadeza do assunto, esta técnica permitiu-nos obter dados de natureza aberta e extensiva para tentar montar o arco migratório, relacionar o indivíduo no sentido migratório e comparar como é que o uso dos *media* joga com a sua construção identitária enquanto indivíduo em diáspora.

A técnica da entrevista consiste em colocar a um conjunto de inquiridos, geralmente representativo de uma população, uma série de perguntas relativas à sua situação social, profissional ou familiar, às suas opiniões, à atitude em relação a opções ou a questões humanas e sociais, às suas expectativas, ao seu nível de conhecimentos ou de consciência de um acontecimento ou de um problema, ou sobre qualquer outro ponto que interesse os investigadores (Marques, Mendes & Carvalho, 2013).

3.1. Abordagem metodológica de inquérito por entrevista

Como já afirmámos, a presente pesquisa teve como objetivo geral compreender a função que os jovens angolanos estudantes universitários residentes em Lisboa atribuem aos conteúdos mediáticos na diáspora. Especificamente tivemos como metas para o estudo:

- (1.) identificar o consumo mediático dos jovens angolanos estudantes universitários

residentes em Lisboa; (2.) identificar a apropriação que os jovens angolanos estudantes universitários fazem das notícias na diáspora; (3.) compreender se a situação de diáspora reconfigura hábitos de consumos mediáticos nos estudantes angolanos.

Este estudo foi desenvolvido com base numa metodologia de carácter qualitativo. Esta metodologia foi a mais adequada porque nos permitiu captar singularidades, obter um contacto direto com a situação estudada através da abordagem metodológica de inquérito por entrevista. A pesquisa qualitativa não se preocupa com a representatividade numérica, mas sim com o aprofundamento da compreensão de um grupo social, de uma organização. Os pesquisadores que adotam a abordagem qualitativa opõem-se ao pressuposto que defende um modelo único de pesquisa para todas as ciências, já que as ciências sociais têm sua especificidade, o que pressupõe uma metodologia própria.

Para Minayo (2001), a pesquisa qualitativa trabalha com o universo de significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes, o que corresponde a um espaço mais profundo das relações, dos processos e dos fenómenos que não podem ser reduzidos à operacionalização de variáveis. Este tipo de pesquisa é criticado pelo seu empirismo, pela subjetividade e pelo envolvimento emocional do pesquisador.

Porém, Delgado (2008) defende que neste tipo de metodologia é importante o ponto de vista de quem está a narrar. Este tipo de investigação compreende um estudo aprofundado da vida de um indivíduo ou grupos de indivíduos. Esta metodologia encontra-se associada à hermenêutica, ou seja, à interpretação da informação, algo que é inerente à nossa investigação, onde pretendemos compreender o consumo mediático de um grupo reduzido de jovens angolanos que residem em Lisboa.

O nosso protocolo de investigação foi iniciado com os inquéritos por entrevistas, realizados de forma individual. Esta estratégia ajudou-nos a compreender os valores e atitudes dos jovens angolanos estudantes universitários em Lisboa no âmbito do consumo mediático na diáspora. Esta técnica permitiu-nos de igual modo refletir sobre a sua própria história enquanto imigrantes em Portugal.

Optámos pela recolha de informação por meio da técnica do inquérito por entrevista pois desta forma é possível captar singularidades e reconstruir a história dos estudantes desde que saíram de Angola e vieram Portugal. Os indivíduos forneceram-nos dados descritivos que nos ajudaram a retratar a sua perspetiva e o significado que atribuem aos

media no seu percurso histórico e sociocultural enquanto estudantes do ensino superior em Lisboa.

Ribeiro, considera a entrevista como “a técnica mais pertinente quando o pesquisador quer obter informações a respeito do seu objeto, que permitam conhecer sobre atitudes, sentimentos e valores subjacentes ao comportamento, o que significa que se pode ir além das descrições das ações, incorporando novas fontes para a interpretação dos resultados pelos próprios entrevistadores” (2008 p.141).

Ela permite ao pesquisador extrair uma quantidade muito grande de dados e informações que possibilitam um trabalho bastante rico, proporciona ao entrevistador uma oportunidade de esclarecimentos, junto aos segmentos momentâneos de perguntas e respostas, possibilitando a inclusão de roteiros não previstos, sendo esse um marco de interação mais direta, personalizada, flexível e espontânea (Júnior & Júnior 2011).

A entrevista é sempre uma interação social. Desse modo, Glat (1989) revela que a situação de entrevista, por si só, determina, em grande parte, o discurso recolhido, sendo que as formas e conteúdos da narrativa vão variar de acordo com o tipo de diálogo entre o sujeito e o interlocutor. Essa modalidade de entrevista, deve ser prolongada para permitir a interação constante entre pesquisador e informante (Santos, 1995) e também para que “o interlocutor seja tomado pelo desejo de relatar e que ele próprio passe a conduzir a conversa” (Bertaux 1980; p. 69).

Os métodos de entrevista distinguem-se pela aplicação dos processos fundamentais de comunicação e de interação humana. Caracterizam-se por um contato direto entre o investigador e os seus interlocutores (Quivy, 1995). Esta técnica permitiu-nos retirar informações e elementos de reflexão sobre o consumo mediático na diáspora, através de perguntas abertas os interlocutores exprimiram as suas perceções, interpretações e experiências enquanto estudantes angolanos na diáspora.

Instaura-se, assim, em princípio, uma verdadeira troca, durante a qual o interlocutor do investigador exprime as suas perceções de um acontecimento ou de uma situação, as suas interpretações ou as suas experiências, ao passo que, “através das suas perguntas abertas e das suas reações, o investigador facilita essa expressão, evita que ela se afaste dos objetivos da investigação” (Quivy, 1995; p. 192).

A entrevista semidiretiva, ou semidirigida, é certamente a mais utilizada em investigações sociais, não é inteiramente aberta nem encaminhada por um grande número de perguntas precisas. Mas o investigador não colocará necessariamente todas as perguntas pela ordem em que as anotou e sob a formulação prevista (Quivy, 1995). De forma breve e eficaz, dispusemos uma série de perguntas que atendiam a uma guião, resultante de um modelo de análise, dando espaço aos interlocutores para o diálogo. Os entrevistados falaram abertamente com as palavras que desejavam e pela ordem que lhes convinham.

Esta técnica possibilitou-nos penetrar na trajetória histórica dos sujeitos abordados como emigrantes em Portugal e compreender a dinâmica das relações que estabelecem com os *media* angolanos no processo de diáspora. De forma breve conseguimos fazer com que os entrevistados recordassem episódios da sua interpretação e articulação do consumo dos meios de comunicação social angolanos no passado, presente e futuro.

Para esta dissertação os depoimentos foram recolhidos e analisados por amostragem de saturação, isto é, parámos de fazer as entrevistas a partir do momento em que os estudantes começam a repetir ideias e posições do quadro teórico do projeto. A amostragem por saturação acontece quando o pesquisador cogita a ocorrência de uma espécie de descarte dos dados mais recentemente coletados, porque não mais contribuem para a elaboração teórica pretendida (Fontanella & Júnior, 2012). Essa análise preliminar busca o momento em que pouco de substancialmente novo aparece, considerando cada um dos tópicos abordados e o conjunto dos entrevistados (José & Fontanella, 2008).

Os estudos de receção interessam-se pelas características socioculturais dos recetores. Desse modo, com a construção do modelo de análise, que derivou da problemática desenvolvida nos capítulos anteriores desta dissertação, definiu-se neste estudo o conceito de identidade mediática na diáspora.

Nesta dimensão, destacamos os seguintes indicadores: consumo imaginário, múltipla pertença, mudança de comportamento, ligação com o país de origem, múltiplas identidades, necessidade de pertencimento (pertença), novos hábitos e costumes. Nesta dimensão o consumo imaginário assume o lugar primordial, como estruturador de múltipla pertença e de práticas que regulam relações sociais dos indivíduos que se encontram em situação de diáspora, facilitando a ligação com o país de origem. Por outro lado, através do consumo, o indivíduo em situação de diáspora realiza os seus desejos: pela necessidade de

pertencer a certos grupos adquire novos hábitos e costumes, inserindo deste modo no seu quotidiano múltiplas identidades.

Os indicadores supra referidos serviram-nos para construir as linhas principais do guião utilizado na construção dos inquéritos por entrevista aplicado aos jovens estudantes angolanos em Lisboa. Ao criar esta ferramenta de recolha de dados, o nosso propósito foi: perceber o contexto de partida dos sujeitos e a relação que estes mantêm com Angola; identificar o consumo mediático destes jovens; verificar se os meios de comunicação social angolanos fazem parte do consumo mediático dos indivíduos estudados, bem como a apropriação que estes jovens fazem das notícias na diáspora.

Do modo mais aberto possível e de forma individual, ouvimos o que os sujeitos tinham a dizer sobre o consumo mediático na diáspora, os meios que utilizam para obtenção da informação. De forma particular, analisámos o nível de consumo dos *media* angolanos na diáspora, ferramenta que os respondentes consideraram ser importante para as suas vidas, porque a utilizam para, de certa forma, encurtar o distanciamento da comunicação com o país de origem.

Para melhor captação do comportamento dos indivíduos entrevistados fez-se uma observação do comportamento no momento em que respondiam às perguntas. Para Quivy (1995), os métodos de observação direta constituem os únicos métodos de investigação social que captam os comportamentos no momento em que eles se produzem e em si mesmos, sem a mediação de um documento ou de um testemunho. Por isso, este método permitiu-nos recolher os testemunhos e as interpretações dos interlocutores, e ainda aprofundar os elementos de análise dos dados recolhidos.

Como referimos anteriormente, a nossa pesquisa foi constituída por um total de 7 jovens estudantes universitários angolanos com idades compreendidas entre 19 e 30 anos, que frequentam o curso de licenciatura nas mais variadas universidades públicas e privadas sedeadas no distrito de Lisboa.

As entrevistas foram feitas por amostragem de bola de neve, em que cada entrevistado indicou um possível entrevistado. Para iniciar a recolha de dados desta investigação lançou-se mão de documentos e/ou informantes-chave, nomeados como sementes, a fim de localizar algumas pessoas com o perfil necessário para a pesquisa de entre a população geral.

Para Vinuto (2014), isto ocorre porque uma amostra probabilística inicial é impossível ou impraticável, podendo as sementes ajudar o pesquisador a iniciar seus contactos e a sondar o grupo a ser pesquisado. “Em seguida, solicita-se que as pessoas indicadas pelas sementes indiquem novos contatos com as características desejadas, a partir de sua própria rede pessoal, e assim sucessivamente e, dessa forma, o quadro de amostragem pode crescer a cada entrevista, caso seja do interesse do pesquisador” (Vinuto, 2014, p.3).

Trabalhámos com jovens angolanos que residem no distrito de Lisboa há menos de cinco (5) anos nos conselhos da Amadora, Odivelas, Lumiar, Sintra, Barreiro e Lisboa. Os estudantes com idades compreendidas entre os 19 aos 30 anos, entre os quais 4 do sexo Masculino e 3 do sexo Feminino, que informaram o nosso estudo estão a frequentar cursos de licenciatura nas especialidades de: comunicação social, relações internacionais, engenharia de telecomunicação e informática, direito, economia, psicologia e matemática.

Estudam em instituições públicas e privadas como a Universidade Nova de Lisboa com 1 entrevistado, a Universidade Autónoma de Lisboa (UAL) com 4 entrevistados, o Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas (ISCSP), afeto à Universidade de Lisboa com 1 entrevistado e a Universidade Lusófona também com 1 entrevistado.

3.2.Dificuldades Metodológicas

Durante a investigação e a recolha de dados, foram várias as dificuldades encontradas. Primeiramente encontrámos dificuldades na obtenção de bibliografia para o enriquecimento da pesquisa: verificámos que há uma fraca disponibilidade de estudos científicos sobre consumo de *media* angolanos na diáspora e/ou que tenham o jovem angolano como objeto de estudo. Dispusemos, portanto, e pouca oferta de literatura com *data* / dados estatísticos detalhados sobre jovens angolanos que se deslocam para o exterior a fim de frequentarem o ensino superior, quer seja por idade, sexo, curso ou universidade. Durante a investigação, solicitámos dados à embaixada de Angola em Portugal e à associação dos estudantes angolanos em Portugal, mas infelizmente sem sucesso.

Deparámo-nos, de igual modo, com dificuldades durante a realização das entrevistas. Tal como já mencionámos, a nossa intenção era utilizar a técnica das histórias de vida. Numa primeira fase tentamos realizar entrevistas biográficas de grande

profundidade que tentavam explorar os trajetos dos indivíduos e os seus consumos mediáticos em Angola. Mas observamos uma grande resistência a esta abordagem e a coleta de dados revelava-se infrutífera. Os estudantes adotavam uma postura lacónica no diálogo. Quando tomavam contacto com as questões, os indivíduos negavam responder alegando ser mais um dos esquemas do sistema político do MPLA, partido no poder em Angola. Apenas seis estudantes aceitaram participar da pesquisa. Na segunda fase fomos insistentes. Utilizando de uma forma mais aberta a técnica do inquérito por entrevista, conseguimos obter um maior número de entrevistas. Mesmo assim as respostas foram curtas e pouco elaboradas, não permitindo análise muito aprofundada.

A crise económica que Angola tem vindo a enfrentar nos últimos tempos também acabou por afetar a nossa pesquisa: a investigadora foi obrigada a deslocar-se para o seu país de origem, perante as dificuldades financeiras que enfrentava em Lisboa não podendo por isso ficar mais tempo para tentar recolher mais depoimentos.

CAPÍTULO IV – Análise dos Resultados

Nesta pesquisa utilizámos a técnica de inquérito por entrevista para tentar aferir o nível de consumo dos meios *media* angolanos na diáspora. Realizámos um total de dezasseis entrevistas mas apenas 7 serviram de investigação para o nosso estudo. Analisámos o consumo mediático destes jovens no momento em que viviam em Angola e na diáspora. De igual modo, destacamos a relação dos jovens com os *media* angolanos, as temáticas e interesses. Registámos ainda a apreciação que os jovens fazem sobre o tratamento informativo dos conteúdos mediáticos na diáspora.

Neste capítulo descrevemos os dados recorrendo a uma sequência cronológica e atendendo aos depoimentos dos inquéritos por entrevista dos estudantes, analisámos a forma em que os *media* são incorporados pelos jovens na diáspora. Nesse contexto, enquadrámos o consumo mediático dos jovens, o papel dos *media* como instrumentos de ligação ao país de origem, bem como a importância dos mesmos na construção da identidade dos indivíduos em situação de diáspora.

4.1. Portugal como destino e a ligação ao país de origem por intermédio dos *media*

Conforme havíamos sublinhado mais acima, os inquéritos por entrevista permitiram aos indivíduos fornecer-nos dados descritivos sobre o seu percurso histórico e sociocultural enquanto estudantes do ensino superior em Lisboa, facto que nos possibilitou verificar o significado que estes jovens atribuem aos *media* angolanos na diáspora.

Portugal continua a ser o destino de muitos jovens angolanos que pretendem dar continuidade ao ensino superior. A qualidade da educação oferecida pelas universidades portuguesas é um dos fatores que mais se destaca pelos nossos entrevistados. Por outro lado, os estudantes defendem que a língua falada entre os dois países também influenciou na escolha e, de certo modo, ajudou no processo de inserção; dois elementos facilitadores da sua integração.

O estudante número três, por exemplo, tem 30 anos e reside em Lisboa há um ano. Diferente dos demais jovens entrevistados, conta-nos que veio para Portugal para realizar consultas médicas, mas depois surgiu a necessidade de fazer o ensino superior. Hoje está a frequentar o segundo ano do curso de Direito na Universidade Autónoma de Lisboa (UAL)

e pretende ficar em Lisboa até concluir o mestrado. Para ele, fazer o curso de Direito foi a melhor escolha porque as leis de Angola não diferem muito das leis de Portugal.

“Primeiramente vim cá em Lisboa com uma tia. De início era para fazer consultas tinha alguns problemas do foro psiquiátrico, já quase grave. Procurei psiquiatras lá em Angola, mas não conseguiram resolver a minha situação. Aqui fui bem recebido e bem atendido, e depois de ter visto melhorias no meu estado de saúde foi então que decidi dar continuidade aos meus estudos. Hoje estou a frequentar o primeiro ano do curso de direito e consegui enquadrar-me, porque as leis de Angola não diferem muito das leis de Portugal” (estudante 3, do sexo M, 30 anos, curso de Direito, UAL).

Os jovens foram genéricos em elogiar o ensino português e, subliminarmente, criticar o ensino em Angola.

Estudante 1: Para estudar numa universidade privada em Angola custa caro e com pouca qualidade, poucos têm a possibilidade de estudar em universidades privadas. Enquanto nas públicas o acesso é muito limitado, há pouca disponibilidade de vagas de acesso. Por isso me desloquei para Portugal.

Estudante 5: Aqui é tudo diferente, há qualidade no ensino e paga-se pouco para formação em relação no meu país.

Além da qualidade do ensino e do domínio da língua portuguesa, dois dos entrevistados expressaram taxativamente ter escolhido Portugal como país de destino para formação superior pela proximidade histórica e cultural dos dois países; agregado a isso, o distanciamento temporal de um passado colonial. Sem pôr de lado as relações afetivas/familiares que cada um nutre para com Portugal.

O entrevistado número dois, também com 30 anos, frequenta o terceiro ano do curso de Informática, na UAL, diz que a acreditação do ensino português pelo governo angolano também mereceu a atenção da sua escolha.

“A minha escolha para Portugal deve-se ao facto de Portugal ser um país de língua portuguesa, e também pela qualidade do seu ensino que certamente é acreditado pelo governo angolano. Tenho familiares que vivem cá já há muito tempo” (estudante2, sexo M, 30 anos, curso de Informática, UAL).

Já a entrevistada número quatro, de 21 anos, diz que, antes de começar a estudar, já vinha a Portugal durante as férias e o seu interesse surgiu pelo facto do pai ter dado boas referências do ensino português, uma vez que frequentou o ensino superior em terras lusas. Esta respondente frequenta agora o segundo ano do curso de Comunicação Social na UAL.

“Me sinto identificada com esse povo pelas raízes que nos unem e também pela qualidade do ensino que o país oferece. O meu pai também estudou cá e deu-me boas referências deste país” (estudante, 4, sexo F, 21 anos, curso de Comunicação Social, UAL).

Esta comunicação com Portugal torna cada vez mais forte a ligação entre os dois países, despertando nos jovens o desejo de se formarem nas universidades portuguesas, e reatar a irmandade entre Angola e Portugal.

Depois da chegada a Portugal, os jovens procuram manter ligação com o país de origem por intermédio dos *media*. Os estudantes por nós contactados, contaram-nos que continuam ligados com o país de origem por intermédio de familiares e amigos, comunicação que tem sido possível através dos dispositivos tecnológicos e das redes sociais na internet. Neste sentido, Brignol (s.d.) reforça a ideia de que a primeira forma de manter os vínculos com o país de nascimento é o próprio contacto com a família e os amigos através de relações transnacionais mediadas pelas TIC (Tecnologias de Informação e Comunicação). Isso indica que consideramos as relações interpessoais como as principais fontes de vínculos, mas há outras conexões que são mantidas através do consumo dos *media*.

Por outro lado, os jovens sublinham que, para além deste contacto com familiares e amigos a relação com o país de origem, também é mantida através do consumo dos *media* angolanos e portugueses, os quais, de certo modo, ajudam a preservar os laços culturais da realidade angolana na diáspora.

“Tenho muito interesse em obter informações do meu país, porque é lá que me sinto como um peixe no mar então, estando cá em Portugal continuo ligado com o meu país por intermédio das redes sociais como o Facebook e de alguns *media online* que estão sempre a lançar informação pela internet” (estudante 5, 27 anos, sexo: M, curso de Psicologia, Lusófona).

A estudante número seis, de 26 anos, reside em Portugal há dois anos e meio, frequenta o curso de Economia na Universidade Nova de Lisboa (UNL). Diz que, apesar do tempo em que se encontra em Portugal, ainda continua ligada aos seus amigos e familiares. A partir das redes sociais criaram grupos por onde têm falado sempre e não se sente distante dos que deixou em Angola.

“As redes sociais me deixam sempre mais próxima dos meus amigos e familiares que deixei em Angola. Basta entrar na internet que falo com todos eles, e às vezes ao mesmo tempo, porque criamos grupos no Whatsapp onde todos falamos” (estudante 6, 26 anos, Sexo: F, curso de Economia, UNL).

Nos casos em que o regresso aconteça, depois de concluída a formação, os jovens angolanos estudantes universitários residentes em Lisboa, pretendem dar o seu contributo a Angola no âmbito do desenvolvimento económico e social do país. Porém, se a vinda para Portugal e respetiva inserção se tinham perspetivado um risco e uma incógnita, a

reinstalação nos países de onde saíram implica algumas certezas: a garantia de um bom emprego e o desejo profundo de contribuir para o seu desenvolvimento social, cultural e económico (Pessoa, 2004).

Antes de sair do país de nascimento, os jovens projetam o seu regresso ao país e alimentam-se disso ao longo do tempo que vivem fora, mantendo uma ligação forte à sua origem. Os jovens emigram à procura de melhores condições e qualidade de ensino, esse compromisso atira-os para uma luta sem tréguas, de que só se consideram vencedores quando regressam ao país de origem e mostram o que conseguiram (Moniz & Moniz, 2014, p.54).

Esta ligação com o país de origem tem sido possível por intermédio dos *media*. Cunha (2009) fala dos *media* como forma de aproximação das comunidades em diáspora. Segundo a investigadora, os conteúdos difundidos estão normalmente ao serviço de comunidades dispersas, resultantes da formação e implosão de impérios e colónias, ou de comunidades migrantes que saíram das suas terras em busca de melhores condições de vida económica, política ou simbólica.

Nesta pesquisa fomos mais além: analisámos o consumo mediático dos jovens na diáspora. Santos (2013) defende que, ao falar-se da relação dos jovens com os *media*, seria necessário traçar também um pouco da história de vida desses jovens antes da imigração: quais os consumos mediáticos na época e quais os que consomem hoje; se os consumos dos *media* interferem nessa ligação com o país de origem ou se a memória do país natal se relaciona exclusivamente aos relatos de parentes e amigos.

Nesse sentido, e como referimos anteriormente, analisámos de forma breve o consumo mediático dos jovens entrevistados no país de origem até ao momento em que decidiram partir para Lisboa. Os estudantes sublinharam que em Angola tinham como preferências de consumo alguns meios de comunicação social estrangeiros, dentre eles destacam-se a *TV Globo*, *Record*, *SIC*, *RTP*, *TVI* e *Time News* e Jornais *online* como o *Correio da Manhã* e o *Diário de Notícias*. Todos estes faziam parte da agenda mediática dos jovens porque consideravam serem os *media* estrangeiros que informavam sobre a atualidade do país de destino.

“Antes de vir cá acompanhava a RTP e a SIC. A intenção é sempre de procurar saber o que se está a passar pelo mundo a fora com principal destaque para atualidade de Portugal, país que eu sempre quis fazer o meu curso superior” (estudante 4, 21 anos, sexo: F, curso de Comunicação, UAL).

“Eu em Angola tinha interesse em acompanhar *media* brasileiros como a TV Globo e a Record, porque gosto a forma em que dão ao tratamento informativo das notícias, informam factos reais. Também acompanhava a *Time News* e um jornal russo *online*, estes porque retratavam a vida real de Angola” (estudante 2, 30 anos, sexo: M, curso de Informática, UAL).

Quanto ao consumo dos meios de comunicação social nacionais, em Angola a agenda mediática dos jovens era preenchida pelos *media* públicos e privados, como é o caso *TPA 1*, *TV Zimbo*, *RNA* e alguns jornais como *Folha 8* e *Club K*.

“Normalmente em Angola tinha o hábito de assistir o noticiário das 20 horas da TPA1 e da TV Zimbo, para ter uma pequena informação do que se está a passar e me manter corrente das situações. Às vezes também ficava sempre a par dos serviços de informação da Rádio nacional de Angola e alguns jornais como Club K e o Jornal Folha 8”. (estudante 3, 30 anos, sexo: M, curso de Direito, UAL)

Chegando em Portugal o interesse em acompanhar os *media* na diáspora tornou-se um sentimento forte e cada vez maior. Os jovens entrevistados revelaram ter interesse em *media* que retratem assuntos sobre a realidade atualizada do país de origem. Hoje a agenda mediática dos jovens é preenchida pelo consumo de meios de comunicação social angolanos e portugueses, com o intuito de se manterem informados e, ao mesmo tempo, ligados com o país de origem.

Durante o percurso em Portugal, os jovens procuram buscar nos *media* diferentes formas de conservação dos laços identitários da cultura angolana na diáspora. Com este estudo conseguimos constatar a aproximação dos jovens dos *media* angolanos, bem como identificar o que consomem mediaticamente, a apreciação que fazendo tratamento informativo e a receção dos conteúdos.

Em seguida, organizamos os conteúdos por ordem de maior interesse dos entrevistados, com destaque para assuntos cuja comunicação pode ter o objetivo de informar e levar a agir num determinado sentido. Aos temas de comunicação meramente informativos, associamos a sua análise aos temas similares cuja comunicação pode implicar ação (Moniz & Moniz, 2014).

Tendo em conta o que acabámos de explicitar, os jovens invocaram os documentários televisivos, os serviços noticiosos e os programas de entretenimento, como instrumentos complementares da sua construção identitária. No entender dos respondentes, porque nestes programas conseguem de uma ou de outra forma acompanhar o dia-a-dia da juventude em Angola.

Relativamente às questões e temáticas de maior interesse nos *media*, os estudantes indicaram interessar-se por assuntos relacionados com: (1.) política, (2.) economia do país e (3.) cultura e educação.

1. Os jovens por nós contatados sentem vontade de acompanhar as principais decisões e projetos implantados no seu país. Este interesse é mais forte para entrevistados que têm sua vida entrelaçada por questões políticas, destacando-se os estudantes que frequentam o curso de Direito e Relações Internacionais. Esses sublinham que o interesse surge da necessidade de poderem compreender as estratégias que os partidos políticos executam com vista encontrar soluções que melhorem a qualidade de vida da população;

“Eu tenho interesses em temas relacionados com a política principalmente por ser o curso que estou a fazer, e por outra, os políticos são os que decidem tudo num determinado país, são eles quem definem a qualidade de saúde, da educação e de tantos outros setores. Daí o motivo do interesse” (estudante 5, 27 anos, sexo: M, curso de Psicologia, Lusófona).

2. No que se refere a assuntos relacionados com a economia, os estudantes sublinham que o interesse adveio da atual crise financeira que o país tem vindo a enfrentar nos últimos tempos, o que, de certa forma, tem criado enormes dificuldades na concretização dos seus estudos. Daí a preocupação e o interesse;

“Me interessa mais em economia primeiro lugar, por ser o curso que estou a frequentar. Por outra, esse interesse surgiu, pela atual crise financeira que o meu país está a passar. Então procuro sempre estar atualizado para, quando chegar, poder estar inserido na realidade que eu encontrar” (estudante 6, 26 anos, sexo: F, curso de Economia, UNL).

3. A cultura e a educação também constam da agenda mediática dos jovens angolanos estudantes universitários residentes em Lisboa, porque tencionam dar o seu contributo para o desenvolvimento desses setores, e conservar os hábitos e costumes que identificam a cultura angolana na diáspora.

“Procuro saber sempre como está a qualidade da educação em Angola, porque é a área em que pretendo trabalhar quando chegar, visto que o ensino em Angola ainda necessita muito de quadros qualificados. Daí o meu interesse nesta área” (estudante 4, 21 anos, sexo: F, curso de Comunicação Social, UAL).

Os jovens invocaram os principais serviços noticiosos e alguns programas de entretenimento como instrumentos complementares da sua construção identitária, contribuindo para a conservação dos hábitos e costumes da cultura Angolana na diáspora.

Para o estudante número cinco, de 27 anos, do curso de Psicologia da Universidade Lusófona, os programas de entretenimento são os que mais retratam assuntos do dia-a-dia dos jovens angolanos. Por isso, acompanha-os sempre para estar dentro do contexto sociocultural de Angola, mesmo estando na diáspora.

“A partir da TPA Internacional eu acompanho alguns programas de entretenimento. Não todos os dias, mas, sempre que posso assisto os programas *tchilar* e o *flash*, estes porque frequentemente retratam assuntos do dia-a-dia dos jovens lá em Angola, como as festas, os tipos de danças e as músicas que mais se ouvem lá. Também acompanho os principais serviços noticiosos de vários órgãos de comunicação como é o caso do Telejornal” (estudante 5, 27 anos, sexo: M, curso de Psicologia, Lusófona).

Os jovens usufruem das somatórias de experiências proporcionadas pelo consumo cultural da comunicação em espaços virtuais. Ou seja, do acesso às redes sociais, modos de uso dos recursos tecnológicos que possibilitam ampliar as suas relações, pessoais ou virtuais. É por via desta comunicação, onde a receção tem papel chave, que se vão (re) construindo e (re) formulando as identidades dos referidos jovens (Arrais, 2012).

Com base neste pensamento, os estudantes entrevistados, consideram que os *media*, aliados às TIC e às redes sociais na internet, desempenham um importante papel na redução do distanciamento da comunicação com o país de origem. Por intermédio das redes sociais os jovens criam grupos familiares e de amigos onde diariamente trocam impressões.

“Consigo me manter informado sobre a realidade do meu país e me comunicar com amigos e familiares que estão distantes de mim, principalmente pelas redes sociais na internet que são o Facebook e o Whatsapp” (estudante 2, 30 anos, sexo M, curso de Informática, UAL).

Os jovens defendem, por outro lado, que algumas instituições públicas em Angola utilizam as redes sociais para se comunicar, disponibilizando informações na internet. O estudante número cinco, do curso de Psicologia, acrescenta que por intermédio da internet consegue obter informações de Angola e comunicar com familiares e amigos de todas partes do mundo, o que de certo modo ultrapassa barreiras e ajusta distâncias.

“Mesmo não estando em Angola consigo me manter informado sobre a realidade angolana através dos *media*. Hoje, por exemplo, para saber como está o câmbio de qualquer moeda em Angola apenas entro na internet. Todos os dias entro na página da TV Zimbo *online* e encontro logo toda informação sobre o câmbio do dia em Angola.” (estudante 5, 27 anos, sexo M, curso de Psicologia, Lusófona).

Como referimos na revisão da literatura da nossa tese (2.2.), à semelhança do que acontece na prática docente, Arrais (2012) considera que estudar o jovem contemporâneo e entender seu comportamento como consumidor através da influência dos *media* nas suas

relações sociais, no processo de pertencimento social através da participação em redes sociais pode ajudar a compreender melhor o potencial de aprendizagem e a visão da realidade.

Quanto ao tratamento informativo dos *media* angolanos, os jovens consideram que a informação tem sido transmitida de uma forma parcial, porque na maioria das vezes os *media* ocultam a verdade: transmitem o que lhes convém e dão maior ênfase as informações relacionadas com o partido no poder, com principal destaque para os meios de comunicação social públicos. Consideram que a comunicação existente nos *media* angolanos na diáspora está longe de satisfazer as suas necessidades e expectativas.

“As notícias, têm sido muito manipuladas. Eles relatam assuntos de um determinado partido e às vezes não há muito interesse em acompanhar os *media* angolanos cá na diáspora, porque nós saímos recentemente de Angola e conhecemos a realidade do nosso país. Dá um certo desgosto, as notícias são bajuladas e não cria interesse” (estudante 2, 30 anos, sexo: M, curso de Informática, UAL).

“O tratamento informativo tem sido parcial, porque não retratam as coisas reais e falam muito do MPLA. Precisam melhorar muito a maneira de informar o público para que possa atingir a todos de forma geral, porque as vezes dá a impressão de que os meios de comunicação social públicos pertencem ao partido no poder” (estudante 6, 26 anos, sexo: F, curso de Economia, UNL).

O estudante número cinco, diz que tem pouco interesse em ler o *Jornal de Angola*, porque, na sua opinião, a maioria das vezes mesmo antes de ter contacto com o jornal, consegue-se adivinhar o que irá sair. Por isso, opta por acompanhar alguns *media* privados, como é o caso do *Club K* e o *Jornal Folha 8*. Segundo este respondente, estes *media* apresentam um ângulo de abordagem informativo independente, que de certo modo ajuda a chegar até à verdade.

“Acho que esse ainda é um problema que a *media* angolana tem por resolver: há um tratamento desigual. Até porque lá existem dois tipos de *media*, há uma que cozinha a informação segundo uma orientação e há outras mais independentes como o *Club K* e o *Jornal Folha 8*. São essas que eu acompanho. Por exemplo, não me apetece ler o *Jornal de Angola online* quando eu já posso adivinhar o que vai sair. Me parece muito dependente, principalmente no sistema político angolano. Prefiro ler aqueles que me dão mais credibilidade. Eu quero chegar à verdade, quero ler uma coisa que me parece mais verídica” (estudante 5, 27 anos, sexo: M, curso de Psicologia, Lusófona).

Fica patente que o consumo mediático assume um lugar primordial como estruturador de múltipla pertença e de práticas mediáticas que regulam as relações sociais dos jovens entrevistados, facilitando a ligação ao país de origem, através dos dispositivos tecnológicos ligados às redes sociais da internet. Neste sentido, os *media* desempenham um importante papel na preservação e construção identitária dos jovens na diáspora.

4.2. Papel dos *media* na construção identitária dos jovens em diáspora

Os jovens angolanos estudantes universitários residentes em Lisboa, consideram que os *media* têm um impacto positivo na vida dos imigrantes, pois permitem aos indivíduos identificar-se, contribuindo para a promoção e conservação de cada cultura, bem como incrementar as possibilidades de regressarem (sócio culturalmente “inteiros”, não isolados ou descontextualizados) ao país de origem.

Os meios de comunicação têm aqui um papel relevante, devido à intermediação que fazem desse passado e à forma como o significam, já que “o conceito da mediação da memória foi crucial para o aumento do interesse da memória pelos meios de comunicação e nos estudos culturais” (Sturken, 2008, p. 75).

Os estudantes foram unânimes em defender que procuram os *media* na diáspora pela necessidade de encontrarem os seus desejos e conservarem suas identidades, bem como para estarem informados sobre o contexto angolano e se sentirem reintegrados no momento do regresso ao país de origem.

“Procuro sempre saber de alguma coisa, do que se passa, do que está a acontecer lá, como é que as coisas estão, uma vez que pretendo regressar. Então, procuro sempre saber como está a situação. Mas nem tudo consigo ver, porque os nossos dirigentes não mostram o que realmente acontece” (estudante 3, 30 anos, sexo: M, curso de Direito, UAL).

Por outro lado, estes mesmos jovens, consideram que a própria diáspora não está nos *media*, ou seja, sentem que os meios de comunicação social angolanos estão mais focados na identidade local e não representam os estudantes como comunidade angolana na diáspora. Esse sentir é particularmente notório em assuntos relacionados com as dificuldades que afetam os estudantes na diáspora resultantes da atual crise financeira que Angola está a passar.

“Não me sinto representado pelos meios de comunicação social angolanos na diáspora. Tenho acompanhado alguns *media* e noto a ausência de informações relacionadas com as dificuldades que temos vindo a enfrentar cá na diáspora, que vão desde envios de divisas para cá, problemas de alojamento, pagamentos de propinas, e tantos outros” (estudante 2, 30 anos, sexo M, curso de Informática, UAL).

“Acho que há um tratamento desigual nos meios de comunicação social angolanos. Na maioria das vezes dizem coisas que não correspondem à verdade e escondem a realidade” (estudante 3, 30 anos, sexo M, curso de Direito, UAL).

Num estudo que se propõe analisar os consumos mediáticos de dado grupo neste caso, imigrantes juvenis – e de que forma estes consumos interferem na adaptação ou na não adaptação à sociedade de acolhimento, ou mesmo como são utilizados para os manter informados sobre o país de origem, é lícito não nos limitarmos às relações destes indivíduos com os *media* (Santos, 2013). As relações sociais e de parentesco devem, também, estar presentes nesta equação, visto que essas relações quotidianas fazem parte da construção social de cada um e interferem na forma como os indivíduos perspetivam o mundo.

Com este estudo, constatamos que a situação de diáspora em que se encontram os jovens angolanos estudantes universitários residentes em Lisboa, alterou os hábitos e práticas mediáticas que antes tinham incorporado. A qualidade e o fácil acesso da internet na diáspora foram apontados como a principal causa desta alteração. Os jovens consideram que atualmente têm maior interesse em obter informações a partir dos *media* online pela oferta de internet encontrada no país de destino. Por outro lado, consideram ter pouco interesse em obter informações a partir dos *media* tradicionais, atendendo ao ritmo de vida da rotina diária encontrada na diáspora.

“Em Angola nós vivemos dentro de um contexto: tem televisão pública, uma rádio pública, também temos internet. Mas não tem a mesma qualidade com a que encontrei cá e não temos a mesma necessidade de uso conforme temos cá. Por exemplo, em Angola eu via muito a *TPA*. Se calhar é porque não tinha muita escolha, venho para cá encontro muita internet. A principal mudança, e radical, foi deixar de ver a *TPA*. Posso dizer que hoje já não assisto a *TPA*. Por outra, a minha vida aqui é muito corrida e seleciono apenas o essencial” (estudante 5, 27 anos, sexo: M, curso de Psicologia, Lusófona).

“Antes acompanhava muito a televisão e a rádio. Mas como a vida aqui é muito corrida, hoje quase que não tenho tempo de sentar para ver televisão e acompanho muito a informação a partir da internet, principalmente pelo Facebook e jornais *online*” (estudante 7, 25 anos, sexo: F, curso de Relações Internacionais, ISCP).

Eis como os jovens angolanos estudantes universitários residentes em Lisboa consideram que a alteração do consumo mediático contribuiu, de certa forma, para um maior interesse pelos jornais *online*, e como revelam que em Angola isso não acontecia:

“Hoje considero-me como produtor de informação e com uma maior capacidade para avaliar os conteúdos informativos. Em Angola também temos internet, mas não tem a mesma qualidade com a que encontrei cá. E lá em Angola não tínhamos tanta necessidade de usar a internet conforme tenho cá” (estudante 1, 30 anos, sexo: M, curso de matemática, UAL).

“Eu, estando cá em Portugal, tenho mais interesse em procurar os *media* porque quero estar informado sobre as notícias do meu país. Ou seja, tento me aproximar mais dos *media* no sentido de obter mais informações de Angola e estando lá não tenho tido esse interesse, porque sei o que está a acontecer lá e é muito diferente” (estudante 2, 30 anos, sexo: M, curso de Informática, UAL).

Os jovens utilizam na diáspora diversas formas e meios de comunicação social para obtenção de informação do país de origem. Estudos recentes sobre consumos dos *media* pelos jovens imigrantes têm demonstrado que o consumo dos meios de comunicação por crianças e adolescentes deslocalizados tem objetivos diversos, servindo para o conhecimento e hábitos da cultura de acolhimento (no caso dos *media* nacionais), como de manutenção – ou conhecimento – da cultura de origem (Elias & Lemish, 2011). Estes *media* são veículos que já eram consumidos pelos sujeitos antes do processo migratório na versão em papel, comprada nas bancas ou assinada, e, em alguns casos, também através da versão *online* (Brignol, s.d.).

A principal maneira de adquirir sentimento de identidade era a partir da família ou da comunidade imediata; hoje, esse sentimento é-nos oferecido constantemente, e desde uma grande quantidade de recursos, através dos meios de comunicação (Ferguson, 2007, p. 204).

Ao longo da pesquisa podemos constatar que existe diferença na forma como os jovens angolanos estudantes universitários residentes em Lisboa obtêm informações de Angola na diáspora. Um número significativo de estudantes entrevistados afirma ter acesso à informação sobre Angola por conta própria, isto é, mediante pesquisas realizadas na Internet. Brignol defende que a busca de informações sobre os países de nascimento se dá prioritariamente através do uso de *sites* com as versões *online* dos jornais impressos, na maioria dos casos jornais tradicionais e reconhecidos como referência de *media* muito antes da criação dos seus *sites* na internet (Brignol, s.d.).

A partir dos depoimentos recolhidos conseguimos apurar os principais meios e formas utilizados pelos jovens angolanos na diáspora para obtenção da informação de Angola, que passamos a indicar:

1. Internet – Os estudantes entrevistados têm a internet como principal ferramenta utilizada para obtenção de informação de Angola e reconhecem que algumas instituições angolanas recorrem às redes sociais para comunicar.

“Às vezes acompanho a TV Zimbo *online* mas não é o mesmo que acompanhava lá em Angola” (estudante 7, 25 anos, sexo: F, curso de Relações Internacionais, ISCP).

Os entrevistados sentem vontade de acompanhar as principais decisões e projetos implantados em seu país de nascimento. Esse contacto só é possível, pelos usos da internet, seja através do consumo dos *media* locais ou pelo contacto interpessoal com os conterrâneos (Brignol, s.d.).

2. Jornal – Poucos entrevistados mencionaram o Jornal de Angola como um meio de comunicação com a diáspora. Os estudantes angolanos sublinham que a situação de diáspora em que se encontram deu maior ênfase ao consumo de jornais, blogues e páginas de notícias *online*, com principal destaque para aqueles cujo ângulo de abordagem das notícias denota independência como é o caso do *Club K*, *Rede Angola* e *Sapo Angola*.
3. TV – A *TPA* Internacional é o único canal televisivo angolano que se encontra disponível neste momento na diáspora. Contudo, poucos entrevistados afirmam possuir este serviço. Referem que, para assistir o canal televisivo, exigem-se custos, enquanto em Angola era gratuito.

“Em Angola eu conseguia assistir a *TPA*, mas chegando cá já não consigo assistir porque tem que se pagar, o canal está codificado” (estudante 3, 30 anos, sexo: M, curso de direito, UAL)

Alguns entrevistados sublinham que, por falta de meios financeiros para decodificar o canal televisivo angolano na diáspora, optam por acompanhar informações de Angola através de canais televisivos portugueses como a *RTP*, *SIC* e a *TVI*. Estes *media*, retratam assuntos da realidade angolana de forma parcial.

No entanto, pese embora a importância da televisão na rotina de informação e de entretenimento dos nossos entrevistados, ela não é o veículo preferencial dos jovens inquiridos. Para a maioria, a internet oferece uma melhor proposta quando o tema são os *media*. Isso demonstra que na última década, o amplificado acesso à rede mundial de computadores relegou a televisão para segundo plano (Santos, 2013).

4. Rádio – Os estudantes consideram-na um forte elo de comunicação entre o país de origem e a diáspora por via da internet. Outros sublinham haver necessidade de existir um canal de rádio em Portugal que possa unir Angola à diáspora.

“Algumas vezes acompanho rádios angolanas que estão disponíveis *online* como por exemplo a rádio “*Eclésia*”. Mas há situações em que não tenho tido acesso à internet, daí a necessidade de pelo menos existir uma rádio Angolana cá em Portugal” (estudante 5, 27 anos, sexo: M, curso de psicologia, Lusófona).

5. Redes sociais na internet – Esta é considerada pelos entrevistados como uma das ferramentas mais usada para a comunicação com o país de origem. É a partir das redes sociais em que os estudantes realizam os seus desejos (de comunicação e não-isolamento) e encurtam distâncias.

Conclusão

A presente investigação constituiu uma tentativa de procurar entender como os jovens angolanos estudantes universitários residentes em Lisboa se relacionam com os meios de comunicação social angolanos na diáspora, atendendo ao uso frequente das novas tecnologias, bem como analisar o nível de audiência e compreender o que estes jovens procuram nos meios de comunicação.

Tendo em conta a nossa investigação, podemos dizer que refletir sobre o consumo mediático dos jovens angolanos na diáspora é também pensar sobre a complexidade do ambiente em que estes jovens habitam, num contexto de globalização, em que os movimentos culturais impactam nas mediações realizadas e na receção dos produtos mediáticos.

Tendo em conta os objetivos da nossa pesquisa, de compreender a função que os jovens angolanos estudantes universitários residentes em Lisboa atribuem aos conteúdos mediáticos na diáspora, traçámos como linhas específicas de pesquisa:

1. Identificar o consumo mediático dos jovens angolanos estudantes universitários residentes em Lisboa.
2. Identificar a apropriação que os jovens angolanos estudantes universitários fazem das notícias na diáspora.
3. Compreender se a situação de diáspora reconfigura hábitos de consumos mediáticos nos estudantes angolanos.

No que respeita à nossa primeira linha dos objetivos específicos, depois da chegada a Portugal, os jovens procuram manter ligação com o país de origem através dos *media*. Os estudantes por nós contactados, contam-nos que continuam ligados ao país de origem por intermédio de familiares e amigos, comunicação que tem sido possível através dos dispositivos tecnológicos e das redes sociais na internet. Por outro lado, sublinham que fazem parte da sua agenda mediática *media* angolanos e portugueses, como *TPA* internacional, *TV Zimbo Online*, *RTP*, *SIC* e *TVI*.

Quanto aos jornais os jovens optam por acompanhar alguns *media* privados, como é o caso do *Club K* e o *Jornal Folha 8*. Segundo eles, estes jornais apresentam um ângulo de abordagem informativo independente e que, de certo modo, ajuda a chegar até a verdade.

Durante as investigações os jovens sublinharam a importância de uma rádio na diáspora para a conservação dos hábitos e costumes que identificam uma determinada cultura. De igual modo, destacam a necessidade de existir uma rádio angolana em Portugal que retrate assuntos sobre a realidade de Angola.

As redes sociais na internet são uma das mais poderosas ferramentas para a comunicação dos jovens com o país de origem. Se quiséssemos resumir de forma simples, através de canais informais (blogues e páginas nas redes sociais), os jovens criam contas nas redes sociais instaladas na internet e obtêm informações de Angola. O nosso estudo verificou que a partir das redes sociais os estudantes vão ao encontro dos seus desejos e encurtam distâncias.

Os estudantes afirmam que, em alguns casos, a informação de Angola também tem sido obtida por intermédio de jornais e rádios *online*. Mas é a partir das redes sociais na internet, como o *Faceboock* e o *Whatsapp*, que conseguem adquirir a maior quantidade de informações, graças a algumas páginas criadas nestas redes, como *Platina Line*, *Rede Angola*, *Clube K* e *Ango Rússia*.

Quanto ao tratamento informativo dos *media* angolanos, e no âmbito da nossa segunda linha dos objetivos específicos (identificar a apropriação que os jovens angolanos estudantes universitários fazem das notícias na diáspora), os jovens consideram que a informação tem sido transmitida de uma forma parcial, porque na maioria das vezes os *media* ocultam a verdade, transmitem o que lhes convém e dão maior ênfase às informações relacionadas com MPLA, o partido no poder, com principal destaque para os meios de comunicação social públicos. Por estes motivos, consideram que a comunicação existente nos *media* angolanos na diáspora está longe de satisfazer as suas necessidades e expectativas.

Deste modo, estes mesmos jovens acreditam que a própria diáspora não está nos *media*. Ou seja, sentem que os meios de comunicação social angolanos estão mais focados na identidade local e não representam os estudantes como comunidade angolana na diáspora, dando principal destaque a assuntos relacionadas com as dificuldades que afetam os estudantes na diáspora face à atual crise financeira que o país está a passar.

Por outro lado, os estudantes afirmam haver manipulação na informação, principalmente nos meios de comunicação social públicos, seja televisão, rádio ou

imprensa, o que de certa forma os deixa preocupados. Neste sentido, sublinham a necessidade de se melhorar a qualidade das notícias, inserindo na grelha informativa, conteúdos que retratem assuntos relacionados com os estudantes angolanos em situação de diáspora.

Finalmente, no que respeita à nossa terceira linha dos objetivos específicos (compreender se a situação de diáspora reconfigura hábitos de consumos mediáticos nos estudantes angolanos), constatamos que o contexto de diáspora dos jovens universitários angolanos em Portugal opera sobre os seus anteriores hábitos e práticas mediáticas. A qualidade e o fácil acesso à internet na diáspora foram apontados como a principal causa desta alteração.

Os jovens revelam que atualmente têm mais interesse em obter informações a partir dos *media* online, coisa que em Angola não acontecia. Por outro lado, sublinham que sentem pouco interesse em obter informações a partir dos *media* tradicionais, em virtude do ritmo de vida e da rotina diária encontrados na diáspora.

Os estudantes foram unânimes em defender que na diáspora procuram os *media* com o intuito de irem ao encontro dos seus desejos e conservarem suas identidades, para se manterem familiarizados com o contexto angolano e se sentirem reintegrados aquando do regresso ao país de origem.

Assim sendo, podemos dizer que os jovens angolanos estudantes universitários residentes em Lisboa mantêm laços materiais e simbólicos com o país de origem, são detentores de uma memória coletiva situada entre a origem e o destino, e, depois de concluída a formação, tencionam regressar a Angola com o intuito de contribuírem para o desenvolvimento socioeconómico do país.

Nesta investigação, constatamos que Portugal continua a ser uma das principais escolhas de muitos jovens angolanos que pretendem dar continuidade à sua formação superior, face à qualidade de ensino que o país luso oferece. Por outro lado, destacam o facto de Portugal ser um país de língua oficial portuguesa, sendo este um dos principais motivos da escolha na altura de emigrar e um fator que tem facilitado o processo de inserção dos referidos estudantes.

Atendendo à pergunta de partida desta pesquisa, conseguimos perceber que o contexto de diáspora dos jovens universitários angolanos em Portugal opera sobre os seus

hábitos e práticas mediáticas. O processo de diáspora em que se encontram faz com que os jovens procurem os *media* com mais frequência na necessidade de manterem a ligação com o país de origem, bem como de conservarem os hábitos e costumes que os identificam.

Vivemos numa sociedade de consumo mediático e, tal como verificámos ao longo da nossa pesquisa, é inegável a necessidade importância que os meios de comunicação social angolanos assumem na construção da identidade dos jovens, nomeadamente do nosso foco de investigação, jovens universitários angolanos em diáspora.

Assim sendo, propomos que investigações futuras sigam linhas de investigação complementares à nossa, com técnicas mais abertas. Isso permitirá aprofundar a pesquisa sobre o consumo mediático dos jovens angolanos na diáspora, contextualizar os *media* angolanos no processo de diáspora e identificar mais aturadamente o consumo mediático dos jovens angolanos em situação de diáspora e, possivelmente até, noutros contextos.

Bibliografia

- Abrão, M. (2009) *As Relações entre Comunicação, Consumo e Identidade*. Um olhar sobre «a favorita». Revista Eletrônica do Programa de Pós-graduação da Faculdade Cásper Líbero, disponível em «<http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/comtempo>»: acesso em Março 2016.
- Almeida, C. & Martins, V. (2010) *Resumo Geral sobre Tendências de Migração Sul-Sul e de Desenvolvimento e Necessidades de Investigação em Angola*. Observatório ACP das Migrações/OIM. <Http://www.acpmigration-obs.org/sites/default/files/AngolaFIN.pdf>.
- Almeida, S. & Freire, T. (2000) *Metodologia da Investigação em Psicologia e Educação*. Braga: Editora Psiquilibrios.
- Alonso, E. (2006) *La era del consumo*. Madrid: Siglo XXI.
- António, M. (2009), *Os Estudantes Angolanos do Ensino Superior em Lisboa: Motivações e Bem-estar Subjectivo*. Tese de mestrado em Migrações, Inter-Etnicidades e Transnacionalismo, Lisboa, fcsh, Universidade Nova de Lisboa.
- António, M. (2013), “*Os estudantes angolanos do ensino superior em Lisboa: uma perspetiva antropológica sobre as suas motivações e bem-estar subjetivo*”. *Análise Social*, 208, xlviii (3.º), pp. 660-682.
- Arrais, D. (2012) *Consumo da Telefonía Móvel: O Papel da Comunicação na Construção da Educação e da Identidade do Jovem*. Trabalho apresentado no 1º Encontro Centro-Oeste de História da Mídia – Alcar CO, Unigram/ Dourados/ MS.
- Baccega M. & Guimarães M. (2006) *Da comunicação à educação*. A importância dos estudos de recepção. Ano XI Número 3.
- Bálsamo, P. & Etcheverry, D. (2012) *Tecnologias da comunicação y reconfiguração de identidades em processos migratórios entre África Ocidental, Europa e o Cone Sul*.
- Bertaux D. (1980) *L'approche biographique: sa validité méthodologique, ses potentialités*. Cahiers Internationaux Sociol. Ago-Dez; 69(2):197-223.
- Blanco, C. (2006). *Migraciones: Nuevas moviidades en un mundo en movimiento*. Barcelona: Anthropos.
- Bogdan, R. & Biklen, S. (1994). *Investigação qualitativa em educação: Introdução à teoria e aos métodos*. Porto Editora. Porto.
- Brignol, L. (s. d) *Diáspora latino-americana e redes sociais da internet: a vivência de experiências transnacionais*. Centro Universitário Franciscano (Unifra). Brasil

- Campbell, C. (2005) *"The Craft Consumer" in: Journal of Consumer Culture*. Vol.5 (1), London: Sage Publications, pp.23-43.
- Carvalho (2003), *"Angola"*. In D. Teferra, et al. (ed.), *African Higher Education*. An International Reference Handbook, Bloomington, Indiana University Press, pp. 162-175.
- Castells, M. (2003) *A Era da Informação: economia, sociedade e cultura. O fim do milénio*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Cogo, D. (2012) *Cidadania Comunicativa das Migrações Transnacionais: Uso de Mídia e Mobilização Social de Latino do Vale Rio dos Sinos (Unisinos) Brasil*.
- Dias, A. (2011) *Dos Estudos Culturais ao Novo Conceito de Identidade Itabaiana*: Gepiadde, Ano 5, Volume 9.
- Elhajji, M. (2012) *Cidadania e Construção de Espaços Identitários Transnacionais*. Universidade Federal do Rio de Janeiro – Brasil.
- Elias, N. & LEMISH, D. (2008), *Media Uses in Immigrant Families: Torn between 'Inward' and 'Outward'*. Disponível em: <http://gaz.sagepub.com/cgi/content/abstract/70/1/21>. Acessado em 19 de fevereiro de 2016.
- Falcão, M. (1989) *O conhecimento da vida cotidiana: base necessária à prática social*. In: Netto, José Paulo; Falcão, Maria do Carmo. *Cotidiano: conhecimento e crítica*. São Paulo: Cortez.
- Faria, M. (2009) *Cooperação no âmbito do ensino superior: ser estudante angolano em universidades portuguesas*. Pro-Posições, Campinas, v. 20, n. 1 (58), p. 45-63.
- Ferguson, R. (2007) *Los medios bajo sospecha*. Ideología y poder en los medios de comunicación. Barcelona: Gedisa.
- Fontanella, B. & Júnior, R. (2012) *Saturação Teórica em Pesquisas Qualitativas: Contribuições Psicanalíticas*. Maringá, v. 17, n. 1
- Friedman, J. (1994) *Cultural Identity global Process*. London: Sage Publications.
- Giddens, A. (2002) *Modernidade e Identidade*. Rio de Janeiro: Zaltar.
- Glat, R. (1989) *Somos iguais a vocês: depoimentos de mulheres com deficiência mental*. Rio de Janeiro: Agir.
- Gonzales, J. (1999) *Tecnología y Percepción Social: evaluar la competencia tecnológica*. Estudios sobre las culturas contemporáneas. Época II. v.5. n. 9. p. 155-165, Colima.
- Hall, S. (1993) *Old and new identities, old and new ethnicities*. In: King, Anthony D. (Ed.). *Culture globalization and the world-system*. Londres, LacMilan, Nova York: State University of New York.

- Hall, S. (1996). *Identidade Cultural e Diáspora*. Revista do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, 24, 68-76.
- Hall, S. (1997) *Identidades culturais na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A.
- Hall, S. (2002) *A identidade cultural na pós-modernidade*. Tradução: Tomaz Tadeu da Silva e Guaracira Lopes Louro. 7ª edição, Rio de Janeiro: DP&A.
- Jacks, N. & Escosteguy, D. (2005) *Comunicação e recepção*. São Paulo: Hacker Editores.
- Januário J. (2007) *Análise do Potencial de Retorno dos Quadros Qualificados Angolanos em Portugal - os Ex bolseiros Pós-Independência*. Dissertação de Mestrado em Desenvolvimento e Cooperação Internacional. Instituto Superior de Economia e Gestão - ISEG, Lisboa.
- Jenkins, R. (1996) *Social Identity*. London: Routledge.
- Johnson, S. (2001) *Cultura da Interface: como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- José, B. & Fontanella, B (2008) *Amostragem por saturação em pesquisas qualitativas em saúde: contribuições teóricas*. Cad. Saúde Pública, Rio de Janeiro.
- Júnior, A. & Júnior, N. (2011) *A utilização da técnica da entrevista em trabalhos científicos*. Evidência, Araxá, v. 7, n. 7, p. 237-250.
- Kellner, D. (1995) *Cultural studies, identity and politics between the modern and the postmodern*. London: Routledge.
- Lévy, P. (1993) *As tecnologias da Inteligência: o futuro do pensamento na era da informática*. Rio de Janeiro: Ed. 34.
- Lipovetsky, G. & Sorroy, J. (2007) *L'Écran Global. Culture-médias et cinema à l'âgehypemoderne*. Paris: Éditions duSeuil.
- Lopes, A. (2016) *Migração em Angola- Preocupação acerca dos Fluxos Ilegais*. Dissertação de mestrado em relações internacionais e Estudos Europeus. Universidade de Évora.
- Lopes, C. (2013) *Reforçar a Gestão de dados sobre as Migrações em Angola: Avaliação e recomendações*. ACPOBS/2013/PUB09.
- Machado, L. & Azevedo, J. (2008) *A investigação sobre imigração e etnicidade em Portugal: tendências, vazios e propostas*, in Revista Migrações, Abril de 2009, nº4, Lisboa, ACIDI, pp. 7-31.
- Martín-Barbero, J. (2002) *La Educación desde la Comunicación*. Buenos Aires: Norma.
- Matrin, H. & Schumann, H. (2000[1996]) *A Armadilha da Globalização: o assalto à democracia e ao bem-estar social*. 3ª Edição, Lisboa: Terramar.
- Melo, R. (2004), *Sentir Angola no Coração: Um Reflexo Sobre a Angolanidade em Portugal*, in VIII Congresso Luso-Afro-Brasileiro de Ciências Sociais, Coimbra, Portugal,
http://www.ces.uc.pt/lab2004/inscricao/pdfs/painel43/Rosa_Melo.pdf.

- Mendes, M., Santos, J. & Rego, C. (2011) *Imigrantes Angolanos em Portugal: breve caracterização e contributos para a dinâmica populacional*. UFBA. Salvador.
- Minayo, M. (2001) (Org.). *Pesquisa social: teoria, método e criatividade*. Petrópolis: Vozes.
- Moniz M. & Moniz R. (2014) *A Comunicação do País com a Diáspora*, «Reforço das Capacidades de Cabo Verde na Gestão das Migrações». Cabo Verde. DCI-MIGR/2010/258-612.
- Monteiro, B. (2012) *Imigração em Portugal e a Comunidade Angolana*. Faculdade de Ciências e Tecnologias, Universidade de Coimbra.
- Moraes, H. & Bittencourt, J. (s.d) *Mídia e Educação: Reflexões, Relatos e Atuações*. UNISUL.
- ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL PARA AS MIGRAÇÕES [OIM] (2010) *Angola: A Study of the Impact of Remittances from Portugal and South Africa*.
- ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL PARA AS MIGRAÇÕES [OIM] (2010) *Avaliação da USAID das Populações Móveis, Relatório Nacional, Angola, OIM*. 2011a Glossário da migração, 2ª edição, IML N.º25, <http://publications.iom.int/bookstore/free/IML25.pdf>.
- ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL PARA AS MIGRAÇÕES [OIM] (2011) *Guide to enhancing migration data in West and Central Africa*.
- Pessoa, I. (2004) *Estudantes do Espaço Lusófono nas Universidades Portuguesas*. Janus Espaço online de relações exteriores. Disponível em: <<http://www.janusonline.pt>>. Acesso em: 31 de Maio 2016.
- Prensky, M. (2001) *On the Horizon*. MCB University Press, Vol. 9 No. 5 St. Paul, MN. Em: <http://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf> – acesso em 21/06/2016. Shb45
- Prinz, V. (2005). ‘*Imagine migration*’ – the migration process and its destination Europe in the eyes of Tanzanian students. Stichproben. Wiener Zeitschrift für kritische Afrika studien. 8 (5), 119-140.
- Quivy, R. (1995) *Manuel de recherche en sciences sociales*. Dunod, Paris. Tradução: Marques, J. Mendes, M. & Carvalho M. (2013) *Manual de Investigação em Ciências Sociais*. – Gradativa Publicações, S. A. Lisboa.
- Rebelo, J. (2000), “*Migrações e Minorias Étnicas na Península de Setúbal entre 1981 e 1998: Os Contributos e os Problemas para o Desenvolvimento Regional*”, Porto, in FIUP (org) (2002) *As ciências sociais nos espaços de língua portuguesa: balanços e desafios*, Vol 2, Porto, FIUP, pp 9350-9358;
- Ribeiro, A. (2008) *A perspectiva da entrevista na investigação qualitativa*. Evidência: olhares e pesquisa em saberes educacionais, Araxá /MG, n. 04, p.129-148.

- Ribeiro, N., Menezes, I. & Neves, T. (2010) “*Opportunities and constraints for civic and political engagement of young immigrants: the case of Angolans in Portugal*”, in 12th Biennial Conference of the European Association for Research on Adolescence, Vilnius, Lithuania (http://epubs.surrey.ac.uk/2569/1/Porto_1_New.pdf).
- Rocha, E. (2005) *Culpa e prazer: imagens do consumo na cultura de massa*. Revista comunicação, mídia e consumo/ ESPM, São Paulo, v.2, n.3.
- Santaella, L. (2003) *Cultura dos Media*. 3. Ed. São Paulo: Experimento.
- Santamaría, E. (ed) (2008). *Retos epistemológicos de las migraciones transnacionales*. Rubí (Barcelona): Anthropos Editorial.
- Santos, M. (2013) *Usos e consumos da mídia por jovens imigrantes brasileiros em Portugal: um estudo exploratório*. Tese de Doutorado em Ciências da Comunicação. Faculdade de ciências sociais e humanas, universidade nova de Lisboa.
- Santos, R. (1995) *Ser mãe de uma criança especial – do sonho à realidade* [tese]. Rio de Janeiro (RJ): Universidade Federal do Rio de Janeiro. Escola de Enfermagem Anna Nery.
- Sebastião, S. (2012) *Cultura Contemporânea*. Contributos para os Estudos Culturais, Mediáticos & Digitais. Instituto Superior de Ciências e Políticas. Lisboa
- SERVIÇO DE ESTRANGEIROS E FRONTEIRAS [SEF] (2009) *Relatório de imigração fronteiras e asilo 2008*, Oeiras.
- SERVIÇO DE ESTRANGEIROS E FRONTEIRAS [SEF] (2010) *Relatório de imigrações fronteiras e asilo 2009*, Oeiras.
- Silva, T. (2007) *A produção social da identidade e da diferença*. In: Silva, T. (org.). *Identidade e diferença: a perspectiva dos Estudos Culturais*. Petrópolis, RJ: Vozes.
- Silverstone, R. (1999) - *New media and community*. Paper, London School of Economics and Political Science. London, September.
- Sousa M. (1999) *Práticas de recepção mediática como práticas de pertencimento público*. Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, CTR-ECA/USP.
- Sousa, M. (1999) *Práticas de recepção mediática como práticas de pertencimento público*. ECA/USP
- Sturken, M. (2008) *Memory, consumerism and media: Reflections on the emergence of the field*. Memory Studies.
- Trindade, R. Beatriz, M. (2001) “*História da Imigração em Portugal II*”, in Janus 2001 (<http://www.janusonline.pt>);

Vinuto, J. (2014) *A amostragem em bola de neve na pesquisa qualitativa: um debate em aberto*. Temáticas, Campinas, 22, (44): 203-220, ago/dez.

Woodward, K. (2007) *Identidade e diferença: introdução teórica e conceitual*. In: SILVA, Tomaz Tadeu (org.). *Identidade e diferença: a perspectiva dos Estudos Culturais*. Petrópolis, RJ: Vozes.

ANEXO

ANEXO – Guião de inquérito por entrevista para aplicar aos jovens Angolanos estudantes universitários residentes em Lisboa sobre o consumo dos *media* na diáspora

Estimado(a) estudante, no âmbito da minha dissertação, para a obtenção do grau de Mestre em Comunicação Aplicada da Universidade Autónoma de Lisboa, agradeço a sua colaboração em participar desta pesquisa que tem como tema: «Consumo mediático dos jovens Angolanos na diáspora. Estudo de casos dos estudantes universitários residentes em Lisboa». **O objetivo** do trabalho é de compreender a função que os jovens angolanos estudantes universitários atribuem aos conteúdos mediáticos na diáspora.

OBS: Os dados são confidenciais, apenas servem para a presente investigação e a identidade dos participantes nunca será relevada.

- 1- Idade_____
- 2- Sexo_____
- 3- Universidade e curso que frequenta?
- 4- Há quanto tempo reside em Portugal?
- 5- Em que localidade reside?
- 6- Porque escolheu Portugal para dar continuidade aos estudos?
- 7- Onde reside em Angola?
- 8- Pretende regressar para Angola depois de terminar os estudos?
- 9- De que forma financia a sua estadia?
- 10- Com quem vives e que laços tens com Portugal?
- 11- Tem interesse em obter informações sobre o teu país?
- 12- Diga quais os seus interesses e porquê?
- 13- Qual é a importância de estar informado acerca da realidade angolana?
- 14- Diga quais os meios e formas utilizam na diáspora para a obtenção de informação sobre o país de origem?
- 15- Quais os programas que mais acompanha?
- 16- Quais eram os consumos mediáticos em Angola?
- 17- O que acha acerca do tratamento informativo?
- 18- Quais os meios e formas de consumo que usas no quotidiano para obtenção da informação?
- 19- Será que a situação de imigrante em que te encontras alterou alguns hábitos e práticas mediáticas?
- 20- Quais os principais aspetos que indicam que foi alterada?
- 21- Antes de vir para cá, quais os *media* estrangeiros que consumias em Angola e com que intuito?
- 22- Sentes-te representado nos *media* angolanos como comunidade de diáspora?
- 23- De que forma?
- 24- Consideras os *media* como forma de encurtar a comunicação com o país de origem?
- 25- Em que momento os medias desempenham este papel?