

Jornalismo e Estudos Culturais

Problemas de redefinição lógica

Guilherme Carvalho¹

Marcelo Engel Bronosky²

Resumo

O artigo tem a intenção de problematizar o uso e influência de teorias, conceitos e metodologias inspirados nos chamados Estudos Culturais, principalmente as influenciadas pelos estudos de Antonio Gramsci, uma corrente teórica exógena de cunho sociológico-político, utilizada para explicar ou orientar o campo jornalístico no Brasil. O estudo de caráter epistemológico e ensaístico parte do reconhecimento de lógicas fundamentais do jornalismo para tecer uma crítica às abordagens dos fenômenos jornalísticos pelo viés culturoológico que tendem a desconsiderar o sentido popular do jornalismo³.

Palavras-chave: Jornalismo. Estudos Culturais. Teoria do Jornalismo. Cultura Popular.

17

Journalism and Cultural Studies: problems of logical redefinition

Abstract

The article intends to question the use and influence of theories, concepts and methodologies inspired by the so-called Cultural Studies, an exogenous sociological-political theoretical trend, to explain or guide the field of journalism in Brazil. The epistemological study starts from the recognition of fundamental logics of journalism to criticize the culturological approaches to journalistic phenomena that tend to disregard the popular sense of journalism.

Keywords: Journalism. Cultural Studies. Journalism Theory. Popular Culture.

¹ Doutor em Sociologia com pós-doutorado em Jornalismo pela Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG). É professor de graduação do Centro Universitário Uninter e do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da UEPG. E-mail: guilhermegdecarvalho@gmail.com.

² Doutor em Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos) e mestre em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo. Professor do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo e do Departamento de Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG). É editor da Revista Pauta Geral. E-mail: mebrono@gmail.com.

³ Uma outra versão deste texto foi apresentada no 19º Encontro Nacional de Professores de Jornalismo (ENPJ), sob o título "Uma crítica teórica jornalística aos Estudos Culturais". Foram incorporadas contribuições e o texto que se apresenta traz alterações significativas.

Introdução

A liberdade de informar e ser informado representa uma questão duplamente crucial para o surgimento e para o desenvolvimento do jornalismo contemporâneo. Por um lado, a liberdade serve aos interesses comerciais pelo princípio da livre concorrência de mercado e, por outro, assegura legitimidade institucional para a vocação mediadora reconhecida pela sociedade (Merril, 1974).

O jornalismo é marcado pelo dualismo, resultante de um processo histórico, conformou as bases do jornalismo atual, inicialmente demarcado pela separação entre o aspecto político e econômico. Ao longo do tempo, as reconfigurações do jornalismo a novas realidades redefiniram suas lógicas fundamentais, transformando o jornalismo naquilo que Genro Filho (2012) compreende como um “fenômeno ambivalente”, o que propõe a superação do argumento simplista de que esta é uma atividade moldada exclusivamente pelo sentido ideológico burguês.

De outro modo, não poderíamos reconhecer algum grau de autonomia do jornalismo, ou de relações sociais que promoveram uma maneira de tratar a informação com vistas à oferta de produtos informativos a partir de aspectos da realidade. Nesse sentido, ainda que seja um produto do capitalismo, o jornalismo é também, em essência, uma atividade movida pelo interesse público ou aquilo a que chamamos de lógica emancipatória⁴, associada à lógica comercial.

Síntese das diversas contradições que movem a sociedade, o jornalismo oferece produtos socioculturais que não poderiam expressar outra coisa, senão as diversas disputas e negociações que se estabelecem cotidianamente. Reconhecer a convivência entre o negócio e o bem público é o que expressa tautologicamente o sucesso do jornalismo como fenômeno moderno.

Os autores de grandes reportagens da história da humanidade se utilizaram de preceitos profissionais, compartilharam dos princípios da objetividade jornalística, aplicaram a técnica de produção e expressaram os valores éticos testados diariamente ao longo dos anos. Levaram em consideração o interesse da audiência e a credibilidade de suas produções. Ao mesmo tempo, foram movidos pelo espírito de mudanças sociais, fundamentado em um senso de justiça, liberdade e igualdade, mesmo que de modo indireto,

⁴ O sentido do termo remete às possibilidades do jornalismo contribuir com a difusão de informações que permitam ao cidadão atuar sobre a realidade, a ponto de pensar e agir subjetivamente sobre o mundo objetivo. Aqui, nos associamos à ideia de que o jornalismo é uma forma de conhecimento.

quando o principal (e talvez único) interessado fora o público. Qualquer tentativa de simplificar o jornalismo a uma atividade comprometida com um interesse específico é ingênua.

O jornalismo surge e se desenvolve em cima de conflitos, muito mais do que com seu mascaramento. A suposição de que ele segue programas pré-determinados ignora dele ser atividade sensível às lutas e contradições sociais. Os relatos jornalísticos são produto de uma série de disputas e correlações de força, que se imiscuem em suas expressões (Rüdiger, 2021, p. 120).

É preciso reconhecer, como pontua Genro Filho (2012), o ambiente interno das redações como espaços de disputa, marcados também pela subjetividade. E uma vez que o singular exige que o jornalista construa alguma relação entre o particular e o universal, seguindo o axioma luckacsiano, estabelece-se algum grau de conhecimento. É por isso que a crítica generalizada ao jornalismo, eventualmente confundido com “mídia” ou “comunicação”, tende a ser problemática, pois abstrai a complexidade de sua natureza e subestima sua autonomia, cujos processos de desenvolvimento são marcados por lógicas próprias adequadas à realidade e também participe da construção da realidade.

A dualidade lógica (emancipatória e comercial) na qual assenta o jornalismo, ofusca a percepção a respeito do que de fato caracteriza a atividade e favorece análises que se complementam no sentido de desmerecer o jornalismo, indicando a instrumentalização das suas atribuições para fins políticos ou demoniza-o por sua natureza mercantil.

Uma dessas abordagens com grande influência na pesquisa brasileira sobre jornalismo são os pensamentos decorrentes dos chamados Estudos Culturais (*cultural studies*) que,

[...] ao afirmarem a cultura como questão-chave para o entendimento dos processos sociais, salientam-na como cultura comum, ordinária, numa relação em que a vida diária não deve estar ausente da reflexão, em que o cotidiano deve ser o foco principal de interpretação, sempre numa perspectiva de se pensar a materialidade da vida (Borelli; Pereira, 2014, p. 108).

Partindo deste raciocínio, o jornalismo é subsumido a outros esquemas que tendem a ignorar a complexidade e as especificidades típicas que possibilitam o reconhecimento de aspectos que escapam à sociologia, política, economia e também à cultura.

As teorias que partem deste paradigma tiveram forte influência no pensamento latino-americano a partir dos anos 1980 com a crise do projeto marxista e dos regimes

socialistas. Uma das perspectivas teóricas dos Estudos Culturais mais influentes se baseou no trabalho do italiano Antonio Gramsci, cuja atividade esteve mais voltada à ação política. No Brasil, é considerável a força do trabalho de Gramsci pela ótica culturalista nas pesquisas em comunicação. Desde então, verifica-se em parte do campo acadêmico a busca pelo reconhecimento do protagonismo de camadas populares, mesmo no que se refere aos meios de comunicação de massa, alimentando debates em torno da disputa por hegemonia entre classes a partir da instrumentalização da comunicação (Lopes, 2001; Escosteguy, 2001).

Em nosso entendimento, estes estudos, quando associados ao jornalismo, tendem a embaralhar a compreensão de um campo já marcado pela fragilidade teórica, institucional e profissional, agravada pelas condições atuais que reconfiguram os papéis a respeito do trabalho com informação, cujos efeitos provocam uma reflexão sobre o status ontológico do jornalismo (Eichler, 2021).

Fruto de uma pesquisa desenvolvida como pós-doutorado, o debate que se apresenta em forma de artigo tem a intenção de problematizar o uso e influência do chamado paradigma culturalista, uma corrente teórica exógena que tem sido evocada para explicar ou orientar o campo jornalístico no Brasil. Trata-se, portanto, de um texto de cunho epistemológico que propõe a revisão dos usos desta perspectiva nos estudos sobre jornalismo, principalmente no que diz respeito ao sentido popular que seria estranho ao “jornalismo *mainstream*”. Em muitos casos, sua influência provoca uma revisão equivocada dos aspectos fundamentais obliterando pressupostos jornalísticos historicamente constituídos.

20

Influências sobre o pensamento acadêmico brasileiro

Os Estudos Culturais são reconhecidos pela interdisciplinaridade e grande abrangência. Os pensadores associados a este paradigma estão inseridos em diferentes contextos, oferecendo teorias e conceitos que possibilitam a construção de respostas por uma perspectiva crítica às questões sociais, econômicas e políticas a partir da cultura (Wortmann; Santos; Ripoll, 2019). Nos estudos em comunicação no Brasil são frequentes os nomes de pesquisadores como Michel Foucault, Jesús Martín-Barbero, Néstor García Canclini, Gilles Deleuze, Renato Ortiz, Stuart Hall, Armand Mattelart (Escosteguy, 2001), o que expressa uma variedade de referências e também a elasticidade deste paradigma para

a pesquisa na área. Nesse sentido, a tentativa de definição dos Estudos Culturais será sempre uma tarefa complexa.

Cientes, portanto, desta limitação, nosso interesse se volta para uma perspectiva específica dos Estudos Culturais, aquela influenciada principalmente por Antonio Gramsci, cujas contribuições servem às pesquisas relacionadas à expressão popular por meio do uso da comunicação/jornalismo para a promoção das transformações sociais e de ações contra-hegemônicas.

Ao direcionarem as lentes para práticas sociais relegadas socialmente e academicamente, os culturalistas desta corrente redefiniram o objeto empírico também na Comunicação. Nesse sentido, verifica-se a tentativa de superação de um problema teórico, já que os estudos sobre jornalismo, em geral, não consideravam os aspectos relacionados à cultura popular e, por outro lado, os estudos sobre cultura popular, ao menos na escola britânica e latino-americana, ignoravam os aspectos profissionais da produção. São, inclusive, subversivos desta tradição, em muitos casos.

Este pensamento ganhou força no âmbito acadêmico nos anos 1970 em países de língua inglesa, como aponta Windschuttle (1998, p.21), no qual o jornalismo é subsumido a um debate político denunciante que tende a criar obstáculos para o pensamento cujo centro é o jornalismo.

No extremo mais distante do espectro político estão os teóricos dos estudos culturais que acreditam que a maioria da mídia deve ser tratada como um inimigo político e que seu trabalho na universidade é transformar pessoas que, se forem empregadas, se tornarão subversivas que podem desafiar os valores do atual regime repressivo⁵. [tradução livre]

Visão similar é elaborada por Rüdiger (2021), quando observa a realidade brasileira. Ao propor o resgate das teorias do jornalismo no Brasil, ele verifica o reducionismo maniqueísta a que o pensamento acadêmico foi aprisionado, impedindo a compreensão da complexidade do jornalismo. A partir de um ponto de vista crítico, ele resume este pensamento da seguinte maneira⁶:

⁵ At the farthest end of the political spectrum are cultural studies theorists who believe that most of the media should be treated as a political enemy and that their job in the university is to turn out people who, if they get employed, will become subversives who can challenge the values of the present repressive regime.

⁶ Rüdiger não associa a questão aos Estudos Culturais, mas, neste trecho referia-se à influência de Gramsci sobre o pensamento acadêmico jornalístico. Mais à frente, procuramos estabelecer esta relação.

O jornalismo é uma agência de hegemonia, em vez de aparato usado para manter a dominação e manipular ideologicamente as audiências; trata-se de um processo ou práxis, cuja condução se dá no sentido de fornecer direção espiritual para um grupo ou mesmo uma sociedade – mas não exclui resistências e tensionamentos com projetos alternativos (Rüdiger, 2021, p.117).

Pelo viés culturalista, o jornalismo é elemento/instrumento de/para análise, mas não objeto de estudo. Ou seja, são os efeitos sobre a sociedade e, principalmente, o aspecto político que interessam aos Estudos Culturais. Este fundamento tem servido tanto para os estudos que se prestam a fazer crítica aos efeitos do jornalismo “hegemônico” sobre a sociedade, como também para justificar academicamente as produções “jornalísticas” ditas *alternativas* ou *independentes*⁷.

Estas iniciativas passaram a ser percebidas como fenômenos da expressão das contradições sociais e dos meios para a construção de um novo projeto de sociedade, também de esquerda, porém adaptado a uma nova realidade (Harvey, 1989; Oliveira, 2017; Couldry; Curran, 2003; Atton; Hamilton, 2008; Paiva; Barbalho, 2015; Moraes; Ramonet; Serrano, 2013). As manifestações populares ou novos movimentos sociais representariam, portanto, os anseios por mudanças sociais decorrentes das desigualdades e injustiças da sociedade capitalista (Touraine, 1994).

Uma das grandes polêmicas deste debate, como atesta Tumber (2008), está na pretensa separação histórica entre profissionais e amadores do jornalismo ou sobre quem tem direito de reivindicar o status de jornalista, cujas fronteiras estão agora mais borradas.

Em um dos poucos momentos em que Gramsci (2001) escreve sobre jornalismo, no “Caderno 24 (1934) Jornalismo”, ele faz uma análise de jornais italianos, destacando aspectos que, segundo ele, poderiam garantir a relevância do jornal e sua acessibilidade ao público, reconhecendo a pertinência do senso comum. Seu texto revela a busca pela popularização dos jornais, ao mesmo tempo em que oferece caminhos para que não-profissionais também tenham acesso à produção jornalística, sem que necessariamente encarem a formação profissional convencional, fazendo da própria redação “escolas orgânicas de jornalismo”.

⁷ Muitos destes estudos têm se referenciado em uma lista de sites chamada “Mapa do jornalismo independente”, publicado pela Agência Pública, cujos critérios de seleção não são claros. A lista contém muitas iniciativas ativistas como Mídia Ninja, por exemplo. Disponível em: https://apublica.org/mapa-do-jornalismo/#_. Acesso em: 20 ago. 2022.

No Brasil, a perspectiva culturalista, reconfigurada pela chamada Escola Latino-Americana de Comunicação (Melo, 2006), tem sido requisitada para pesquisas sobre mídia e jornalismo com foco nos chamados jornais alternativos ou independentes. Dos anos 1980 até os anos 2000, os estudos tendiam a uma visão comunicacional sobre o jornalismo, por meio do qual os Estudos Culturais assumiram um espaço significativo para os estudos em jornalismo. Estes estudos caracterizavam-se pela “Politização das pesquisas em Comunicação com forte influência gramsciana, com metodologias qualitativas; temática: novas tecnologias da comunicação, transnacionalização, cultura e comunicação popular” (Lopes, 2001, p. 53).

Os mais influentes, como Jesús Martín-Barbero, Eliseo Verón, Néstor García Canclini, Guillermo Orozco Gómez, Cílicia Peruzzo e até mesmo José Marques de Melo, citam Gramsci ou seus conceitos recorrentemente.

Antes, nos anos 1960 e 1970, ainda que a visão acadêmica sobre o jornalismo mantivesse uma perspectiva comunicacional, decorrente do projeto Unesco para a formação em comunicação (Meditich, 2012), a influência teórica era demarcada pela Teoria Crítica (Lopes, 2001; Rüdiger, 2021), orientada por aquilo que Motta (2005) entende como paradigmas midiocêntrico e sociocêntrico.

A partir dos anos 2000, mesmo com o aprofundamento do debate a respeito da autonomização do Jornalismo como campo científico em relação à Comunicação, os estudos brasileiros passaram a considerar, em alguma medida, a distinção, o que não representou, em muitos casos, a superação do paradigma culturoológico. É o que se verifica em Oliveira (2017), Moraes (2013), Peixoto e Lima (2021), Ijuim e Abreu (2017), Peruzzo (2009), Felippi e Escosteguy (2013), entre outros pesquisadores cujas produções têm buscado aproximações entre Jornalismo e Estudos Culturais.

Orientados ora pela corrente britânica, ora pela corrente latino-americana, as pesquisas que se aliam a esta perspectiva, em geral, operam com conceitos como “hegemonia”, “ideologia”, “visão de mundo” e “classes subalternas”, de origem gramsciana.

As proposições de Antônio Gramsci, utilizadas recorrentemente nos Estudos Culturais, contribuíram para um olhar crítico sobre os campos profissionais. Para Gramsci (1982), uma vez que a formação profissional é apropriada por instituições sociais, a preparação da elite intelectual estaria condicionada a atender interesses do “bloco no poder”. Duas questões principais definem este pensamento: primeiro, deve-se considerar no processo de aprendizagem do trabalho em uma sociedade moderna, os aspectos

relacionados ao desenvolvimento de atividades que passaram a demandar a especialização em determinadas áreas. É o que expressa Gramsci (1982, p. 9):

O enorme desenvolvimento alcançado pela atividade e pela organização escolar (em sentido *lato*), nas sociedades que surgiram do mundo medieval, indica a importância assumida no mundo moderno pelas categorias e funções intelectuais: assim como se buscou aprofundar e ampliar a "intelectualidade" de cada indivíduo, buscou-se igualmente multiplicar as especializações e aperfeiçoá-las. É este o resultado das instituições escolares de graus diversos, inclusive dos organismos que visam a promover a chamada "alta cultura", em todos os campos da ciência e da técnica.

Segundo ele, ainda que sejam provenientes das classes subalternas, os intelectuais, na condição de funcionários, nesse caso, atuam em favor das classes dominantes, seja pelo consenso ou pela coerção, para manter as classes populares em condições de subalternidade. Considerando que o Estado, em uma sociedade capitalista, corresponde a um espaço imóvel do ponto de vista dos interesses hegemônicos, sendo, portanto, instrumento de exercício do poder, resta, então, à sociedade civil algum espaço de protagonismo. Porém, este protagonismo autônomo somente ganha essa condição na medida em que a formação passa a ser elaborada pelos membros da organização da sociedade civil, ligadas às classes subalternas. Só aí teríamos um sujeito verdadeiramente capaz de assumir algum grau de autonomia em sua atividade, capaz de elevar a consciência das classes subalternas e impor uma "força contra-hegemônica revolucionária".

De todo modo, o olhar gramsciano que influencia o paradigma culturológico, vê o jornalismo como instituição capitalista, cuja força motora dá sustentação a interesses burgueses sem desconsiderar sua potencialidade como instrumento de luta para transformação social, desde que orientado por um sentido contestatório ou revolucionário.

Os Estudos Culturais partem de uma perspectiva sociocultural com fins no campo político. E, aí, toda manifestação cultural ou social deve estar direcionada para este objetivo, incluindo a própria ciência. Assim, só se poderia considerar categoricamente como progressismo as práticas que refutam o esquema institucional. Por exemplo: o que se entende como jornalismo alternativo deveria, portanto, estar em polo oposto ao de jornalismo convencional ou sob as diretrizes de uma atividade contra-hegemônica.

Deste ponto de vista, o "verdadeiro jornalismo" é concebido unicamente em uma condição para fins de intervenção política. O raciocínio, portanto, leva a uma ação gradual

de transformação da práxis para a adaptação do público e reelaboração do jornalismo, forçando a compreensão do jornalismo para além dos limites do seu paradigma.

Em perspectiva parecida, poderíamos interpretar a leitura de Rüdiger (2021, p. 121) a respeito desta pretensa percepção teórica cuja realidade opera como desconstrutora do campo científico do Jornalismo.

Fala-se muito daquela primeira, a mídia, como meio de hegemonia construído por uma classe dominante ou outra que, usando-a, aspira ao domínio. Isso em nada ilumina a questão do jornalismo, se é este que interessa quem assim o aborda, porque jornalismo não deveria ser confundido com propaganda, muito menos com agitação. Que se faça esta confusão, mascarando-a com fórmulas retóricas (jornalismo oficial, corporativo, alternativo, contra-hegemônico, etc.), é fato – cabe ao sujeito crítico e reflexivo, no jornalismo ou fora dele, não cair nesta armadilha.

O enviesamento político instrumental do jornalismo, tal qual propõe a perspectiva culturalista aqui apresentada, se aproxima daquela mesma condição a qual foram relegadas as produções de cunho socialista, conforme crítica elaborada por Genro Filho (2012). Ou seja, a de uma pseudodialética que pressupõe uma negatividade sobre o jornalismo produzido por empresas, alienante, manipulador e partidário, ou, como ele se refere, um mero “epifenômeno da ideologia burguesa” (tese), a ser confrontado por novas possibilidades oriundas de outros segmentos da sociedade para a elaboração de um jornalismo diferente, capaz de promover a real percepção sobre a realidade, em um sentido desideologizado (antítese), a partir da qual é possível estabelecer uma disputa pública de versões para equilibrar ou sobrepor uma visão de mundo diferente a respeito dos acontecimentos (síntese).

Não há dialética em um processo cujos fenômenos não são correspondentes. Ainda que se deva reconhecer os aspectos ideológicos que compõem o jornalismo de referência, expressos pela pretensa objetividade, é preciso reconhecer os fundamentos ontológicos da atividade, legitimada por processos sociais, a constituir as bases conceituais e teóricas que definem concretamente o que é jornalismo, sem a qual, a sua natureza se dissolveria ao reducionismo de interesses particulares.

A indissociabilidade do “popular” no jornalismo

Os Estudos Culturais permitiram uma ampliação dos objetos de estudo da Comunicação, considerando a atividade do público, as relações sociais entre diferentes

classes e o dinamismo desse processo na compreensão das formas de produção, circulação e consumo cultural. A contribuição destes teóricos sobre cultura popular, ainda que pareça completamente desconectada de certas tradições, já que enfatizam as transformações sociais, expandiu-se para outros modos de participação, dando relevância não apenas para audiência, mas também reconhecendo a imprensa periférica ligada a determinados grupos (Martino, 2014 ; Hartley, 2009; Zelizer, 2004).

O vanguardismo, associado a uma conjuntura politicamente favorável à polarização em termos ideológicos, garantiu a estas pesquisas um lugar especial de referência em âmbito internacional para novas produções acadêmicas que se sucederam, revitalizando as teorias marxistas em meio à crise concreta do projeto socialista que ruía diante da falência das promessas revolucionárias do século XX.

Na escola britânica dos Estudos Culturais⁸, influenciados pelos estudos marxistas e o chamado pós-marxismo, os culturalistas compreenderam comunicação como atividade indissociada de cultura (Zelizer, 2004). Até então as teorias da comunicação, bem como as teorias do jornalismo, davam pouca ou nenhuma importância para iniciativas populares, reservando-se aos estudos dos grandes meios de comunicação, sobretudo no papel protagonista ou à crítica dos emissores em detrimento dos receptores, como se pode perceber no embate paradigmático entre teóricos críticos e funcionalistas.

A centralidade do conceito de popular nos Estudos Culturais orienta em boa parte os estudos pela busca de iniciativas que partiam de grupos desfavorecidos social, cultural e politicamente (Storey, 2009). Esta leitura, entretanto, parte de uma concepção de embates, na qual os distintos interesses entre classes se expressam na relação que estabelecem pelas apropriações que fazem de certos instrumentos que movem a coletividade, entre eles, o jornalismo (Sparks, 2008). É o que fez Raymond Williams (1965), em *The long revolution*. Juntamente com John Fiske, Williams está entre os primeiros a fazer uso do conceito de “popular” dentro de uma tradição política de esquerda⁹ (Sparks, 2008).

⁸ Zelizer (2004) diferencia os Estudos Culturais britânico dos Estudos Culturais norte-americano. O segundo é marcado pela preocupação com aspectos da cultura profissional dos jornalistas. É preciso adicionar, ainda, a escola Latino-americana, conforme Escosteguy (2018), a qual debatemos na sequência.

⁹ Historicamente, o termo estava carregado de negatividade, uma vez que representava setores sociais insatisfeitos com suas condições de vida. Na Inglaterra, o termo passou a ser associado à classe trabalhadora e povo, nos séculos XVIII e XIX (Sparks, 2008) e, portanto, a mudanças sociais ou revoluções. Já no século XX, há uma complexificação do termo e o mesmo passou a cruzar as fronteiras de classe quando partidos de direita também utilizaram o termo de modo estratégico. Banalizado, o conceito de popular ganhou um sentido mais amplo, associado à ideia de populismo.

De forma geral, a teoria proposta pelos Estudos Culturais britânico redefine o conceito de cultura e de popular, situando a ação de grupos sociais marginalizados em polo oposto ao das elites. Inspirados pela perspectiva crítica dos frankfurtianos, a escola britânica passou a se apropriar do termo para designar tipos de cultura que poderiam expressar maior ou menor autenticidade, de acordo com seu vínculo com a produção industrial. Para distinguir as expressões artísticas artificiais das autênticas, pesquisadores como Stuart Hall optaram pela aproximação com o termo *folk*, que representa experiências de vida em comunidade das quais o artista participa (Sparks, 2008). Na tradução para o português, está associado a aspectos folclóricos e, por isso, remete à cultura em seu estado menos industrializado ou artesanal. Já “popular” passa a ser encarado como um termo em disputa, o qual deve ser rearticulado para significar aspectos socialistas.

Uma produção cultural popular, neste caso, seria aquela que se apresenta como oposição a uma produção cultural de elite (Conboy, 2012). Mas, pensada para o jornalismo, esta proposta tende a simplificar a questão. É como se fosse impossível ao jornalismo promovido por grandes empresas abordar de forma legítima interesses populares e, em última análise, como destaca, Windschuttle (1998), seria o mesmo que apostar na tese de que o jornalismo seria incapaz de representar a realidade.

Outro crítico dos Estudos Culturais, Sparks (2008) chama a atenção para algumas limitações resultantes deste ponto de vista e cita como exemplo as diferenças entre artistas e jornalistas. Enquanto o primeiro tem o aspecto particular como determinante em sua produção, o segundo considera o nível universal. Assim, a despeito do jornalismo ser considerado um produto cultural, só pode ser concebido na medida em que faça sentido como bem de consumo.

Além disso, no nível estilístico, pode haver pouco apoio para as alegações de que a linguagem da imprensa popular reproduz a fala popular ou que consiste de uma versão estilisticamente idiossincrática do demótico atribuível a uma consciência individual particular. Pelo contrário, é ao mesmo tempo altamente estilizado e funciona dentro de uma tradição bastante longa de estilização que foi produzida por um aparato industrial que, embora tenha espaço para o estilo individualizado, é baseado nos princípios da divisão do trabalho¹⁰ (Sparks, 2008, p. 244-245).

¹⁰ Do original: *What is more, at the stylistic level, there can be little support for the claims that the language of the popular press reproduces popular speech or that it consists of an idiosyncratically stylized version of the demotic attributable to a particular individual consciousness. On the contrary, it is both highly stylized and works within a fairly long tradition of stylization which has been produced by an industrial apparatus which, while it has space for the individualized style, is based on the principles of the division of labour.*

Um jornalismo popular, portanto, só faria sentido ao utilizar aspectos industriais da produção para reconfigurar a narrativa sobre os acontecimentos contra o jornalismo empresarial, o que não apenas garantiria maior legitimidade para aqueles “jornalistas”, como também contribuiria para modificar a realidade a partir de novos padrões de produção. O que transparece nestes casos é uma tentativa de predefinição da interpretação do indivíduo sobre a realidade, tornando-a menos suscetível às diferentes conclusões. Assim,

[...] embora o jornalismo tradicional de “qualidade” de fato, pelo menos no nível superficial, forneça uma imagem fragmentada do mundo em que a construção da coerência e da totalidade é o trabalho do leitor, a imprensa popular incorpora uma forma de imediatismo e totalidade no seu manejo de questões públicas. Em particular, esse imediatismo de explicação é alcançado por meio de um apelo direto à experiência pessoal. A concepção popular do pessoal torna-se o quadro explicativo dentro da ordem social apresentada como transparente¹¹ (Sparks, 2008, p. 252-253).

Como reconhece Habermas (2014), um severo crítico da indústria cultural da qual o jornalismo é também um dos mais importantes instrumentos de interesse de classe, nos primeiros anos da imprensa, boa parte dos jornais contribuiu significativamente para alterar as condições sociais pelo fato de dar publicidade aos acontecimentos antes restritos à esfera privada. Anteriormente, ainda, à institucionalização da imprensa e da sua concepção moderna de negócio, já se verificava um papel revolucionário que a tornava protagonista de uma série de profundas transformações sociais.

Schudson (2010) também compreende que o processo que contribuiu para conformar relações menos díspares nos Estados Unidos teve a popularização da imprensa como um importante aliado, ainda que estivesse associada diretamente a interesses comerciais. Os jornais consolidaram a revolução burguesa nos Estados Unidos, ao mesmo tempo em que permitiram à classe média acesso à cidadania. Ao se legitimarem como atores no espaço público, ainda que sejam de fato empresas privadas, os jornais passaram a ser identificados como representantes da opinião pública, o que se expressa pelo caráter popular desse jornalismo (Lippmann, 2010).

¹¹ Do original: *In essence, what I argue is that while traditional 'quality' journalism does indeed, at least at the surface level, provide a fragmented picture of the world in which the construction of coherence and totality is the work of the reader, the popular press embeds a form of immediacy and totality in its handling of public issues. In particular, this immediacy of explanation is achieved by means of a direct appeal to personal experience. The popular conception of the personal becomes the explanatory framework within the social order is presented as transparent.*

Este modelo de sobrevivência, portanto, não está ligado diretamente ao poder aquisitivo dos consumidores de notícias, ainda que seja uma questão importante para os negócios, mas destaca-se a credibilidade do jornal perante o público, de modo que o público passa a ganhar maior importância do que os anunciantes. Isto se deve, segundo Lippmann (2010), ao fato de que os anunciantes procuravam espaços para veicular propagandas em locais onde se sabe que o público costuma consumir. Se esta lógica não é uma premissa do jornal, o que não é estranho a certas realidades como a brasileira, a tendência é o distanciamento do interesse público, o que torna o negócio dependente de recursos dos seus anunciantes, que podem ser tanto empresas, como grupos políticos, afastando os consumidores de notícias. Ainda assim, não há como dissociar a capacidade de atração de anunciantes ou financiadores, sejam eles empresariais ou políticos, do potencial de audiência que um jornal pode ter.

Como descreve Schudson (2010), o fator preponderante para o sucesso do jornalismo nos Estados Unidos esteve atrelado à compreensão de que o jornalismo presta um serviço ao atendimento de necessidades por informação da classe média, disposta a participar da vida pública estadunidense. É o que moveu jornalistas e empresas jornalísticas a buscar precisão, rapidez, qualidade e credibilidade (dentro de parâmetros industriais) como forma de garantir a viabilidade do empreendimento.

O caráter popular do jornalismo do final do século XIX nos Estados Unidos, chamado também de *yellow journalism*, é uma forte evidência de que os jornais de cunho comercial tinham a preocupação em dialogar com as camadas mais populares da sociedade (Schudson, 2010).

Letras maiores, manchetes, ilustrações, textos mais curtos, temáticas que tratavam do cotidiano, entre outros aspectos, estavam adaptados a uma realidade do cidadão comum, e foram, inclusive, rejeitadas inicialmente por círculos mais elitizados. “A imprensa de Nova York também sentiu o aguilhão da intolerância, notadamente em um boicote de organizações sociais, clubes, salas de leitura e bibliotecas públicas”¹² (Campbell, 2003, p. 8).

O elemento “popular”, portanto, é um fator inerente ao jornalismo cujos resultados são duplamente observáveis. Por um lado, é o que garante ao jornal sua legitimidade e viabilidade econômica. A desconsideração deste dualismo tem resultado em confusões na

¹² Do original: *The yellow press of New York felt the sting of intolerance, too, notably in a boycott by social organizations, club, reading rooms, and public libraries.*

ordem dos campos de conhecimento, das quais se verificam análises que reduzem o jornalismo, sob o signo de manipulação e alienação, segundo os mais críticos, ou, em uma perspectiva muitas vezes complementar, uma reinterpretação do que é jornalismo para legitimar ou orientar práticas para uso instrumental a serviço de “interesses contra-hegemônicos”¹³ (Rüdiger, 2021).

Por esta perspectiva, podemos reconhecer a cultura popular como produto de relações que se estabeleceram na modernidade, dentre as quais faz parte também o jornalismo. O jornalismo esteve inserido nos processos revolucionários, forjou o nacionalismo, reforçou etnias, fez parte do projeto (in)civilizatório da modernidade. Ao reunir conteúdos com características de drama, esportes, entretenimento em forma de sátiras a políticos, aspectos emocionais que formataram o que se entende como sensacionalismo, o jornalismo formou um público (Hartley, 2009).

Do ponto de vista prático, a relação entre leitores e jornalistas não seria estabelecida se os jornais não representassem outros interesses que não fossem também os populares. Uma atuação, portanto, desvinculada desta condição inviabilizaria o negócio e, por consequência, o jornalismo.

30

Considerações finais

Este artigo não tem a pretensão de apontar soluções para o problema que apresenta e que se manifesta, principalmente, no campo científico-acadêmico. Alguns aspectos mereceriam maior atenção, entre eles, a observação das diferentes correntes teóricas que compõem os Estudos Culturais, bem como os seus desdobramentos teóricos como as perspectivas pós-modernas, que encontram também forte ressonância em diferentes áreas das humanidades e das ciências sociais, incluindo também o jornalismo.

O breve debate que propomos tem a intenção de contribuir para uma reflexão sobre um segmento da pesquisa a respeito do jornalismo que tem ganhado volume nos últimos anos e que, a nosso ver, leva as análises a um problema teórico que tende extrapolar o atual paradigma jornalístico. Esta associação indiscriminada que observa o jornalismo à luz

¹³ Sugerimos a leitura de “Jornalismo, hegemonia e conhecimento: leituras sobre uma proposta de práxis contra-hegemônica em Antonio Gramsci e Adelmo Genro Filho”, de Clarissa do Nascimento Peixoto e Samuel Pantoja Lima, artigo publicado na revista *Líbero* (set.-dez. 2021). Disponível em: <https://seer.casperlibero.edu.br/index.php/libero/article/viewFile/1645/1308>. Acesso em: 20 jul. 2022.

da Política, Sociologia, História ou Economia, esconde os limites de uma proposta metodológica que desconsidera as diferenças entre os campos profissionais, incluindo no bojo do jornalismo as práticas ativistas, militantes, amadoras, pseudojornalísticas, cujo objetivo principal é a defesa de interesses particulares ou de grupos, aproximando-se muito mais de atividades de relações públicas, de assessorias de imprensa ou de ação política, igualmente importantes, mas distintas do jornalismo, a tal ponto que, para Atton e Hamilton (2008), o jornalismo produzido por aqueles que trabalham para a mídia *mainstream* não têm legitimidade para tratar de temas de interesse popular.

A percepção dicotômica sobre o jornalismo carrega algumas lacunas. Em primeiro, é preciso retornar ao que se define como jornalismo, sobretudo, ao nos depararmos com práticas que, não apenas dizem superar as lógicas comerciais do jornalismo, mas também dizem se colocar em oposição a este jornalismo. Em segundo, desconsiderar a capacidade de interação de um meio sobre outro, isto é, entre jornalistas e grupos sociais, parece completamente descolada da realidade atual. Como apontamos, o jornalismo carrega o signo do popular em seu “DNA”.

A reelaboração do pensamento que permita ao jornalismo ser reconhecido como objeto de estudo a partir do seu próprio fenômeno, parte, sobretudo, do desenvolvimento de um campo teórico próprio capaz de dar conta da complexidade do jornalismo. Groth (2011, p. 63), por exemplo, uma das referências teóricas do jornalismo, orienta para que a “ciência dos jornais” seja construída por meio da sua diferenciação em relação a outras ciências e provoca os pesquisadores do jornalismo a reconhecerem um problema teórico baseado no desconhecimento e na negação das teorias próprias do jornalismo.

Muito do que foi ensinado nos últimos 250 anos promete uma aplicação valiosa, mas para muito do que foi ensinado a utilidade ainda é desconhecida. Falta fundamento sustentador seguro e o plano que aponte para uma direção, os quais somente a teoria geral pode dar. Esta falta de um esclarecimento geral também é culpada pela tentativa de tirar o terreno da Ciência dos Jornais e de querer – quando muito – abriga-la em alguma outra ciência humana, na sociologia ou na psicologia social, na ciência da literatura ou na teoria política e sobretudo em uma ciência ‘publicística’ (Publizisk), sobre cujo objeto, métodos e objetivos nem mesmo os seus docentes concordam. Assim, há que falar-se de uma estagnação, quando não de um retrocesso, da pesquisa teórica de jornais nas últimas décadas, sobretudo porque muito do que já foi elaborado não é conhecido ou considerado pelos cientistas de jornais de hoje. É preciso admitir a necessidade de construção e de ampliação de uma teoria da Ciência dos Jornais justamente quando se reconhece o que foi realizado até o momento na área.

A construção teórica clássica que se faz do fenômeno jornalístico carrega um sentido de revolução científica, como descreve Kuhn (2003). Sua força está, principalmente, na capacidade que as teorias próprias tiveram para explicar aspectos da realidade, ao mesmo tempo em que os conhecimentos gerados a partir dos resultados foram apropriados para um sentido prático em cada contexto paradigmático. Não há problema em revisar as teorias. Testá-las e verificar sua eficácia deve ser um esforço contínuo na busca pela relevância científica. O problema é quando são desconsideradas para que teorias originárias de outras áreas assumam este papel.

Referências

- ATTON, C.; HAMILTON, J. **Alternative journalism**. Londres: Sage, 2008.
- BORELLI, S.; PEREIRA, S. Cultura de massa. CITELLI, A. *et al.* **Dicionário de comunicação: escolas, teorias e autores**. São Paulo: Contexto, 2014, p. 101-110.
- CAMPBELL, J. **Yellow journalism: puncturing the myths, defining the legacies**. Westport: Praeger Publishers, 2003.
- CARVALHO, G. Jornalismo alternativo na era digital: análise de reportagens da Agência Pública. **Revista Alterjor**, vol. 2, nº 10. jul-dez. São Paulo: USP, pp. 126-142, 2014.
- CONBOY, M. **The press and popular culture**. Thousand Oaks, California: Sage Publications, 2012.
- COULDRY, N.; CURRAN, J. (orgs.). **Contesting media power: alternative media in a networked world**. Lanham: Rowman & Littlefield Publishers, 2003.
- EICHLER, V. **A questão do ser no jornalismo: sentidos ontológicos em reconfiguração**. Tese (Doutorado) -- Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Porto Alegre, BR-RS, 2021.
- ESCOSTEGUY, A. **Cartografias dos estudos culturais: uma versão latino-americana**. Belo Horizonte: Autêntica, 2001.
- FELIPPI, Â.; ESCOSTEGUY, A. C. Jornalismo e estudos culturais: a contribuição de Jesús Martín-Barbero. **Rumores**, v. 7, n. 14, pp.9-27, jul.-dez, 2013.
- GENRO FILHO, A. **O segredo da pirâmide**. v. 6. Florianópolis: Insular, 2012.
- GRAMSCI, A. **Cadernos do cárcere**. v. 2, ed. 2. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001.
- GRAMSCI, A. **Os Intelectuais e a Organização da Cultura**. 4. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1982.
- GROTH, O. **O poder cultural do desconhecido: fundamento da Ciência dos Jornais**. Petrópolis: Vozes, 2011.

HABERMAS, J. **Mudança estrutural da esfera pública**: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa. São Paulo: Unesp, 2014.

HALL, S. **Da diáspora**: Identidades e mediações culturais. Belo Horizonte: Editora UFMG; Brasília: Representação da UNESCO no Brasil, 2003.

HARTLEY, J. **Popular reality**: journalism and popular culture. London: Hodder Education, 1996.

HARVEY, D. **Condição pós-moderna**. Trad. Adail Ubirajara Sobral e Maria Stela Gonçalves. São Paulo: Edições Loyola, 1989.

IJUIIM, J. K.; ABREU, M. S. Jornalismo e contra-hegemonia: o trabalho de tradução da luta por moradia. **Revista Comunicação Midiática**, v. 12, n. 3, p.129-144, set./dez, 2017.

KUCINSKI, B. **Jornalistas e revolucionários**: nos tempos da imprensa alternativa. São Paulo: Página aberta, 1991.

KUHN, T. **A estrutura das revoluções científicas**. 7. ed. São Paulo: Perspectiva, 2003.

LOPES, M. I. **Pesquisa em comunicação**. 5 ed. São Paulo: Loyola, 2001.

MARTINO, L. M. S. **Teoria da comunicação**: ideias, conceitos e métodos. 5. Ed. Petrópolis: Vozes, 2014.

MEDITSCH, E. **Pedagogia e pesquisa para um jornalismo que está por vir**. Florianópolis: Insular, 2012.

MELO, J. M. **Teoria do jornalismo**: identidades brasileiras. São Paulo: Paulus, 2006.

MERRIL, J. **The imperative of freedom**: a philosophy of journalistic autonomy. New York: Hasting House, 1974.

MORAES, D.; RAMONET, I.; SERRANO, P. **Mídia, poder e contrapoder**: da concentração monopólica à democratização da informação. São Paulo: Boitempo; Rio de Janeiro: Faperj, 2013.

MOTTA, L. G. Pesquisa em jornalismo no Brasil: o confronto entre os paradigmas midiocêntrico e sociocêntrico. **Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación**, v. 7, n. 1, Ene-abr., 2005.

OLIVEIRA, D. **Jornalismo e emancipação**: uma prática jornalística baseada em Paulo Freire. Curitiba: Appris, 2017.

PAIVA, R.; BARBALHO, A. (orgs). **Comunicação e cultura das minorias**. São Paulo: Paulus, 2005.

PERUZZO, C. Aproximações entre a comunicação popular e comunitária e a imprensa alternativa no Brasil na era do ciberespaço. **Revista Galáxia**, São Paulo, n. 17, p. 131-146, jun., 2009.

PERUZZO, C. **Comunicação nos movimentos populares**: a participação na construção da cidadania. Petrópolis: Vozes, 1998.

RÜDIGER, F. **As teorias do jornalismo no Brasil**. Florianópolis: Insular, 2012.

SCHUDSON, M. **Descobrimo a notícia**: uma história social dos jornais nos Estados Unidos. Petrópolis: Vozes, 2010.

SPARKS, C. Popular journalism: theories and practice. In: TUMBER, H. **Journalism. Critical concepts in media and culture studies**. Abingdon (UK): Routledge, p.258-282, 2008.

STOREY, J. **Cultural theory and popular culture**: a reader. Harlow, England: Pearson, 2009.

TOURAINÉ, A. **Crítica à modernidade**. Petrópolis: Vozes, 1994.

TUMBER, H. **Critical concepts in media and culture studies**. In: Journalism. Abingdon (UK): Routledge, 2008, pp.1-16.

WILLIAMS, R. A imprensa e a cultura popular: uma perspectiva histórica. **Projeto História**, n. 35. São Paulo: PUCSP, 2007, p. 15-26.

WILLIAMS, R. The long revolution. Harmondsworth (England), Ringwood (Australia): Penguin Books, 1965.

WINSCHUTTLE, K. Journalism versus Cultural Studies. **Australian Studies in Journalism, Media Wars**: Media Studies and Journalism Education (Seminar at Queensland University of Technology on 27th November 1998), 1998.

WORTMANN, M.; SANTOS, L.; RIPOLL, D. Apontamentos sobre os Estudos Culturais no Brasil. Seção Temática: Estudos Culturais, **Educ. Real.**, n. 44, v.4, 2019.

ZELIZER, B. When facts, truth, and reality are God-terms: on journalism's uneasy place in cultural studies. **Communication and Critical/Cultural Studies**, v. 1, n. 1, mar., pp. 100-119, 2004.

Submissão: 1 de mai. 2024.

Aceite: 21 de ago. 2024.