

Consumo mediático e identidades dos ‘lusu-descendentes’ em França: o ‘étnico’ e o ‘mainstream’

José Ricardo Carvalheiro

LabCom – Universidade da Beira Interior

Tal como as outras dimensões identitárias são negociadas face à diferença (Hall, 1991), também a etnicidade é um processo dinâmico e relacional, só sendo o conceito útil às ciências sociais se contrariar a ideia de que os grupos étnicos existem devido a diferenças essenciais. Porém, a carga ideológica do conceito leva o senso comum a usá-lo como forma polida de designar outras ‘raças’. É assim que os média europeus falam em etnia para populações de origem africana ou asiática, mas raramente o fazem para migrantes da Europa. Na perspectiva que adopto, a etnicidade não tem simplesmente a ver com diferença, de cultura ou de fenótipo, mas sim com a sua significação como elemento que interfere nas relações sociais. Quando determinada identidade influi no acesso ao mercado de trabalho ou na escolha de parceiros conjugais, está-se perante situações de etnicidade. A etnicidade é, pois, a diferença tornada socialmente significativa, a partir da ideia de origem (Eriksen, 2001). Abordo aqui a participação dos média na construção ou desconstrução desses significados.

1. Globalização, etnicidade e os média

Os movimentos transnacionais têm sido interpretados como causa de uma crise do hífen no estado-nação europeu, devido à multiplicação de identidades e ao fim da hegemonia absoluta da lealdade nacional. A criação de sociedades multiculturais é assumida em países como o Reino Unido, mas contestada noutros, como a França, cuja ideologia assimilacionista se propõe tornar os estrangeiros franceses. Neste quadro, os média nacionais são vistos como mecanismo de socialização dos filhos de migrantes na francidade, contribuindo “para a construção de uma sociedade coesa” (Helcké, 2001: 19). Este pressuposto alterou-se à medida que a paisagem foi penetrada por média transnacionais e ‘comunitários’ para as diásporas. A suposição destes média como perpetuadores de diferenças não é exclusivo da ideologia dominante em França e

constitui um paradigma dentro dos estudos das audiências, estimulando pesquisas sobre os seus ‘efeitos’ na identidade das minorias.

Por exemplo, Jeffres (2000) quantificou o uso de mídia “étnicos” e mainstream em vários grupos dos Estados Unidos durante duas décadas. Os jornais e rádios das minorias são aqui vistos, na tradição dos ‘usos e gratificações’, como recursos que “ajudam os indivíduos étnicos a manter a ligação à sua cultura ao longo do tempo” (Jeffres, 2000: 522). Esta é, porém, uma visão falsamente dinâmica, onde os indivíduos são por natureza “étnicos” e possuem a “sua” cultura seja em que geração for, não se procurando qual o significado de se ser “polaco” na sociedade americana, nem as suas possíveis mutações. O conceito de etnicidade é, assim, essencializado e esvaziado de utilidade para captar diferenças que pesam nas relações sociais.

Uma concepção dinâmica do conceito é usada por Milikowski (2000) na análise à recepção da televisão turca por jovens “migrantes” na Holanda. As diferenças culturais são vistas, neste caso, dentro de um processo que pode ir no sentido da etnicização ou da deseticização, vincando ou diluindo as fronteiras entre grupos. A conclusão de que os canais turcos podem ser consumidos sem contribuírem para a etnicização dos migrantes indica que a realidade é mais complexa do que as predições ideológicas. Mas, a meu ver, esta pesquisa tem as limitações do paradigma funcionalista, ao analisar a cultura dentro de uma pura relação dos indivíduos com os objectos mediáticos e não tendo em conta que as dinâmicas de etnicidade ocorrem dentro das relações de poder entre grupos. Tende-se, assim, a colocar toda a responsabilidade pela etnicização ou deseticização nos próprios grupos ‘étnicos’, esquecendo que os média não contêm só recursos, mas também constrangimentos.

Esses constrangimentos são apontados no paradigma crítico, cuja análise à imagem das minorias nos média mainstream acentua o papel da ideologia dominante e os estigmas implicados em certos padrões de representação (van Dijk, 1997). Em regra, não se trata, porém, de estudos de audiências, mas de análises ao discurso mediático.

As pesquisas sobre as minorias tendem, portanto, a tomá-las como objecto de representação nos média mainstream ou como sujeitos na apropriação dos média ‘étnicos’. Não abundam estudos de audiências minoritárias focados na apropriação do mainstream, embora exista evidência de que estes ocupam o cerne dos consumos das ‘segundas gerações’ (Hargreaves e Mahdjoub, 1997). Algumas pesquisas indicam que a

apropriação de vários média é usada de forma dinâmica na negociação identitária dos descendentes (Gillespie, 1995), mas também que a ausência das minorias no mainstream pode suscitar-lhes sentimentos de exclusão (Tsagarousianou, 2001).

A minha proposta é examinar a apropriação dos média nacionais franceses pelos jovens de origem portuguesa, tomando como premissa que as identidades não se jogam só ao nível dos códigos e perfis culturais, mas sobretudo ao nível da construção das subjectividades e da sua significação, o que requer uma abordagem mais semântica do que descritiva da cultura. Nesse processo de significação, encaro os média simultaneamente como recursos e constrangimentos e a sua apropriação como um jogo constante entre criatividade e encerramento simbólico.

2. Contexto social e cenário mediático

A França não reconhece minorias e evita a noção de etnicidade, mas o conceito vem ganhando terreno com a etnicização das relações sociais nas grandes cidades, onde as ‘culturas’ ligadas à imigração são, contudo, cortadas por lógicas de pertença grupal e territorial (Body-Gendrot, 2002). De qualquer forma, o paradigma da “integração à francesa” não concebe identidades múltiplas, deixando apenas lugar para traços folclorizados da cultura de ‘origem’, censurando a concorrência de outras lealdades com a da nação e, sobretudo, condenando a sua expressão pública (Cordeiro, 1997).

A paisagem mediática, que tradicionalmente confinou o migrante aos seus programas específicos e às notícias sobre problemas (Hargreaves, 2001; Eichchaibi, 2001), parece ter evoluído nos últimos anos para uma fase de reconhecimento multicultural (Gastaut, 2001). Esta multiculturalidade emergiu, porém, como compensação do processo etnicizador que a precedeu e que traiu a ideologia oficial através da insistência noticiosa nas origens, fixando representações em torno dos fenótipos (Barats, 2001). Desde os anos 80, estruturou-se uma imagem de violência associada a pertenças étnicas, responsabilizando-as pelos problemas. A banlieue tornou-se uma metáfora para zona perigosa com imigrantes, habitação social e desemprego.

Neste contexto, os portugueses são vistos como seguidores de outras migrações europeias que se diluíram na sociedade francesa. Maioritariamente de origem rural, colou-se-lhes um estatuto de inferioridade sintetizado nos esteriótipos do ‘maçon’ e da

‘femme de ménage’, clichés regulares no humor dos média mainstream. Porém, as suas dinâmicas laborais e residenciais, que os afastaram dos complexos de habitação social, reforçaram a ideia de proximidade com os franceses e de diferença face aos não-europeus. De facto, os portugueses cedo se aperceberam que o paradigma francês premiava a discrição, assim como pressentiram que na disputa por recursos sociais e simbólicos entre migrantes era vantajoso demarcarem-se das populações estigmatizadas. Nessa estratégia de auto-apagamento, criaram uma “identidade desconhecida” em França (Oriol, 1997), com redes familiares e associativas que permitiram a transmissão cultural fora do olhar da sociedade, ao mesmo tempo que incentivavam a assimilação dos descendentes na esfera pública. Neste processo, as identidades dos jovens tornaram-se diversificadas, indo do nacionalismo português à assimilação na francidade, mas tendo a bi-filiação como sentimento dominante, o que traduz mais uma compatibilização do que uma crise (Santos, 2003).

3. A construção discursiva da realidade

Os textos mediáticos são articulados com outros domínios da vida no seu processo de interpretação e incorporação na experiência social (Fairclough, 1999). Uma das vias possíveis para tentar detectar o seu significado é através dos discursos elaborados pelas audiências acerca dos próprios média e das suas representações. Nesta pesquisa, um conjunto de entrevistas em profundidade constitui o principal material empírico.

Há duas leituras possíveis de um acervo de entrevistas, que consistem em tomar a linguagem como fonte transparente de informação ou como constitutiva dos próprios sentidos sociais e, portanto, atravessada por questões de poder e ideologia (Taylor, 2001). Só a segunda opção configura uma análise de discurso. Assim, sem prejuízo de a descrição dos jovens luso-descendentes fornecer dados para uma caracterização dos seus consumos mediáticos, o aspecto fundamental da análise está nas significações que os actores dão às práticas sociais e na construção ideológica de uma realidade em que procuram posicionar-se. Assim, a linguagem é encarada como acção ou prática social, na esteira de Austin (Fidalgo, 1998), e as entrevistas são abordadas enquanto textos em que se examina as formas de falar sobre os média, os franceses, os portugueses e outros imigrantes. Nesta concepção construtivista, os discursos dos jovens de origem

portuguesa não são uma pura consequência das suas identidades, já que ao desenvolvê-los essa identidade vai sendo formada e transformada.

Recorre-se também à análise intertextual, que identifica a proveniência dos vários elementos que compõem um discurso (Fairclough, 1999). Aqui, trata-se sobretudo de apontar os enunciados baseados na mediatização ou na experiência imediata. A análise intertextual permite, assim, indagar como os materiais mediáticos se articulam com outros recursos sociais para além do momento da recepção.

4. Os discursos da ‘integração’

O aspecto mais saliente nos discursos dos jovens acerca das representações mediáticas é a topicalização na questão da invisibilidade dos “portugueses”, categoria em que agregam migrantes e descendentes. A definição deste tópico é marcadamente ideológica (van Dijk, 1997), dado que a invisibilidade é discursivamente construída como aspecto positivo e indicador virtuoso da situação dos portugueses em França. E não, como também seria possível, enquanto falta de visibilidade, sinal de pouco acesso a espaços de relevância pública ou perda de identidade e cultura distintivas.

O tópico da invisibilidade virtuosa desdobra-se em várias linhas de comentário que, no seu conjunto, constituem um discurso da integração ao mesmo tempo referencial, ao referir-se à realidade social, e metadiscursivo, ao comentar o discurso mediático. A seguinte passagem articula os dois modos de interpretação.

“Eu penso que, e é mesmo, a população portuguesa em Paris está muito bem integrada, a integração está bem feita, não há problemas... não há nada que façam falar.” (E.2)

A primeira parte da frase constrói discursivamente a situação social dos portugueses, legitimando-se em pressuposições e sugerindo um consenso discursivo ao substituir a modalidade apreciativa inicial (“eu penso que”) por uma asserção (“e é mesmo”). A segunda parte constitui um metadiscorso assente numa implicação entre emergência mediática dos migrantes e problemas na sociedade francesa, tornando implícito de que algo ‘que faça falar’ só pode ser de ordem negativa.

Este discurso, usado em outros tópicos e erigindo-se numa espécie de ideologia oficial da ‘comunidade portuguesa’, opera a construção social do bom imigrante como aquele que não se faz notar, não expõe diferenças, não se envolve em problemas, não exprime críticas à sociedade francesa e, no caso dos descendentes, não menospreza o estatuto de francidade que lhe é concedido. A invisibilidade mediática é, assim, adoptada como recurso discursivo que ‘prova’ a boa integração dos portugueses, representados em consonância com o perfil idealizado: cumpridores da norma social, discretos ou mesmo indistinguíveis dos franceses. Com os seus discursos sobre a invisibilidade, os descendentes de portugueses ajustam-se ao ideal assimilacionista, conferindo valor ao estatuto de ‘segunda geração’ publicamente assimilada no duplo sentido de semelhante e de absorvida pelo corpo social da nação.

Este recurso discursivo é possível pelas condições que extraem os descendentes de portugueses aos temas-chave da representação dos migrantes nos média, que são a criminalidade, o desemprego, as áreas degradadas e o racismo (Principe, 2002). O afastamento das zonas de precaridade social e a baixa taxa de desemprego contribuem para colocar os jovens de origem portuguesa fora do alvo noticioso mainstream. Neste contexto, os jovens partilham a ideia de que é bom que os média não falem de si, dado que a lógica de dramatização mediática é potencialmente produtora de representações etnicizadoras. Pelo contrário, a invisibilidade difunde implicitamente traços de desetnicização como a inserção laboral e a conformidade social.

Esta representação mediática é, assim, estrategicamente usada para produzir o discurso da integração num determinado sentido, seleccionando certos aspectos da ‘comunidade portuguesa’ e ocultando outros. Isso é confirmado quando os enunciados em torno da experiência imediata fazem emergir vários vectores de etnicidade, como a comunitarização das interacções sociais, o ‘nacionalismo’ português, as diferenças culturais face aos franceses ou a inferioridade simbólica dos imigrantes. Não estão aqui em equação os graus de etnicidade entre os descendentes de portugueses em França, mas sim sublinhar que o discurso da integração proporcionado pela apropriação mediática aproveita ideologicamente uma representação pública que vai no sentido da assimilação, enquanto há um discurso sobre a diferença e o défice de integração que convoca enunciados provenientes da esfera privada e da interacção directa. A

comparação de excertos de uma mesma entrevista exemplifica a existência de duas formas distintas de falar dos jovens de origem portuguesa .

“É raro haver artigos sobre os portugueses que vivem cá, porque eles acham que estamos tão bem integrados que nem vale a pena, não há uma diferença, somos meio, metade franceses, metade portugueses, é mesmo.” (E.9)

“Quando eu falo com os meus amigos eles não entendem que, que temos orgulho em ser portugueses, não sei quê, que vocês estão sempre, dizem sempre, vocês casam muito entre vocês, os portugueses, filhos de portugueses... (...) E há muitas coisas assim, a religião, e a família, é muito complicado para um francês dizer, vou casar com uma pessoa e caso com a família, porque é precisamente isso, os meus pais, eu não vou deixar os meus pais, não é, todos os dias tenho que ligar pra eles ao telefone, e eu, por exemplo, namorei com rapazes franceses e eles nunca perceberam isso.” (E.9)

Os discursos da integração e da diferença não são necessariamente incongruentes, mas sim multifuncionais (Fairclough, 1999), agindo em planos distintos da experiência dos jovens. O primeiro traduz o desejo de estatuto público de não etnicização na sociedade francesa. O segundo corresponde a um recurso cultural específico, que é válido sobretudo nos círculos familiares e comunitários ou enquanto ligação simbólica a Portugal e que emerge também numa entrevista com um investigador português. 1 Porém, o elemento fundamental do discurso da integração baseado nos média é a representação estigmatizada de outras minorias, utilizada para valorizar os portugueses. As representações mediáticas fornecem material que acentua os traços de diferenciação, nomeadamente entre os magrebinos e os portugueses, e prestam-se à demarcação discursiva face aos migrantes representados como problemáticos para a sociedade. O género noticioso mainstream pode, assim, ser usado como recurso simbólico de integração, à custa da etnicização de outros.

Sílvia- Há muitas reportagens, por exemplo, sobre a integração dos árabes cá em França, porque é que há, qual é a origem dos conflitos, a nível da religião, fazem reportagens nos bairros, onde eles geralmente vivem...

Hélder- E os prédios...

Sílvia- Nas cités, como se chama cá em França. E todos, quase todos os dias se pode ver uma reportagem dessas, com jovens a contarem, porque é que andam na rua, porque é que não querem encontrar trabalho...

Hélder- Nos jornais, na televisão, há sempre... (...)

P.- Quando vocês vêem essas notícias sobre a comunidade árabe, por exemplo, problemas de integração, etc., isso faz lembrar que vocês são de origem portuguesa, ou não tem nada a ver?

Hélder- Não.

Sílvia- Não tem nada a ver, porque eu acho que o sistema de integração, não, os portugueses integraram-se bem, eu acho que sim. (Pausa) Sim, a única coisa que nos faz lembrar é que nós também gostamos de nos reencontrar todos juntos em comunidade, e eles também. E aliás é normal, não é. Mas a única diferença é que nós estamos abertos às outras culturas, ao passo que eles, por vezes não, gostam de ficar entre eles. (E.18)

Questionados acerca da mediatização de outros migrantes, estes jovens convocam o tópico “árabes” e desenvolvem uma lexicalização negativa (“conflitos”) ou pejorativa (“religião”, “bairros”, “cités”), que culmina numa caracterização dos descendentes (“jovens”) como agentes de comportamento desviante (“andam na rua” e “não querem encontrar trabalho”). A contraposição com os portugueses suscita o enunciado da diferença entre os bem integrados e os mal integrados, sendo que mesmo o elemento de proximidade pela condição comum de migrantes (“gostamos de nos reencontrar todos juntos”) logo é esvaziado pela saliência de outra diferenciação fundamental no paradigma da ‘integração’ (nós “abertos às outras culturas”, eles não).

Neste excerto, a referência ao hábito dos portugueses se reunirem entre si, que provém da experiência directa, introduz a questão da intertextualidade e do seu carácter complexo em entrevistas sobre a apropriação de materiais mediáticos. Existe uma extrema permeabilidade entre os planos da mediatização e da experiência imediata, que por vezes é fomentada pelo próprio investigador, mas com frequência é promovida pelos entrevistados de forma espontânea como mecanismo de interpretação da realidade. As dinâmicas de vai e vem entre os dois planos fornecem exemplos de profundo entrelaçamento ou incluem mesmo o apagamento da referência, tornando-se difícil inferir que campo de experiência constitui a base de um determinado enunciado, como acontece no exemplo seguinte.

P.- Não sei se ouviram este caso. É um caso de xenofobia. Um português que era imigrante recente, trabalhava na agricultura (...) O que é que vos leva a pensar, ao verem uma notícia assim?

Sílvia- Que não acontece só com os portugueses, e eu tenho muitos amigos de origem árabe que não têm acesso a certos empregos, há discriminação, hein, porque não são franceses, porque têm outras origens, pronto, há um ambiente depois, desenvolvido cá em França, a propósito dos imigrantes que é pena, é pena, porque foram os imigrantes que trouxeram o êxito pró país, o desenvolvimento que tem a França... (...)

P.- E os jovens de origem portuguesa também são metidos dentro do mesmo saco, digamos, quando se fala de imigração?

Hélder- Não, mas podem pensar que alguns filhos de imigrantes tiram o trabalho, tiram o pão aos franceses. Que andam também a estudar e que um dia eles vão procurar um

emprego, já lá está outro, que é estrangeiro. E isso desenvolve esse, essa xenofobia...

Sílvia- O problema é que os portugueses estão a interessar-se cada vez mais pelos estudos, e conseguem, estão a conseguir, essa nova geração está a conseguir, eu vejo para aí engenheiros, médicos, etc., e os franceses, prontos, não têm nada contra nós, mas mesmo assim estão um pouco comichosos, porque nós não tivemos, os nossos pais não nos puderam ajudar, pra ler, pra escrever, pra nada, e mesmo assim conseguimos. Enquanto somos pequenos, não se dão conta, ah o português... (...) e até quando podem fazer pouco de nós, ah, o teu pai é pedreiro, a tua mãe faz limpeza, prontos, fazem logo, mas quando se chega ao liceu e nos estudos universitários já há aquela inveja, como é que eles conseguiram fazer... (E.18)

Neste excerto, o ponto de partida é um caso mediatizado, cujo comentário convoca um enunciado baseado na vivência directa (“eu tenho muitos amigos que”) e culmina numa passagem cuja referência não é discernível, remetendo provavelmente para ambos os níveis de experiência (“há um ambiente desenvolvido cá em França”). Mais adiante surge ainda um outro nível intertextual, constituído pelos olhares exteriores ou o que se imagina que eles são (“podem pensar que alguns filhos de imigrantes”).

Apesar da complexidade, é possível procurar padrões discursivos associados a cada um dos planos de experiência. A codificação dos discursos sobre os grupos de origem extra-europeia revela um contraste entre os enunciados referentes à mediatização e os que convocam a experiência directa. Quando a base é a mediatização, predomina o discurso sobre as diferenças de cultura e de integração entre os portugueses e os outros. Quando as referências envolvem a experiência imediata, prevalece o discurso da proximidade ou aliança entre ‘comunidades’ e entre jovens de diversas origens.

Os dois últimos excertos inserem-se nesse padrão. Os mesmos entrevistados que antes traçavam a distância entre ‘nós’ e ‘eles’ ao descreverem reportagens jornalísticas, recorrem à sociabilidade directa para sugerir uma comunhão de condições, chegando a incorporar um elemento discursivo interno aos grupos migratórios (“foram os imigrantes que trouxeram o êxito pró país, o desenvolvimento”). Isto não significa a ausência de conflitualidade nas referências directas, mas sim que existem proximidades sociais que a referência aos média não deixa antever e também que há um discurso plural e multifuncional para falar dos jovens “árabes”. Estes funcionam como recurso ideológico não apenas através do estigma, podendo ser convocada a sua cumplicidade se tal valorizar os portugueses. O enunciar da discriminação que os atinge torna mais credível a ideia de que os jovens de origem estrangeira necessitam de um esforço extra na sociedade francesa, realçando assim o mérito dos “portugueses” na inserção laboral e

escolar e introduzindo ao mesmo tempo uma distinção valorativa face aos franceses que têm melhores condições sociais.

Conclusão

Uma das razões porque os média mainstream são os mais relevantes para as dinâmicas de etnicidade é o facto de as suas representações incidirem nas relações sociais entre os grupos – da maioria nacional com cada uma das minorias e das várias minorias entre si –, contribuindo assim para lhes dar determinados sentidos no contexto da sociedade onde vivem. Os média ‘étnicos’, frequentemente centrados no universo das origens e nas práticas culturais minoritárias, proporcionam menos significados acerca dessas interações. Fica claro que, no caso dos jovens de origem portuguesa em Paris, as televisões transnacionais RTP ou SIC, a estação radiofónica local Radio Alfa e a circulação de suportes musicais portugueses, além de serem alvo de consumos irregulares ou ocasionais, remetem para outras facetas identitárias que não o estatuto dos descendentes na sociedade francesa e que respeitam sobretudo à sua posição simbólica face a Portugal e à comunidade de migrantes.

Uma segunda razão é o poder de definição dos sujeitos por parte dos média mainstream, dado que eles veiculam os discursos dominantes e condensam o olhar da maioria. Como a identidade se constrói através do reconhecimento, a reflexividade dos sujeitos sofre tanto mais impacto quanto mais vastas e partilhadas forem as representações sobre si. Sendo certo que as audiências habitam, hoje, um universo mediático multicentrado e ambivalente, onde representações várias competem entre si, a questão decisiva está na diferença de poder para definir os sujeitos. Estando em causa o poder simbólico, a maior probabilidade de produzir subjectividades reside na difusão de “repetidos padrões de representação” (Hargreaves, 2001) e esses estão sobretudo ao alcance dos média mainstream e da sua acção no longo prazo.

Esta pesquisa indica, assim, que a etnicidade das ‘segundas gerações’ não se joga tanto no terreno da diferença cultural, até porque os descendentes mostram capacidade para gerir a pluralidade identitária e destreza para manejar os vários média de forma compatível, mas que se decide no campo das representações que ajudam a construir subjectividades e a dar sentido aos vários eixos de relações sociais.

É ao funcionarem como máquina etnicizadora, que constrange a subjectividade de outras minorias, que os média mainstream proporcionam aos descendentes de portugueses recursos de desetnicização. Com a legitimidade de se apoiarem nos principais média, os jovens de origem portuguesa manejam publicamente um discurso selectivo acerca de si próprios e dos outros, através do qual vão também construindo a auto-identidade de integrados, indistintos dos franceses e distantes dos outros.

Bibliografia

- Barats**, Christine. “*Les mots de l’immigration et l’ethnisation des rapports sociaux – Le cas des débats télévisés français sur l’immigration*”, in Réseaux. 2001, n.º 107, 147-179.
- Body-Gendrot**, Sophie. “*Living apart or together with our differences? – French cities at a crossroads*”, in Ethnicities. 2002, Vol. 2 (3), 367-385.
- Cordeiro**, Albano. 1997. “*Discours integrationniste et société réelle*”, in M. I. Baganha (ed.), Immigration in Southern Europe. Oeiras: Celta.
- Echchaïbi**, Nabil. 2001. “*We are French too, but different – Radio, music and the articulation of difference among young north Africans in France*”, in Gazette, Vol. 63 (4), 295-310.
- Eriksen**, Thomas Hylland. 2002. *Ethnicity and Nationalism*. Londres/Stirling: Pluto Press.
- Fairclough**, Norman. “*Linguistic and intertextual analysis within discourse analysis*”, in A. Jaworski e N. Coupland (eds.), The Discourse Reader. Londres, Routledge. 1999.
- Fidalgo**, António. *Semiótica: A Lógica da Comunicação*. Covilhã: Universidade da Beira Interior. 1998.
- Gastaut**, Yvan. “*L’irruption du thème de l’immigration dans les médias*”, in Confluences. 1997-1998, Hiver, 13-31.
- Gillespie**, Marie. *Television, Ethnicity and Cultural Change*. Londres, Routledge. 1995.
- Hall**, Stuart. “*The Local and Global: Globalization and Ethnicity*”, in A.D. King (ed.), Culture, Globalization and the World System. Londres, MacMillan. 1991.
- Hargreaves**, Alec. 2001. “*Media effects and ethnic relations in Britain and France*”, in R. King e N. Wood (eds.), Media and Migration. Londres, Routledge. 2001.
- Hargreaves**, Alec e Mahdjoub, Dalila. “*Antennes Paraboliques et Consommation Télévisuelle des Immigrés*”, in Hommes & Migrations. 1997, n.º 1210, 111-119.
- Helcké**, Joanna. “*Le rôle de l’ethnicité dans la consommation télévisuelle en France*”, in Migrations Société. 2001, vol. 13, n.º 74, 19-29.
- Jeffres**, Leo. “*Ethnicity and Ethnic Media Use*”, in Communication Research. 2000, vol. 27, n.º 4, 496-535.
- Milikowski**, Marisca. “*Exploring a model of de-ethnicization: The case of Turkish television in the Netherlands*”, in European Journal of Communication. 2000, Vol. 15 (4), 443-468.

Oriol, Michel. “*La communauté portugaise aujourd’hui*”, in Portugais de France, Citoyens d’Europe: État des Lieux et Avenir. Damarie-les-Lys, Assises de la Communauté Portugaise de France. 1997.

Prencipe, Lorenzo. “*Médias et immigration: un rapport difficile*”, in Migrations Société. 2002, vol. 14, n.º 81-82, 139-156.

Santos, Irène Strijdhorst. “*Discours d’appartenance, pratiques d’inscriptions sociales et territoriales: des descendants de migrants portugais de France*”, in Recherches en Anthropologie au Portugal. 2003, n.º 9, 23-35.

Taylor, Stephanie. “*Locating and conducting discourse analytic research*”, in M. Wetherell et al. (eds.), Discourse as Data. Londres, Sage. 2001.

Tsagarousianou, Roza. “*‘A space where one feels at home’: Media consumption practices among London’s South Asian and Greek Cypriot communities*”, in R. King e N. Wood (eds.), Media and Migration. Londres, Routledge. 2001.

Van Dijk, Teun A.. “*Semântica do discurso e ideologia*”, in E. R. Pedro (org.), Análise Crítica do Discurso. Lisboa, Caminho. 1997.