

COMUNICAÇÃO CIENTÍFICA

UMA CRÍTICA TEÓRICA JORNALÍSTICA AOS ESTUDOS CULTURAIS

Guilherme Carvalho¹, guilhermegdecarvalho@gmail.com
Marcelo Engel Bronosky², mebrono@gmail.com

RESUMO

Neste artigo, resultado parcial de uma pesquisa de pós-doutorado, apresentamos um debate acerca dos chamados Estudos Culturais e sua relação com o jornalismo, apontando as limitações teóricas desta relação. Trata-se, portanto, de um texto de cunho epistemológico que propõe a revisão dos usos desta perspectiva nos estudos que se detém a observar, sobretudo, iniciativas informativas de cunho alternativo, associadas equivocadamente ao jornalismo.

PALAVRAS-CHAVE

Jornalismo. Estudos culturais. Popular.

1. INTRODUÇÃO

O jornalismo não poderia ser compreendido de outra maneira senão pela sua atividade movida essencialmente pela defesa dos valores que conformam as dinâmicas sociais. Ainda que as reflexões revelem contradições históricas nas sociedades liberais, objetividade, liberdade, autonomia, pluralismo e igualitarismo continuam sendo cânones do jornalismo, se não de forma concreta, o são em sua forma utilitária (MERRIL, 1974).

¹ Doutorado em Sociologia e Pós-doutor em Jornalismo, professor do Centro Universitário Internacional (Uninter) e da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG), guilhermegdecarvalho@gmail.com.

² Doutorado em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos, professor da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG), mebrono@gmail.com.



A liberdade, portanto, representa uma questão duplamente crucial para o surgimento e desenvolvimento do jornalismo. Por um lado, serve aos interesses comerciais dos negócios pelo princípio da livre concorrência de mercado e, por outro, assegura legitimidade institucional para a vocação mediadora reconhecida pela sociedade.

De outro modo, não poderíamos reconhecer algum grau de autonomia do jornalismo, bem como do seu potencial como serviço de interesse público. Nesse sentido, o jornalismo torna-se síntese das diversas contradições que movem a sociedade. Seu produto não poderia expressar outra coisa, senão as diversas disputas e negociações que se estabelecem cotidianamente. Reconhecer a convivência entre o negócio e o bem público pode ajudar na percepção do sentido de crise do jornalismo, em seu sentido tautológico, diferentemente do que se está acostumado. Assim, crise poderia ser percebida como uma característica inerente ao jornalismo ou como uma crise perpétua (BREESE, 2016). Se expressa nas dificuldades de constituição de um campo científico autônomo, nas adequações econômicas que as empresas precisam fazer constantemente, na busca por um modelo de negócio sustentável, na necessidade de se estabelecer regras para o exercício profissional, na inaplicabilidade dos códigos de ética, na suscetibilidade às flutuações da demanda do mercado consumidor de informação, na dependência de outras instituições, na necessidade de se adaptar a cada mudança tecnológica. Daí porque se trata de uma atividade tão sensível a diferentes contextos. O jornalismo não está em crise, o jornalismo é a expressão da crise da modernidade. As iniciativas que prometem superar isto, em geral, se afastam paradoxalmente dos aspectos fundamentais do jornalismo.

Se entendermos, portanto, que o jornalismo é uma atividade historicamente em crise, deveremos reconhecer sua capacidade de se adaptar a diferentes realidades, superando mudanças políticas, culturais, econômicas e tecnológicas. Nesse sentido, como seria possível conceber que uma atividade marcada pela intensa disputa de interesses poderia sobreviver por tanto tempo



JORNALISMO



se não reconhecêssemos sua capacidade de oferecer um serviço público à sociedade?

É o que explica porque o jornalismo, mesmo com todas as suas fraturas, é capaz de produzir matérias jornalísticas que mudaram não apenas o fazer jornalístico, ao longo dos anos, mas motivaram intensas transformações sociais, contribuindo também para aquilo que entendemos como interesse público ou, em alguma medida, para o processo civilizador⁴.

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, quando o principal e talvez único interessado fora o público.

Concomitantemente, à seleção dos temas, o cuidado com os aspectos estéticos e a construção sensacional sobre os acontecimentos é expressão do atendimento às necessidades comerciais dos jornais, cuja sobrevivência está condicionada pela sua capacidade de atrair a atenção das pessoas.

Como descreve Schudson (2010), o desenvolvimento do jornalismo nos Estados Unidos não é decorrente dos fatores tecnológicos, tampouco dos aspectos econômicos ou do grau cultural dos norte-americanos, ainda que estas signifiquem condições básicas para o surgimento e desenvolvimento da imprensa. O fator preponderante para o sucesso esteve atrelado à compreensão de que o jornalismo presta um serviço para 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 entre outros fatores.

A *penny press* não teria se desenvolvido como modelo de negócios não fosse os investimentos na qualificação de jornalistas e não fosse preocupação

⁴ Aqui emprestamos o conceito de Norbert Elias, entendendo civilização como um processo de desnaturalização do ser humano, diferentemente de uma compreensão naturalista.



JORNALISMO



com a apuração, como descreve Schudson (2010) no episódio em que o jornal *New York World*, do então promissor Joseph Pulitzer, desmentiu o concorrente *New York Journal*, de William Hearst, sobre o abuso da polícia espanhola na busca por documentos de supostas revolucionárias cubanas em um navio norte-americano, em 1897.

O popular, portanto, é um fator inerente ao jornalismo cujos resultados são duplamente observáveis. Por um lado, é o que garante ao jornal seu caráter mediador, associado aos princípios de cidadania. Por outro, é determinante para o sucesso comercial como produto de consumo de massa. A desconsideração deste dualismo tem resultado em confusões na ordem dos campos de conhecimento, das quais se verificam análises que demonizam o jornalismo, estabelecendo uma cruzada em favor de uma mídia alternativa, como vem ocorrendo em parte por pesquisas amparadas pelos Estudos Culturais.

A hipótese levantada inicialmente é de que estas são iniciativas do campo da comunicação e não necessariamente do jornalismo, ainda que possam ser reconhecidas como atividades legítimas. A questão é que as abordagens teóricas acerca destes fenômenos tendem a dificultar 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.

Neste artigo, resultado parcial de uma pesquisa de pós-doutorado, apresentamos um debate acerca dos chamados Estudos Culturais e sua relação com o jornalismo, apontando as limitações teóricas desta relação. Trata-se, portanto, de um texto de cunho epistemológico que propõe a revisão dos usos desta perspectiva nos estudos que se detém a observar, sobretudo, iniciativas informativas de cunho alternativo, associadas equivocadamente ao jornalismo.

2. O conceito de popular e a relação com jornalismo



JORNALISMO





JORNALISMO



Parte das pesquisas voltadas para o estudo das iniciativas de caráter jornalístico está orientada pela perspectiva teórica dos Estudos Culturais, cuja influência também se expande sobre o campo científico da Comunicação.

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. A contribuição dos teóricos de Birmingham sobre cultura popular, ainda que pareça completamente desconectada de certas tradições, já que representam transformações sociais, expandiu-se para outros modos de participação, dando relevância não apenas para os receptores, mas também reconhecendo a imprensa periférica ligada a determinados grupos (MARTINO, 2014; HARTLEY, 2009).

Influenciados pelos estudos marxistas e o chamado pós-marxismo, os culturalistas compreendem comunicação como atividade indissociada de cultura. Até então as teorias da comunicação, bem como as teorias do jornalismo, davam pouca ou nenhuma importância para iniciativas “alternativas”, reservando-se aos estudos dos grandes meios de comunicação, sobretudo no papel protagonista ou à crítica dos emissores em detrimento dos receptores.

Ao direcionarem as lentes para práticas sociais relegadas socialmente e academicamente, os culturalistas redefiniram o objeto empírico também na Comunicação. Nesse sentido, verifica-se a 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 não consideravam os aspectos profissionais da produção.

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

As iniciativas chamadas populares passaram a ser percebidas como fenômenos da expressão das contradições sociais e das alternativas para a



JORNALISMO





JORNALISMO



construção de um novo projeto de sociedade, também de esquerda, porém adaptado a uma nova realidade. As manifestações populares representariam, portanto, os anseios por mudanças sociais decorrentes das desigualdades e injustiças da sociedade capitalista.

Raymond Williams e John Fiske estão entre os primeiros a fazer uso do conceito de “popular” dentro de uma tradição política de esquerda (SPARKS, 2008). A disputa sobre o sentido teria contribuído para tornar o termo de difícil definição. A noção mais simples estaria relacionada ao tamanho de audiência. Popular, portanto, seria um produto que atraia a atenção de um grande contingente de pessoas. Trata-se de um senso quantitativo. A segunda percepção teria um caráter político e estético e, por isso, seria mais complexa.

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”.

Diante das contradições, os partidos de esquerda deixaram de utilizar o termo popular, relegando-o a uma concepção aproximada ao de massa, sujeita aos processos de uniformização e padronização de gostos. Decorre daí uma tentativa de separação entre dois polos culturais, o de massa e o popular, para designar os modos de pensar e agir, desejos e comportamentos dos indivíduos. Cultura de massa seria aquela moldada pelos meios de comunicação de massa. Já cultura popular seria decorrente das manifestações de grupos em oposição a partir de formas alternativas de comunicação.

Do ponto de vista britânico, “cultura popular” deve ser compreendida a partir de uma percepção marxista ou pós-marxista e diz respeito à divisão de classes sociais reconhecendo espaços de lutas e resistências sobre grupos dominantes (STOREY, 2009).



A teoria proposta pelos Estudos Culturais 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 frankfutinianos, 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 a cultura em seu estado menos industrializado. Já “popular” passa a ser encarado como um termo em disputa, o qual deve ser rearticulado para significar aspectos socialistas.

Acontece que o jornalismo é fruto de uma relação industrial-liberal sobre a produção cultural. Na medida em que se redefine a concepção de jornalismo a partir desta perspectiva, invertem-se as lógicas do pensamento. O jornalismo estaria desvinculado dos seus aspectos fundamentais, entre eles os decorrentes das lógicas comerciais, para ser reconstruído a partir de um ponto de vista instrumental exclusivamente emancipatório.

Sparks (2008) chama a atenção para algumas limitações resultantes deste ponto de vista. Em primeiro lugar, segundo ele, é preciso considerar 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, ainda que o jornalismo possa 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



JORNALISMO



individualizado, é baseado nos princípios da divisão do trabalho⁵. [tradução livre] (SPARKS, 2008, p. 244-245)

O popular, na perspectiva culturalista, seria a expressão de aspectos progressistas em oposição aos aspectos reacionários, representados pelos interesses hegemônicos. A ação popular, assim, seria aquela voltada para a apropriação dos produtos comercializados culturalmente para subvertê-los em favor da resistência ao “bloco-no-poder” e à cultura dominante.

Um “jornalismo popular”, portanto, seria aquele que se utilizaria de aspectos industriais da produção para reconfigurar a narrativa sobre os acontecimentos contra o “jornalismo hegemônico”, 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 pré-definição da interpretação do indivíduo sobre a realidade, tornando-a menos suscetível às diferentes conclusões.

[...] 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 transparente⁶. [tradução livre] (SPARKS, 2008, p. 252-253)

Este aspecto se expressa, por exemplo, na menor pluralidade de fontes de informação que os jornais alternativos apresentam em suas produções ou na baixa diversidade de temas abordados. Não se trata apenas de uma questão estrutural, uma vez que estes jornais tendem a não ter as mesmas condições de

⁵ 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.

⁶ 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.



produção dos grandes jornais. Mas se trata de um reflexo de opções que deixam pouca margem para interpretações individuais do leitor, subestimando sua capacidade de refletir sobre a realidade.

Verifica-se, portanto, uma concepção política do significado de popular, como identifica Sparks (2008), a definir o campo de representação da “esquerda” e o da “direita”, sendo que no campo da esquerda assentam os fundamentos progressistas em oposição ao conservadorismo (no sentido das relações de poder). E aí, uma legítima cultura popular só poderia ser representada por narrativas sobre as classes populares, mas não só. Para manter-se autêntica, as ações precisam ser desenvolvidas por membros das classes populares.

Proposições gramscianas como “intelectuais orgânicos” e “hegemonia”, 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, devemos 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.

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. (GRAMSCI, 1982, p. 9)

Segundo, nessa construção, Gramsci (1982) indica que 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



JORNALISMO



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.

Este esquema teórico, apresentado rapidamente aqui, objetiva explicar a polarização entre dominantes e subalternos. Compreendendo essa relação como a separação entre proprietários e destituídos, eles só poderiam considerar categoricamente como progressismo as práticas que refutam o esquema institucional. O que se entende como jornalismo alternativo deveria, portanto, estar em polo oposto ao de jornalismo “convencional” de natureza liberal ou sob as diretrizes de uma atividade “contra-hegemônica”.

Nesse caso, só poderíamos considerar como alternativo aquilo que não é produzido por indivíduos formados em escolas convencionais ou que reproduzem processos convencionais, ainda que sejam provenientes de classes populares. Em contrapartida, a “alternatividade” se estabeleceria verdadeiramente na medida em que as ações fossem realizadas por representantes efetivamente “populares”, os chamados “leigos”, aos olhos da educação formal, que se apropriam do saber a partir das relações empíricas que estabeleceram com o meio formal ou em espaços de formação populares, associado à realidade que se expressa em sua condição social. Além disso, as práticas também deveriam ser outras que não as estabelecidas como referência pelo ambiente institucional, mas legitimadas pela sua autoreivindicação como representante do “novo”, do “outro”, do “alter”.

Hall (2003, p.257-258) reconhece um processo dinâmico e negociado constantemente, no qual as formas e atividades estão enraizadas nas condições



JORNALISMO



sociais e materiais de classes específicas; que estiveram incorporadas nas tradições e práticas populares.

(...) são as relações que colocam a ‘cultura popular’ em uma tensão contínua (de relacionamento, influência e antagonismo) com a cultura dominante. Trata-se de uma concepção de cultura que se polariza em torno dessa dialética cultural. Considera o domínio das formas e atividades culturais como um campo sempre variável. Em seguida, atenta para as relações que continuamente estruturam esse campo em formações dominantes e subordinadas. (...) Seu principal foco de atenção é a relação entre a cultura e as questões de hegemonia.

Em lugar da exegese cultural, Hall reconhece que as manifestações culturais populares estão “contaminadas” pelos aspectos hegemônicos, impostos pela própria força coercitiva da indústria sobre a cultura popular. Esta afirmação pode ser compreendida a partir de duas perspectivas.

[A primeira é de que] não existe "cultura popular" íntegra, autêntica e autônoma, situada fora do campo de forças das relações de poder e de dominação culturais. Em segundo lugar, essa alternativa subestima em muito o poder da inserção cultural. Este é um ponto delicado, pois ao ser apresentado abre-se a acusação de que se está apoiando a tese da implantação cultural. O estudo da cultura popular fica se deslocando entre esses dois polos inaceitáveis: da "autonomia" pura ou do total encapsulamento. (HALL, 2003, p. 254)

Conforme Williams (2007), as manifestações culturais populares poderiam estar situadas em um grupo intermediário, entre as iniciativas opositoras (puras) e as dominantes. Deste modo, ainda que assuma uma posição reformadora, portanto, dentro de certos limites, seriam capazes de estabelecer relações de sentido muito mais fortes do que as opositoras. Deste ponto de vista, não significaria que as ações alternativas não sejam capazes de modificar a realidade. Pelo contrário, elas teriam maiores possibilidades de alterar os aspectos da base e da superestrutura, já que seriam mais bem assimiladas pelas classes populares.

Ainda que os estudos mais recentes sobre meios alternativos tenham o mérito de resgatar o papel preponderante dessas iniciativas para o desenvolvimento da comunicação em seus mais diferentes aspectos, seja



JORNALISMO



cultural, social, econômico ou político, certo romantismo contamina as observações e aí verificamos equívocos que não dão conta de explicar o significado dessas iniciativas e que fragilizam as análises.

A tipificação de um “jornalismo popular” em oposição a outro jornalismo nega as capacidades das iniciativas jornalísticas de natureza liberal em estabelecer diálogos com o cidadão comum, não apenas a partir de uma configuração de massa, mas também pelos seus aspectos populares tornando-o também parte do processo.

Nesse sentido, dever-se-ia reconhecer a existência da cultura popular, como propõe Hartley (2009), o que não exclui o papel emancipatório que o jornalismo desempenhou em favor do cidadão permitindo que desenvolvesse capacidades de compreensão da dinâmica social, uma espécie de auto-didatismo político e para educação social.

Por esta outra 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 um público nacional, reforçou etnias, para países industrializados modernos, fez parte do processo democrático. 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).

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

Os episódios envolvendo a disputa pela audiência entre o New York World e o Herald estavam entre os fatos que marcaram a época em que o jornal impresso se tornou um grande negócio devido a sua capacidade de se popularizar (CAMPBELL, 2003; SCHUDSON, 2010). Letras maiores, manchetes, ilustrações, textos mais curtos, temáticas que tratavam do cotidiano, entre outros aspectos estavam adaptadas 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” (CAMPBELL, 2003, p.8).

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. Do ponto de vista teórico, tradicionalmente os estudos em jornalismo partiu sempre dos emissores, enquanto que os Estudos Culturais partiram da audiência para compreender o processo. Segundo Hartley (2009), é preciso observar ambos considerando suas interações.

A superação da dicotomia teórica entre cultura de massa e cultura popular foi uma das principais contribuições de Barbero (2009) para os estudos da comunicação pós-culturalismo. Seu trabalho permite uma reflexão crítica sobre as escolas de Frankfurt e de Birmingham, como se verifica na citação a seguir:

Continuar pensando o massivo como algo puramente exterior ao popular – como algo que só faz parasitar, fagocitar, vampirizar – só é possível, hoje, a partir de duas posições. Ou a partir da posição dos folcloristas, cuja missão é preservar o autêntico, cujo paradigma continua a ser rural e para as quais toda mudança é desagregação, isto é, deformação de uma forma voltada para sua pureza original. Ou a partir de uma concepção de dominação social que não pode pensar o que produzem as classes populares senão em termos de reação as induções da classe dominante. O que essas duas posições poupam é a história: sua opacidade, sua ambigüidade e a luta pela constituição de um sentido que essa ambigüidade recobre e alimenta. (BARBERO, 2009, p.247)

Adiante em seu exercício epistemológico, Barbero estabelece uma classificação crítica sobre os dois paradigmas. De um lado estariam os românticos, que descobrem o povo por três vias: a de que a coletividade ganha poder, a figura do herói e a reação política. Estes estabeleceram que a cultura

⁷ 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.



JORNALISMO



aquilo que vem do povo, reconhecendo a elevação da subjetividade, e da criatividade do popular como espaço de produção e de conspiração

[...] em que se nutre a rebeldia política, sobre ele convergem e nele se encontram os que vêm do limite da miséria social com os que vêm da boemia, essa gente da arte que já não tem mecenas, mas que entretanto não entrou no mercado. Seu lugar de encontro é a taberna, e o que ali reúne operários sem trabalho, literatos e conspiradores profissionais, trapeiros e delinquentes é que ‘todos estavam em um protesto mais ou menos surdo contra a sociedade’. (BARBERO, 2009, p.85)

Do outro lado, estariam os ilustrados, para os quais o povo não é considerado como espaço de produção cultural. Ao contrário, eles entenderiam arte como algo restrito a uma pequena parcela, rejeitando iniciativas que estejam “contaminadas” por aspectos populares ou por interesses mercadológicos. Nesse caso, Barbero se refere aos teóricos de Frankfurt, para os quais a reprodução da arte para o interesse do mercado provoca uma degradação da arte. Um exemplo da sua proposição crítica é a releitura sobre a obra de Walter Benjamin, que, segundo Barbero (2009), não deveria ser lido como um teórico do paradigma crítico frankfurtiniano. Mesmo em condições de reprodução em escala industrial da arte, e em que pese à separação de Benjamin entre alta e baixa cultura, conservam-se possibilidades de emergência da cultura popular e, nesse sentido, todas as contradições que possam representar para uma sociedade capitalista.

Para entender melhor esse processo, Barbero descreve o conceito de “enculturação”, reconhecendo o processo de industrialização da cultura a moldar a percepção de cultura popular e, nesse sentido, ser contaminada por interesses hegemônicos das classes dominantes, ao mesmo tempo em que observa um processo inverso de reprodução dos interesses das classes populares, por meio da apropriação das suas formas de manifestação cultural com vistas à identificação do povo para com os produtos culturais, respeitando uma lógica de mercado, no qual o consumo é vital para os negócios.

Poderíamos observar relação similar quando olhamos da mesma maneira os produtos culturais identificados com as classes populares ou subalternas.



JORNALISMO





JORNALISMO



Estes produtos culturais, ainda que em condições artesanais, se comparado com os grandes negócios culturais, exprimem um modo de fazer consolidado pelo tratamento mercantil dado às expressões culturais, as quais habituaram o público a um determinado padrão de consumo. Desse modo, ainda que um produto esteja essencialmente expressando interesses populares só poderá ser assimilado na medida em que estabelecer um processo de comunicação inteligível.

Barbero (2009, p. 174-175) entende essa relação a partir do

[...] modo como as classes populares vivem as novas condições de existência, tanto no que elas têm de opressão quanto no que as novas relações contêm de demanda e aspirações de democratização social. E de massa será chamada a cultura popular. Isto porque, no momento em que a cultura popular tender a converter-se em cultura de classe, será ela mesma minada por dentro, transformando-se em cultura de massa.

O processo de comunicação, portanto, não está desconectado das interpretações que o público pode fazer, tampouco de uma percepção do jornalista sobre o que está presente no imaginário popular. Para que o circuito de produção, circulação, consumo, reprodução se complete, é fundamental que o discurso possa ser traduzido em novas práticas sociais. No caso dos produtos jornalísticos, o público precisa dar sentido as informações, o que se dá a partir de certas condições que devem ser compreendidas por quem executa o trabalho jornalístico.

Se de um lado os consumidores de notícias trabalham para encontrar sentido no discurso, atribuir significados a elas, de outro os jornalistas trabalham para apreender e atribuir significado quando identificam alguns itens, mas não outros, como notícias, ou quando definem por uma abordagem e não outra, ou por uma fonte e não outra. Os relatos informativos não só prestam aos acontecimentos sua existência como eventos públicos, como lhes atribuem caráter, posto que as reportagens informativas participam na definição pública dos acontecimentos atribuindo-lhes sentidos específicos.



JORNALISMO



3. Considerações finais

A produção de conteúdos amparados pelos valores alternativos, respaldados pela teoria culturalista, nega os fundamentos do que se estabeleceu até aqui como jornalismo, construído a partir de um “saber específico ligado ao exercício e a responsabilidade (ética e deontológica, desde logo) do jornalismo que vai muito para além das possibilidades tecnológicas e das competências técnicas de cada um.” (FIGUEIRA, 2015, p. 60)

A desconsideração destes aspectos leva as análises a uma confusão em que os conceitos de jornalismo, mídia e comunicação são utilizados como sinônimos, como se reproduzem Atton e Hamilton (2008). Esta associação indiscriminada 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, pseudo-jornalísticas, cujo objetivo principal pode ser a defesa de interesses particulares ou de grupos, aproximando-se muito mais de atividades de relações públicas, de assessorias de imprensa ou ação política. A tal ponto que, para Atton e Hamilton (2008), o jornalismo produzido por aqueles que trabalham para a mídia *mainstream* não têm legitimidade alguma para tratar de temas de interesse popular, ao contrário dos que atuam no que eles chamam de meio alternativo, que, a partir de suas práticas estariam redefinindo a compreensão sobre jornalismo. Desse modo, a chamada mídia alternativa pressupõe a desprofissionalização, a descapitalização e a desinstitucionalização do jornalismo.

O discurso legitimado pelo viés culturalista, portanto, destaca a relação dicotômica entre o alternativo e o *mainstream*, reforçado por aquilo que seriam características próprias de cada um dos lados, destacando-se o caráter subversivo daquele, não apenas pelas temáticas propostas, mas também pela proposição de uma nova lógica produtiva.

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 romper com 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 entre jornalistas e grupos sociais, parece completamente descolada da realidade atual. Nesse sentido, a Teoria do Newsmaking e a Teoria das Mediações já responde a isto. Por fim, em terceiro lugar, mesmo as iniciativas ditas alternativas já expressam uma relação híbrida sobre o discurso jornalístico e sobre o ambiente profissional. Aqui, cabe a referência ao trabalho de Charron e Bonville (2016) a respeito do Jornalismo de Comunicação.

Do ponto de vista culturalista, as práticas do chamado jornalismo alternativo poderiam parecer contraditórias ou paradoxais. No que diz respeito ao modo de fazer, este jornalismo, na maioria dos casos, reproduz aspectos já consagrados da profissão. Os conteúdos publicados nos sites dos “alternativos” seguem, em geral, uma estrutura padrão que inclui o lide, a impessoalidade, a estrutura em forma de pirâmide invertida entre outros aspectos que compõem o que se entende como princípios da objetividade jornalística (CARVALHO, 2014).

Uma vez que se observa a reprodução da pretensa objetividade nos conteúdos jornalísticos, não se verifica a realização de um jornalismo revolucionário como propõe Genro Filho (2012). Por outro lado, ainda que se aproprie dos modos de fazer do jornalismo de referência, as iniciativas apresentam características próprias que historicamente demarcam seu papel social e, nesse sentido, a linha divisória, a nosso ver, se estabelece pelas relações com a cultura popular, a partir do referencial de contrahegemonia.

No Brasil, as ditas mídias alternativas demonstram convivência entre profissionais e não-profissionais (como já verificou Kucinski, 1991, e Peruzzo, 1998), a partir de métodos coletivos de trabalho combinados a métodos individuais e à interação entre indivíduo e coletivo, entre profissional e não-profissional. Mas esta não é uma exclusividade destas iniciativas informativas. Esta é a realidade do mercado jornalístico em boa parte do mundo, e as explicações estão muito mais próximas de aspectos históricos, econômicos, culturais e conjunturais sobre a profissão, do que do ímpeto subversivo de



iniciativas populares que desafia os tradicionais e corporativos campos profissionais constituídos para servirem aos interesses capitalistas.

Entretanto, é também particular neste cenário as ações informativas alternativas voltadas para a colaboração e o voluntarismo. No Brasil, onde predomina um ambiente de baixa qualificação profissional, associada a condições precárias de trabalho jornalístico e relações obscuras entre política e jornalismo, o oficialismo, marca da imprensa deste país, naturaliza-se na mesma medida em que prevalecem os interesses privados de alguns grupos (MELO, 2006). Não seria estranho, portanto, que iniciativas paralelas se desenvolvam com alguma capacidade de atração e ressonância, autodenominando-se, inclusive, jornalísticas ou realizando ações que buscam mudanças no sistema de mídia atual. O enunciado de oposição e representação popular passa a compor o discurso sobre o “jornalismo alternativo” para legitimar produções de baixo custo, voluntárias e sem critérios profissionais, jogando ainda mais lenha na fogueira no já esfumaçado mercado profissional jornalístico brasileiro.

A construção teórica clássica que se faz destes fenômenos carrega um sentido de revolução científica, como descreve Kuhn (2003), na medida em que altera o ponto de vista sobre o que se define por jornalismo. Sua força está, principalmente, na capacidade que as teorias emergentes tiveram para explicar aspectos da realidade, ao mesmo tempo em que os conhecimentos gerados a partir dos resultados foram apropriados para um sentido prático. Afinal, a coerência expressa pela práxis pode ser muito bem percebida pelo interacionismo entre os conceitos de cultura popular e imprensa popular, desenvolvidos pelos teóricos do paradigma culturalista (CONBOY, 2002).

REFERÊNCIAS

ATTON, Chris; HAMILTON, James. *Alternative journalism*. Londres: Sage, 2008.

BARBERO, Jesús Martin. *Dos meios às mediações*: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: UFRJ, 2009.



JORNALISMO



BREESE, Elizabeth. *The perpetual crisis of journalism: Cable and digital revolutions*. In: ALEXANDER, Jeffrey; BREESE, Elizabeth; LUENGO, María. **The crisis of journalism reconsidered: democratic culture, professional codes, digital future**. New York: Cambridge University Press, 2016.

CAMPBELL, Joseph. **Yellow journalism: puncturing the myths, defining the legacies**. Westport: Praeger Publishers, 2003.

CARVALHO, Guilherme. Jornalismo alternativo na era digital: análise de reportagens da Agência Pública. **Revista Alterjor**, Vol. 2, No 10. jul-dez. São Paulo: USP, 2014.

CHARRON, Jean; BONVILLE, Jean. **Natureza e transformação do jornalismo**. Florianópolis: Insular; Brasília: FAC Livros, 2016.

CONBOY, Martin. **The press and popular culture**. Thousand Oaks, California: Sage Publications, 2012.

FIGUEIRA, João. O triunfo do jornalismo de comunicação ou a erosão de uma profissão em mudança. **Revista Estudos do Século XX**, n. 15. Coimbra: Impactum, 2005, p.56-75.

GRAMSCI, Antonio. **Os Intelectuais e a Organização da Cultura**. 4.ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1982.

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

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

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

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

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria da comunicação: ideias, conceitos e métodos**. 5. Ed. Petrópolis: Vozes, 2014.

MELO, José Marques. **Teoria do jornalismo: identidades brasileiras**. São Paulo: Paulus, 2006.

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

PERUZZO, Cicília Maria Krohling. **Comunicação nos movimentos Populares: a participação na construção da cidadania**. Petrópolis: Vozes, 1998.

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



JORNALISMO





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

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