

Resenha do artigo:

Soto-Almela, Jorge e Alcaraz-Mármol, Gema (2019) “Victims or non-humans: Exploring the semantic preference of refugees in Spanish news articles” in *Language e Comunicación*, pp. 11-25.

Por Ana Sofia Branco¹

O artigo objeto da presente resensão crítica é o resultado de um estudo de caráter científico elaborado pelos autores Soto-Almela e Alcaraz-Mármol sobre a representação discursiva da palavra “refugiados” nos media Espanhóis.

Os autores efetuaram uma recolha de 1,8 milhão de palavras, de notícias em jornais espanhóis, relacionadas com a temática dos refugiados. Os artigos dos jornais foram recolhidos nas bibliotecas digitais do El Mundo e do El País. Através de uma metodologia de análise de corpus de textos foi possível aos autores analisarem a preferência semântica associada ao tema refugiado, nos anos de 2010 a 2016, nos dois jornais espanhóis de maior tiragem.

Esta análise crítica pretende refletir sobre o papel dos media na formação da opinião pública. Estudar a influência dos media é, antes de mais, procurar compreender qual o impacto que assumem na sociedade atual. A presença dos media está diariamente nas nossas vidas contemporâneas. Atualmente existe uma forte ligação destes canais, outrora de informação, e hoje muito de formação de opinião, criando uma dependência no que se refere ao canal mais privilegiado para as populações procurarem informação (Abdo, et al, 2019). Os media na atualidade são atores que assumem um papel no processo de mediação face ao mundo, atuando como agentes que (re)constroem a realidade, assumindo um forte poder de influenciar as atitudes e perceções sociais através do seu discurso. Hoje, não podemos falar de uma opinião pública nos mesmo termos em que se falava no passado.

O artigo destaca que o tema das migrações, embora sempre tenha estado presente na história da Europa, ultimamente tem sido representada pelos media de uma forma negativa (Soto-Almela e Alcaraz-Mármol, 2019). Surpreendente ou não, é a atual visão solidária da Europa para com o acolhimento dos migrantes da Ucrânia. Embora pelos media descritos como refugiados foi-lhes dado o enquadramento jurídico da proteção

¹ Assistente Social na Santa Casa da Misericórdia de Lisboa, Coord. da Equipa de Acolhimento dos requerentes de asilo e recolocados. Doutoranda em Política Social no ISCSP.

temporária, procedimento excepcional com vista a evitar o colapso dos sistemas de asilo de cada Estado-membro, assegurando uma distribuição equilibrada do esforço assumido pelos diferentes Estados ao acolherem estas pessoas e suportarem as consequências decorrentes desse acolhimento. Este receber de portas abertas é tratado pelos media com louvor, incentivando, assim, generosos movimentos de solidariedade entre as populações. Sabemos que temos uma sociedade civil mobilizada, mas estamos ainda numa fase quente do acontecimento onde os valores humanistas, os princípios universais dos direitos humanos tomam conta da opinião pública.

A relevância da análise científica deste artigo vai para além das conclusões apresentadas, oferecendo-nos uma janela para uma outra reflexão: a de como o poder do campo jornalístico influencia as sociedades. Conclui-se que existe um forte poder jornalístico no moldar a perceção da opinião pública que é concretizado através da forma como controlam a produção e divulgação da “notícia”, seja ela sobre “refugiados” ou sobre qualquer outro tema. Por isso, o poder dos media deve ser visto como uma via pela qual se interpretam os acontecimentos no mundo.

A escolha do tema e da perspectiva de análise deste artigo, também encerra outro interesse, na medida em que para a formulação de políticas, a influência dos media (positiva e negativamente em simultâneo) condiciona as atitudes sociais e consequentemente a pressão que estas podem fazer nas decisões políticas. A atenção mediática que pode ser dada a um determinado fenómeno social age como um forte influenciador na agenda política.

A opinião pública é inquestionavelmente moldada pelos media, que tem um determinante papel na construção da imagem dos refugiados perante as populações. Van Dijk (2000), alerta para que o discurso escrito pode ser uma forma de discriminação verbal. Assim, o texto pode tornar-se um meio pelo qual certas práticas sociais são (re)produzidas. Ferreres (2009) afirma que, em seu entender, a influência dos media parece ser maior em tempos de crise, e é tanto maior quando se tratam de notícias que só podem ser conhecidas através destes canais de informação. Pelo exposto, é difícil, se não impossível, negar a importância da análise do papel dos media na formação da opinião pública (Ferreres, 2009).

Este artigo ganha relevância científica para a comunidade académica Espanhola por se tratar do primeiro estudo na área da identificação das preferências semânticas da palavra refugiado na imprensa deste país. Além disso, este estudo examina o período 2010-16, anos do agravamento da crise dos refugiados na Síria com exponencial aumento

do número de pedidos no território espanhol, situação que é refletida no aumento do interesse que os media passaram a prestar a este tema.

Os autores apresentam a preferência semântica da palavra refugiado em dois grupos: como vítima e como grupo capaz de atos de “desumanização”. O apuramento desta duas categorias é realizado através das palavras que surgem mais correlacionadas com estas duas preferências semânticas antagónicas.

Enquanto representados como vítimas a ligação surge a verbos (ajudar, acolher, proteger, assistir, etc). Essa representação oferece uma imagem simplificada e incompleta dos refugiados. Retrá-los como vítimas gera uma divisão entre protetores e protegidos, contribuindo para a imagem do forte e do fraco, criando uma relação de dependência entre esta dicotomia. Em resumo, representar os refugiados como vítimas promove uma ideia estereotipada que nos leva a dedicar toda a nossa atenção a “ajudá-los”, deixando de lado as causas promotoras dessa situação de necessidade e de desigualdade.

O outro conjunto semântico que foi identificado chamado de “desumanização”, é altamente representada por meio de quantificação ou numeração de pessoas, tirando os refugiados das suas características, identidade e individualidade, contribuindo para a sua representação como um grupo homogéneo, onde todos têm as mesmas características, antecedentes, intenções, motivação e status económico.

Finalmente, a “desumanização” também é construída através da conceção de refugiados como um fardo económico. Em todo o corpus dos textos, são geralmente retratados como uma despesa para o país de acolhimento. De facto, questões económicas estão bastante presentes em torno do fenómeno dos refugiados, tornando-se na maioria das vezes o principal motivo das discordâncias entre os países europeus de acolhimento da UE.

Na apresentação dos resultados os autores optam por demonstrar a preferência semântica da palavra refugiado com a sua vitimização e desumanização ao longo dos anos de 2010 a 2016, sendo assim evidente a relação entre a crise dos refugiados na Europa e consequentemente o aumento do número de refugiados acolhidos em Espanha e a interdependência como o número de palavras encontradas. A chegada de refugiados a Espanha foi marcada pela guerra civil Síria, que começou em 2011 e se tornou um conflito internacional em meados de 2014, quando dois grupos terroristas, ISIS e Al-Qaeda, tomaram grande parte do território.

As colocações sazonais do período 2015-16 trazem à tona o dinamismo dos refugiados, mostrando, por um lado, que eles são vítimas inocentes que procuram e

precisam de assistência, proteção e asilo e, por outro lado, são simplesmente números e mercadorias crescentes que precisam ser alocados entre os diferentes países europeus, sendo assim quantificados e objetivados. Por fim, vale apenas destacar que o comportamento de ambos os conjuntos semânticos apresentam um deferencial que embora razoavelmente constante pode variar de sentido ao longo dos anos.

Com esta recensão crítica expuseram-se os resultados da análise que demonstram que o artigo é um bom trabalho descritivo da maneira como os media percebem e tratam os refugiados. Considera-se, por isso que o artigo atinge os objetivos propostos e, além disso contribui para o conhecimento sobre a crise migratória na Europa e como os media acompanham o tema dos refugiados ao longo dos anos em análise em Espanha.

Este artigo poderia, no entanto, nas suas conclusões e recomendações ter sido mais audaz deixando algumas pistas para investigações futuras sobre o necessário debate do papel dos media na sociedade.

Perante a extrema complexidade dos fenómenos sociais, os media procuram uma lógica que obedece a uma estrutura rígida de simplificação desses fenómenos que, contudo, não consiste apenas na seleção de fragmentos do real, mas também na sua reconstrução com base em generalizações. As notícias são, portanto, uma realidade socialmente (re)construída que obedece a processos produtivos de manipulação (inconsciente ou consciente) da opinião pública.

Está polarização contribui para a conceptualização do fenómeno social dos refugiados como um grupo não-igual, um grupo de pessoas que é visto como uma segunda categoria, diferente do “nós” da sociedade espanhola. Numa lógica de “nós” e “eles”. Quer a vitimização quer a desumanização contribuem para fomentar a exclusão, num discurso que não integra, mas que separa, fragmenta.

Para além disso, efetuando um raciocínio unidirecional, podemos considerar que o discurso dos media é veiculado pela imprensa construindo uma imagem dos refugiados, que influencia, por sua vez a opinião pública.

Assim, a crescente mediatização que temos vindo a experienciar apresenta-se como antagónico, já que se por um lado nos permite o acesso à informação, por outro, e não obstante, é altamente filtrada e, de um modo subliminar tem tendências demagógicas e populistas, criando uma visão da realidade através da construção de estereótipos sociais sobre grupos. A sociedade do espetáculo (Abdo, et al, 2019).

A opinião pública julga pensar autonomamente em função da mensagem que lhe é transmitida, mas esta mensagem é, cada vez mais, previamente determinada,

manipulando a percepção das populações face aos acontecimentos. O que se considera como opinião pública não é mais nem menos que a opinião do poder económico, político ou mediático, podendo eles não coincidir.

Por outro lado, este artigo pode contribuir para que o conhecimento científico por ele produzido nos permita ter evidência da padronização exacerbada das preferências semânticas, desamarrando-nos de um papel de passividade face à opinião veiculada pelos media. Este estudo pode, assim, ser aproveitado e utilizado para melhorar o raciocínio crítico sobre a formação de opiniões na atualidade, potenciando a análise social do grau de literacia da construção da opinião das populações.

Referências bibliográficas

Abdo, C., Cabecinhas, R. e Brites, M. J. (2019). Crise migratória na Europa: os media e a construção da imagem dos refugiados, Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade - CECS - Universidade do Minho, Braga; Centro de Investigação em Comunicação Aplicada, Cultura e Novas Tecnologias - CICANT - Universidade Lusófona do Porto, Porto, disponível em: https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/60259/1/2019_Abdo_Cabecinhas_Brites_Crise-migratoria-europa.pdf

Dijk, T.A. (2000). New(s) Racism: A Discourse Analytical Approach. In: Cottle, S., Ed., *Ethnic Minorities and the Media*, Open University Press, Philadelphia, 211-226.

Soto-Almela, J. e Alcaraz-Mármol, G. (2019). “Victims or non-humans: Exploring the semantic preference of refugees in Spanish news articles” in *Language e Communication*, pp. 11-25. <https://doi.org/10.1016/j.langcom.2019.05.001>.