



Elfriede Fürsich

O problema em representar o Outro: mídia e diversidade cultural.

Professora da Freie Universidade Livre de Berlim e professora visitante do Boston College.

* Versão adaptada de “Media and the Representations of Others”. *International Social Science Journal*, 1999, p. 113-130.

Tradução: Filippo Lima.

51

1. Introdução

As mídias são agentes importantes no processo público de construir, contestar ou manter o discurso cívico sobre coesão social, integração, tolerância e compreensão internacional. Há séculos, as mídias de massa – começando pelo jornal impresso – tem exercido um papel central ao definir e ilustrar o estado-nação. Além disso, em países pós-coloniais, as mídias usadas como ferramentas importantes no esforço da construção da nação. Muitas vezes, a mídia formou uma identidade nacional mediada de forma limitada – definindo limites de uma comunidade considerada parte de uma nação e excluindo minorias como “Outros”. As constelações geopolíticas contemporâneas adicionaram um outro componente ao discurso mediado sobre o Outro. A intensificação da globalização levou a um aumento das conexões entre entidades econômicas e políticas, e a uma necessida-

Street Art - Zona Oeste São paulo.
Sem assinatura. 2016.

de das pessoas saberem sobre o mundo. Uma dimensão maior da globalização é a mobilidade forçada e voluntária das pessoas. Viajantes de negócios, turistas, migrantes e refugiados constituem um crescente grupo em movimento. O cerne da questão é a luta – que frequentemente acontece fora da mídia – para definir e situar os “outros” entre “nós”.

Esse artigo avaliará o papel que as mídias de massa têm desempenhado na construção desse discurso. De que maneiras a mídia promove ou impede a perspectiva positiva sobre a diversidade cultural dentro e entre os países? O texto também sugerirá estratégias para superar a problemática atual das práticas midiáticas. Esta pesquisa sobre práticas profissionais e conteúdo midiático em um mundo globalizado pretende promover mídias que discutam um novo discurso cívico dentro e entre fronteiras nacionais no sentido de um ambiente mais democrático da mídia global, com práticas midiáticas justas, e um uso midiático mais crítico.

2. “Representando o Outro” como um Conceito dos Estudos Culturais

52 Diversas abordagens foram usadas para estudar as representações midiáticas do Outro. O principal desses esforços é o trabalho dos pesquisadores dos Estudos Culturais. Dentro dos estudos de mídia, um paradigma crítico-cultural emergiu na década de 1960 primeiramente no Reino Unido e agora se tornou uma rede internacional e transdisciplinar de pesquisas. É nesse paradigma crítico-cultural de estudos de mídia que os estudiosos criaram e estudaram a ideia de *representação* para ir além da compreensão de mensagens da mídia como simplesmente retrato ou reflexão da realidade (Hall, 1997). Os pesquisadores dos Estudos Culturais discutem que as representações estão incorporadas no fluxo midiático visual saturado 24 horas por dia e estabelecem normas e senso comum sobre pessoas, grupos e instituições na sociedade contemporânea. A mídia cria representações como práticas significantes centrais para produção de sentidos compartilhados (Hall, 1997). Representações são constitutivas de cultura, sentido e conhecimento sobre nós mesmos e o mundo à nossa volta. Muito mais do que simplesmente refletir a realidade dessas representações nas mídias como filme, televisão, *blogs*, ou jornalismo impresso, elas criam realidades e normalizam visões de mundo específicas.

Pesquisadores nas áreas de mídia e cultura estão especialmente interessados nas representações como imagens construídas que carregam conotações ideológicas. Uma vez que as representações podem produzir sentido cultural compartilhado, representações problemáticas (por exemplo, limitadas) podem ter consequências negativas para as tomadas de decisões políticas e sociais e podem implicar na manutenção das desigualdades sociais e políticas. Após a virada cultural em muitas disciplinas humanísticas e a influência seminal da semiótica e da teoria pós-estruturalista (ver Fürsich, 2002b), representações dos Outros (minorias étnicas, raciais, de gênero ou sexualidade) se tornaram o ponto central para os estudos crítico-culturais de mídia. Muitos pesquisadores na área de estudos culturais seguiram o trabalho de Said (1978) sobre a contingência histórica da problemática alteridade ocidental usando de textos midiáticos como artigos de jornais, programas de televisão e peças publicitárias para mostrar evidências dessas representações problemáticas.

3. Desafios Atuais para uma Justa Representação dos Outros na Mídia

O teor esmagador das pesquisas sobre representações mediadas dos Outros é pessimista sobre as habilidades da mídia contemporânea para retratar adequadamente a diversidade cultural. Duas formas de “alteridade” são discutidas: Primeiro, representações midiáticas de minorias como outros dentro da nação (ex.: minorias étnicas, linguísticas, raciais, religiosas ou sexuais). Segundo, o papel da mídia em explicar relações, conflitos e culturas internacionais.

3.1 Representações Midiáticas dos Outros numa Nação

Representações midiáticas de minorias como “outros” tem sido a preocupação central para estudiosos da mídia no paradigma crítico-cultural (ex., Dines e Humez, 2003; Castaneda e Campbell, 2006). Por mais de trinta anos, essa pesquisa tem explicado o papel que a mídia desempenha encorajando estereótipos problemáticos. Principalmente num ambiente cada vez mais saturado pela comunicação visual, a completa tendência imagética trabalha para manter, confirmar e recriar as representações problemáticas *ad infinitum*.

Pesquisas na área de mídia e cultura muitas vezes demonstraram que mídias noticiosas e de entrete-

nimento estereotipam não-brancos, populações que não são da elite e outras minorias oferecendo uma pequena variedade de representações. Frequentemente, as imagens veiculadas por meio da mídia, de noticiários a filmes ficcionais, retratam minorias como diferentes, exóticas, especiais, essencializadas ou até anormais. É especialmente chocante que o repertório das representações das diversas minorias que a mídia contemporânea oferece seja comumente ligado a um imaginário racista estabelecido historicamente como literatura e ciência coloniais (tal como imaginário escravo, ou Orientalismo). Além disso, a história a longo prazo da produção midiática audiovisual, que começou com a invenção do filme mais de cem anos atrás criou um estoque de tipos de representações mediadas que são constantemente recicladas dentro de uma variedade de meios de comunicação. Mesmo que a mídia contemporânea pareça evitar abertamente representações estereotipadas e difamação étnica ou racial, convenções de gênero (tal como a inflexibilidade para o desenvolvimento dos personagens em seriados), práticas de produção (tal como o uso de convenções noticiosas sob a pressão do *deadline*) ou pressão econômica continuam essa construção problemática (ex., Entman e Rojecki, 2000). Embora haja conteúdos midiáticos que tentem abertamente contra-atacar as representações negativas predominantes mostrando papéis e personagens opostos (também chamados de contra-estereótipos), eles são frequentemente vistos como abordagens limitadas ainda ligadas às versões problemáticas anteriores que são ainda transmitidas em conjunto com eles (ex., Gray, 1995).

As razões para a persistência da representação tradicional são três. Primeiro, a ubiquidade, a saturação e a repetitividade da mídia parecem reforçar a longevidade dessas representações. Segundo, sistemas comerciais de mídias com fins lucrativos são frequentemente culpados por serem incapazes de iniciar uma representação mais complexa para minar representações problemáticas. Terceiro, as mídias eram vistas como estreitamente alinhadas às elites da sociedade (ou diretamente controladas pelas elites) para estarem interessados numa mudança do *status quo*. Até mesmo estudiosos que anteriormente tinham proposto a ideia de mídia como “fórum cultural” (Newcomb e Hirsch, 1983), que tem o potencial de introduzir ideais para uma mudança social progressiva, tendiam a achar que, na melhor das hipóteses, o papel da mídia era pressionar o invólucro da inclusão às vezes, mas ultimamente contém uma nova situação político-social (como a luta emancipatória das mu-

lheres ocidentais desde a década de 1960).

Recentemente, iniciou-se um debate se a tecnologia digital e a internet podem minar os sistemas repressivos tradicionais de representação adicionando novos meios para representação. Também a crescente fragmentação das audiências causada pelo aumento no número de mídias disponíveis para o público em quase todos os países do mundo pode também reduzir o impacto de representações negativas. Contudo, uma vez que a representação fala para uma imagem sustentada e entregue pelos canais de mídia, não exposta a um retrato midiático problemático individual, representações há muito tempo estabelecidas estão fadadas a sobreviver nos gêneros e plataformas de mídia.

3.2 Representações Midiáticas dos Outros internacionais

Nesse mundo globalizado, é importante também explicar como a diversidade cultural por meio das nações é retratada na mídia. Duas principais áreas preocupantes são aqui destacadas. Primeiro, resumo os problemas tradicionais das reportagens internacionais; segundo, introduzo um pouco de minha própria pesquisa para traçar como o nível intensificado da globalização agrava a representação problemática dos Outros pelos jornalistas.

- **Problemas tradicionais das reportagens internacionais.** Desde o estudo seminal de Galtung e Ruge (1965) sobre seleção de notícias em jornais noruegueses, foi demonstrado que jornalistas tendem a favorecer a proximidade cultural, preferindo histórias que são mais próximas de si mesmos e do passado cultural de seu público. Combinado com uma preferência pelo conflito, falta de ambiguidade e um foco nas nações de elite, isso cria uma seleção de notícias internacionais muito limitada. Gans (1979) chamou esse valor-notícia de “etnocentrismo”, explicando que jornalista americanos relatam qualquer evento a partir de um ângulo americano. Uma pesquisa ampla sobre cobertura jornalística internacional mostrou que especialmente a reportagem ocidental sobre o mundo em desenvolvimento é quase exclusivamente baseada em crises, catástrofes e desastres naturais – desse modo, enfatizando uma imagem do mundo em desenvolvimento como um lugar caótico sem alívio e numa constante necessidade de apoio do Oeste. As reportagens internacionais tendem a seguir – ou mesmo “indexar” (Bennett, 1991) – a agenda das

doutrinas de política externa do governo atual e baseiam-se em fontes nacionais de elite para explicar eventos internacionais.

Os pesquisadores que entendem o jornalista não apenas como seletores de informação e *gatekeepers*, mas como narradores e produtores da cultura para além dos parâmetros limitados da história do Outro contada no jornalismo. Lule (2001), por exemplo, explicou num estudo de caso na cobertura do Haiti do *The New York Times* como mitos noticiosos negativos como a “palavra do Outro” são invocados durante longos períodos de tempo para enquadrar negativamente uma nação subdesenvolvida. Um outro enquadramento midiático persistente, a Guerra Fria (Entman, 2004) e seu relatado filtro anticomunista (Herman e Chomsky, 1998) governou repórteres de notícias internacionais, dicotomizando as notícias por quase quatro décadas e aparenta ser mais resiliente (Carragee, 2005) do que os estudiosos esperavam.

Em alguns de seus trabalhos posteriores, Said (1981) sugeriu que o “Orientalismo” como um discurso histórico e hegemônico para tratar e definir o Outro (além da literatura e da arte) também impacta a cobertura jornalística contemporânea sobre o Oriente Médio. Ao estender essa ideia para o filtro jornalístico anti-terrorismo (Chomsky atualizou seu modelo de propaganda), então os aspectos anti-muçulmano e anti-arábé desse enquadramento podem reviver e estender o Outro oriental histórico.

Em geral, pesquisadores de jornalismo comumente enfatizam a inadequação do jornalismo tradicional para cobrir as complexidades de eventos internacionais. A maior realização do jornalismo impresso durante anos foi ajudar a definir a nação como uma “comunidade imaginada” (Anderson, 1991). Similarmente, os telejornais nacionais têm sido essenciais para conectar o público com sua nação (Gans, 1979). Ainda assim, o maior fracasso do jornalismo foi que essa integração nacional era frequentemente criada no negativo, a partir da supressão dos interesses e acessos do público regional, local e minoritário (Rantanen, 2005) e da alteridade fora de qualquer fronteira nacional.

- **Novos problemas em um mundo de mídia global. Se concordarmos que a globalização** – enquanto processo histórico – se intensificou durante os últimos trinta anos, então qual é “a história” a ser coberta sobre ela? A globalização é uma questão complexa: são notícias políticas, histórias ambientais ou de negócios, mas é também um assunto relacionado aos

direitos humanos e à justiça social, além da sempre necessária história e interesse humano. No meu trabalho, eu tenho tocado em muitos desses aspectos. Em uma série de estudos, eu fui além das organizações midiáticas nacionais para explorar um tipo de produtos midiáticos factuais que são produzidos para as audiências globais. Isso me levou a investigar a produção midiática em um nível global, começando com meu estudo *Discovery Communication International*, examinando o potencial informativo de programas de viagens produzidos para a televisão global. Como produtos midiáticos globais, esses programas apresentam um texto culturalmente ambivalente. Como precisam trabalhar para um público internacional, esses programas poderiam ampliar a representação reduzida do Outro e combater a dependência do telejornalismo tradicional em demarcações reduzidas de uma distinção nacional(ística). Esses programas poderiam quebrar a narrativa problemática das reportagens estrangeiras tradicionais, que se concentram em crises e catástrofes e apresentar uma imagem mais positiva do Outro. Por esses programas de TV focarem em viagens, eles poderiam exemplificar o trabalho complexo de representação em ambos os lados do intercâmbio turístico; assim, poderiam desafiar dicotomias culturais na representação do Outro.

Ainda que eu ache que o jornalismo de viagens seja fundamentalmente estruturado pela procura pela diferença (como a motivação final do turismo, em geral), ele acaba por resultar em uma transmissão perpétua e industrial, celebrando e exotizando as diferenças. Essas estratégias discursivas contam com a essencialização dos grupos culturais. Frequentemente, esses programas apresentam uma amistosa, mas higienizada ou estática ideia de multiculturalismo, desprovida de uma conotação política. No pior caso, essa estratégia deixa os “locais” (como trabalhadores da área de turismo e entrevistados “representativos” de um país) apenas como tipos essencializados: sem nome, sem voz e pobremente traduzidos. Todos os programas, ultimamente, escondem a situação privilegiada e problemática de todos os turistas, produtores de programas de viagens e indústria do turismo, em geral, ao tratar a cultura como uma mercadoria. Suas narrativas, que salientam o prazer individual e a viagem personalizada como programas para fazê-los “sair de suas caixas” frequentemente negligenciam os problemas econômicos, políticos e sociais mais amplos do turismo contemporâneo e das relações internacionais em geral (para mais detalhes, ver Fürsich, 2003; também Fürsich, 2002a).

Minhas preocupações são ecoadas por outros estudiosos que duvidam das possibilidades de mídia nacional assim como da programação “fora da caixa” em um ambiente midiático cada vez mais globalizado de refletir um cosmopolitismo esclarecedor e humanista na mídia (ex., Rantane, 2005; Waisbord, 2004).

Em geral, três principais razões dificultam uma representação mais ampla e complexa do Outro internacional: 1) as mídias nacionais sempre atendem o público nacional, seja no modelo comercial ou público de mídia. Os estrangeiros são sempre retratados como outros. As produções midiáticas globais frequentemente miram apenas elites cosmopolitas ricas; assim, a diversidade transnacional é produzida como uma celebração higienizada da cultura, mas que carece de abordagens críticas sobre desigualdades políticas, culturais e econômicas; 2) as rotinas de trabalho intrínsecas e tradicionais de jornalistas, produtores e outros trabalhadores da mídia, que foram desenvolvidas ao longo dos séculos, apenas recentemente foram desafiadas em suas possibilidades de representar a diversidade; mesmo postulados de mídia em um modelo de responsabilidade social (a partir do serviço público de mídia) ou esforços pela construção da nação no desenvolvimento dos sistemas midiáticos permitem que a mídia funcione, principalmente, como força de integração e assimilação e menos como apresentadora de diversidades múltiplas; 3) a relação entre mídia, governos e elite é uma outra questão a se considerar. Essa relação é sempre ligada a sistemas autoritários e frequentemente em desenvolvimento, mas fica claro que mesmo os jornalistas nos sistemas midiáticos ocidentais estão ficando próximos da política exterior oficial ao descrever o Outro.

4. Novas Estratégias Representacionais

O esboço descrito acima sobre representação diagnóstica principalmente retratos problemáticos. Nessa seção, eu procuro ir além da crítica para desenvolver estratégias que rompem com essas representações problemáticas. As áreas de possíveis mudanças descritas nessa seção se conectarão a dois domínios principais da comunicação mediada: produção e conteúdo midiático.

4.1 Produção Midiática

Aspectos de nível macro e micro têm sido considerados quando avaliam se as organizações midiá-

ticas estão preparadas para incentivar a diversidade cultural. No nível internacional, muitos países têm importado mídia estrangeira como uma ameaça para as culturas locais e nacionais. Isso tem sido uma preocupação central das iniciativas de políticas midiáticas internacionais para regular o fluxo do conteúdo midiático através das fronteiras. Durante anos, as políticas de comunicação foram governadas por dois principais modelos. (ver Hamelink, 2002). Por um lado, eram entendidas como um bem público (incluindo esforços anteriores da UNESCO, como o Relatório McBride). Esse ponto de vista solicitou medidas regulatórias para proteger culturas e diversidades nacionais. Por outro lado, os produtos midiáticos também foram tratados como mercadorias. Essa posição enfatizou a desregulamentação dos sistemas midiáticos em combinação com uma visão otimista de que a competição econômica entre as corporações midiáticas garantiria uma diversidade no mercado de ideias.

As duas abordagens têm deficiências. O modelo econômico geralmente esquece de levar em consideração a singularidade da produção e distribuição de mídia (tal como o benefício de economias de escala, uma vez que os custos de reprodução dos produtos midiáticos é extremamente baixo; ou a complicada, mas central situação dos direitos autorais em um ambiente de mídias digitais). Além disso, o fato de mais de 50 acordos e resoluções internacionais obrigatórios e não-obrigatórios (ver Madger, 2004; também Hamelink, 2002) governarem os intercâmbios midiáticos internacionais mostra que um ambiente midiático global puramente orientado para o mercado é um sonho. Além disso, uma pesquisa coordenada por economistas políticos da área de comunicação diagnosticou deficiências das mídias voltadas para o mercado no que diz respeito à diversidade cultural em um sistema de mídia global dominado pela consolidação dos conglomerados de mídia transnacionais. Não é parte do modelo de negócios da mídia comercial tradicional atender a diversas audiências se elas não são públicos-alvo vendáveis para anunciantes ou patrocinadores.

O modelo de bem público, com suas tendências protecionistas, contudo, não tem tido muito sucesso na proteção à diversidade cultural. Como explica Madger (2004), muitos desses esforços nacionais eram baseados em uma ideia muito limitada de diversidade como um conglomerado de grupos culturais estáticos e essencializados. No melhor dos casos, quaisquer esforços de regulação para assegurar a diversidade cultural – seja através ou dentro das fron-

teiras nacionais – tem que posicionar a mídia não como preservadora da diversidade cultural congelando os grupos culturais no tempo, mas como facilitadora da diversidade cultural e da expressão livre e criativa no futuro.

Nós deveríamos ficar menos preocupados com a transformação e promoção particular de culturas a priori e mais preocupados com a criação de condições que permitam a indivíduos e grupos se definirem e expressarem sozinhos ou coletivamente. Os instrumentos que promovem a diversidade midiática, na expressão cultural e na forma de conteúdo da expressão pública dentro e fora das fronteiras deveriam ser permitidos e encorajados. Instrumentos que busquem controlar e impedir essas expressões deveriam ser e diversidade na forma de conteúdo de expressão público dentro e através as fronteiras deveriam ser permitidas e encorajadas. Instrumentos que busquem controlar e impedir as expressões deveriam ser limitados (Magder, 2004, p. 384).

Em um nível micro, quais estratégias podem reformar as instituições midiáticas para promover a diversidade cultural? Que estratégias para jornalistas e trabalhadores da mídia podem ajudar a superar a atual representação estática? Uma possível solução tem sido contratar uma força de trabalho mais diversificada na mídia. Nos Estados Unidos, o percentual de minorias no jornalismo e outras produções midiáticas tem aumentado ao longo dos anos, mesmo que a participação das minorias nessas profissões ainda não seja igual a sua parte na população em geral. Além disso, associações e organizações autogeridas pelos trabalhadores no setor de mídia que são minorias agem como importantes grupos de pressão para uma força de trabalho mais diversificada. Emissoras públicas ao redor do mundo também seguem muitas vezes estratégias de contratação específicas que pretendem alcançar uma variedade maior de força de trabalho (no que diz respeito, por exemplo, à origem regional, afiliação política, ou gênero). Na pior das hipóteses, contudo, os órgãos governamentais tentam influenciar ou direcionar totalmente a representação proporcional nas instituições midiáticas. Essa estratégia tem gerado frequentes reclamações de interferência governamental e tem minado as concessões de neutralidade das emissoras públicas.

Enquanto uma força de trabalho mais diversificada em si é um objetivo que vale a pena, está menos claro se a pretensão de uma força de trabalho midiática mais diversificada vai automaticamente levar a um conteúdo midiático completamente diferente permanece verdadeira. Por exemplo, não há uma pesquisa conclusiva que mostre que uma gama mais

diversa de jornalistas lidaria melhor com a cobertura ligada a questões de minorias. Benson (2005), por exemplo, criticou que, em uma situação de intensificação de competição entre jornalistas nos EUA, a maior parte do recente aumento na cobertura sobre questões étnicas refletiu mais uma necessidade econômica do que uma urgência cívica. Ele argumentou que essa cobertura gerada por uma força de trabalho mais diversificada em alguns dos jornais americanos de mais prestígio tendeu a favorecer a cobertura de um multiculturalismo étnico informativo e até comemorativo, preterindo e mascarando questões econômicas e de classe relacionadas à desigualdade racial (Benson, 2005). Então, se por um lado, esse tipo de artigos deu uma voz importante a grupos de minorias antes ignorados, por outro, a cobertura ajudou principalmente a estabelecer novos grupos de consumidores-alvo multiculturais que os anunciantes queriam alcançar.

Em última análise, contratações a partir do critério da diversidade podem não ser capazes de superar as deficiências sistêmicas do campo jornalístico mencionadas há pouco. Como tem mostrado uma longa tradição de pesquisa em jornalismo: “o produto de notícias é, em última análise, muito mais moldado por restrições organizacionais e econômicas que por características pessoais— raça, classe, orientação sexual ou até mesmo ideologia—dos jornalistas individuais” (Benson, 2005, p.17).

Da mesma forma, a esperança de grupos minoritários pode encontrar novos meios em um “multi-canal” dirigido comercialmente. Novos canais de nicho tendem a atrair um público diversificado como consumidores, mas não podem lhes fornecer uma nova posição pública como cidadãos em um discurso cívico.

Também no nível micro, o ensino na área de comunicação é um importante foco rumo à mudança. Devemos notar que, paralelo aos esforços oficiais em relação à diversidade em muitas das principais empresas de mídia, um crescente número de cursos de jornalismo em países como EUA, Austrália e Reino Unido tem intensificado suas atenções a estudantes ligados a minorias. Ao longo de vinte anos, muitos cursos têm incluído aulas sobre questões de diversidade, fundando coletivos de estudantes e contratando professores ligados a minorias. Enquanto as pesquisas, no início, lamentaram o lento progresso no ensino de jornalismo multicultural, pelo menos nos EUA (Ken-Foxworth e Miller, 1993), outros estudiosos apresentaram pesquisas sobre casos positivos, por exemplo, de ensino de jornalismo na Holanda,

levando em conta a “contextualização do conhecimento e a responsabilidade social dos estudantes de jornalismo” (Deuze, 2006, p.390). O foco somente em estudantes ligados a minorias não é suficiente: todo o corpo discente precisa ser alertado sobre a importância da diversidade cultural. O ensino de jornalismo, e de comunicação, em geral, são peças-chave para mudar rotinas e práticas de jornalistas e trabalhadores no setor de mídia, em um momento em que esses estudantes não estão completamente socializados nas estratégias profissionais estabelecidas. As escolas de jornalismo deveriam se afastar de uma educação baseada em níveis e habilidades para uma avaliação teórica mais refletiva sobre a problemática atual da área. O ensino de jornalismo é uma área contestada. A importância do jornalismo para a democracia e o impacto da mídia na sociedade fazem dele uma área em que muitos grupos depositam um interesse considerável. Por anos, professores de jornalismo tem criticado a formação na área de comunicação, em geral, por uma defesa indiferenciada das expectativas a curto prazo das indústrias, pela sua ênfase mais tecnológica que teórica, por sua dependência dos padrões profissionais antigos e pela falta de estratégias pedagógicas ligadas ao pensamento crítico. Como as escolas de jornalismo geralmente têm uma forte ligação com a indústria midiática e tradicionalmente favorecem um modelo educacional baseado em habilidades e na simulação de como é feito na indústria. Isso levou muitas escolas de jornalismo a se tornarem instituições high-tech onde o sucesso pedagógico é medido por quantas ilhas de edição ou câmeras digitais estão disponíveis na sala de aula. Se por um lado, isso é importante para os estudantes aprenderem os prós e contras das estratégias profissionais por outro, as faculdades deveriam também ser lugares de uma formação inovadora. Os cursos de jornalismo deveriam permitir aos estudantes desenvolverem soluções criativas críticas e incomuns para uma tarefa jornalística. Isso irá torná-los cientes das restrições da mídia e também poderá gerar uma perspectiva crítica sobre as representações midiáticas atuais (ver Fürsich Raman, 2000).

Uma outra importante área para reformar as práticas jornalísticas são os modelos normativos de jornalismo baseados em valores humanistas. Duas importantes propostas a esse respeito são: o “jornalismo de paz” (*Peace journalism*) (ex., Tehranian, 2002,) que inclui uma responsabilidade ética institucional e sistemática como uma resposta para superar preconceitos das reportagens internacionais, e o “jornalismo emancipatório” (Shah, 1996) como um novo modelo

para jornalistas em países em desenvolvimento. Shah estabelece um modelo teórico que pede a jornalistas que “contribuam localmente com democracia participativa, segurança, paz, e outros valores humanistas” (Shah, 1996, p. 143). Embora estes modelos já estejam em circulação há um tempo, eles ganharam uma nova urgência no momento atual em que o jornalismo tradicional está em crise.

4.2 Conteúdo Midiático

Uma vez que as críticas sobre as representações muitas vezes se concentram em restrições textuais, o conteúdo midiático é o principal aspecto que tem sido questionado. Ao analisar a mídia a partir dos programas de viagens internacionais, das notícias de negócios, dos sites africanos ou da cobertura sobre migração, eu tenho tentado ir além das análises textuais das representações problemáticas para ressaltar momentos nessa cobertura que parecem sugerir novas estratégias discursivas. Eu desenvolvi esses momentos mais adiante, em um conjunto de estratégias mais unificado que possa ser usado pelos jornalistas a fim de superar impasses antigos.

Soluções simples não vão resolver o problema. As representações midiáticas são muitas vezes modos enraizados e pré-definidos de retratar o Outro. Às vezes, as representações podem deixar de fora toda a população simplesmente os ignorando ou seu ponto de vista. Numa cultura saturada pela mídia, essa falta de atenção significa silenciar – um dilema que pesquisadores dos Estudos Culturais chamam de aniquilação simbólica. Essa aniquilação pode também ser o resultado de um retrato muito limitado ou estereotipado de um grupo. Noutras vezes, as representações essencializam o Outro como “exóticos” ou, pior ainda, como um problema, anormal e depravado.

Um movimento representacional comum para superar os estereótipos de forma ampla tem sido o contra-estereótipo, por exemplo, aproveitar uma minoria anteriormente estereotipada e criar um conteúdo midiático que mostre essa minoria de uma forma positiva. A comédia americana internacionalmente bem-sucedida, *The Cosby Show*, é um exemplo dessa estratégia. Contudo, como estudiosos da cultura (ex., Gray, 1995) tem há muito apontado, o contra-estereótipo sempre corre o risco de remeter indiretamente à imagem negativa. Além disso, algumas dessas coberturas podem se colocar como muito didáticas ou inautênticas.

Hall (1997) fornece algumas sugestões para tentar

contestar um “regime dominante de representação” através por meio da transcodificação. Sua premissa para a análise de representação é o princípio pós-estruturalista de que “o significado nunca pode ser definitivamente fixado” (Hall, 1997, p. 270). A transcodificação pode ser usada para “pegar um significado existente e reapropriá-lo para novos significados” (Hall, 1997, p. 270). Contudo, a estratégia de Hall é difícil de implementar como uma estratégia para a mídia atual. Ela assume que é evidente que as representações são claramente positivas ou negativas, enquanto, de fato, muitos produtores de conteúdo midiático têm que tomar rápidas decisões sobre representações ambíguas. Além disso, Hall entende essa estratégia mais como uma atividade orientada para o público. Eu argumentaria que a transcodificação também pode ser usada para a produção de conteúdo. Por exemplo, alguns importantes passos para a transcodificação podem ser histórias que aumentem as representações e quebrem estereótipos por meio do uso do humor e do exagero para apresentar a posição dominante sob uma nova ótica (tal como tornar etnicizar a brancura em oposição a uma construção categorial latente e normalizada).

58 Uma outra abordagem para achar estratégias representacionais alternativas e não-essencializadas é examinar se houve momentos de transformações nos textos midiáticos sobre o Outro. Baseado em alguns desses momentos que eu encontrei ao longo dos anos, sugiro um conjunto de propostas para as novas estratégias midiáticas a partir da Antropologia (Visual) e da teoria pós-moderna: as representações midiáticas fixas podem ser quebradas mostrando a condições de produção de programas; promovendo espaço para outras vozes e trabalhando em direção a fluidos em vez de uma lógica de produção fixa e estática. A ideia fundamental dessas estratégias inter-relacionadas é que, apesar de suas limitações, no sistema global, a mídia permite uma certa margem de manobra criativa mesmo em um ambiente direcionado ao mercado. Essas ideias são extraídas de estudos que eu conduzi ao longo dos anos, especialmente a partir dos programas televisivos sobre viagens. A maioria das observações referem-se a televisão, mas podem ser facilmente adaptadas a outras formas jornalísticas.

1) Cobertura Contextualizada. A fim de ampliar os textos e as representações, um importante passo para jornalistas e produtores será contextualizar as coberturas tanto quanto possível. A individualização e a personalização, como as estratégias típicas do jornalismo anglo-Americano, frequentemente possuem

um foco muito limitado sobre o caso individual e perdem o controle das implicações sistemáticas mais amplas. Enquanto a história personalizada de um migrante, por exemplo, pode ser útil para iluminar ao público mainstream uma situação de vida difícil, não irá necessariamente dar tempo para se concentrar nas principais desigualdades econômicas globais que geram migração. Além disso, aplicando essas ideias a produção midiática em geral, a tendência a especialização pode impedir a contextualização das representações e limitar a ampliação de textos midiáticos. Contudo, os últimos desenvolvimentos na área de mídias digitais podem oferecer soluções novas interessantes. Um aumento no número de publicações impressas e audiovisuais estão agora ligados a sites on-line que oferecem – pelo menos para públicos interessados – um importante material de apoio. Ainda resta ver, contudo, o quanto os públicos usam estes materiais.

2) Jogo pós-moderno com representações. Críticas à estética pós-moderna tendem a condenar a tendência pós-moderna para a auto-referencialidade (por exemplo, a mídia relatando outras construções midiáticas) como uma indicação de superficialidade e uma hiperrealidade simulada. Contudo, como um princípio estético, ele pode ajudar a iluminar a construtividade de produções televisivas, o que favorece o trabalho de alguns antropólogos visuais. Por exemplo, o turismo sempre dependeu do êxito da criação de imagens. Justapondo imagens tradicionais com imagens híbridas e fluidas, esmaga-se a totalidade monolítica daquelas imagens. Por exemplo, em um episódio sobre o Hawaii que eu analisei, o anfitrião do *Rough Guide* apontou um pôster com a tradicional aparência da “beleza havaiana” e comparou essa imagem à atual situação das mulheres na ilha, enquanto a câmera rapidamente cortou para imagens de mulheres modernas havaianas de diversas origens étnicas e de classe (ver Fürsich, 2002a). Se os programas utilizassem esses tipos de justificação mais agressiva, então, o jornalismo de viagens e o jornalismo internacional, no geral, poderiam exemplificar uma luta aberta sobre representações semelhantes à ideia de Clifford (1988) sobre exibições em conjunturas multiculturais:

as relações de poder mediante as quais uma parcela da humanidade pode selecionar, valorizar e colecionar os produtos puros dos outros precisam ser criticadas e transformadas. Isso não é uma tarefa fácil. Por ora, podemos ao menos imaginar espetáculos

que exibam as produções impuras, ‘inautênticas’, da vida tribal passada e presente; exposições radicalmente heterogêneas em sua mistura global de estilos; exposições que se situem em pontos específicos de contato multicultural; exposições em que a natureza permaneça “a-natural”; exposições cujos princípios de incorporação sejam abertamente questionáveis (Clifford, 1998, p.213).

Jogar com representações pode se tornar um método de crítica. Um outro nível de auto reflexividade que ajudaria a ampliar as condições de produções (semelhantes a algumas estratégias da antropologia visual) é convidar a equipe de produção para a cena. Mostrando a câmera e a equipe de produção, e por meio de técnicas específicas de edição, a construtividade dos programas e suas representações podem se tornar mais transparentes.

Por exemplo, seria importante saber por que os produtores escolhem determinados locais e como escolhem certos personagens “locais” como fontes de entrevista. De novo, as novas tecnologias fazem essas estratégias viáveis para os jornalistas de notícias tradicionais. Blogs de jornalistas que comentam sobre as circunstâncias dos últimos trabalhos podem cumprir esse papel; outras opções são as *multimedia storytelling* oferecidas pela convergência tecnológica.

3) Outras Vozes. Uma das sugestões mais comuns para superar a dominância das representações midiáticas ocidentais é fornecer mais espaço e tempo para outras vozes (ex., Spurr, 1993). Portanto, os jornalistas precisam desenvolver formas criativas de interagir com as vozes dos outros. Até que ponto o conteúdo jornalístico reflete a situação desigual de poder entre produtores de mídia e os sujeitos? Correspondentes internacionais ou jornalistas de turismo sempre lidam com outros (não apenas comunidades indígenas). É claro, o poder de representar o Outro é sempre da equipe de produção (aqueles que seguram o microfone ou a câmera); portanto, os produtores deveriam estar conscientes do impacto dessas estratégias.

A maior parte do jornalismo internacional lida com pessoas em crise, que os coloca em uma desvantagem automática. Um aspecto positivo dos programas de turismo que eu analisei foi que eles forneceram imagens dos Outros não apenas como vítimas, uma ameaça ou “Outros” exóticos, diferentemente da maioria das reportagens regulares. No máximo, alguns desses programas apresentaram uma ampla variedade de pessoas e muitas vezes adaptaram diferentes perspectivas, mostrando o Outro como parte

das formações sociais das culturas híbridas e contraditórias.

Ainda é raro na cobertura internacional nomear entrevistadores e permitir que eles falem em sua língua nativa ou dialeto com traduções profissionais fornecidas nas legendas. Confiando nos falantes do Inglês como a segunda língua ou traduções ad hoc, como muitos programas fazem, diminui-se o impacto de suas afirmações. Embora a luta com a língua algumas vezes possa refletir a situação real da entrevista, em um close de televisão intensifica-se um retrato degradante, denegrindo as capacidades intelectuais dos sujeitos “locais”. Falar em frente a uma câmera, até para falantes nativos, é uma situação intimidadora, e para os Outros, em uma língua diferente da sua língua materna, pode ser devastador.

Um outro problema da televisão é que ela tem uma tendência própria para fixar suas lógicas tradicionais de produção e edição, assim como o fechamento das forças estruturais das narrativas (Dahlgren, 1995). Contudo, a estética pós-moderna exemplificada pelos vídeos musicais, *mash-ups* no *YouTube* e outras produção de novas mídias ampliaram modos de representação mais flexíveis e ambíguos. Ao invés de “embrulhar as culturas” (*packaging culture*), o jornalismo internacional ou os programas de turismo podem adotar um “esvaziar de culturas” (*unpackaging culture*) mais amplo, exibindo muitos aspectos diferentes do país na cobertura jornalística. Desistindo da procura pelo “típico” e pelo “autêntico”, pode-se realizar a representação “em suspense”, como sugere Clifford: “Se todos os modos essencializados de pensamentos devem ... ser realizados em suspense, então nós devemos tentar pensar nas culturas não como organicamente unificadas ou contínuas tradicionalmente, mas como negociadas, processos presentes” (1988, p. 273).

4) A Posição Liminal dos Jornalistas. O jornalismo internacional coloca profissionais da mídia em um papel jornalístico especial fora de seu sistema de referência. Em um contato direto com o Outro, os meandros deste momento existencial não deveriam ser negligenciados. Em vez de recuar para uma posição aparentemente segura do jornalismo objetivo, eu sugiro que os jornalistas devam abraçar ativamente seu papel “no meio”. O antropólogo Turner em seu trabalho sobre rituais e peregrinações enfatiza a situação liminal dos viajantes (Turner, 1969). Esses tipos de situações permitem desafiar os limites de status e as expectativas sobre papéis, fomentando experiências lúdicas e comunitárias. A ideia de um jornalismo

ativo sugere que os profissionais de mídia usem sua posição para desafiar os modos tradicionais de representação jornalística. Eles também deveriam integrar entusiasticamente suas próprias perspectivas dentro do programa. Esse é o único meio para o público (e também os sujeitos “locais”) entenderem o ponto ideológico de referência tanto dos jornalistas quando do próprio jornalismo. Nos programas de televisão, os âncoras são comumente apresentados sem história, classe social ou etnia (exceto o que pode ser percebido pelo uso de seu inglês coloquial). Em vez de somente categorizar outros, eles precisam estar cientes de suas posições. Ultimamente, um novo jornalismo praticado no “intermediário” pode problematizar sua situação na zona de contato (ver Pratt, 1992).

Cottle (2007) também partiu da ideia de “conhecer e apoiar mais representações produtivas politicamente no jornalismo *mainstream*” (Cottle, 2007, p. 34). Em particular, Cottle discute que, numa cobertura recente sobre a sociedade, os Outros, como migrantes ou pessoas aborígenes, a mídia australiana foi capaz de “produzir representações que dão voz aos mudos e identidade a imagens” (Cottle, 2007, p. 34). Ele observa que “nós precisamos nos sensibilizar aos múltiplos modos que a palavra e a fala, os discursos e o debate, reivindicações e reconvenções publicamente definem e defendem interesses e identidades” (Cottle, 2007, p. 37). Ele apontou cinco procedimentos de “deliberação” e “exibição” como meios efetivos de minar representações problemáticas e evitar aniquilação simbólica. Cottle enfatizou a importância da reflexividade midiática (semelhante a auto-reflexividade anteriormente mencionada) e como essa cobertura pode fornecer momentos de transformações nas representações midiáticas entrincheiradas:

[Os jornalistas] podem fazê-lo por consubstanciar – isto é, incorporando e humanizando – o status dos antigos “Outros”, reposicionando-os dentro do universo social imaginado de preocupação e políticas coletivas e reconhecendo sua humanidade negada. De tal forma, os ‘Outros’ podem se tornar simbolicamente reabilitados, os estereótipos do passado podem ser fraturados e as suas identidades reposicionadas como sujeitos ativos – e não simplesmente como o objeto de um discurso de alguém” (Cottle, 2007, p. 35).

Conclusão

A indústria midiática global está passando por mudanças revolucionárias. O crescimento das mídias

digitais desafia os modelos de negócio tradicionais da indústria, mina rotinas de produção estabelecidas e muda o modo com que o público interage com as mídias. Esse é o momento perfeito de reconsiderar algumas das suposições e rotinas de trabalho de longa data, interrogar representações problemáticas e desenvolver estratégias alternativas para as produções midiáticas. No geral, eu tentei esclarecer a conexão entre diversidade cultural e mídia, que é mais complicada do que comumente teorizada. A representação dos Outros tem sido ligada a práticas significativas há muito estabelecidas, que são lentas para mudar por causa das restrições da mídia sistêmica. Minha recomendação de transformar as representações midiáticas acarreta um repensar sério das práticas midiáticas. Contudo, eu tenho esperança que a atual agitação nas indústrias midiáticas globais, cujos muitos modelos tradicionais se tornaram obsoletos, seja um momento de ouro para um repensar criativo e proativo tanto pelos críticos quanto pelos profissionais de mídia. Eu também espero ter deixado claro que as questões de representações não residem somente no conteúdo midiático, mas devem estar conectadas a todos os aspectos de práticas midiáticas – desde questões mais sistêmicas tal como as condições de produção e regulação, as rotinas de trabalhadores da mídia e a integração com o público.

No fim desse artigo, quero destacar um viés previsível na pesquisa em comunicação: nós tendemos a compreender a mídia não somente como “um”, mas como “o” impulso central para o desenvolvimento da sociedade. Deveríamos observar que quaisquer estratégias para melhorar o papel que é exercido pela mídia de fornecer diversidade cultural sempre tem que ser vistas em um contexto amplo envolvendo questões econômicas, sociais e geopolíticas. Para ser sincera, consertar somente a mídia não ajudará a estabelecer relações mais justas entre diversos grupos dentro e entre sociedades. A diversidade cultural não é só um problema de comunicação e imagem; as experiências vividas de vários grupos estão baseadas nas atuais injustiças econômicas e sociais.

Referências

- ANDERSON, B. *Imagined Communities* (2nd ed.). London: Verso, 1991.
- BENNETT, W.L. *Toward a theory of press-state relations*. *Journal of Communication*, 40(2), 103-125, 1991.
- BENSON, R. American journalism and the politics of diversity. *Media, Culture and Society*, 27(1), 5-20, 2005.
- CARRAGEE, K.M. Evaluating Polysemy: An Analysis of

- The New York Times’ Coverage of the End of the Cold War. *Political Communication*, 20, 287- 308, 2003.
- CASTANEDA, L.; CAMPBELL, S. (org.). *News and sexuality: Media portraits of diversity*. Thousand Oaks, CA: Sage, 2006
- CLIFFORD, J. *The predicament of culture: Twentieth-century ethnography, Literature, and Art*. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1988.
- COTTLE, S. Mediatized recognition and the ‘other’. *Media International Australia Incorporating Culture & Policy*, (123), 34-48, 2007.
- DAHLGREN, P. *Television and the public sphere: Citizenship, democracy and the media*. London: Sage, 1995.
- DEUZE, M. Multicultural journalism education in the Netherlands: A case study. *Journalism & Mass Communication Educator*, 60(4), 390-401, 2006.
- DINES, G.; HUMEZ, J.M. (org.) Gender, race, and class in media: A textreader. Thousand Oaks, CA: Sage, 2003.
- ENTMAN, R.M. *Projections of power: Framing news, public opinion and U.S. foreign policy*. Chicago: University of Chicago Press, 2004.
- ENTMAN, R.M.; ROJECKI, A. *The black image in the white mind: Media and race in America*. Chicago: University of Chicago Press, 2000.
- FÜRSICH, E. Packaging culture: The potential and limitations of travel journalism on global television. *Communication Quarterly*, 50(2), 203-225, 2002a.
- FÜRSICH, E. *How can global journalists represent ‘the other’? A critical assessment of the cultural studies concept for journalistic practice*. *Journalism*, 3(1), 57-84, 2002b.
- FÜRSICH, E. Between credibility and commodification: Nonfiction entertainment as a global media genre. *International Journal of Cultural Studies*, 6(2), 131-153, 2003.
- FÜRSICH, E., & Raman, U. Cultural studies goes to J-school: Opportunities for bringing cultural critique into the skills classroom. Paper presented at the *International Crossroads in Cultural Studies Conference*, Birmingham, U.K, 2000.
- GALTUNG, J.; RUGE, M.H. The Structure of Foreign News. *Journal of Peace Research*. 2, 64-91, 1965.
- GANS, H. J. *Deciding what’s news: A study of CBS evening news, NBC nightly news, Newsweek, and Time*. New York: Pantheon Books, 1979.
- GRAY, H. *Watching Race: Television and the struggle for “blackness.”* Minneapolis: University of Minnesota Press, 1995.
- HALL, S. (org.). *Representation: Cultural representations and signifying practices*. London: Sage, 1997.
- HAMELINK, C.J. The politics of global communication. In KAMALIPOUR, Y.R. (org.), *Global Communication* (pp. 161-187). Belmont, CA: Wadsworth/Thomson Learning, 2002.
- HERMAN, E.S.; CHOMSKY, N. *Manufacturing Consent*. New York: Pantheon Books, 1998.
- KERN-FOXWORTH, M.; MILLER, D.A. Multicultural journalism education revisited: 1982-1991. *Journalism*

- Educator*, 48(2), 46-55, 1993.
- LULE, J. *Daily News, Eternal Stories: The Mythological Role of Journalism*. New York: The Guilford Press, 2001.
- MAGDER, T. Transnational media, intercultural trade and the idea of cultural diversity. *Continuum: Journal of Media and Cultural Studies*, 18, 380-397, 2004.
- NEWCOMB, H. M.; HIRSCH, P. Television As A Cultural Forum: Implications for Research, with Paul Hirsch, *Quarterly Review of Film Studies*, 1983.
- PRATT, M. L. *Imperial eyes: Travel writing and transculturation*. London: Routledge, 1992.
- RANTANEN, T. *The media and globalization*. London: Sage, 2005.
- SAID, E. *Orientalism*. New York: Random House, 1978.
- SAID, E. W. *Covering Islam: How the media and the experts determine how we see the rest of the world*. New York: Pantheon Books, 1981.
- SHAH, H. Modernization, marginalization, and emancipation: Towards a model of journalism and national development. *Communication Theory*, 6, 143-166, 1996.
- SPURR, D. *The rhetoric of empire: Colonial discourse in journalism, travel writing, and imperial administration*. Durham, NC: Duke University Press, 1993.
- TEHRANIAN, M. Peace journalism: Negotiating global media ethics. *Harvard International Journal of Press/Politics*, 7(2), 58, 2002.
- TURNER, V. *The ritual process: Structure and anti-structure*. Ithaca, N.Y.:Cornell University Press, 1969.
- WAISBORD, S. Media and the reinvention of the nation. In DOWNING, J. et al. (org.), *The SAGE handbook of media studies* (pp. 375-392). Thousand Oaks, CA: Sage, 2004.

*Recebido em 15 de novembro de 2015.

*Aprovado em 22 de dezembro de 2015.