

filósofo italiano, ao demorar-se na análise dos mecanismos de poder, descobriu ser necessário levar em conta fatores como práticas de negociação, compromissos assumidos e mediações realizadas. Defensor da *cultura popular*, Gramsci concebia o folclore como parte substancial desta última; em outras palavras, uma visão de mundo em tudo e por tudo distinta de modos de ver do Estado.

As teses dos frankfurtianos propunham que a produção seriada de fatos culturais estivesse a serviço de fins políticos; mas, para os estudiosos (dos fatos) de cultura, a política é, em si, fato cultural. Culturaliza-se o fato político e, dialeticamente, politiza-se a manifestação cultural. Os *Cultural Studies*, a exemplo de outras teorias surgidas nos anos 70, situam os *meios de comunicação* no âmago da sociedade, inter-relacionando-os a instituições e a indivíduos. Renovado, o pensamento gramsciano fornece a moldura intelectual requerida para a compreensão do vórtice cultural em que estão envolvidos indivíduos e instituições — sobressaindo, entre elas, a mídia.

É nesse sentido que os *Cultural Studies*³⁴ podem ser considerados uma abordagem culturoológica (uma “lógica [dialética] da cultura”) da visão crítico-radical.

A *teoria crítica* havia falhado em considerar o *receptor*, mesmo integrado a uma “massa”, um ser humano com características individuais e necessidades peculiares, dotado de uma capacidade de seleção que lhe chega de sua história pessoal. Tal *receptor* não é uma abstração indispensável ao processo de comunicação; é, isto sim, um ser humano concreto, que possui *repertório cultural* ao qual recorre quando capta, captura, interpreta e assimila, digerindo-as, *mensagens* a ele destinadas. A *teoria crítica* tende a reduzir a ação da *mensagem* sobre o *receptor* a “atos de manipulação” ou de puro “efeito ideológico”, preparados por uma *fonte emissora* que pre-

O MODELO TEÓRICO DOS CULTURAL STUDIES

Ainda que tenham compartilhado a idéia de que há um conflito permanente nas relações entre indivíduos e *meios de comunicação*, o paradigma crítico-radical e o paradigma culturoológico não se confundem. O modelo teórico dos *Cultural Studies* retomará e revisará o paradigma crítico-radical; no entanto, não lhe dará perfeita continuidade. Lá, Karl Marx; aqui, Antonio Gramsci. Tendo introduzido, em âmbito filosófico e político, o conceito de *hegemonia* — consenso obtido por meio de articulações entre forças políticas — o

34. Colctânea bem-feita das proposições dessa linha de pensamento e análise em Comunicação foi organizada por R. Johnson, A. C. Escosteguy e N. Schulman, sob o título *O que é, afinal, Estudos Culturais?* (Belo Horizonte: Autêntica, 1999).

tende submetê-lo. O pressuposto de uma incontestável dominância da mídia não poderia mesmo deixar (ou mesmo supor a existência de) qualquer espaço de manobra ou de resistência por parte do *receptor*, bem como aceitar que, de sua parte, houvesse uma iniciativa tomada no intuito de dar início a uma “ação transformadora”.

Comunicação e cultura fornecem uma à outra seus mais preciosos nutrientes. Comunicar não é “manipular por meio de símbolos”, mas intensificar, renovando-a, a uma troca simbólica.

No curso da década de 1970, um grupo de estudiosos, tendo à frente os pensadores marxistas Raymond Williams e Stuart Hall, reuniu-se no Centre for Contemporary Studies, da Universidade de Birmingham (Inglaterra). Fundado em 1964, esse Centro teve no professor de literatura inglesa Richard Hoggart³⁵ seu primeiro diretor. Hoggart se alistava entre os que, resolutamente, davam as costas à tradição positivista nos estudos de estruturas sociais e de relações culturais.

Em 1958, Raymond Williams publicou *Culture and Society (1780-1950)*, obra em que procedia a uma crítica bem fundamentada da dissociação, teoricamente proposta, entre cultura e sociedade.

A Antonio Gramsci pode ser creditada a idéia de que a *cultura popular*, fragmentada e desprovida de prestígio, refletiria uma subalternidade. O pensador italiano observara, porém, que a *cultura popular* é capaz de opor resistência, aderindo, a seu modo próprio, às condições materiais impostas pela vida social e às mudanças trazidas pelo tempo, constituindo-se em um vetor de transformação política. Afastando-se, portanto, de certa ortodoxia marxista e

35. Autor de *The uses of literacy* (Londres: Penguin, 1957). Nesse livro, trata dos usos e das formas de apropriação popular (do código) da língua escrita. Hoggart realizou estudo pioneiro sobre o comportamento cultural da classe operária ante a pressão homogeneizadora da “cultura massiva”. (Na Inglaterra e na Alemanha, é comum vincular-se a análise da “cultura das classes trabalhadoras” à *dos meios de comunicação*, de maneira conforme a uma perspectiva que respeita o curso do tempo. Por tal procedimento, relacionam-se produtivamente investigação histórica e pesquisa empírica.)

perfilhando teses gramscianas, Williams reconhecia na cultura não um repositório das tradições, mas um processo pelo qual se constroem significações, atualizadas e refeitas pelas ações interativas do dia-a-dia, em meio social.

Dado o tom das análises e decidida a escolha da linha de pesquisa, os *Cultural Studies* se voltaram em direção às relações existentes entre estrutura social, contexto histórico e ação *dos meios de comunicação*, no intuito de determinar como se dá a “atribuição de sentido” à realidade cotidiana de “práticas sociais partilhadas”. Entendia ser a *cultura* o conjunto de significados, valores, experiências, hábitos e rotinas, adotados por uma sociedade. A mídia é tida por elemento dinamizador de culturas próprias à sociedade moderna, porque atua em plano simbólico, instituinte. Se uma cultura provê, portanto, um recorte da realidade para atribuir-lhe um ou mais sentidos, então cada grupo social que a integre imprimirá a tal recorte feições próprias, atualizando-as em suas práticas sociais e em seus hábitos de vida. É, aliás, nesse privilegiado foro que se processa a incessante negociação simbólica — por apropriação, rechaço e assimilação — de significados, provenientes do intercâmbio social, a serem convalidados e submetidos a uma partilha.

Tal como a *teoria crítica*, os *Cultural Studies* admitem haver um “sistema cultural dominante” que se manifesta e atua pela interposição *dos meios de comunicação*. Atitudes, usos e costumes de um grande número de indivíduos são afetados por esse sistema, pelo qual se vêem desestimuladas manifestações culturais provenientes de grupos e de classes sociais, então surpreendidos em seus modos típicos de negociação simbólica. A resistência que demonstram à adoção, pura e simples, de padrões de consumo apregoados pela mídia não deve, porém, ser confundida com um “mecanismo de defesa”; bem mais do que isso, assinala, como propôs Hoggart, uma “cultura do pobre” ou de “minorias” (étnicas, sexuais e outras). O que se tem, então, sob os olhos é uma “cultura do outro” (o “desviantes”, o “diferente”), que não se deixa assimilar inteiramente e

encontra suas próprias formas de adequação e pertença a configurações que lhe são próprias.

O aspecto “conflitual” de tantas relações sociais, assim estabelecidas, reside no fato de os componentes de uma sociedade buscarem ora defender seus interesses, competindo com os outros, ora preservar seus interesses, desqualificando os esforços competitivos dos outros.

O sociólogo Stuart Hall³⁶ é um dos próceres dos *Cultural Studies*. Suas anotações sobre o papel ideológico desempenhado pela mídia são de suma importância para esse modelo teórico — apartado e diverso, em todos os sentidos, do paradigma funcionalista-pragmático. Em linha com a orientação predominante no Centro, sua contribuição busca determinar como o *público*, distribuído por distintos contextos socioculturais, “faz [algum] sentido” ou “decodifica” o que lhe vem da mídia. Por serem “ideologicamente codificados”, os fluxos informacionais midiáticos encerram um “sentido preferencial”. A novidade está em que é teoricamente admissível haver certo grau de liberdade para a apreensão desses “sentidos”, porque variadas faixas de *público* “irão reconhecer” e “irão interpretar” os “sentidos” veiculados à sua maneira própria, isto é, de modo não-ortodoxo. Essa “decodificação” — que pode ser “dominante” (modos hegemônicos de ver), “opositiva” (modo de ver contrário ao do prevalecente) e “negociada” (a contra-argumentação proporciona da pela experiência de situações vividas) — estaria relacionada a situações sociais específicas. Em abono e ilustração de suas idéias, Stuart Hall menciona a classe operária inglesa, cuja reação estimada a um programa de televisão pode variar de uma entusiástica acolhida a uma clara e decidida rejeição.

36. Uma antologia dos *Cultural Studies* foi organizada por Stuart Hall. Tem por título *Representation: cultural representations and signifying practices* (Londres: Sage, 1997).

Para o conhecimento das principais teses de Stuart Hall, lê-se com proveito seu livro *Identidades culturais na Pós-Modernidade* (Rio de Janeiro: DP&A, 1997).

A influência desse olhar crítico sobre tantas tendências contemporâneas — uma linha de proposições analíticas que mantêm íntima relação com movimentos sociais e políticos de nosso tempo — chegou à mídia. A sobrevalorização de temas “mais legítimos”, “culturalmente urgentes” (pela recente emergência) ou “politicamente corretos”, a gosto dos *Cultural Studies*, fez com que certa prática (tele) jornalística se deixasse permeiar pela “dimensão etnográfica” (e pela metodologia etnológica) dos “*inner city problems*” (os “conflitos humanos das grandes cidades”), reasentados a cada edição e reeditados a cada emissão. Entrou em vigor a “cobertura (tele) jornalística do cotidiano imediato”, que se define por uma reticência a análises críticas mais aprofundadas (e psicologicamente mais caras), pela busca de “representações fortes” (a “adrenalina”), pela ênfase dada ao que se tem como “*human interest*” (a “vida como ela é”) e pela curiosidade superficial do *fait divers* (a notícia de variedades, que não vem disposta em rubricas ou seções jornalísticas). Essa “lógica da [dos índices de] audiência”, do “furo” jornalístico, da referência ao aqui e agora da vida real privilegia fontes oficiais (sejam quais forem) e torna irrisório ou irrealizável o jornalismo investigativo ou mesmo um enfoque compreensivo e de feito analítico das “mazelas sociais”. Até porque seriam ambos considerados “chatos”, sem “apelo emocional” e perfeitamente inadequados para produzir a “espetacularização da vida”.

A crítica que tem sido feita aos *Cultural Studies*³⁷ — tradição, na Inglaterra: a dinâmica sociologia britânica da mídia; moda acadêmica, nos Estados Unidos: a reificação de categorias sociais, à moda da sociologia americana — aponta a disparidade e a desigualdade de sua produção intelectual. Diz ainda de uma “antipolítica de cunho populista”, que seus adeptos e teóricos põem em prática, já que o estudioso/comentarista/pesquisador logo se faz advogado de uma

37. Leia-se o livro de M. Ferguson e P. Golding, *Cultural Studies in question* (Londres: Sage, 1997).

causa, participante de um movimento, eleitor de um só voto — em qualquer caso, sempre intransigente na defesa e ilustração de práticas culturais, dentre as quais algumas são tidas por “marginais” ou, simplesmente, “subalternas”. Tratar-se-ia, então, de uma forma de exercício político radical, fundamentado em uma ortodoxia teórica. Seus limites imediatos poderiam estar na celebração algo simplória ou teoricamente ingênua das “resistências populares” e da “autonomia do consumidor”.