

As bases do jornalismo intercultural em ambiente digital

Dora Santos Silva

EM 2013 O MODELO CURRICULAR para o ensino do jornalismo proposto pela UNESCO (2013) respondia aos vários desafios impostos por um novo ecossistema mediático e um jornalismo com múltiplas reconfigurações associadas intrinsecamente ao ambiente digital. Urgiam literacias especializadas, indispensáveis quer nas redacções quer nas salas de aula, face às questões emergentes da sociedade contemporânea.

Um dos dez *syllabi* propostos pelo modelo curricular era dedicado precisamente ao jornalismo intercultural, ao lado de outras temáticas especializadas e relevantes, como jornalismo de base de dados, sustentabilidade dos média ou jornalismo sobre ciência. Quase quatro anos depois, essa necessidade é ainda mais premente, tendo em consideração não só acontecimentos político-sociais globais, como, por exemplo, a crise migratória na Europa ou os atentados do Daesh, mas também a própria sociedade convergente e em rede, que nos põe continuamente em contacto com distintos discursos culturais.

Dimensões do jornalismo intercultural

Se a comunicação intercultural tem sido explorada em várias linhas de investigação teórica e prática, já o jornalismo intercultural surge residualmente em publicações científicas e a sua definição não é, à partida, linear. Basta realizar uma pesquisa pelos principais motores de busca académicos ou repositórios científicos para nos apercebermos dessa lacuna.

O termo interculturalidade surge com maior destaque no debate contemporâneo e na agenda política, no final do século XX, como base de uma sociedade multicultural bem-sucedida. Se o multiculturalismo contém como premissa a coexistência de múltiplas culturas num espaço, a interculturalidade, sustentada no prefixo *inter*, reforça a importância da interacção e do diálogo entre as diversas culturas, numa perspectiva aberta e fluida (James, 2008); em ambiente digital, essa interacção é cada vez mais mediada pelas tecnologias digitais, pelo que a interactividade acaba também por ser um veículo essencial da interculturalidade.

Nesse âmbito, a comunicação intercultural designa, de um modo geral, o processo de comunicação entre pessoas de diferentes culturas. É sustentada, no entanto, no entendimento cultural e intercultural (Saint-Jacques, 2015), o que pressupõe, antes de mais, a noção do que é a cultura e a aquisição de conhecimentos, valores e competências que permitam uma abertura à alteridade. Neste campo, os média assumem um papel central quer na clarificação do conceito de cultura quer como intermediários culturais para dar a conhecer e a entender a alteridade.

O conceito de jornalismo intercultural tem sido escassamente abordado e maioritariamente em dois ângulos. Por um lado, como prática sociológica e intercultural dos correspondentes ou repórteres em zonas de conflitos. Destaca-se, neste caso, a investigação empírica de Kenneth Starck (1994), que se centrou na forma como a cultura da diferença afeta o trabalho desses jornalistas (incluindo o dele). Por outro, em particular na América Latina, na análise discursiva da presença de grupos minoritários nos média e de respectivos ruídos culturais, baseados num padrão etnocentrista que não reconhece como iguais outras crenças e valores culturais.

“O conceito de cultura é paralelamente complexo, multidisciplinar e cumulativo.”

No entanto, há uma terceira dimensão do jornalismo intercultural, intrinsecamente relacionada com o conceito de cultura, que não tem sido ainda explorada quer na vertente académica quer pelos próprios média, e que pode responder aos objectivos do *syllabus* de jornalismo intercultural proposto pela UNESCO. Segundo os seus autores, o ensino do jornalismo intercultural tem como prioridade “evitar que o próprio jornalismo se enrede, voluntária ou involuntariamente, nos meandros do mosaico da cultura” (UNESCO, 2015: 54), numa referência directa ao conceito de cultura-mosaico de Abraham Moles, como sinónimo de uma forma de conhecimento fragmentada e agregada aleatoriamente pelos mass media, e

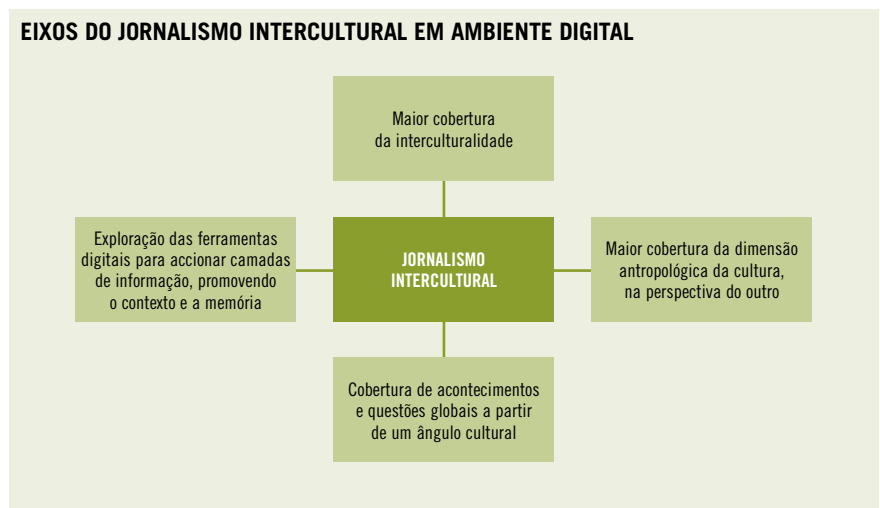
integra como linhas principais do plano do curso a evolução dos próprios conceitos de cultura, comunicação, interculturalidade e a cultura digital. Numa perspectiva de investigação-acção, essa mesma preocupação deve estar já nas prioridades das redacções nacionais e internacionais.

A terceira dimensão do jornalismo intercultural que aqui se propõe, privilegia, no seu alinhamento, a cobertura de acontecimentos globais a partir de um ângulo cultural e a presença de uma maior dimensão antropológica na própria cobertura da cultura; além disso, utiliza as potencialidades digitais para adicionar camadas de informação, isto é, contexto, memória e explicação às peças jornalísticas, com vista a um maior entendimento do próprio conceito de cultura e, consequentemente, da cultura do outro.

Presença da interculturalidade nos media europeus

Recentemente analisámos a presença da interculturalidade como variável, ainda que indirectamente (Silva, 2016), com o objectivo de explorar estratégias inovadoras que estão a ser levadas a cabo por média europeus especializados na cultura ou com uma secção cultural relevante (o diário *The Guardian* e a revista *Monocle*, no Reino Unido; o diário *Público*, em Portugal; e o site *Notodo*, em Espanha), nomeadamente em relação ao ângulo da cultura, áreas temáticas, alinhamento editorial, exploração das ferramentas digitais, entre outras. Interessou-nos precisamente a dimensão da cultura abordada pelos média nas suas secções culturais, através de uma análise de conteúdo de uma amostra construída de duas semanas entre Janeiro de 2013 e Março de 2015.

O conceito de cultura é paralelamente complexo, multidisciplinar e cumulativo: identificámos seis dimensões do conceito de cultura



JORNALISMO INTERCULTURAL NO NOVO ECOSISTEMA MEDIÁTICO

Neste novo ecossistema mediático, as organizações jornalísticas já não detêm o controlo das notícias, qualquer cidadão pode criar e partilhar conteúdo em rede, e o papel do jornalista e do jornalista está a sofrer significativas reconfigurações. Se, por um lado, as tecnologias digitais facilitam a comunicação entre diferentes culturas, crescem, por outro, os ruídos culturais. As redes sociais são o espaço onde a dificuldade de entender o discurso do outro ou a abordagem de outras culturas com uma visão etnocentrista tem sido mais visível. A crise migratória na Europa ou o convívio entre diferentes etnias são alguns exemplos recentes.

Nesse âmbito, os média devem aumentar a cobertura de questões interculturais, mas, sobretudo, privilegiar um ângulo cultural em acontecimentos políticos e sociais relevantes, utilizando também as ferramentas digitais para adicionar camadas de contexto, memória e explicação às suas peças, de forma a ultrapassar o tratamento superficial do “outro” e a promover o conhecimento estruturado das diversas culturas. A liberdade de expressão deve existir. Contudo, um maior conhecimento da cultura do outro só melhorará essa liberdade de expressão.

de forma cronológica. Começou por estar relacionada com as manifestações artísticas, daí o forte legado desta dimensão até hoje; no início do século XIX, no âmbito da antropologia e pela mão de E. B. Tylor, passou a ser abordada também como a expressão de um grupo, das suas crenças, costumes, o que entendemos hoje como culturas do mundo; no século XX, foi paralelamente considerada pela Escola de Frankfurt (Theodor Adorno e Max Horkheimer) um serviço e um bem, no contexto da perda da sua ‘aura’, e, numa dimensão oposta, uma expressão da cultura ‘ordinária’ e do quotidiano, com os Estudos Culturais; nos finais do século XX, há uma evidente relação com as indústrias culturais e criativas, no contexto de uma agenda política; por último, hoje, não podemos deixar de considerar também a dimensão da cultura digital.

Embora os média analisados acabem por abordar, na sua globalidade, as várias dimensões da cultura, há uma visível redução da cultura às manifestações artísticas, por um lado, e às categorias de *lifestyle* e bens culturais, por outro. As dimensões mais próximas de uma dimensão intercultural, isto é, a cultura como manifestação de um grupo ou as culturas do quotidiano têm uma presença quase irrisória nos média (dimensões prevalentes em apenas 9% de todas as peças no período em análise). A ausência da dimensão antropológica e intercultural da cultura é particularmente notória no diário português *Público* (ângulo prevalente em apenas 2% todas as peças analisadas) e no site espanhol *Notodo* (menos de 1%).

Igualmente de realce é a predominância da produção cultural do próprio país ou do mundo ocidentalizado. Peças sobre culturas não ocidentais são marcadas com um forte discurso do ‘outro’ e não de uma forma inclusiva. Questões culturais contemporâneas, como, por exemplo, aquelas relacionadas com o *modus vivendi* do ‘outro’ são, na maioria, revestidas de valores-notícia de imprevisibilidade ou do excepcionalidade (e, por isso, da diferença), o que acaba por marcar um discurso etnocentrista da cultura. Por último, a cobertura é raramente o ângulo escolhido para analisar fenómenos sociais e políticos que, na maior parte das vezes, têm questões religiosas e culturais na sua génese.

Esta redução da cobertura da cultura às manifestações artísticas e ao *lifestyle*, numa perspectiva superficial, meramente relacionada com o objecto, leva o próprio leitor a um entendimento

muito redutor das dimensões da cultura e da sua importância para compreender o mundo e o outro, os seus valores, as suas crenças e as suas próprias manifestações culturais.

As bases do jornalismo cultural em ambiente digital

De forma a ultrapassar a cobertura superficial da interculturalidade, não basta dar mais espaço nos média ao que ocorre além-fronteiras, às diferentes culturas ou às questões interculturais. É essencial igualmente fornecer contexto, numa perspectiva do jornalismo estruturado e explicativo. A desconstrução da interculturalidade é essencial neste novo ecossistema mediático no qual os jornalistas coexistem com *pro-ams* (profissionais amadores) e o jornalismo com o não-jornalismo. Os recentes ruídos interculturais que abundaram nas redes sociais por ocasião da entrada na Europa de milhares de refugiados ou dos atentados do Daesh em 2015 justificam essa necessidade de desconstruir as camadas culturais dessas comunidades. Além disso, no dia-a-dia de cidades multiculturais, como Lisboa, Paris, Londres, Madrid ou Barcelona, é não só necessário dar espaço nos média às múltiplas culturas que coexistem, como fornecer contexto e bases para o entendimento e discurso intercultural.

O ambiente digital é particularmente propício a esta dupla abordagem da interculturalidade. A ausência dos limites de espaço físico (como era o de um jornal impresso) e as rotinas de produção jornalísticas contínuas alargam o espectro de cobertura. Por outro lado, a hipertextualidade e a multimedialidade, características do jornalismo digital, permitem a produção de peças noticiosas com várias camadas de informação e memória, potenciadoras de um conhecimento relacional e contextualizado. A crescente interactividade com o utilizador, não só através dos formatos multimédia, mas também pela distribuição das peças jornalísticas por outras plataformas, e a participação dos próprios cidadãos na criação e partilha desse conteúdo jornalístico contribuem para a consolidação de um espaço mediático no qual a interculturalidade pode ter maior presença, contexto e debate.

Em suma, o jornalismo intercultural ou sobre a interculturalidade deve começar a ocupar as salas de aula como unidade curricular estratégica, mas também, a curto prazo, as redações. No seu alinhamento editorial, os média deverão considerar uma maior presença das questões interculturais,

passando necessariamente pela cobertura das várias manifestações culturais, numa dimensão antropológica, ou abordando acontecimentos políticos e sociais num ângulo cultural. Ao desconstruir o próprio conceito de cultura, e, numa óptica de exploração das potencialidades digitais, ao adicionar camadas de informação contextual e explicativa em peças que o exijam, estarão lançadas as bases para um jornalismo que promova a génese da interculturalidade: a abertura à alteridade e o entendimento entre culturas. ■

Referências

- James, M. (2008). *Interculturalism: theory and policy*, London, The Baring Foundation, disponível em <http://baringfoundation.org.uk/wp-content/uploads/2014/09/interculturalism.pdf>.
- Saint-Jacques, B. (2015). Intercultural communication in a globalized world, In L. Samovar, R. Porter, E. McDaniel, & C. Roy (Eds.), *Intercultural communication: a reader*, 14th ed., Boston, Cengage Learning, pp. 16–26.
- Starck, K. (1994). The case for intercultural journalism. *Australian Journalism Review*, 16(2), pp. 11–24.
- Silva, D. S. (2016). *Cultural journalism in a digital environment: new models, practices and possibilities*. [Tese de Doutoramento apresentada à Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa (UT Austin | Portugal CoLab).
- UNESCO (2013). *Model curricula for journalism education*. Paris, disponível em <http://unesdoc.unesco.org/images/0022/002211/221199E.pdf>.