



UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS
Faculdade de Educação

YASMIM MANATTA CAMARDELLI

POR UMA ANÁLISE E TRADUÇÃO DO LIVRO COMMUNICATIONS
DE RAYMOND WILLIAMS

CAMPINAS
2023

YASMIM MANATTA CAMARDELLI

POR UMA ANÁLISE E TRADUÇÃO DO LIVRO COMMUNICATIONS
DE RAYMOND WILLIAMS

Dissertação apresentada à Faculdade de
Educação da Universidade Estadual de
Campinas como parte dos requisitos exigidos
para a obtenção do título de Mestra em
Educação, na área de Educação

Supervisor/Orientador: Prof. Dr. Alexandre Henrique Paixão

ESTE TRABALHO CORRESPONDE À
VERSÃO FINAL DA DISSERTAÇÃO
DEFENDIDA PELO ALUNO YASMIM
MANATTA CAMARDELLI, E ORIENTADA
PELO PROF. DR. ALEXANDRO
HENRIQUE PAIXÃO

CAMPINAS
2023

Ficha catalográfica
Universidade Estadual de Campinas
Biblioteca da Faculdade de Educação
Rosemary Passos - CRB 8/5751

C14p Camardelli, Yasmim Manatta, 1994-
Por uma análise e tradução do livro Communications de Raymond
Williams / Yasmim Manatta Camardelli. – Campinas, SP : [s.n.], 2023.

Orientador: Alexandro Henrique Paixão.
Dissertação (mestrado) – Universidade Estadual de Campinas, Faculdade
de Educação.

1. Williams, Raymond, 1921-1988. 2. Communications. 3. Tradução. 4.
Educação. 5. Cultura. I. Paixão, Alexandro Henrique, 1978-. II. Universidade
Estadual de Campinas. Faculdade de Educação. III. Título.

Informações Complementares

Título em outro idioma: Towards a critical reading and translation of Raymond Williams' Communications

Palavras-chave em inglês: Williams, Raymond, Communications, Translation, Education, Culture

Área de concentração: Educação

Titulação: Mestra em Educação

Banca examinadora: Alexandro Henrique Paixão [Orientador], Mariana Miggiolaro Chaguri, Maria Elisa Burgos Pereira da Silva Cevasco, Ugo Urbano Casares Rivetti

Data de defesa: 12-05-2023

Programa de Pós-Graduação: Educação

Identificação e informações acadêmicas do(a) aluno(a)

- **ORCID do autor:** <https://orcid.org/0000-0002-0251-158X>

- **Currículo Lattes do autor:** <http://lattes.cnpq.br/4256122657710714>

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS
Faculdade de Educação

POR UMA ANÁLISE E TRADUÇÃO DO LIVRO COMMUNICATIONS
DE RAYMOND WILLIAMS

YASMIM MANATTA CAMARDELLI

COMISSÃO JULGADORA:

Alexandro Henrique Paixão
Maria Elisa Burgos Pereira da Silva
Cevasco
Mariana Miggiolaro Chaguri
Ugo Urbano Casares Rivetti

A Ata da defesa com as respectivas assinaturas dos membros encontra-se no SIGA/Sistema de Fluxo de Dissertação/Tese e na Secretaria do Programa da Unidade.

Agradecimentos

Agradeço a minha família: ao meu pai, Giovanni Camardelli, meus irmãos, Victor e Davy, meu avô, Levy Manatta, minha vó, Valdelice Bastos, minha bisavó, Bobinha, aos meus tios, Tio Beto, Dinda, Tio Robson, Tia Zayda, e às minhas primas, Lara e Laysa. E agradeço especialmente a minha mãe, Nayra Manatta. Nana, em tudo que eu sou existe um toque seu.

Agradeço ao meu companheiro Lucas Facó por ter sido por estar comigo em todos os momentos dessa jornada.

Agradeço aos meus amigos, Ana Elisa Muçouçah, Ana Júlia, Camila Antunes, Crânio, Dot, Felipe Soeiro, Gabriel Carvalho, Guilherme Oliveira, Guilherme Veronezzi, Henrique Mergulhão, Ingrid Sampaio, João Bitterncourt, Ju Brant, Khaled, Kinder Ferraz, Larissa Carvalho, Lilian Mendonça, Luiza Naves, Rodrigo Cruz, Tírisa Romano, Totoro, e aos colegas do Laboratório de Estudos de Cultura, História, Educação e Sociologia e Psicanálise – LECHESP: Breno Carneiro, Camila Bégio, Carla, Emilio Rodrigues, Hiago Malandrin, José Ricardo, Mariana Murad, Monique Ortiz, Patrícia Amorim e Thaís Silva. Alguns sonhos só são possíveis se cultivados coletivamente e eu não poderia pedir por companheiros melhores para sonharem comigo.

Agradeço ainda aos diversos funcionários e instituições que me apoiaram durante a pesquisa: Faculdade de Educação – FE/UNICAMP e Biblioteca Prof. Joel Martins. Agradeço à Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo – FAPESP pelo financiamento da pesquisa (processo FAPESP nº 2020/04285-3) e pelo financiamento de nosso Estágio de Pesquisa no Exterior – BEPE (processo FAPESP nº 2021/14676-2).

Agradeço à Ana Cláudia Suriani por todo auxílio e cuidado. Esse projeto absolutamente não seria possível sem você. I would like to thank Daniel Williams and Sioned Williams for the warm welcome at Swansea. For all the attentiveness and careness, I would like to give a special thanks to the Richard Burton Archives' staff: Emily Hewitt, Katrina Legg, Simon Mackley, Steph Basford-Morris, and Sarah Thompson. Warmth, care and friendship need no translation.

Meu agradecimento especial ao meu orientador, Alexandro Henrique Paixão. Essa pesquisa é mais que um trabalho de três anos, é um registro dos desejos e esperanças que nutrimos ao longo de dez anos de uma parceria bonita e afetuosa. Tenho muito orgulho e sou muito grata por essa nossa caminhada.

Agradeço às professoras Maria Elisa Cevasco, Mariana Miggiolaro Chaguri e Ugo Rivetti, por aceitarem participar deste trabalho compondo a banca de qualificação e defesa.

RESUMO

Raymond Williams e seu conjunto de obras, em especial sua teoria da cultura, são extensamente explorados no Brasil pelo público universitário em diversas áreas do conhecimento. No entanto, sua teoria da comunicação, que possui uma íntima relação com sua teoria da cultura, ainda carece de atenção. O trabalho tradutório, nesse sentido, dialoga com as necessidades do campo universitário brasileiro, mas, não somente isso, uma vez que apresentamos uma análise histórico-sociológica do livro *Communications*. Isso porque entendemos que ao se apropriar de um texto, um tradutor se apropria também de uma cultura. Contando com três edições: a primeira em 1962, a segunda em 1966 e a última em 1975, *Communications* passou por diversas modificações, revisitações, alterações, acréscimos e exclusões, em diferentes momentos históricos. Nesse sentido, o livro será visto como uma importante fonte para análise, pois não só é um registro dos conflitos e crises do mundo britânico, como nos mostra a forma como esses conflitos vão sendo elaborados por Williams. Deste modo, a contribuição é tanto em termos de entender as movimentações sociais que acontecem entre os anos 1960 e 1970 na Inglaterra, mas também, em termos de entender como essas movimentações se manifestam no pensamento williamsiano.

Palavras-chave: Raymond Williams, *Communications*, Tradução, Educação, Cultura.

ABSTRACT

Raymond Williams' works, especially his theory of culture, are extensively explored in Brazil in several areas of knowledge. However, his theory of communication, which is closely related to his theory of culture, still lacks attention. The translation work, in this sense, dialogues with the needs of the Brazilian academic field, but not only that, we present a historical-sociological analysis of the book *Communications*. As we understand that by appropriating a text, a translator also appropriates a culture. Counting on three editions: the first in 1962, the second in 1966 and the last in 1975, *Communications* went through several modifications, revisitations, alterations, additions and deletions, during this period. In this sense, the book will be taken as an essential source of analysis, as it is not only a record of conflicts and crises in the British world, but also shows us how Williams himself elaborated these conflicts. Thus, the contribution is both in terms of understanding the social movements that took place between the 1960s and 1970s in England and how these movements manifest themselves in Williamsian thought.

Keywords: Raymond Williams, *Communications*, Translation, Education, Culture.

SUMÁRIO

Introdução e metodologia	10
Capítulo I - Análise das tendências.....	19
Capítulo II - Método de Discussão e Ensino da Crítica.....	29
2.1 Crítica e Leavis.....	34
2.2 Leavisianismo e o ensino de Adultos.....	38
2.3 Cultura popular e responsabilidade pessoal: educação em crise.....	41
Considerações finais sobre comentários e sobre a tradução do livro Communications.....	48
Tradução: Comunicações.....	49
Referências bibliográficas.....	189

INTRODUÇÃO E METODOLOGIA

Essa pesquisa de mestrado tem por objetivo elaborar uma tradução comentada do livro *Communications* publicado por Raymond Williams em 1962¹. Originário de Gales e pertencente à classe trabalhadora, Williams foi um acadêmico, escritor, crítico literário e educador, que figurou como importante intelectual do século XX. Seus trabalhos abrangem campos diversos – ainda que todos, de alguma forma, sejam transpassados pela problemática da cultura – indo de ensaios a respeito de política e sociologia, estudos de dramaturgia à teoria da comunicação. Considerado um dos fundadores dos Estudos Culturais, a obra desse autor, no Brasil, em particular sua teoria da cultura e seu estudo sobre campo e cidade, é explorada amplamente em contexto universitário². Entretanto, sua contribuição para uma teoria da comunicação ainda não encontrou espaço no debate nacional. Deste modo, este trabalho terá, como ponto de entrada no pensamento williamsiano, seus estudos da comunicação e explorará a relação destes com a sua explorada teoria da cultura.

O autor e seu conjunto de obras, em especial sua teoria da cultura, são extensamente explorados no Brasil pelo público universitário em diversas áreas do conhecimento. No entanto, sua teoria da comunicação, que possui uma íntima relação com sua teoria da cultura, ainda carece de atenção. O trabalho tradutório, nesse sentido, dialoga com as necessidades do campo universitário brasileiro, mas também apresenta uma análise histórico-sociológica do contexto em que o livro *Communications* foi escrito e, em sequência, uma introdução crítica ao livro, onde demonstraremos como ele organiza esse substrato histórico. Isso porque entendemos que ao se apropriar de um texto, um tradutor se apropria também de uma cultura.

Em um sentido geral, traduzir significa transpor algo de uma língua para outra e, em nosso caso particular, transpor um texto do inglês para o português. No entanto, uma língua não é só um conjunto de palavras organizadas em sentenças. Se entendermos a linguagem como

¹A realização desse trabalho só foi possível graças ao financiamento (processo FAPESP nº 2020/04285-3) do Fundo de Amparo a Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP) e ao programa de estágio de pesquisa no exterior (processo FAPESP nº 2021/14676-2). O projeto intitulado “*Towards a Critical Reading and Translation of Raymond Williams' Communications*” e desenvolvido entre 28 de Fevereiro e 28 de Agosto de 2022 permitiu-nos visitar o Richard Burton Archive na Swansea University e a British Library em Londres. A realização desse estágio foi essencial para o enriquecimento da pesquisa, permitindo-nos entrar em contato com uma série de materiais pouco trabalhados em solo nacional e responder questões levantadas durante o desenvolvimento do trabalho.

²Faço essa afirmação apoiada no trabalho intitulado *Linhagens interpretativas e cesuras epistemológicas no pensamento social brasileiro sobre Raymond Williams de autoria de Alexandro Paixão*, que explora as leituras canônicas de Williams no Brasil, e na dissertação de mestrado, recém-concluída e intitulada “*Sobre Raymond Williams e a Perspectiva de Natureza: A Circulação Transatlântica de o Campo e a Cidade no Brasil (1989 – 2019)*”, da autoria de Hiago Vaccaro Malandrin, em que o pesquisador faz uma ampla pesquisa a respeito da presença dos livros de Williams nos acervos universitários nacionais.

uma “práxis histórica”³, entendemos que uma língua e um texto não são apenas uma rede de sintaxe e semântica, e sim a expressão de uma cultura. Desta forma, compreendemos que a tradução não é uma operação que se dará sobre sentenças, frases, orações, pensadas unicamente segundo seu aspecto gramatical, mas sobre textos, que por sua vez serão entendidos como fenômenos da cultura. Por fim, ao transpor o texto de uma língua para outra, o tradutor, na verdade transpõe uma cultura para outra, “num jogo recíproco do próprio e do estrangeiro”⁴

Burke, nesse mesmo sentido em seu texto *Lost (and Found) in Translation: A Cultural History of Translators and Translating in Early Modern Europe*, anunciava que a tradução era um “processo de descontextualização e recontextualização, uma tentativa de apropriar-se de algo estrangeiro e então adaptá-lo a sua própria cultura”⁵. Se entendemos que traduzir é “apropriar-se de algo estrangeiro”, entendemos que ela acontece em um espaço limítrofe pois, se algo for totalmente alheio, não é traduzível e se for totalmente familiar então não há o que traduzir. Esse movimento de “apropriar-se” de algo alheio e familiarizá-lo é a tarefa do tradutor.

O tradutor está sempre no limiar entre si mesmo e o outro, o familiar e o alheio, pois “ele compreende uma distância sem afastamento, uma separação sem ruptura.”⁶ A tradução é um processo de “colocar-se à margem em relação à sua própria língua e à sua própria cultura para acolher as do outro texto, tanto quanto fabricar uma margem diante deste para que ele não imponha sua dominação total.”⁷ Se compreendemos a linguagem da forma como exposta acima, esse ato de se apropriar, de acolher e fabricar o texto, é também um ato de compreensão e escrita da cultura e da história do outro. É nesse sentido que Nouss afirma que: “Por conseguinte, tanto a língua quanto a história precisam ser traduzidas para que sejam partilhadas e transmitidas”⁸.

É nesse jogo entre a ausências e presença, do outro e do eu, de distancias e proximidades, que iremos propor que a tradução é um ato historiográfico em sua tentativa de remontar e dar sentido a uma cultura estrangeira. Tal perspectiva nos remete ao paradigma indiciário de Carlo Ginzburg. O autor compara a dimensão da escrita da memória com o trabalho do caçador:

Gerações e gerações de caçadores enriqueceram e transmitiram esse patrimônio cognoscitivo. Na falta de uma documentação verbal para se pôr ao lado das pinturas rupestres e dos artefatos, podemos recorrer às narrativas de fábulas, que do saber

³Helena Franco Martins. Tradução e perspectivismo. Revista Letras, Curitiba, n. 85, p. 135-149, jan./jun. 2012. Editora UFPR. p.145

⁴Antoine Berman. Translação à Tradução. Scientia Traductionis, n.9, 2011. P. 89

⁵Peter Burke. Lost (and Found). In: “Translation: A Cultural History of Translators and Translating in Early Modern Europe”. European Review, Vol. 15, No. 1, 83–94, 2007. p.84

⁶Alexis Nouss. A tradução: no limiar. Rio de Janeiro: ALEA, vol. 14/1, jan-jun 2012. P. 26

⁷Alexis Nouss. A tradução: no limiar. Op. cit. p. 26

⁸Alexis Nouss. A tradução: no limiar. Op. cit. p. 33

daqueles remotos caçadores transmitem-nos às vezes um eco, mesmo que tardio e deformado⁹.

É partindo dos rastros, de uma experiência que já não existe mais em sua condição concreta, que o observador deve tentar montar uma série coerente de eventos que, em um primeiro momento, não são perceptíveis. O observador procura a singularidade de cada material ao colocá-lo numa ordenação narrativa e, em sua escrita, busca lhe dar um sentido único e particular. É na dimensão da experiência não imediata que entra a escrita da história. Esta ocupa-se de tentar dar um corpo, uma formulação verbal precisa a ela, dar um sentido e uma interpretação aos “resíduos”¹⁰, “aos dados marginais.”¹¹ Porque, retomando a metáfora do caçador, ele seria “o único capaz de ler, nas pistas mudas (se não imperceptíveis) deixadas pela presa, uma série coerente de eventos.”¹²

Aqui, as atividades tradutórias e historiográficas se cruzam. Se partirmos da premissa de Ginzburg de que escrever a história é o trabalho de “partir de dados aparentemente negligenciáveis, remontar uma realidade complexa não experimentável diretamente”¹³, entendemos que a história se produz na sua própria escrita. Os dados são montados ativamente pelo observador de modo a “dar lugar a uma sequência narrativa”¹⁴. Nesse sentido, o trabalho do historiador e do tradutor se cruzam, pois na mesma medida que o historiador dá sentido à história, “o original é produzido pela tradução”¹⁵.

Desse modo, pensando em nossa tradução, o que pretendemos fazer é dar sentido ao *Communications* e às forças e disputas que se expressam no texto. Assim, o primeiro passo da nossa empreitada será mapear os debates que formam o contexto histórico em que o livro se insere. Contando com três edições: a primeira em 1962, a segunda em 1966 e a última em 1975, *Communications* passou por diversas modificações, revisitações, alterações, acréscimos e exclusões, em diferentes momentos históricos. Nesse sentido, o livro será visto como uma importante fonte para análise, pois não só é um registro dos conflitos e crises do mundo britânico, mas também da forma como esses conflitos vão sendo elaborados por Williams. Deste modo, a contribuição é tanto em termos de entender as movimentações sociais que acontecem entre os anos 1960 e 1970 na Inglaterra, mas também, em termos de entender como

⁹Carlo Ginzburg. *Sinais: raízes de um paradigma indiciário*. In: *Mitos, emblemas, sinais: morfologia e história*. Trad. F. Carotti. São Paulo: Companhia das Letras, 1989. p.151

¹⁰Carlo Ginzburg. *Sinais: raízes de um paradigma indiciário*, *op. cit.*, p.149

¹¹Carlo Ginzburg. *Sinais: raízes de um paradigma indiciário*. *op. cit.*, p.149

¹²Carlo Ginzburg. *Sinais: raízes de um paradigma indiciário*, *op. cit.*, p.152

¹³Carlo Ginzburg. *Sinais: raízes de um paradigma indiciário* *op. cit.*, p.152

¹⁴Carlo Ginzburg. *Sinais: raízes de um paradigma indiciário* *op. cit.*, p.152

¹⁵Alexis Nouss. *A tradução: no limiar*. *Op. cit.* p. 30

essas movimentações se manifestam no pensamento williamsiano.

Para fazer isso, somamos ao nosso trabalho inicial os desenvolvimentos produzidos ao longo de nossa pesquisa de estágio no exterior. Os materiais encontrados podem ser divididos em duas categorias principais: 1) textos escritos e publicados por Raymond Williams durante as décadas de 1950 a 1970 e 2) livros e artigos escritos por diferentes autores sobre esse mesmo período.

Para analisar essa série de textos e abordar esse material, usaremos o método de *distant reading* desenvolvido por Franco Moretti. Como argumenta Moretti o *distant reading* é uma espécie de “leitura instantânea: onde a distância, repito, é uma condição do conhecimento: permite focalizar unidades muito menores ou muito maiores que o texto: dispositivos, temas, tropos-ou gêneros e sistemas”¹⁶. No nosso caso, optamos por agrupar os textos por temas e/ou combinação de temas, pois “esse tipo de visualização ajuda a ver uma tendência histórica”¹⁷. A leitura à distância é uma tentativa de dar sentido histórico e literário a textos geralmente negligenciados dentro do cânone ou, para usar as palavras do escritor, textos que se perderam no “matadouro da literatura”. Assim como Moretti, estamos tentando abordar um grande número de textos escritos entre o final dos anos 1950 e o final dos anos 1970, geralmente negligenciados pelos críticos de Williams. Não vamos vê-los como casos isolados, mas, pelo método da leitura à distância, como partes de uma constelação maior que deve ser estudada se pretendemos compreender as mudanças e continuidades entre os períodos.

Decidimos organizar os materiais por tema e conseguimos identificar quatro grandes temas nas obras de Williams: 1) Crítica Literária, 2) Educação, 3) Comunicação e 4) Política. Sob o rótulo de Crítica Literária, agrupamos textos em que a principal discussão eram textos literários ou de autores - como *Ibsen's Non-Theatrical Plays* (1949) e *Literature and rural Society* (1967) - e textos dedicados à obra de figuras-chave do campo da crítica - como *Our Debt to Dr. Leavis* (1959). Em Educação, métodos educativos, como *Text and Context* (1953), ou no campo educacional, como *The hardening of an infant's arteries* (1973). Sob o rótulo de Comunicação, agrupamos textos em que o assunto principal eram as instituições e formas comunicativas como televisão, rádio, imprensa e publicidade ou textos dedicados a pensar a comunicação como campo de estudo como *Communications as Cultural Science* (1974). Em

¹⁶Franco Moretti, *Leitura distante*. Londres: Verso, 2013. p. 49.

¹⁷Franco Moretti, *Leitura distante*. Londres: Verso, 2013. p 81

Política, textos sobre grandes eventos políticos - *'The British Elections'* (1964) - ou problemas teóricos sobre o socialismo e o marxismo - *'Socialism's Crisis of Theory'* (1968).

Como qualquer leitor identificaria rapidamente, uma parte significativa do material combina dois ou mais temas. Mas há também textos em que realmente não conseguiríamos identificar um único tema principal. Podemos tomar o texto *'Opening Teaching'* (1971) como exemplo. O artigo discute um programa educativo destinado à televisão, levando em consideração a forma televisiva. Ao nos depararmos com materiais como este, contabilizamos o texto nas duas categorias. Como ficará claro posteriormente, esse procedimento permitiu-nos vislumbrar um padrão ainda mais evidente. Conseguimos identificar os seguintes padrões:

1) Pelo menos 1/3 do total artigos se enquadram na categoria Política. Pelo menos 2/5 dos artigos nessa categoria foram publicados na década de 1970 e 3/5 após 1965.

2) Pelo menos metade dos artigos escritos por Williams durante as décadas de 1950 e 1970 eram sobre comunicação. Pelo menos metade dos artigos foram publicados na década de 70 e pelo menos 3/5 deles foram publicados após 1965.

3) Educação e crítica compartilham, juntas, o último 1/5 das publicações. Embora metade dos artigos sobre educação tenham sido publicados após 1965, os textos que têm a educação como tema principal quase desapareceram após 1975. No caso da crítica, o número é ainda mais dramático. Apenas um número muito pequeno de artigos cujo tema principal é a crítica literária foi publicado após 1965, com a maior parte do trabalho concentrado entre 1950 e 1960.

Levando em conta os diferentes momentos de nosso processo interpretativo – um voltado para uma análise mais geral, tentando contemplar um grande número de artigos, e um mais detida em torno das questões tradutórias – trataremos o livro não só como um conjunto de revisões teóricas, mas como uma forma de participação e de resposta às relações e crises sociais de seu próprio tempo.

Apresentaremos, então, dois capítulos organizados esquematicamente da seguinte forma: o primeiro é uma análise histórica da forma como os debates a respeito de comunicação, educação, política e crítica se organizavam. Para fazer isso dividimos os artigos de Williams por temas e períodos em intervalos de *aproximadamente* cinco anos (1950-1955, 1955-1960, 1960-1965, 1965-1970, 1970-1975 e 1975-1980) e cruzamos essa informação com análises historiográficas. O que tentamos mostrar é que as energias sociais e sentimentos associados a esses debates vão mudando e se reestruturando entre as décadas de 1950 e 1970. Nosso interesse

não é debater separadamente cada um desses temas em profundidade, mas sim compreender o padrão geral, compreender as engrenagens da história em movimento. Para fazer isso, analisamos a sequência supracitada de artigos de Williams publicados em diferentes jornais entre os anos 1950 e 1970 e cruzamos esses artigos com livros historiográficos de diversos autores. Podemos esquematicamente dividir os nossos achados em três momentos:

1) Podemos pensar em um primeiro período que vai de 1950 até 1960. Nesse período, houve um fortalecimento do partido dos trabalhadores, uma expansão de novas formas de comunicação de massa e do sistema educacional. O debate educacional era marcado por uma série de reações negativas à expansão cultural e comunicativa. Essa expansão cultural era percebida como intimamente associada à expansão da educação e dos sistemas de comunicação que permitiam “às massas” – identificadas com os trabalhadores – participarem da produção cultural. Para frear essa expansão da “cultura de massas” que ameaçava os padrões culturais, era preciso restringir o acesso à educação a uma minoria culta. Escrito em 1962, *Communications* era uma resposta a esse modo de pensar. O livro estabelecia um novo posicionamento em relação aos estudos da comunicação, afastando-se da postura tradicional que mantinha uma posição de oposição à comunicação de massa. Ao mesmo tempo, o livro era uma tentativa de estudar as instituições desse sistema de comunicação a fim de compreender como estava organizada essa expansão cultural e questionar se, de fato, fazia sentido identificar a “cultura de massas” com a cultura do homem comum. Deste modo, representou também, juntamente com *Culture and Society* (1958) e *The Long Revolution* (1961), uma nova forma de pensar a cultura: se cultura é a construção dos significados e sentidos sociais, ela não pode estar restrita a formação de uma minoria educada, mas como um modo de vida integral, como parte da vida comum. Nesse sentido, a educação não pode ser restrita e nem secundária, já que é através do processo educativo que nos tornamos capazes de participar da construção dos sentidos comuns e dos processos de decisão democráticos. Em outras palavras, era a construção de uma democracia participativa e educada que estava no centro de seu programa político, e a criação de uma cultura comum, no centro de suas preposições culturais. O livro foi, então, uma tentativa de elaborar e dar uma resposta a esses complexos debates e às disputas sociais que começaram a adentrar o espaço educativo na Grã-Bretanha durante os anos 60.

2) De 1960 até 1970, a situação, e, portanto, os debates, eram um pouco diferentes. Se, por um lado, crescia o campo de estudos da comunicação e a preocupação com a formação de uma “cultura de massas” promovida pelo sistema de comunicação que se organizava em torno de marketing e publicidade, crescia, também, a sensação de esvaziamento do campo político.

A edição de 1966 foi marcada pelo avanço deste novo campo de estudos, mas também pelo sentimento de que era necessário encontrar uma forma, fora das forças políticas tradicionais, de realizar mudanças práticas na organização do campo cultural. Isso é visível nos apêndices adicionados nesta edição: Apêndice A. Métodos de Educação pela TV e Apêndice B: Uma política para as artes. O primeiro pode ser pensado como parte da expansão do campo dos estudos da comunicação. Em essência, o apêndice A é uma investigação sobre usos educativos da televisão e, em seu aspecto mais propositivo, uma tentativa de organizar um programa educativo para ser exibido pelo *TV: University of the Air*, que funcionaria como um quarto canal (uma adição aos três canais já existentes da B.B.C). O Apêndice B aponta a importância de lutar por uma desvinculação do sistema de comunicação de sua forma monopolista e de sua estruturação ao redor do marketing. No entanto de forma geral é evidente o tom de afastamento em relação ao governo trabalhista.

3) A edição de 1975, surge como uma tentativa de lidar com o avanço da crise da comunicação e com o desmonte do sistema educacional. Quando à reedição de 1975 é publicada, a Grã-Bretanha vivia um período de instabilidade política e econômica. Era um momento marcado pelo sentimento de fracasso tanto relação ao bem-estar social conquistado nas décadas anteriores quanto no campo educacional. A década de 1970, então, não é marcada pela continuidade de um projeto de democracia participativa e educada, mas pelo desmantelamento gradual do cenário anterior.

Esses movimentos indicam que o significado do livro havia mudado com o passar do tempo. Isso não quer dizer que estamos sugerindo uma divisão completa entre os três períodos. Ao contrário, há um claro sentido de continuidade entre eles, principalmente no que se refere à crise de comunicação. No entanto, também não poderíamos ignorar que as mudanças foram significativas o suficiente para gerar a necessidade de respostas diferentes. A pergunta que fica é como o texto responde a essas mudanças?

Para responder essa pergunta, em nosso segundo capítulo, abordaremos a questão tradutória a partir da leitura comparada entre as três edições do livro (1962, 1966 e 1975). Ao longo de nosso trabalho identificamos e tentamos explicar algumas mudanças vocabulares entre as edições de 1960 e a de 1970. Entendendo os significados e o vocabulário não apenas em seu sentido abstrato, mas como um condensado de experiências centrais, considerando que as formas linguísticas assumem “não apenas uma forma intelectual, mas histórica”¹⁸. É pautado

¹⁸Raymond Williams. Palavras-chave: um vocabulário de cultura e sociedade. São Paulo: Boitempo, 2007 p.30

nessas considerações que os capítulos que aqui apresentamos são dedicados não só a apontar mudanças entre os textos, mas tentar entender essas mudanças como fruto de movimentos históricos, de mudanças sentimentais, de conflitos e de determinadas formas de pensar.

Portanto, o segundo capítulo desse texto se movimenta em torno de uma alteração feita por Williams entre as edições dos anos 1960 e a edição dos anos 1970 em seu capítulo dedicado a apresentar e desenvolver métodos de ensino. O trabalho se deu em função de uma alteração na seção que na edição de *Communications* de 1962 e 1966 se chamava “ensino de crítica”, que passa a se chamar “ensino de discussão” no texto de 1975. Em primeiro lugar, é importante frisar que a natureza de uma substituição como essa é em si complexa e exige um duplo movimento pois, por um lado as palavras, se são substituíveis, é porque guardam algum grau de identidade e semelhança; por outro lado, guardam também algum grau de diferença pois, se houvesse um reconhecimento de que expressam exatamente a mesma coisa, não haveria motivos para a substituição.

Em segundo lugar, um fator curioso dessa alteração é que o referido “método de discussão” não é uma proposta nova dos anos 1970, pelo contrário, ele havia sido desenvolvido e cunhado 20 anos antes em um contexto bem diferente em um texto intitulado “Abandonando a Palestra”. Dentro desse contexto dos anos 1950, quando Williams desenvolve o “método da discussão” ele ainda estava alinhado com uma tradição de pensamento que se apoiava na crítica literária, em especial, na crítica literária feita aos moldes de Frank Leavis. No entanto, em finais dos anos 1950, tomando como marco a publicação de *Cultura e Sociedade* em 1958, Williams rompe com esse modelo de crítica e dá início ao seu trabalho de análise cultural, posteriormente chamado de Estudos Culturais. A pergunta que orienta o texto então é: se estamos diante de um processo de rompimento de Williams com essa determinada forma de pensar, por que encontramos em textos de 1962 e 1966 um termo que parece a princípio estar tão diretamente associado a ela?

Deste modo, a forma que encontramos para responder essa pergunta foi remontar o caminho pelo qual o termo “crítica” e os sentidos, as energias e o valores associados a ele chegam até o *Communications* em três partes: 1) essa primeira parte é centrada em explicar o sentido que o próprio Leavis dava ao termo e ao projeto pedagógico que se desenvolve ao redor dele, marcadamente centrado na universidade e nas disputas internas desta; 2) A segunda parte se dedica a explicar como e em que termos o debate educacional de Leavis é estendido para um campo educacional mais amplo durante os anos 1940 e 1950; 3) A terceira e última parte é

dedicada a explicar as permanências e as rupturas dessa forma de pensar dentro do debate educacional e como o *Communications* elabora esse debate.

O que tentamos mostrar em nosso trabalho é que a relação da crítica com o campo da comunicação e da cultura não é um debate que se finda em uma discussão conceitual ou sobre métodos de ensino, mas que o que estava em jogo era o papel social da educação e relação desta com a cultura. Deste modo, o resultado que tiramos dessa análise é que essa alteração na verdade não corresponde unicamente a proposições e mudanças teóricas, mas sim a mudanças nas formas de pensar e discutir as crises. Assim, as edições funcionaram como pontos de gravidade que atraíram e organizaram a mesma constelação de problemas mas dando significados diferentes em momentos históricos totalmente distintos. Em todas as 3 edições, o foco principal foi a íntima relação entre cultura, educação, política e comunicação. Williams entendia que era no campo da comunicação que tudo isso se organizava, pois os sistemas e instituições de comunicação eram centrais para reforçar os significados conhecidos, bem como criar novos modos de sentir, pensar e, em última instância, modos de viver. Em outras palavras, se as crises em ambos os períodos ocorreram dentro do sistema comunicativo e em sua relação com a cultura, educação e política, o que apontava para uma continuidade da crise, as mudanças ocorridas nos cenários educacional, político e cultural exigiam respostas diferentes.

Dito isso, seguem os capítulos.

CAPÍTULO I - ANÁLISE DAS TENDÊNCIAS

Na Introdução, apresentamos rapidamente as tendências e agora iremos dar uma olhada mais de perto em como elas se estruturavam. Vamos começar com a primeira tendência. Um grande aumento na quantidade de publicação de artigos sobre política ocorreu de 1965 até o final da década de 1970. Isso pode ser explicado pela ascensão do Partido Trabalhista em meados dos anos 1960 (o partido venceu quatro das cinco eleições que ocorreram no período) e pela crise política causada pela atuação do partido naqueles anos. Se, em 1964, Wilson foi “levado ao poder (...) na esperança de milhões, encerrando um longo período de governo conservador, e prometendo uma mudança na forma de um novo socialismo”¹⁹, no final dos anos 1960 já estava em curso uma grande mudança na opinião pública: “mudou a natureza da imprensa popular; sua mudança de apoiar o Partido Trabalhista para apoiar os conservadores”²⁰. E, finalmente, na década de 1970, a crise da representação política se instalou plenamente,

A queixa não era que os conservadores tivessem adotado uma posição de extrema direita, mas precisamente o oposto, que havia tão pouco a escolher entre os partidos. O Partido Liberal divulgou um cartaz de campanha que mostrava Wilson e Heath como gêmeos idênticos, perguntando 'Qual gêmeo é o Tory?', os dois rostos dos homens como um par de nádegas, e o slogan 'Por que votar? É uma cruz dupla! Os delegados do congresso pós-derrota do Partido Trabalhista no final de setembro retornaram repetidamente ao mesmo tema: 'Quando as pessoas dizem que não podem distinguir entre nós e os conservadores, é uma acusação terrível, e é vital que eles não tenham dúvidas da próxima vez', disse um. "Se quisermos obter os votos de volta, devemos estabelecer um senso de propósito socialista claramente definido e garantir que as fronteiras entre os dois partidos não sejam mais nebulosas", acrescentou outro. Dessa confusão nasceram os movimentos à esquerda do Partido Trabalhista e à direita dos conservadores²¹

O mesmo movimento descrito por Turner pode ser visto nos escritos de Williams no mesmo período. Se tomarmos os artigos publicados no *The Nation*, fica muito claro. Em *The British Elections*, publicado em setembro de 1964, Williams estava focado na eleição. Ele viu a eleição como um teste para o Partido Trabalhista, um momento decisivo em que o partido teria que decidir “de que lado”²² estaria. E, enquanto Williams argumentava que a eleição representaria um novo equilíbrio de poder, sua principal preocupação era como o partido lidaria com os sindicatos.

Em julho de 1966, Williams publicou *Wilson's Emergency*, um artigo criticando o partido por tentar controlar os sindicatos e enquadrá-los como sendo contra os “interesses

¹⁹Alwyn W. Turner, *Crisis? What Crisis? Britain in the 1970s*. London: Aurum Press, 2013. p. 19.

²⁰Alwyn W. Turner, *Crisis? What Crisis? Britain in the 1970s*. London: Aurum Press, 2013. p. 11

²¹Alwyn W. Turner, *Crisis? What Crisis? Britain in the 1970s*. London: Aurum Press, 2013. pp. 20-21

²²Raymond Williams, *British Elections*. *The Nation*, 28 Sep, 1964.

nacionais”. Os ataques aos sindicatos se tornariam um tema importante nos artigos de Williams. Foi o tema central de *'Socialism's Crisis of Theory'* publicado em fevereiro de 1968, *'Downhill to Dutschke'* publicado em fevereiro de 1971, *'Reality behind the appearance'* publicado em janeiro de 1974, e *'Muddling through to hope'* publicado em Março de 1974. Ele viu esses ataques como um sintoma de um partido dividido “entre seus conceitos de propriedade pública democrática e os conceitos dominantes do capitalismo monopolista”²³.

À medida que o Partido Trabalhista foi se distanciando de suas bases e dos grupos que o elegeram em 1964 e passou a priorizar “o investimento de capital no exterior e a manutenção da libra esterlina como moeda de troca internacional”²⁴, aliando-se aos “mais poderosos grupos”²⁵, a crise política e representativa cresceu. Como Williams argumentou: “o que aconteceu com o Partido Trabalhista no poder deixou um vácuo político e a luta é confusa”. À medida que as esperanças de “um novo socialismo” tendo o governo trabalhista como porta-voz desvaneciam, Williams escreveu um novo conjunto de artigos políticos: *'Britain Needs a new left'*, publicado em junho de 1975, *'Notes on Marxism in Britain since 1945'*, publicado em dezembro de 1976 e *'New Politics for the '80s'*, publicado em agosto de 1979. O tema principal desses artigos era a reconstrução da esquerda em novas formas.

Vamos dar uma olhada no padrão formado por esse conjunto de textos. De 1965 até 1975 aproximadamente, fomos presenteados com publicações sobre a crise política, e de 1975 até o final da década, publicações sobre a necessidade de organizar novas alternativas de esquerda no espectro político. Se cruzarmos esse movimento – dos artigos monotemáticos sobre política – com o movimento dos artigos mistos sobre política e comunicação, outro processo histórico se torna mais visível.

Do final da década de 1950 até, aproximadamente, 1965, os artigos de Williams sobre política eram principalmente de temática mista (política-comunicação), como pode ser observado pela seguinte lista de publicações: *'The Culture of Politics'*, publicada em março de 1959, *'The New British Left'*, publicado em 1960, *'Labour's Cultural Policy'* publicado em 1964, *'Just what is Labour's policy for radio?'*, publicado em fevereiro de 1966, *'What happens after the 'pirates' walk the plank?'*, publicado em outubro de 1966 e *'Letter from Britain'*, publicado em setembro de 1966.

²³Raymond Williams, *Reality behind the appearance*. The Nation, 19 Jan, 1974.

²⁴Raymond Williams, *Letter from Britain*. The Nation, 5 Sep, 1966.

²⁵Raymond Williams, *Letter from Britain*. The Nation, 5 Sep, 1966.

A principal preocupação desse conjunto de textos era como a monopolização dos veículos de comunicação por uma minoria econômica iria transformar radicalmente o modo de vida e a própria política. Williams argumentou que a privatização e a monopolização levariam a uma reorganização do campo comunicacional em torno da publicidade. A principal preocupação era que o sistema de publicidade afetasse, absorvesse ou controlasse outras formas de comunicação. Quando *'Letter from Britain'* foi publicado, já em um estágio mais avançado desse processo em que a publicidade como forma discursiva encapsulava outras formas de comunicação, Williams temia que o resultado desse processo fosse

Confinamento do processo democrático em algo como esporte comercial ou entretenimento, com estrelas e times rivais, e intermináveis campanhas publicitárias nebulosas. Aliás, é por isso que nossa *New Left* estava certa, nos anos 50, ao identificar a publicidade e a formação de opinião – todo o mundo das comunicações – como nossa questão social mais urgente. Agora, o que não pôde ser finalmente demonstrado pelo argumento está sendo demonstrado pelo colapso público.²⁶

Em outras palavras, Williams estava propondo que as transformações no campo da comunicação estavam no centro da crise política que se agravaria ao longo da década. Como os meios de comunicação de massa funcionavam como um “substituto das relações públicas com as massas”²⁷, as transformações comunicativas não podiam ser vistas como marginais em nenhum sentido. De fato, qualquer avanço em direção a mudanças políticas e sociais de um tipo socialista não seria possível sem antes lidar com a dinâmica de poder dos sistemas de comunicação. Essa proposição principal, segundo Williams, estava no centro do sentimento de unidade geracional formada por ele e outros representantes da *New Left*. O que está registrado nesses artigos são as lutas de uma geração. E de fato, essa luta encontra expressão na publicação de *Communications*. Segundo o próprio Williams, o livro aparece para ocupar esse espaço:

Aproveitei a oportunidade para combinar os objetivos de escrever um livro didático usando métodos de análise que eu havia desenvolvido para as aulas de educação para adultos, mas também um trabalho programático para mudanças institucionais, projeto para servir ao movimento político mais geral da esquerda. Naquela ocasião, não havia, em geral políticas do partido na área das comunicações.²⁸

O *Communications* aparece como uma tentativa de ocupar um espaço vazio nos movimentos políticos de esquerda. Mas tinha também um cunho claramente educativo. É

²⁶Raymond Williams, Letter from Britain. The Nation, 5 Sep, 1966.

²⁷Raymond Williams, Letter from Britain. The Nation, 5 Sep, 1966.

²⁸Raymond Williams. A Política e as Letras. São Paulo: Editora Unesp, 2013. p. 376

importante frisar isso pois *Communications* era uma resposta direta aos modos de pensar a relação entre educação, comunicação e cultura. É disso que trataremos a seguir.

Continuando a analisar o padrão formado pelas outras duas tendências, anteriormente, vimos que não apenas as publicações com temas de comunicação eram uma parte importante do trabalho de Williams (pelo menos metade dos artigos), mas o número de publicações com esse tema aumentou aproximadamente a partir de 1965. Passando para os artigos com temática educacional, temos dois movimentos: um forte número de artigos publicados após 1965, e o desaparecimento do tema após 1975. No caso da crítica, vimos que a maior parte dos trabalhos se concentrou no início dos anos 1960 e final dos anos 1950. Além disso, examinando a distribuição cronológica das publicações de temática mista (comunicação-educação), o que se evidencia é uma concentração de artigos entre 1970 e 1975. Esses padrões ficam mais claros quando analisamos a história da comunicação e sua relação com a educação e a crítica.

Durante os anos 1960, “graças a uma combinação de avanço tecnológico, técnicas de produção aprimoradas e liberação de crédito ao consumidor”²⁹, muitos bens, que eram restritos a minorias, tornaram-se disponíveis para a população em geral, aumentando a sensação de afluência. As pessoas estavam tendo mais acesso a bens duráveis, como geladeiras e carros, mas também televisão e rádio. Isso representou uma grande mudança no campo da comunicação e da cultura. De acordo com Mark Donnelly:

A Grã-Bretanha dos anos sessenta era obcecada pela juventude e pelos ícones da cultura jovem, mas categorizava continuamente a "questão da juventude" como um problema social que ameaçava os modos de comportamento e as normas morais estabelecidas. Os aumentos sem precedentes nos padrões de vida e conveniências de consumo que acompanharam a década coincidiram tanto com o 'redescobrimto da pobreza' em seus anos intermediários quanto com o antimaterialismo da contracultura em seu fim.³⁰

Revistas, jornais, moda, filmes, programas de televisão e programas de rádio responderam ao crescente mercado jovem criando novos produtos e conteúdos associados a fortes campanhas de marketing. Os temas recorrentes eram “Sexo, classe, cultura jovem e afluência da classe trabalhadora”³¹ e, devido às mudanças econômicas e à sensação de que “os principais beneficiários desse clima favorável para a juventude eram a classe trabalhadora”³², não demorou muito para que os novos produtos culturais fossem associados à cultura da classe

²⁹Mark Donnelly, *Sixties Britain, Culture, Society and Politics*. UK: Pearson Education Limited 2005. p.47

³⁰Mark Donnelly, *Sixties Britain, Culture, Society and Politics*. UK: Pearson Education Limited 2005. p.20

³¹Mark Donnelly, *Sixties Britain, Culture, Society and Politics*. UK: Pearson Education Limited 2005. p.102

³²Mark Donnelly, *Sixties Britain, Culture, Society and Politics*. UK: Pearson Education Limited 2005. p.52

trabalhadora, do povo, ou “[d]as massas”³³. À medida que “delinquência e juventude se tornaram, cada vez mais, sinônimos para os jornalistas”³⁴, a reação contra a nova cultura emergente cresceu, assim como os ataques às “massas” que estavam “corrompendo” a cultura.

Houve uma grande reação no campo conservador e desse ponto de vista, os “anos sessenta [foram] apresentados como 'o fim da civilização como a conhecíamos’”³⁵. Havia uma grande preocupação com os valores morais e o declínio dos padrões culturais. Mas a ansiedade com a nova cultura propagada pelos novos meios de comunicação não se restringiu a um campo conservador; também se fez sentir no campo educacional. Como Donnelly aponta:

as atitudes em relação à nova era de afluência eram mais ambíguas. No início dos anos sessenta, comentaristas e intelectuais expressavam suas ansiedades sobre o estado da nação. O que há de errado com a Grã-Bretanha? era o título subliminar de uma série de livros da Penguin que explorou este tema.³⁶

Foi no campo da educação, marcado pela presença da Crítica Literária como sua atividade central, que se deu a luta contra o declínio dos padrões culturais. Nessa conjunção de ideias formou-se um sentimento ambivalente em relação à comunicação: por um lado, a literatura, as artes, a experiência humana em forma criativa comunicável; de outro, a comunicação de massa, a expansão da imprensa e do público, materiais de baixa qualidade e rebaixamento dos padrões culturais. A “crítica” neste cenário torna-se uma atividade essencial para distinguir o que deve ser protegido do que deve ser descartado.

Um evento que marca histórico dessa batalha foi o congresso especial sobre *‘Popular Culture and Personal Responsibility’* realizada pelo *The National Union of Teachers*, alarmado com o fenômeno da comunicação de massa, no início dos anos 1960. No segundo capítulo, faremos uma análise mais detalhada desse congresso, no entanto, agora, cabem ser ditas algumas coisas. O Congresso foi marcado principalmente por um sentimento de ansiedade em relação aos novos meios de comunicação. O principal medo era que, se as portas estivessem

³³Interessa-nos ver como a revolução cultural foi percebida, especialmente no campo educacional. Mas vale lembrar que essa associação da cultura operária com as publicações de revistas, filmes, séries de televisão e todos os demais materiais distribuídos pelos meios de comunicação é muito discutível. Como Trevor Harris e Monia O'Brien Castro apontaram: “os jornais podiam falar o quanto quisessem sobre sexo, drogas e rock and roll, mas para milhões de pessoas comuns, os verdadeiros prazeres da época eram muito diferentes. A Grã-Bretanha [...] era "a maior nação da Europa para trabalhadores manuais e ceramistas", seu povo dedicado a "cortar grama e pintar paredes, mimar animais de estimação, ouvir música, tricotar e assistir televisão". Se uma coisa simbolizava a vida contemporânea na Grã-Bretanha [...] não era a boate, a boutique ou mesmo o toca-discos. Era o galpão de vasos”. Trevor Harris and Monia O'Brien Castro, *Preserving the Sixties Britain and the 'Decade of Protest'*. New York: Palgrave Macmillan, 2014.p.14.

³⁴Mark Donnelly, *Sixties Britain, Culture, Society and Politics*. UK: Pearson Education Limited 2005. p.52

³⁵Mark Donnelly, *Sixties Britain, Culture, Society and Politics*. UK: Pearson Education Limited 2005. p.22

³⁶Mark Donnelly, *Sixties Britain, Culture, Society and Politics*. UK: Pearson Education Limited 2005. p.65

abertas, a educação ficasse manchada, levando a uma degradação dos padrões. De acordo com Williams:

Muitos temem que, se a educação a tocar [na comunicação de massas], a mancha será indelével. É um medo bonito; mas se a educação de adultos não consegue lidar e acessar uma instituição que semanalmente atende ao lazer de vinte e cinco milhões de adultos britânicos, e que lida, bem ou mal, mas pelo menos com grande poder emotivo, com os valores humanos e da sociedade, então a educação de adultos merece desvanecer [...] Não há oposição necessária entre a educação e o uso de novas mídias como a radiodifusão e a televisão. Todos vivemos em diferentes níveis de comunidade, e uma cultura saudável precisa de uma escala e variedade correspondentes de instituições.³⁷

Esse modo dos novos meios de comunicação, se estendeu, por associação, a um medo da cultura popular, e da cultura popular para os seus produtores: “as massas” identificadas com a classe trabalhadora. Como as novas mídias foram associadas, no imaginário dos anos sessenta, à cultura popular e operária, uma extensão foi feita e a própria cultura popular tornou-se objeto de desconfiança. Duas das três grandes obras concebidas durante o congresso - *The Popular Arts* (1964), escrita por Stuart Hall e Paddy Whannel, e *Discrimination and Popular Culture*, escrita por Denys Thompson - mostraram grande preocupação com a cultura popular. Com maior ou menor ênfase, os dois livros faziam perguntas semelhantes: como e o quanto os meios de comunicação de massa contaminaram a cultura e como evitá-los? De fato, os próprios donos de jornais e revistas difundem essa perspectiva: “[Sr. Cecil King, chefe do grupo *Mirror*, disse] você tem que dar ao público o que ele quer”³⁸. Qualquer um “que tenha alguma ideia de quão indiferente, quão estúpido, quão desinteressado em educação de qualquer tipo”³⁹, deveria desconfiar desse público. Para essas pessoas, a baixa qualidade das obras refletia a baixa qualidade do público britânico, das massas e das pessoas comuns.

Williams reagiu a isso. Durante o congresso, em seu discurso intitulado “*The development of Communications in Modern Times*”, defendeu que “a associação entre a vinda, como tem sido chamada, da educação popular, e a introdução de obras de baixa qualidade”⁴⁰ levou as pessoas a acreditarem que a expansão e democratização da educação foi a raiz da crise. Se deveríamos culpar “o advento do mundo moderno... e a chegada da educação popular”⁴¹ pela crise, a solução óbvia seria confinar a educação às minorias.

³⁷John McLroy & Sallie Westwood. *Border country: some experiments in literary teaching*. LONDON: National Institute of Adult Continuing Education. 1993. pp. 186-220

³⁸Raymond Williams. *Communications*. Harmondsworth: Penguin, 1975.p. 91.

³⁹Raymond Williams. *Communications*. Harmondsworth: Penguin, 1975.p.91.

⁴⁰Raymond Williams, *The development of Communications in Modern Times*. 1960

⁴¹Raymond Williams, *The development of Communications in Modern Times*. 1960

A publicação de *Communications* em 1962 pode ser vista como parte de uma reação a esse movimento no campo educacional e no campo das comunicações. Williams questionou a percepção de que a participação de pessoas comuns nos processos de produção cultural era a raiz da crise. Ao contrário, segundo ele, a oposição entre educação e comunicação e a defesa de uma educação para uma minoria não só integrou como agravou a crise. Uma de suas passagens mais enfurecidas encapsulava isso:

Nos piores produtos culturais do nosso tempo, encontramos pouco que seja genuinamente popular, desenvolvido a partir da vida das comunidades reais. Em vez disso, encontramos uma cultura sintética, ou anti-cultura, que é estranha a quase todos, persistentemente hostil à arte e à atividade intelectual, que gasta muito do seu tempo deturpando e se entregando a explorar a indiferença, a falta de sentimento, a frustração, e ódio. Encontra interesses humanos comuns como o sexo e os transforma em caricaturas grosseiras ou fac-símiles brilhantes. Ele brinca repetidamente em torno do ódio e da agressão, que nunca descarrega, mas continuamente alimenta. Esta não é a cultura do 'homem comum'; é a cultura dos deserdados. Parece-me que aqueles que planejaram a deserdação, isolando artificialmente a grande tradição, carregam uma responsabilidade tão pesada por esses elementos destrutivos quanto seus verdadeiros provedores.⁴²

Williams defendeu que, na verdade, todo o sistema de comunicação inglês estava sendo moldado pelas necessidades do capitalismo monopolista, a despeito do aumento de leitores e espectadores por meio da expansão da educação. Justamente por isso, os produtos desse sistema não devem ser confundidos com a cultura das pessoas comuns. Era, ao contrário, um reflexo dos interesses dos grupos financeiros que controlavam os meios de comunicação e os transformavam, como argumentamos anteriormente, em meio de publicidade e consumo. A principal importância da publicação de *Communications*, em 1962, é o reconhecimento de que as principais transformações sociais do período - as políticas, as educacionais e as culturais - seriam travadas no campo comunicacional. Como Williams apontou:

Temos que reconhecer as contradições que temos seguido: entre democracia e propriedade limitada; entre a extensão genuína e o desejo de vender. A verdadeira história das comunicações, ao nos mostrar as contradições, nos mostra também a necessidade de escolher entre direções genuinamente alternativas para o futuro.

Communications fazia parte de um movimento que propunha uma nova atitude em relação à comunicação de massa, onde: “Ao invés da ambiguidade persistente sobre a moralidade [...] de usuários instruídos”⁴³, a tentativa era estabelecer um novo campo de

⁴²Raymond Williams. *Communications*. Harmondsworth: Penguin, 1975.p.102

⁴³Raymond Williams, 'Advertising and Society'. *New Left Review*, 1960

estudos da comunicação que se diferenciava da atitude defensiva característica do campo da crítica literária.

Ao longo das décadas de 1960 e 1970, como parte da grande expansão da educação, isso se tornou possível. Foi uma das conquistas educacionais que “em 1975 [o sistema educativo] havia superado todas as expectativas possíveis do pré-guerra – e tal conquista não refletiu [...] qualquer declínio geral nos padrões”⁴⁴. Foi uma época de novas esperanças no campo educacional⁴⁵. A concentração de artigos de temática mista por volta de 1970 a 1975 é um claro reflexo dessa atmosfera e expansão. Publicações como *'Opening Teaching'* publicado em maio de 1971, *'Raymond Williams thinks Well of the Open University'*, publicado em outubro de 1971, *'The hardening of an infant's arteries'*, publicado em dezembro de 1973 e *'Communications as Cultural Science'*, publicado em 1974, capturou essa mudança e nova atitude em relação aos sistemas de comunicação.

Como tentaremos argumentar, essa dissipação foi um sintoma da nova etapa do campo educacional. Se, a partir da década de 1950, houve uma expansão da educação, o que levou a uma reação de alguns grupos defensores da educação minoritária, a década de 1970 foi marcada por uma retração dos investimentos no campo educacional.

A partir de meados da década de 1970, o campo educacional passou a sofrer uma série de ataques de ambos os lados do espectro político. Em outubro de 1976, o primeiro-ministro James Callaghan fez um famoso discurso em Oxford, no qual insistiu que os novos métodos de ensino estavam deixando os pais desconfortáveis e que havia reclamações sobre os níveis de habilidades dos que abandonavam a escola. Em seu entendimento, a finalidade da educação era formar as crianças “para realizar bem um trabalho”⁴⁶. Esta foi precisamente a mesma agenda que foi “assumida pelos governos conservadores de Margaret Thatcher a partir de 1979”⁴⁷. Na imprensa, as ofensivas contra os gastos públicos em educação e contra os professores e suas organizações coletivas, como o sindicato dos professores (NUT), tornaram-se cada vez mais frequentes. O *Daily Mail* lançou ataques à *Inner London Education Authority (ILEA)*⁴⁸ e o *The Times Educational Supplement* publicou um artigo escrito por Sir Arnold Weinstock, diretor da *General Electric*, intitulado “Eu culpo os professores” em janeiro de 1976. Os pontos principais

⁴⁴Rodney Lowe, *The Welfare State in Britain since 1945*. London: Routledge, 1993. p 232.

⁴⁵Para saber mais sobre a expansão da educação e a abertura de novas escolas, consulte o capítulo “*From Board of Education to DfEE*” in: Richard Aldrich, *Lessons from History of Education*. London: Routledge, 2006.

⁴⁶Richard Aldrich, *Lessons from History of Education*. London: Routledge, 2006. p.67

⁴⁷Richard Aldrich, *Lessons from History of Education*. London: Routledge, 2006. p.68

⁴⁸Alwyn W. Turner, *Crisis? What Crisis? Britain in the 1970s*. London: Aurum Press, 2013.p.285

do artigo eram defender o fim da estabilidade empregatícia dos professores, reduzir os gastos do Estado com os salários e com a educação em geral, e subordinar a educação às demandas do mercado de trabalho e da indústria.

No capítulo final da edição de 1975 de *Communications*, Williams abordou esse novo cenário educacional. Se nos anos 1960 a defesa de uma cultura minoritária foi uma reação à expansão da educação, o que estava em curso no final dos anos 1970 foi a erosão do sistema educativo – encontrando seu ápice no governo de Margaret Thatcher - e, com ele, as esperanças cultivadas durante a década de 1960 para o campo educacional. Nos anos 1960 o modelo seletivo (dividido em *grammar schools*, *secondary moderns schools* e *technical schools*), até então vigente, estava sendo repensado a partir do projeto das *comprehensive schools* (cujo único critério de frequência seria a proximidade com a residência dos alunos). No entanto, a partir dos anos 1970, esse projeto passa a ser fortemente atacado pelos conservadores que atribuíam a recessão às “*comprehensive schools*, a educação primária progressiva e professores ruins...e tudo isso apesar da ausência de evidências de que os padrões haviam declinado e, até mesmo, da existência de evidências claras de que não havia nenhum declínio”⁴⁹. Nos anos 1960, a educação de adultos era um espaço propício para desenvolver estratégias pedagógicas de cunho humanístico⁵⁰. Já nos anos 1970, os conservadores deixaram sua intenção de reduzir o financiamento nacional para propostas de educação de adultos que não estivessem promovendo habilidades consideradas “úteis” para o campo profissional. No final dos anos 1970, o ensino superior e as universidades ganham o posto de maior setor público a sofrer cortes de gastos. Deste modo, em fim dos anos 1970 o que os conservadores encaminhavam era projeto cujo intuito foi tornar a educação mais seletiva e mais restrita, fortalecendo a educação privada e desestabilizando a educação pública e participativa. Esse fortalecimento dos conservadores no poder e essa “restrição consciente da educação”⁵¹ possibilitou que a “ameaça de retornar à situação social em que a posição de “cultura minoritária” [fosse] plausível”⁵². A defesa da educação minoritária, que nos anos 1950, em sentido contrário à expansão educacional, encontrava respaldo no projeto conservador de Leavis, ganha novo fôlego com a retomada, em 70, dos conservadores ao poder. Isso dá um tom muito trágico à frase acima mencionada de Williams - “Não vejo como a resposta educacional pode ser adequada”. A cultura e a educação

⁴⁹ Stephen J. Ball. *Education Policy and Social Class*. London: Routledge, 2006. p.28.

⁵⁰ Alexandro Henrique Paixão & Anderson Ricardo Trevisan. *Raymond Williams e Métodos de Ensino de Literatura e Cinema na Educação de Adultos* In: *Centelhas de Transformações* - Paulo Freire e Raymond Williams. Org. Alexandro H. Paixão; Débora Mazza; Nima I. Spigolon. SP: HN, 2021. p. 449.

⁵¹ Raymond Williams. *Communications*. Harmondsworth: Penguin, 1975.p.185

⁵² Raymond Williams. *Communications*. Harmondsworth: Penguin, 1975.p.185

minoritárias não eram mais reações a expansões, mas uma série de mudanças programáticas que reorganizaram o campo educacional.

Organizar o material encontrado nos arquivos dessa forma permite visualizar essa série de transformações históricas: a luta contra o efeito reativo em relação à expansão comunicativa e cultural, as tentativas de dar continuidade a essa expansão e construir um novo campo de estudos focado nos problemas de comunicação, o esforço para fortalecer as instituições democráticas, possibilitando a formação de uma cultura participativa, a preocupação com a formação de uma cultura sintética promovida pelo sistema de comunicação organizado em torno de uma estrutura de marketing e publicidade, a sensação de esvaziamento do campo político, o desejo de encontrar outras formas de organização no campo da esquerda e, finalmente, os ataques sistemáticos ao campo educacional. Se fosse possível falar na

continuidade essencial da crise da comunicação [...] análise da condição da imprensa, das tendências da radiodifusão e da edição e da subordinação de um processo geral de comunicação a um sistema cada vez mais poderoso de publicidade e relações públicas⁵³

É preciso reconhecer que os processos analisados representaram uma mudança radical na forma como a crise foi organizada, mas também nos lugares onde foi possível recorrer a sementes de vida, a recursos de esperança.

Se esse primeiro capítulo tenta demonstrar, de uma perspectiva mais geral, como se organizava, as principais crises (a crise política, educativa e cultural), de uma sociedade em expansão, o nosso segundo capítulo tenta fazer o movimento contrário. Não vamos mais olhar para uma imagem ampla, para a organização geral da crise, mas para seu movimento interno, para tentativa de Williams de responder a essa crise. O livro *Communications* então será pensado como uma resposta ao “o resultado [...] particular (específico) de todos os elementos na organização geral”⁵⁴. Ou, para usar um termo williamsiano, iremos pensá-lo como um livro que registra um momento de transição de uma estrutura de sentimento para outra.

⁵³Raymond Williams. *Communications*. Harmondsworth: Penguin, 1975.p.180

⁵⁴Raymond Williams. *The Long Revolution*. Op. cit. p. 66 – tradução minha

CAPÍTULO 2 - MÉTODO DE DISCUSSÃO E ENSINO DA CRÍTICA

Conforme dito anteriormente, publicado como fruto de um congresso do Sindicato Nacional do Professores (NUT) intitulado “A cultura popular e a responsabilidade pessoal”, Williams descreve *Communications* como uma combinação entre “um livro didático usando métodos de análise que eu havia desenvolvido para as aulas de educação para adultos, mas também um trabalho programático para mudanças institucionais”⁵⁵. Podemos entender que o livro alia um projeto educativo transformador e uma revisão das instituições de comunicação. A importância de debater as instituições de comunicação deriva do diagnóstico que Williams faz da sociedade inglesa já em *The Long Revolution*:

Todo o nosso modo de vida, da forma de nossas comunidades à organização e ao conteúdo da educação, e da estrutura da família ao status da arte e do entretenimento, está sendo profundamente afetado pelo progresso e pela interação da democracia e da indústria, e pela extensão das comunicações.⁵⁶

Para o autor era essencial pensar a respeito da expansão das habilidades de interpretação e expressão, bem como dos meios e instituições pelos quais podemos nos comunicar. Para Williams, essa ênfase na ampliação das comunicações e na necessidade de debater suas instituições deve-se à defesa de um modelo democrático, sendo isso essencial para garantir uma cultura que seja igualmente democrática.

A posição fica mais clara se nos voltarmos ao ensaio “Cultura é Algo Comum” (1958), para entender a relação entre comunicação e cultura. Aqui, podemos compreender que uma cultura não é algo extraordinário, mas ordinário ou comum. Refere-se “[a]os sentidos e direções conhecidos”⁵⁷ em que os integrantes de uma dada sociedade são “treinados”⁵⁸ e que usam para compreender sua própria experiência, quanto os processos de transformação e modificação destes que, “sob pressão da experiência”⁵⁹, devem ser submetidos “ao debate ativo”, resultando em “seu aperfeiçoamento”⁶⁰. Isso porque a linguagem é mais do que um sistema de significados abstratos usada para descrever uma realidade concreta que a precede. Ela é um emaranhado de padrões de pensar e sentir e incorpora determinadas energias e valores, com os quais moldamos nossos modos de ver, de pensar, de sentir e, em um sistema democrático, de decidir. Nesse

⁵⁵ Raymond Williams. *A Política e as Letras*. São Paulo: Editora Unesp, 2013. p. 376

⁵⁶ Raymond Williams. “Introduction”, In: *The Long Revolution*, op. cit. p. 12

⁵⁷ Raymond Williams. *Cultura é algo Comum*. In: “Recursos da esperança”. São Paulo: Editora Unesp, 2015 p 5

⁵⁸ Raymond Williams. *Cultura é algo Comum*. Op. cit. p.5

⁵⁹ Raymond Williams. *Cultura é algo Comum*. Op. cit. p.5

⁶⁰ Raymond Williams. *Cultura é algo Comum*. Op. cit. p.5

sentido, a comunicação (e as forma como ela é organizada institucionalmente) não é secundária, “[e]la é, em si, a principal maneira pela qual a realidade é continuamente formada e modificada. O que chamamos de sociedade [...] é um processo de aprendizagem e comunicação”⁶¹.

Segundo Williams:

Não devemos pensar somente na ação da sociedade ou grupo em indivíduo único, mas em vários indivíduos únicos que, através de um processo de comunicação, criam e, quando necessário, estendem a organização que continua a moldá-los.⁶²

Portanto, temos que a comunicação fundamental para o desenvolvimento de uma cultura democrática é calcada na transmissão de significados, na recepção e compreensão desses e, por fim, na capacidade de respondê-los e modificá-los. Há, no entanto, diversos graus de comunicação, indo “da falha absoluta”⁶³ à “falha parcial e erros de interpretação”⁶⁴, até algo como “a recepção total”⁶⁵. Para além dos erros de interpretação e falhas parciais, se o intuito não for “a manipulação e a persuasão de um grande número de pessoas”⁶⁶, qualquer experiência e sentido que seja comunicado socialmente está passível de ser revisto em um sistema de comunicação livre e em uma sociedade democrática. Segundo Williams:

qualquer descrição adequada da experiência deve ser algo além da simples transmissão; deve incluir também a recepção e a resposta. Independente de quão bem-sucedido um artista possa ser ao incorporar sua experiência em uma forma capaz de ser transmitida, ela não pode ser recebida por uma outra pessoa sem a continuação da ‘atividade criativa’ da percepção: a informação transmitida [...] deve ser interpretada, descrita e reorganizada pelo espectador. Não se trata de uma questão sobre transmissão, inspirada ou não, para uma audiência passiva [...] em qualquer nível, uma experiência oferecida [...] pode então ser aceita, rejeitada, ou ignorada.⁶⁷

Daí a importância da educação para esse projeto cultural. O aprendizado e a compreensão das formas de comunicação selecionadas e comumente compartilhadas são fundamentais para garantir uma resposta e gerar o impulso necessário para as modificações necessárias. Desse modo, somos levados a considerar o campo da educação não apenas como um suplemento de um projeto dedicado a uma análise da cultura, e também como parte

⁶¹ Raymond Williams. *Communications*. Harmondsworth: Penguin, 1962. P.19

⁶² Raymond Williams, “Individuals and Society”, In: *The Long Revolution*, op. cit., p.117 – tradução e grifo meus

⁶³ Raymond Williams, “The creative mind”, In: *The Long Revolution*, op. cit., p. 41 – tradução minha

⁶⁴ Raymond Williams, “The creative mind”, In: *The Long Revolution*, op. cit., p. 41 – tradução minha

⁶⁵ Raymond Williams, “The creative mind”, In: *The Long Revolution*, op. cit., p. 41 – tradução minha

⁶⁶ Raymond Williams. *Cultura e sociedade: de Coleridge a Orwell*. Petrópolis: Vozes, 2011. p.320

⁶⁷ Raymond Williams. *The Long Revolution*. Op. cit. p. 44 – tradução minha

fundamental de uma teorização voltada para as problemáticas próprias de uma democracia em expansão. Afinal,

Educação é algo comum, ordinário: trata-se, antes de mais nada, do processo de dotar todos os membros da sociedade com a totalidade de seus significados comuns e com as habilidades que lhes possibilitarão retificar esses significados, à luz de suas próprias experiências pessoais e comuns.⁶⁸

Esse projeto pedagógico foi chamado por Williams de “método da discussão” em seu texto “Abandonando a palestra – método de discussão para as aulas de literatura de adultos”, publicado em 1950⁶⁹. O método da discussão está para Williams em oposição ao que ele chama de “palestras” ligadas ao ensino universitário, cujo intuito era “obter uma resposta favorável de uma audiência”⁷⁰ se valendo de “um tipo familiar e autoritário de instrução e exposição”⁷¹. Em contrapartida a isso, pensado a partir do “ensino de literatura”, mas sendo estendido para contemplar uma “crítica sociológica”⁷², o intuito do curso era dotar os alunos das habilidades necessárias para interpretar criticamente e discutir tanto literatura como “jornais, propagandas, anúncios, revistas e best-sellers, filmes, transmissões de rádio e outras mídias da civilização contemporânea”⁷³. Visto que, como já argumentamos, esse processo de “aprendizado, criação e comunicação”⁷⁴ era fundamental para expansão de organização social democrática e participativa.

A ênfase na proposta permanece importante e é desenvolvida em *Communications*. Na edição de 1975, encontramos uma seção inteira no capítulo intitulado “Propostas”. Segue um excerto:

Ensino de Discussão

Quando pensamos em educação um ponto que nos vem frequentemente à mente é que ela deve adotar uma postura crítica em relação a todo trabalho cultural. *Atenção* é certamente essencial, mas, por uma série de razões, temos feito isso de forma tão restritiva que causamos danos reais. É totalmente errado, por exemplo, associarmos educação à ‘crítica’ e o mundo não educacional à prática. A prática pessoal, a

⁶⁸Raymond Williams. “Cultura é algo comum”, Op. cit. p.21

⁶⁹Tenho como referência aqui o trabalho “Raymond Williams: Métodos de Ensino de Literatura e Crítica Sociológica para Educação de Adultos (1946-1961)” de Alexandro Paixão. Neste trabalho o autor explora mais profundamente as relações desse projeto pedagógico, uma combinação entre ensino de literatura e crítica sociológica, e um projeto de construir uma democracia participativa e educada que marcam reconstrução da sociedade britânica no pós-guerra.

⁷⁰Raymond Williams. Abandonando a palestra. In: “Raymond Williams & educação: coletânea de textos sobre extensão, tutoria, currículo e métodos de ensino / [organizador] Alexandro Henrique Paixão. – Campinas, SP: FE/UNICAMP, 2019.p. 39

⁷¹Raymond Williams. Abandonando a palestra. Op. cit. p.39

⁷²Raymond Williams. Abandonando a palestra. Op. cit. p.52

⁷³Raymond Williams. Abandonando a palestra. Op. cit. p.52

⁷⁴Raymond Williams. “Individuals and Societies”, In: *The Long Revolution*, England: Pelican Book, 1965. p. 118 – tradução minha.

experiência direta das artes, a compreensão das instituições deve vir em primeiro lugar. *E nossa capacidade de resposta* deve se desenvolver a partir de cada um desses tipos de aprendizado, pois, se for separada desses tipos de aprendizado, nossa *capacidade de resposta* sempre será limitada, e às vezes, até prejudicial. Ao ensinar “os clássicos”, geralmente não somos *responsivos* o suficiente. Frequentemente substituímos o ensino *responsivo* por uma “apreciação” maçante e cega na qual ninguém continua acreditando por muito tempo. Mas então, ao ensinar ou comentar sobre todos os outros trabalhos, geralmente somos tão confiantes e tão ferozes que é difícil acreditar que somos as mesmas pessoas. “Toda aquela sujeira nos cinemas e na televisão”, é o complemento na maioria dos casos para as observações rotineiras sobre o charme dos Ensaio de Elia, e não adianta de nada a ninguém.

Nosso verdadeiro propósito deveria ser inserir todo o trabalho cultural dentro do mesmo universo discursivo: ver as conexões entre Elia e as personalidades fabricadas da televisão, bem como a diferença de valor entre *Lord Jim* e o *Captain Condor*[*Capitão Condor*]. Temos que aprender a confiar em nossas próprias opiniões e isso depende, desde o início, de uma espécie de abertura e flexibilidade que não é alcançada por muito do que *se chama de “crítica”*. Só teremos um processo real de educação se o modo pelo qual os julgamentos são feitos for compartilhado por todos aqueles que subscrevem ou assumem tais julgamentos. Com certeza não haverá consenso sobre determinados julgamentos. Mas está tudo bem, pois à medida que o debate continua, aprendemos o que é a verdadeira *discussão cultural*.

O que chamou nossa atenção nesse trecho da edição de 1975 não é apenas a confirmação da nossa interpretação, mas, como vamos expor, um verdadeiro movimento de revisão do autor de questões e métodos que ele já havia anunciado.

Comparando-a às edições de 1962 e 1966 ao longo do processo de tradução, identificamos algumas substituições, um apagamento e um acréscimo em relação às duas edições anteriores.

Apagamentos:

- a) na edição de 1975, leia-se: “abertura e flexibilidade que não é alcançada por muito do que se chama de “crítica”;
- b) nas edições de 1962 e 1966, leia-se: “abertura e flexibilidade que não é alcançada por muito do que se chama de “crítica universitária”.

Comentário: Quanto ao apagamento, o seu efeito é de uma ampliação, pois em 1960 “crítica universitária” estreita o comentário a um ramo da atividade crítica.

Acréscimos:

- a) na edição de 1975, leia-se: “É totalmente errado, por exemplo, associarmos educação à ‘crítica’ e o mundo não educacional à prática”;

b) nas edições de 1962 e 1966, leia-se: “É totalmente errado, por exemplo, associarmos educação à crítica e o mundo não educacional à prática”.

Comentário: Quanto a acréscimo, o uso das aspas cria um efeito de citação, de retomar uma fala. Uma reescrita possível seria: “se associarmos educação ao que se chama de ‘crítica’”.

Substituições:

a) na edição de 1975, leia-se: “Ensino de Discussão”; “Atenção é certamente essencial”; “E nossa capacidade de resposta deve se desenvolver a partir de cada um desses tipos de aprendizado, pois, se for separada desses tipos de aprendizado, nossa capacidade de resposta sempre será limitada, e às vezes, até prejudicial. Ao ensinar ‘os clássicos’, geralmente não somos responsivos o suficiente”; “Com certeza não haverá consenso sobre determinados julgamentos. Mas está tudo bem, pois à medida que a discussão continua, aprendemos o que é a verdadeira discussão cultural”;

b) nas edições de 1962 e 1966, leia-se: “Ensino da Crítica”; “Crítica é certamente essencial”; “E nossa capacidade crítica deve se desenvolver a partir de cada um desses tipos de aprendizado, pois, se for separada desses tipos de aprendizado, nossa capacidade de resposta sempre será limitada, e às vezes, até prejudicial. Ao ensinar “os clássicos”, geralmente não somos críticos o suficiente”; “Com certeza não haverá consenso sobre determinados julgamentos. Mas está tudo bem, pois à medida que a discussão continua, aprendemos o que é a verdadeira crítica”.

Comentário: As substituições são um pouco mais complicadas. Isso porque o movimento de substituir indica que há algum grau de igualdade entre palavras, mas, ao mesmo tempo, indica um grau de diferença, caso contrário, não haveria necessidade de substituir. Para entender essas medidas de diferença e de igualdade será necessário fazer um movimento de análise histórica e tentar remontar uma realidade complexa mapeando o lugar do *Communications*.

Feito esses apontamentos e comentários específicos, é necessário abarcarmos mais, enfatizando, por exemplo, essa mudança da palavra “crítica”. Nas primeiras duas edições, para as palavras “discussão” ou “resposta” não é apenas incidental ou uma questão de simples preferência. A palavra “crítica” na verdade é um “resíduo” de uma determinada forma de pensar o sistema comunicativo.

O que irei tentar mostrar aqui neste capítulo é como a palavra “crítica” se unia a determinados valores e modos de pensar que na década de 1960 estavam no cerne dos conflitos e disputas no cenário educativo britânico. O que eu pretendo não é traçar uma linha única e nem propor uma interpretação definitiva do *Communications* tomando-o como um todo coerente e organizado. Desejo fazer o movimento contrário: propor que olhemos para o livro como fruto de um complexo debate social e de disputas que ocorreram no cenário educativo britânico em um clima de ansiedade e tensão. Nesse sentido, como produto de uma intensa disputa no campo educacional, na qual, inclusive, Williams não era apenas um espectador, mas um participante ativo. E o livro, na verdade, condensa as ambiguidades próprias daquela sociedade que estava em crise.

2.1 Crítica e Leavis

Em *Cultura e Sociedade*, publicado em 1958, Williams percebe que o debate a respeito da comunicação estava intimamente imbricado a duas formas de pensar a democracia e arte na primeira metade do século XX. De acordo com ele:

Na questão da democracia a primeira fase foi a ameaça aos valores da minoria com a vinda da supremacia popular: uma preocupação que foi intensificada pela suspeita geral do poder das novas massas [...] em nosso próprio século, os temores da primeira fase foram renovados fortemente, no contexto específico daquilo que veio a ser chamado de democracia de massa no novo mundo de comunicação de massa.⁷⁵[...]um esforço deliberado para reintegrar a arte à vida comum da sociedade: um esforço que teve como centro a palavra “comunicação”⁷⁶.

A palavra comunicação carrega, então, sentidos que se tensionam: por um lado, temos a fórmula “comunicação de massa” que estava em oposição em relação aos valores e padrões culturais e evocando um sentimento protetivo; por outro lado, de uma forma mais positiva, se relacionava à expansão das artes e do aprendizado. A palavra “comunicação” conjuga, portanto, em fim dos anos de 1950, sentidos, valores e energias ambivalentes. Conforme veremos é essa ambivalência que estará no centro do debate, das disputas e das reações no cenário educacional dos anos de 1960, sendo, portanto, fundamental para a formação do *Communications*.

O caminho que seguiremos nesse capítulo é uma retomada histórica. Partiremos dos anos de 1930, para mostrar como esse sentimento se forma dentro de uma tradição universitária de crítica literária. Em seguida, mostraremos como, durante os anos de 1940 e 1950, os valores e energias encapsulados pela ideia de “crítica” são, no período pós-guerras, estendidos a um

⁷⁵Raymond Williams. *Cultura e sociedade: de Coleridge a Orwell*. Petrópolis: Vozes, 2011. p.322

⁷⁶Raymond Williams. *Cultura e sociedade: de Coleridge a Orwell*. Petrópolis: Vozes, 2011. p.322

campo educacional mais amplo. Por fim, vamos analisar a forma como essas energias se expressam nos anos de 1960, olhando especificamente para o congresso já mencionado.

O debate educacional inglês do século XX foi fortemente marcado, no âmbito universitário, pela institucionalização da disciplina *English*, ancorada no desenvolvimento de um método próprio: *Close Reading*, desenvolvido, aprimorado e difundido por Frank Leavis. E, como vamos mostrar, algumas das premissas de Leavis e do periódico *Scrutiny*, estabelecem uma forma de pensar a comunicação, desde o começo dos anos de 1930, que se estende para um âmbito educacional mais amplo incluindo a educação de adultos. O primeiro passo, no entanto, é entender este projeto pedagógico.

Esse projeto pedagógico começa como uma tentativa de ocupar um espaço que se encontrava vazio no campo universitário. No começo do século, a prática comum da análise literária dentro do espaço universitário era a da apreciação e, para além dos departamentos de literatura, o texto literário e os objetos culturais eram apropriados apenas de forma ilustrativa. Deste modo, ancorada no *Close Reading*, a nova disciplina de crítica literária, por um lado, denunciava essa tradição da apreciação e, por outro, enfatizava o caráter vital da literatura e da linguagem, não as tratando apenas como aspectos secundários da cultura. Segundo Williams, Leavis aparece como uma figura que ocupa esse lugar:

A imensa atração por Leavis se deve ao seu radicalismo cultural”, lembrou Williams. “...Foi a gama de ataques de Leavis ao academicismo, à Bloomsbury, à cultura literária metropolitana, à imprensa comercial, à publicidade, que me chamou atenção primeiro... Finalmente, houve grande ênfase de Leavis na educação. Ele sempre enfatizava que havia um enorme trabalho educacional a ser feito”. E, o que é crucial, não havia nenhum corpo de crítica literária e cultural marxista britânica - Christopher Caudwell, Edgell Rickword, Philip Henderson e Jack Lindsay [...] que pudesse competir com o *Scrutiny* naquele momento.⁷⁷

Leavis fazia parte do conjunto de intelectuais que, dentro deste contexto universitário, desejava, não apenas desenvolver os preceitos de uma disciplina própria da literatura, como dar-lhe uma certa autonomia em relação a outras disciplinas do campo acadêmico.

A defesa do método era pautada por uma garantia do treinamento crítico dos indivíduos na “sensibilidade e no uso escrupuloso da inteligência”⁷⁸, pois “parte do mais essencial pode ser aprendida apenas com muita leitura inteligente do tipo crítico literário”⁷⁹. O *Close Reading*

⁷⁷Christopher Hillard. *Adult Education and ‘Left-Leavisism’ in: English as a Vocation: The Scrutiny Movement* p. 147

⁷⁸Frank R. Leavis. *Education and the University: Sketch for an English School*. *Scrutiny*, Cambridge, 1940. p.71 – tradução minha.

⁷⁹Frank R. Leavis. *The Responsible Critic*. Op. cit. p. 281

aparece, portanto, como uma proposta de análise que prezava pela primazia do texto e da leitura. Essa defesa veio por meio do reconhecimento da linguagem, com ênfase na linguagem criativa, como um fator decisivo na vida e na comunicação humana.

Para ele “a natureza da vivência na experiência humana se manifesta na linguagem”. E a literatura, a escrita criativa, sendo a “linguagem em seu uso mais complexo”⁸⁰, possui a função de um “registro essencial vivo”⁸¹. Nesse sentido, a literatura era vista como uma forma de comunicar a experiência. Daí a necessidade de enfatizar o importante papel do exercício crítico que, focado em aprimorar a capacidade de leitura deveria garantir julgamento adequado do objeto literário. O problema é que de acordo com o diagnóstico social de Leavis, a possibilidade de leitura crítica havia sido comprometida com o aumento do número de publicações e de leitores.

Isso porque, para ele, o desenvolvimento da civilização industrial havia levado ao fim da comunidade e do leitor comum, que funcionavam como principais veículos da tradição literária, sendo que o barateamento da produção tornava impossível a possibilidade de manutenção de um padrão cultural. Com a expansão dos públicos e do material disponível, tornou-se impossível para o leitor distinguir entre o “bom” e o “mau” trabalho. Em suas palavras:

o problema não é apenas a quantidade; é a heterogeneidade. A aquisição do gosto é provavelmente mais difícil hoje do que em qualquer momento anterior. Considere, para contraste, o século dezoito. Não apenas havia menos livros para ler, menos tópicos e menos distrações; o século gozava das vantagens de uma cultura homogênea — e real. [...] Mas hoje, quanto mais alguém é exposto à confusão circundante, pior o seu gosto (com a exceção da sorte incomum da oportunidade e do treinamento) poderá ser.⁸²

Deste modo, o desenvolvimento da cultura e manutenção dos padrões de vida estavam necessariamente em oposição e sendo comprometidos pelo progresso da civilização. De acordo com ele, conforme os padrões da indústria e do comércio se estendiam para o ramo da ficção e da comunicação, o processo de rebaixamento dos padrões culturais se tornavam cada vez mais temerários:

Agora, se os piores efeitos da produção em massa e padronização fossem representados por Wordsworth, não haveria necessidade de desespero. Mas existem efeitos que afetam a vida da comunidade mais seriamente. Quando consideramos, por exemplo, os processos de produção em massa e padronização na forma representada

⁸⁰Frank R. Leavis. Education and the University. Op. cit. p. 38

⁸¹Frank R. Leavis. The Great tradition. New York: George W. Stuart, Publisher Inc. 1948. p. 176 – tradução minha

⁸²Frank R. Leavis. Education and the University. Op. cit. pp. 106-107 – tradução minha

pela Imprensa, torna-se claro o significado sinistro do rebaixamento que os acompanha.⁸³

O sentimento ambivalente para com as comunicações se forma nessa conjunção de ideias: de um lado, a literatura, as artes, a experiência humana em forma criativa comunicável; do outro, a comunicação das massas, a expansão da imprensa e do público, os materiais de baixa qualidade e redução dos padrões culturais. A “crítica” nesse cenário se torna uma atividade essencial para distinguir o que se deve proteger do que se deve atacar. A função social da crítica seria a de preservar a tradição literária e os valores humanos nela incorporados das forças massificantes da civilização industrial e guiar a “sensibilidade contemporânea” em direção aos valores essenciais preservados pela literatura e em contrafluxo aos valores promovidos pela sociedade de massa. Em suas palavras:

A utilidade da crítica é garantir que a obra de arte cumpra sua *raison d'être*; isto é, que ela seja lida, entendida e devidamente avaliada, e, também, que exerça a influência que ela deveria na sensibilidade contemporânea. O crítico que associa seu trabalho a uma concepção plena da crítica entende que está ajudando, em um processo colaborativo, a definir — isto é, a formar — a sensibilidade contemporânea [...] É através de tal público, e das condições da educação em geral implícitas na existência de tal público, que a literatura, da forma como o crítico se preocupa com ela, pode ser entendida, de forma razoável, como uma influência contemporânea nos problemas atuais e importante nas esferas nas quais não se supõe que o crítico literário seja um pouco influente.⁸⁴

Deste modo, o papel da educação era o de desenvolver “capacidade de responder plenamente, delicadamente e com discriminação”⁸⁵, central ao processo formativo de um leitor crítico nesses moldes. Esse movimento combina, em seu aspecto mais positivo, o desenvolvimento de uma capacidade de “responder” com, em seu aspecto mais defensivo, a necessidade de “julgar” ou “discriminar”, de “resistir às pressões da civilização em nosso tempo - de tentar mover-se contra a corrente.”⁸⁶ A educação aparece, nessa formulação, o lugar de resolução dessa ambivalência e dessa ansiedade. Não é ao acaso que Leavis descreve o ato educativo como um ato de “fé”⁸⁷. Deste modo, a palavra “crítica” denota determinadas energias, valores e modos de pensar a educação e a comunicação.

Apesar dessa forma de pensar ter seu início, conforme argumentamos, numa disputa de campo universitário, a crítica aos moldes de Leavis não ficou restrita às universidades. Seu modelo educativo e os sentimentos incorporados a ele se expandiram para diversos ramos da

⁸³Frank R. Leavis. *Education and the University*. Op. cit. p. 147

⁸⁴Frank R. Leavis. *The Responsible Critic*. Op. cit. pp. 297-298 – tradução minha

⁸⁵Frank R. Leavis. *Education and the University*. Op. cit. p. 116

⁸⁶Frank R. Leavis & Denys Thompson. *Culture and Environment*. London: Chatto & Windus. 1964. P.5

⁸⁷Frank R. Leavis. *Education and the University*. Op. cit. p. 16

educação e, para o que interessa à nossa pesquisa, para o debate em torno da educação de adultos. Houve também uma expansão de objeto, e o método passou a abarcar, para além da análise literária, diversos objetos comunicativos: revista, filmes, jornais etc. É desse movimento que iremos tentar dar conta a seguir.

2.2 Leavisianismo e o ensino de Adultos

É claro que esse movimento de expansão para além dos muros da universidade exigiu uma série de esforços de diversos atores e intelectuais como Douglas Hewitt, Graham Taylor, Raymond Williams, Richard Hoggart e, saindo do campo do ensino de adultos e pensando em termos de ensino secundário, podemos citar o nome de Denys Thompson, cujo empenho em expandir o modelo da crítica prática encontra registro no trabalho *Some Uses of English: Denys Thompson and the Development of English in Secondary Schools* de Brian Doyle.⁸⁸ No entanto, a história da influência do periódico *Scrutiny* dentro do pensamento educacional inglês é muito extensa, complexa e foge ao escopo mais imediato de nosso trabalho. Vamos nos focar, portanto, na produção de Williams e, quando necessário fazer referências a outros trabalhos. Para nos ajudar a fazer esse movimento vamos nos apoiar em especial nas obras de Terry Bolas e Christopher Hilliard.

Segundo Hilliard, desde os anos 1930, é possível identificar uma expansão do método de Leavis para fora do mundo universitário. Havia um movimento e um intento por parte do grupo de críticos literários relacionados a *Scrutiny* de expandir seu modelo pedagógico aos mais diversos setores educacionais. Segundo ele:

Scrutiny se interessou pela educação de adultos, e a educação de adultos se interessou pelo Scrutiny, desde os primeiros dias do periódico. L. C. Knights, Denys Thompson, W. A. Edwards e W. H. Mellers ministraram aulas de educação de adultos e a revista revisou novos livros na área. Embora Cultura e Meio Ambiente tenha sido "projetado para uso escolar", um dos "incentivos" para escrevê-lo foi a experiência de Thompson trabalhando para a Associação Educacional dos Trabalhadores. Leavis pediu a Chatto e Windus que enviassem cópias das apresentações a R. H. Tawney, "sendo um poder no W.E.A.", e a outros na hierarquia da organização, incluindo W. E. Williams. Como editor do jornal The Highway da WEA, Williams escreveu para Leavis depois de apenas dois números de Scrutiny terem sido publicados, "implorando para que eu escrevesse o mais rápido possível sobre a educação de adultos". Esta foi a primeira de

⁸⁸O autor afirma que: "Sobre cuidado de Thompson, uma versão da ideologia leavisiana de "cultura" primeiro adentrou e depois dominou o Ensino de Inglês." Brian Doyle. SOME USES OF ENGLISH: Denys Thompson and the development of English in secondary schools. In: Centre for contemporary cultural studies, General Series: SP n. 64. Feb. 1983. Disponível em: <https://core.ac.uk/download/pdf/83925959.pdf> Acesso em: 15 de maio de 2021. p.1

muitas vezes que Williams forneceu uma plataforma para iniciativas relacionadas ao *Scrutiny*, incluindo o *The Use of English* e o *Pelican Guide to English Literature*.⁸⁹

Podemos tomar, então, como marco desse movimento o livro *Culture and Environment* (1933) de autoria de Frank Leavis e Denys Thompson. Esse livro se propõe a oferecer ferramentas e exemplos de modo a possibilitar que os preceitos da Crítica Prática, já conhecida dentro da vida universitária, pudessem ser aplicados em um campo educacional mais geral, contemplando inclusive a educação de adultos. Deste modo, ele se preocupa não apenas em analisar o universo literário, mas também a comunicação em geral e os materiais com os quais os estudantes estariam familiarizados, tais como jornais, revistas, panfletos, propagandas, literatura popular etc. No entanto, a expansão tem uma diretriz evidente: se a educação quiser cumprir sua função “salvadora”⁹⁰ deve treinar os alunos para aprender a “discernir”⁹¹ e “resistir”⁹² aos materiais de baixa qualidade produzidos pela comunicação comercial e de massa, servindo como “substituto” da cultura provinda de uma verdadeira comunidade. Caso contrário, a educação corria o risco de se tornar ela mesma uma ferramenta “destrutiva” da comunicação de massa.⁹³

Contudo, apesar desses esforços ainda nos anos de 1930, segundo Hillard, é depois da guerra, quando se enfraquece a relação entre os cursos de tutoria e as universidades, que a influência da *Scrutiny* no campo da educação de adultos se fez ainda mais presente. Nesse quesito, Williams tem um papel ativo. Temos mostras disso quando, em 1947, Williams propõe um curso intitulado “*Culture and Environment*”, cujo objetivo era orientar estudantes do primeiro ano das aulas de tutoria que ainda não tinham tido experiências anteriores com o ensino de literatura. Segundo Hillard:

O primeiro curso em que ele procurou desenvolver essas preocupações de alguma forma sistemática - intitulado “*Culture and Environment*” em homenagem a Leavis - foi um entre doze encontros realizados em Maresfield no ano acadêmico de 1946-47. O programa afirmava: “O estudo de *Culture and Environment* é um estudo da sociologia aplicada, mas o método de aplicação é cultural, baseado na análise literária.” Os tópicos abordados incluíram “A Tradição Cultural”; “A Imprensa Moderna”; “Ficção como negócio”; “Publicidade”; “Cinema e Teatro Comercial”; e “Uma Sociedade Inorgânica”. Williams ofereceu cursos em moldes semelhantes em 1947-48, e os conteúdos cobriram tópicos como “As funções da educação”; “Funções de palavras”; “Publicidade”; “Cinema” e “O Problema de uma Comunidade”. Em julho de 1948, na Balliol Summer School, Williams deu uma palestra sobre “Políticas da Cultura Popular” e também ministrou cursos sobre ‘*Culture and Environment*’ em Bexhill e Eastbourne. Para o primeiro curso de Williams intitulado “*Culture and*

⁸⁹Christopher Hillard. *Adult Education and ‘Left-Leavisism’ in: English as a Vocation: The Scrutiny Movement*. UK: Oxford University Press. 2012.p. 147

⁹⁰Frank R. Leavis & Denys Thompson. *Culture and Environment*. Op. cit.p.5

⁹¹Frank R. Leavis & Denys Thompson. *Culture and Environment*. Op. cit. p.5

⁹²Frank R. Leavis & Denys Thompson. *Culture and Environment*. Op. cit. p.6

⁹³Frank R. Leavis & Denys Thompson. *Culture and Environment*. Op. cit.p.10

Society”, temos que esperar apenas até 1948-49, e ele organizou outros cursos curtos sob esta rubrica como parte das South-Eastern District Schools WEA em Broadstairs.⁹⁴

Três anos depois, ainda em 1950, Williams publica “*Books for Teaching ‘Culture and Environment’*” na revista *The Use of English*, já se posicionando frente a Leavis, haja vista a seguinte assertiva: “[...] Eu pessoalmente acredito que a defesa de uma “minoría” é, agora, profundamente irrelevante e, em certos termos sociais, antiquada e prejudicial”. Temos aqui tanto uma visada crítica a certos pontos do projeto como uma tentativa de estender a atividade crítica tendo em vista um amplo campo da comunicação. E continua:

A atividade central dos estudos de “Culture and Environment” é, e deve ser, a análise. Por análise entende-se o *Close Reading* de um texto literário tendo em vista a sua apreensão mais plena e um julgamento detalhado e embasado. A crítica literária é a disciplina característica dos estudos como um todo, e a crítica é baseada na análise. Daí em diante, a educação em “Culture and Environment” envolve uma extensão deste tipo de análise e julgamento a uma variedade de formas culturais [...] jornais, revistas e best-seller ficção, anúncios, propaganda [...] rádio e cinema; arquitetura e planejamento urbano.⁹⁵

Em 1950, temos também a publicação de *Reading and Criticism*. O livro, tendo declaradamente Leavis como referência, tanto partia como se preocupava em pensar e oferecer propostas para o campo da educação de adultos. O livro foi, precisamente, recebido por outros pares e educadores como uma tentativa de levar um vocabulário leavisiano para o campo da educação de adultos. T.W. Thomas, por exemplo, escreveu a respeito do livro em um jornal intitulado *Adult Educations* em 1951 e afirmou que num momento em que “surpreendentemente, ainda podemos perceber que o movimento de educação de adultos é relutante em abordar a literatura através da leitura crítica dos textos[...] *Reading and Criticism* foi uma tentativa de superar essa relutância”⁹⁶.

O livro apresenta uma série de análises textuais de textos em prosa, em verso, de jornais, revistas, teatro etc. O livro gira em torno da preocupação com o entretenimento comercial e do rebaixamento dos padrões, estando profundamente alinhado com o projeto leavisiano. O trabalho compartilha dos diagnósticos já conhecidos de que a vulgarização da literatura e expansão da imprensa “estruturadas como uma empresa comercial” levou a “uma precarização dos padrões de gosto”⁹⁷. Há também, um movimento que estende essa preocupação para além

⁹⁴John McLroy & Sallie Westwood. *Border country: some experiments in literary teaching*. LONDON: National Institute of Adult Continuing Education.1993. p 290

⁹⁵John McLroy & Sallie Westwood. *Border country*. Op. cit. p.174.

⁹⁶John McLroy & Sallie Westwood. *Border country*. Op. cit. p.292.

⁹⁷Raymond Williams. *Lectura y Crítica*. Buenos Aires: Ediciones Godot. 2014. p.91

dos limites do campo literário levando em consideração o aumento dos espaços de lazer e das possibilidades de entretenimento.

Jornais e revista que tem uma tiragem conjunta maior do que a população; o cinema, visitado por 25 milhões de espectadores todas as semanas na Grã-Bretanha; rádio, com audiências entre quinze e vinte milhões de telespectadores em alguns programas [...] Qualquer investigação sobre a leitura ou sobre a situação atual de qualquer um dos ramos da arte, seria ao menos parcial, a menos inclua a atmosfera cultural como um todo, levando em consideração todas as artes, à discussão.⁹⁸

Para Williams, a crítica aparecia como uma atividade mediadora para garantir que o leitor poderia identificar as “práticas maléficas e desconsiderar suas significações”. Esse livro “ilustrava as esperanças de Williams para com a crítica”⁹⁹. Cito:

Em uma sociedade em que a arte parece estar se isolando do entendimento geral, a importância da função dos críticos precisa ser enfatizada. Ele é o mediador entre o artista e o público leitor; a crítica é o resultado de uma articulação entre um julgamento qualificado e uma resposta adequada.¹⁰⁰[...]

A crítica se relaciona com o julgamento, a comparação e os padrões; se trata de uma leitura madura. Sabemos que é possível ler com diversos graus de atenção e inteligência e aprendemos que, para poder apreciar a alta literatura, precisamos de uma leitura inteligente e de uma resposta sempre consciente. Esse tipo de leitura é o que chamamos de leitura crítica; a crítica nada mais é que um conjunto de respostas obtidas através desse tipo de leitura, construídas de forma articulada e inteligente.¹⁰¹

Podemos extrair desses trechos a formulação acerca da atividade “crítica”, como sendo estendida aos meios de comunicação e produtos culturais diversos incorporando pelo menos duas atitudes e significados: a primeira, relacionada à ideia de “distinção”, “avaliação” e “juízo”, incorpora um sentimento protetivo em relação aos “padrões” assumindo um caráter mais diretivo. A segunda, relacionada com “respostas conscientes” e ao desenvolvimento das capacidades de leitura, de “não se deixar levar pelos preconceitos de sua própria leitura”. Se somamos isso a extensão de objeto, temos uma atitude muito confusa em relação aos meios de comunicação: por um lado, existe a necessidade de abarcar dentro de um sistema educativo esses novos objetos do sistema comunicativo, por outro, existe um sentimento protetivo quanto aos padrões de vida que estavam sendo ameaçados por esse mesmo sistema de comunicação em expansão.

É claro que ao longo dessa tentativa de extensão e de “redefinição da atividade crítica”¹⁰², no final dos anos de 1950, há um rompimento com essa posição, em especial com a primeira atitude relacionada à crítica. Podemos tomar, por exemplo, o livro *Cultura e Sociedade*

⁹⁸Raymond Williams. *Lectura y Crítica*. Op. cit. p.7

⁹⁹John McLroy & Sallie Westwood. *Border country* Op. cit. p.133

¹⁰⁰Raymond Williams. *Lectura y Crítica*. Op. cit. p.23

¹⁰¹Raymond Williams. *Lectura y Crítica*. Op. cit. p.8

¹⁰²Raymond Williams. *Cultura e sociedade: de Coleridge a Orwell*. Op. cit. p. 5

como um marco: em sua tentativa de “organizar a tradição”¹⁰³ que sustentava esse tipo de “crítica cultural”, Williams termina por romper com ela. No entanto, esse processo de rompimento não é homogêneo, nem linear. Deste modo, em conjunto, essas tentativas de extensões feitas no pós-guerra, tiveram sucesso na medida em que tanto o vocabulário, como o sentimento de tensão provocado por essa ambivalência de sentido continuam exercendo força e pressão nos anos de 1960. A próxima sessão é dedicada a debater a permanência desse sentimento e o seu papel em uma parte significativa dos conflitos que ocorreram durante o congresso “A cultura popular e responsabilidade pessoal”, momento em que o *Communications* é gestado.

2.3 Cultura Popular e Responsabilidade pessoal: Educação em crise

O Congresso do Sindicato Nacional dos Professores (NUT) intitulada “A cultura popular e a responsabilidade pessoal” aconteceu nos anos de 1960 em Londres e teve um papel crucial no desenvolvimento do debate educativo. Considerado um marco na história dos Estudos Culturais e dos Estudos de Mídia, o evento foi organizado pelo sindicato nacional dos professores e refletiu as preocupações e conflitos desse período no que diz respeito a um projeto educativo e democrático. O congresso contou com diversos representantes de jornais, revistas, da TV, editores, e, de forma menos expressiva¹⁰⁴, professores e artistas. Marcado por um clima de tensão e ansiedade, ela foi palco de movimentos de inclinações políticas diversas, indo de posições conservadoras associadas diretamente com Leavis até os projetos mais críticos da *New Left*. Para nos ajudar a fazer essa análise vamos nos valer do livro *Screen Education* de Terry Bolas. Ainda que seja focado no uso educativo do cinema¹⁰⁵, ao apresentar uma história do desenvolvimento do debate educacional a respeito da comunicação e das mídias, como parte fundamental de sua análise, ele se volta para o congresso e para os conflitos que marcaram tanto sua formação e idealização como seu resultado geral.

Um exemplo significativo do tipo de sentimento e de conflito que estavam latentes durante o congresso são as atitudes e reações às falas do painel intitulado “responsabilidade dos

¹⁰³Raymond Williams e Richard Hoggart. “Working class attitudes”, In: *New Left Review* I/1, January- February, 1960. Disponível em: <https://newleftreview.org/I/1/richard-hoggart-raymond-williams-working-class-attitudes-discussion>; acesso em Agosto/2017 - Grifo meu, interpolação minha e tradução minha.

¹⁰⁴Terry Bolas *Screen Education: from film appreciation to media studies*. UK: Intellect Books 2009

¹⁰⁵Para conhecer mais sobre a relação entre a produção de Williams e cinema e educação ver: Alexandro Paixão & Anderson Trevisan. *Cinema educativo em cena: Raymond Williams, análise fílmica e produção de um saber*. ETD - Educação Temática Digital, Campinas, SP, v. 21, n. 3, p. 738–759, 2019

provedores”. Durante o andamento do evento o clima de tensão resultou em falas controversas por parte dos detentores dos meios de comunicação e à um ataque ao corpo de professores. Isso se expressa nas seguintes falas: “A esmagadora massa de cartas que recebemos são analfabetas, são agramaticais, elas são porcammente escritas”¹⁰⁶ ou “Considero que os professores sejam amplamente responsáveis por essa atitude das pessoas na adolescência e no início dos vinte anos”¹⁰⁷. Alguns professores rebateram dizendo que o problema da responsabilidade era dos meios de comunicação. Um exemplo é a fala de Denys Thompson: “aqueles que controlam a comunicação de massa devem ser totalmente responsabilizados pela sociedade em que vivem”¹⁰⁸. Apesar do descontentamento expresso, uma reação diferente, conforme aponta Bolas, pode ser encontrada em falas como a Tony Higgins e Don Waters, professores e membros da SEFT [*Society for Education in Film and Television*]. A fala desses últimos foi direcionada a pensar as possibilidades educativas que os objetos da cultura popular ofereciam, bem como explorar os usos do cinema na sala de aula como ferramenta educativa. Quanto a esse debate, Williams também se posiciona diretamente. Em *Communications*, no capítulo quatro, intitulado “Controvérsia”, Williams não somente abre com as falas supracitadas de Collins a respeito do papel da educação e oferece uma resposta direta, como elabora as posições apresentadas e tenta entendê-las como “um produto da história”, associada ao desenvolvimento de determinadas instituições. Nesse capítulo, o autor propõe uma mudança de ênfase: ao invés de centrar o debate nas “mudanças do gosto e [n]a opinião pública” ele analisa como determinadas formas de pensar se associam a determinadas formas institucionais e traz para o centro do debate o desenvolvimento das “instituições necessárias”. Esse novo tipo de formulação é uma marca do desenvolvimento dos Estudos Culturais e da *New Left*.

Somado a isso, é possível identificar claramente um vocabulário e uma influência da forma de pensar a educação a partir da crítica literária leavisiana. Bolas argumenta que a própria reunião que deu origem à conferência teve como marca uma certa linguagem muito típica dessa forma de pensar. A moção original girava em torno da importância de “aprimorar os padrões morais e culturais da nação”¹⁰⁹ e convidava pais e “aqueles que usam e controlam os meios de comunicação de massa”¹¹⁰ para ajudar os professores em seus esforços de “contra-atacar a redução dos padrões fruto do mau uso do rádio, do cinema, e da televisão”¹¹¹. Esse tipo de

¹⁰⁶Terry Bolas Screen Education:from film appreciation to media studies. Op. cit.p.105

¹⁰⁷Terry Bolas Screen Education:from film appreciation to media studies. Op. cit.p.105

¹⁰⁸Terry Bolas Screen Education:from film appreciation to media studies. Op. cit.p.112

¹⁰⁹Terry Bolas Screen Education:from film appreciation to media studies. Op. cit.p.102

¹¹⁰Terry Bolas Screen Education:from film appreciation to media studies. Op. cit.p.102

¹¹¹Terry Bolas Screen Education:from film appreciation to media studies. Op. cit.p.102

posicionamento ecoa na fala de abertura: “pelo bem-estar das crianças, os professores expressaram sua preocupação com os padrões morais e culturais. Alguns anos atrás, nós conduzimos uma vigorosa e vitoriosa campanha contra ‘quadrinhos de terror’”¹¹².

O sentimento e o diagnóstico mais proeminentes eram de que “a cultura popular estava fugindo do controle e havia uma a necessidade de que algum grupo estivesse preparado para assumir essa responsabilidade e controlar essa ameaça”¹¹³. Desse modo, podemos perceber que se trata de uma transferência dos termos leavisianos para o problema da comunicação e da cultura popular. O tipo de sentimento ansioso, que se expressava na busca por “achar o responsável”, é fruto do tipo de ambivalência que exploramos anteriormente: a combinação entre o desejo de expandir a educação e ao mesmo tempo um medo dessa expansão.

A heterogeneidade e a mistura de posicionamento também se expressaram na diversidade de trabalhos que foram frutos do congresso: citamos *Communications*, de Raymond Williams; *The Popular Arts* (1964), de Stuart Hall e Paddy Whannel; e *Discrimination and Popular Culture*, de Denys Thompson. Tendo sido esse último, como Bolas argumenta, o mais identificado com o congresso. A identificação desse livro com o congresso é profundamente relevante para o nosso problema. Tendo sido publicado pela Penguin, em 1964, desde o título podemos perceber que livro seguia as diretrizes Leavisianas e as preocupações do *Scrutiny* com a emergência das massas e dos meios de comunicação de massa. Segundo Bolas:

A maior parte de *Discrimination and Popular Culture* era inequivocadamente uma oposição à cultura popular. Na ‘Introdução’ do Editor, Thompson afirma: A hipótese deste livro é que as deficiências da cultura popular estão conosco, porque os meios de comunicação de massa que acabamos de listar se tornaram a expressão e porta-voz de um tipo particular de civilização.¹¹⁴

Já o livro *The Popular Arts* de Stuart Hall e Paddy Whannel, também gestado durante o congresso, condensa algumas das atitudes e sentimentos típicos desse momento. E embora seja um marco do desenvolvimento dos Estudos Culturais, tendo como tema central a análise cultural, a preocupação com as instituições culturais, e tendo como premissa uma igualdade entre cultura erudita, a cultura popular e o entretenimento (o que por si só é uma aproximação impensada para Leavis), segundo Bolas, o livro de Hall e Paddy, guarda um alinhamento, devido a uma escolha editorial, com as opiniões leavisianas. Citamos:

¹¹²Terry Bolas Screen Education:from film appreciation to media studies. Op. cit.p.102

¹¹³Terry Bolas Screen Education:from film appreciation to media studies. Op. cit.p. 103

¹¹⁴Terry Bolas Screen Education:from film appreciation to media studies. Op. cit.p.111

Stuart Hall afirmou que os autores estavam cientes da forte influência de Leavis entre os professores de inglês e sentiram que adotar uma abordagem leavisiana tornaria as ideias do livro mais atraentes para um grupo de professores engajados e, portanto, aumentava a possibilidade de que fossem colocadas em prática.¹¹⁵

Isso se torna mais evidente se olhamos para algumas passagens do livro tais como “Deveríamos nos focar em treinar uma audiência mais crítica”¹¹⁶, ou ainda:

É nossa ênfase deve estar em treinar a capacidade de discriminação. Devemos pensar nisso como um treinamento para uma maior consciência, para uma atenção mais nítida aos significados sutis. Nesse sentido, devemos diferenciar isso de “elevar o padrão de gosto”.¹¹⁷

Ainda que se faça contrária à ideia de “erguer os padrões de gosto”, esse tipo de assertiva ecoa e utiliza inegavelmente um vocabulário típico do periódico *Scrutiny* e divide com ele a preocupação em fazer uma crítica “genuína” que “demanda do leitor um esforço real e ajuste contínuo”¹¹⁸. Essa ênfase no “esforço” e na demanda por uma posição crítica é transferida também para uma distinção que pode ser identificada com um posicionamento leavisiano: a distinção entre uma “cultura genuinamente popular” e criativa que exige um grau de “esforço” do espectador e uma cultura comercial “mastigada” para com a qual o espectador assume uma posição passiva. É possível esse tipo de equação nos trechos:

Quando deixamos para trás as categorias sociológicas amplas e usamos as evidências de julgamentos críticos, percebemos que o que deve ser abrangido pelo termo "cultura de massa" é a arte produzida por máquina de acordo com uma fórmula [...] como uma fórmula que "pré- digere a arte para o espectador ", que 'lhe poupa esforços, fornece-lhe um atalho para os prazeres da arte, que desvia o que é necessariamente difícil na arte genuína '. Esta fórmula [...] 'inclui as reações do espectador na própria obra em vez de forçá-lo a dar suas próprias respostas'.¹¹⁹

[...]

A comparação que estamos fazendo entre a comédia sexual genuína, uma forma convencional e genuinamente popular e a sua versão estereotipada pode ser mais bem apontada em dois filmes que têm Marilyn Monroe como sua heroína.¹²⁰

Em ambos os casos, existe um tipo de salvaguarda que se apoia na distinção entre uma cultura “genuinamente” popular e uma cultura comercial. Voltamo-nos então para a citação de *Communications* já mencionada no capítulo anterior:

Nos piores produtos culturais de nosso tempo, encontramos pouco que seja genuinamente popular, isto é, desenvolvido a partir da vida em comunidades reais. Encontramos, em vez disso, uma cultura sintética, ou anti-cultura, que é estranha a quase todos, que é persistentemente hostil à arte e à atividade intelectual, que, na maioria dos casos, tenta confundir e a explorar a indiferença, a falta de sentimento, a

¹¹⁵Terry Bolas Screen Education:from film appreciation to media studies. Op. cit. p.111

¹¹⁶Stuart Hall & Paddy Whannel.The Popular Arts. Durham:Duke University Press, 2018 p. 35

¹¹⁷Stuart Hall & Paddy Whannel.The Popular Arts. Op. cit. p. 37

¹¹⁸Q.D. Leavis. Fiction and The Reading Public. London: Chatto & Windus. 1939. p.195

¹¹⁹Stuart Hall & Paddy Whannel The Popular Arts. Op. cit. p. 36

¹²⁰Stuart Hall & Paddy Whannel The Popular Arts. Op. cit. p. 203

frustração, e o ódio[...] Esta não é a cultura do "homem comum"; é a cultura dos deserdados. Parece-me que aqueles que planejaram a deserdação, isolando artificialmente a grande tradição, carregam uma responsabilidade tão pesada por esses elementos destrutivos quanto seus provedores reais.¹²¹

Essa é a única referência a esse tipo de diferenciação, entretanto, ela marca todas as edições do livro e não por acaso está justamente no capítulo dedicado a rever a ideia de uma “cultura da minoria”, como pode ser visto no trecho selecionado e que nos oferece uma definição bastante original sobre o sentido de uma “cultura sintética”. Essa proposta de diferenciação era uma resposta direta ao modo de pensar que opunha educação e comunicação e aproximava cultura de massas à cultura popular. Esse tipo de formulação vem acompanhada de uma perspectiva que entende as comunicações como um sistema produtivo e de uma crítica quanto às relações de posse dos meios de comunicação. Citamos:

Para sermos historicamente corretos, precisamos analisar essa questão em uma dupla chave. Em primeiro lugar, está claro que a extensão das comunicações fez parte da extensão da democracia. No entanto, ao longo do século, embora o público tenha se expandido, a propriedade e o controle dos meios de comunicação diminuíram.¹²²

Nesse sentido, *Communications* dá continuidade ao mesmo tipo de trabalho iniciado em *Cultura e Sociedade* e *The Long Revolution*. Pois, pensando especificamente os meios de comunicação, Williams propõe uma combinação de uma análise extensa do material documental (jornais, revistas, programas de rádio etc.), de seu conteúdo e forma, e uma história social da forma de organização e instituições comunicativas.

Se voltarmos ao nosso problema inicial, a manutenção da palavra “crítica” ao longo das edições de 1962 e 1966, podemos perceber que o problema é organizado em outros termos e não mais em termos de fazer uma análise crítica ampliada. A palavra “crítica”, como aparece no capítulo “Proposal” é uma tentativa de reter o sentido positivo de “resposta consciente” focado no desenvolvimento de uma habilidade humana geral. No entanto, essa postura é acrescida de uma forma de pensar a educação não como uma atividade isolada, mas combinada com mudanças institucionais a fim de garantir “o direito de transmitir e o direito de receber” para que seja possível “uma discussão pública aberta e adequada, sempre sujeita à contestação e revisão, na qual todos são livres para contribuir”. O que a palavra “crítica” retém e expressa é o clima de tensão e o sentimento de ansiedade, é o medo de que o “caos, e qualquer dano

¹²¹Raymond Williams. *Communications*. Harmondsworth: Penguin, 1962. p.102

¹²²Raymond Williams. *Communications*. Op. cit. p.33

possível, continuará”¹²³. *Communications* insere-se em um momento em que o movimento educacional buscava uma medida entre “o trabalho crítico [...] notavelmente desenvolvido pelo grupo da Scrutiny” e a “análise das instituições iniciada pela New Left”¹²⁴. Não é que *Communications* seja um herdeiro da tradição crítica em termos de dar-lhe continuidade ou em termos de filiação teórica ao projeto de Leavis. Pelo contrário, sendo uma continuação de *Cultura e Sociedade* e de *The Long Revolution*, nos termos apresentados, o livro carrega em sua maior parte respostas profundamente críticas ao posicionamento leavisiano. O que existe, e a palavra crítica expressa muito bem, é uma expansão do sentimento que se registra numa continuidade vocabular. De forma que nos anos de 1975, quando essa postura ainda “não desapareceu, mas [...] é claramente residual”¹²⁵, o termo é substituído.

Deste modo, *Communications* registra as tentativas de uma nova geração de compreender e responder de seu próprio jeito ao mundo singular que estava herdando, seguindo muitas continuidades e reproduzindo muitos aspectos da organização que tentamos descrever no capítulo 1. Em suma, o livro faz parte uma tentativa geracional de “moldar sua resposta criativa em uma nova estrutura de sentimento”¹²⁶.

É o desejo de revisar os modos de pensar a comunicação e a cultura que movem essa geração. O desejo de construir uma democracia realmente participativa e educada. A marca distintiva dessa geração era o impulso de criar condições para formação de uma cultura verdadeiramente comum através processos de aprendizagem amplos, reafirmando a capacidade de participação do homem ordinário na construção dos sentidos gerais da sociedade.

¹²³Raymond Williams. *Communications*. Op. cit. p.110

¹²⁴Raymond Williams. *Communications*. Op. cit. p.183

¹²⁵Raymond Williams. *Communications*. Op. cit. p.183

¹²⁶Raymond Williams. *The Long Revolution*. Op. cit. p. 67 – tradução minha

Considerações finais sobre comentários e sobre a tradução do livro *Communications*.

A experiência de comentar e traduzir um livro não foi apenas uma empreitada linguística. Ao se debruçar sobre o objeto livro, o tradutor se vê forçado a lidar com todo corpo cultural e histórico que o envolve, desafio que tentamos realizar até aqui.

O primeiro capítulo apresentado aqui é uma resposta a essa necessidade. Tentamos mapear o contexto em que o *Communications* se inseriu e explicitar os diálogos que o livro tentava travar. Tentamos entender a crise geral à qual o *Communications* estava tentando responder e, em sequência, analisamos em nosso segundo capítulo, o modo particular como respondia a ela.

O que podemos concluir, é que *Communications* não é só um repertório teórico-metodológico, mas é uma tentativa de organizar e responder uma rede de significados, sentimentos e modos de pensar. As edições dos anos 1960 capturam e respondem aos sentimentos de uma sociedade em expansão: dos meios de comunicação, da educação, dos programas políticos de esquerda, da participação cultural etc. A edição de 1975, por outro lado, captura o instante de virada em que essa expansão não só seria interrompida, mas seus frutos seriam ativamente desmantelados: a concentração cada vez maior dos meios de comunicação em iniciativas privadas, os ataques ao sistema educacional e ao corte de gastos governamentais nessa área; o crescimento das alas de direita que viriam a se consolidar nos anos 80; o cerceamento da produção cultural a um pequeno grupo, etc. O livro funciona como uma espécie de ponto gravitacional que responde de um jeito particular um debate geral. Olhando para suas edições e as mudanças entre elas é possível captar essa mudança que estava em curso na sociedade inglesa.

O livro é, portanto, um ponto de inflexão. Por um lado, ele dialoga extensivamente com a tradição e com os modos de pensar já postos, por outro, ele é parte de um movimento de uma geração para criar novas formas de compreensão. Ou seja, ele captura um momento de mudança de uma estrutura de sentimento.

Dito tudo isso, apresentamos a seguir a tradução.

COMUNICAÇÕES

Raymond Williams

Índice

Prefácio.	3
1. Definições.	4
2. História	7
3. Conteúdo.	15
4. Controvérsia	69
5. Propostas.	89
Retrospectiva e Expectativas.	114

Prefácio

Este livro foi publicado pela primeira vez em 1962 como parte da Penguin Special. Uma nova edição, revisada e atualizada, foi publicada em 1966. A presente edição foi de novo totalmente revisada e atualizada e inclui uma nova seção, "Retrospect and Prospect, 1975", que analisa o desenvolvimento geral do assunto desde o início da escrita do livro e tenta identificar alguns dos principais problemas que provavelmente enfrentaremos nos próximos anos. Ao mesmo tempo, embora incluindo essas revisões e acréscimos, tentei, na medida do possível, sustentar o escopo e a intenção do livro, conforme foi concebido pela primeira vez em 1960. Os anos intermediários, embora tragam uma série de mudanças, parecem apenas ter confirmado a necessidade contínua desse tipo de análise e argumento.

A ajuda de minha esposa foi fundamental em todas as três edições. Desejo ainda agradecer a iniciativa do Sindicato Nacional dos Professores em convocar o congresso de 1960 sobre "Cultura Popular e Responsabilidade Pessoal" que foi na prática o ponto de partida do livro. Também recebi ajuda, em momentos diferentes e de maneiras diferentes, de Dieter Pevsner, Stuart Hall, Graham Martin, Richard Hoggart, Elias Bredsdorff, Martin Bernal, Ederyn Williams e Nicholas Garnham. Sou especialmente grato a Madawc Williams por seu trabalho na análise de conteúdo da imprensa de 1973. Parte do novo material do Capítulo III apareceu pela primeira vez em *The Listener*.

RW

Capítulo I - Definições

O que queremos dizer por “comunicação”? O significado mais antigo desta palavra, em inglês, pode ser resumido como a troca de ideias, informações e atitudes de uma pessoa para outra. Contudo, posteriormente, comunicação passou a significar também uma via ou canal de acesso de um lugar a outro. Desde a Revolução Industrial, houve tanto desenvolvimento desse tipo de comunicação - canais, ferrovias, navios a vapor, carros, aeronaves – que quando dizemos “comunicações”, geralmente, nos referimos a essas formas de viajar e transportar. Ainda assim, há uma outra linhagem essencial de invenções e desenvolvimentos modernos que também chamamos de comunicação. A imprensa a vapor, o telégrafo elétrico, a fotografia, o rádio, o cinema e a televisão são, todos, modos recentes de transmitir ideias, informações e atitudes de uma pessoa para outra. Assim, essa palavra tem, agora, em seu uso comum, diferentes significados e, frequentemente, eles se confundem. Considero que transporte seja uma palavra mais adequada que comunicação para descrever os meios físicos de viagem e locomoção, mas presumo que ambas continuarão sendo usadas. Em todo caso, neste livro, o que quero dizer com “comunicações” são as instituições e formas pelas quais as ideias, informações e atitudes são transmitidas e recebidas. O que quero dizer com “comunicação” é o processo de transmissão e recepção.

Em nossa própria geração, houve um aumento dramático de interesse pelo mundo das comunicações. Historicamente, desenvolvimento desses novos e poderosos meios de comunicação coincidiu com a expansão da democracia e com as tentativas de vários grupos dominantes de controlá-la e geri-la. Esse desenvolvimento coincidiu, também, com mudanças importantes na natureza do trabalho e da educação, que deram a muitas pessoas novos tipos de oportunidades sociais. Vem acontecendo uma grande expansão na escala da vida comum, tanto por conta dos novos sistemas de comunicação quanto pelo crescimento de diversos tipos de organização de larga escala. Tomados em conjunto, esses desenvolvimentos levaram ao que parecem ser problemas sociais de um tipo totalmente novo.

O crescimento do interesse pelas comunicações é uma resposta importante a esta nova situação. E exigirá uma mudança em nossa experiência e um desafio às nossas categorias usuais. Essa nova ênfase já está produzindo mudanças em algumas de nossas concepções básicas sobre a sociedade. Por meio de uma abordagem política tradicional, poder e governo são entendidos como o centro da vida em sociedade. Por meio uma outra abordagem que nos é familiar, usamos as análises econômicas tradicionais para interpretar as principais preocupações da sociedade

como preocupações a respeito da propriedade, da produção e do comércio. Essas abordagens continuam sendo importantes, mas agora devem ser complementadas por uma nova ênfase: pensar a sociedade como uma forma de comunicação, por meio da qual a experiência é descrita, compartilhada, modificada e preservada. Estamos acostumados a descrever toda a nossa vida comum em termos políticos e econômicos. A ênfase nas comunicações deixa claro que a experiência dos homens e das sociedades não se limitam às relações de poder, propriedade e produção. As relações de descrição, aprendizado, persuasão e troca de experiências são igualmente fundamentais. Essa ênfase é excepcionalmente relevante considerando as longas crises das sociedades do século XX. Muitas pessoas, partindo de versões mais antigas da sociedade, tomaram o crescimento das comunicações modernas como um nova forma de governar ou uma nova oportunidade de negócios e não como uma expansão das condições humanas de aprendizado e troca de ideias e experiências. Todos os novos meios de comunicação foram usados de forma inadequada para fins de controle político (como na propaganda) ou para o lucro comercial (como na publicidade). Podemos contestar tais usos, mas, a menos que sejamos capazes de propor, com clareza, uma versão alternativa de sociedade humana, nossos protestos não serão eficazes.

Minha opinião é que erramos ao tratar a comunicação como secundária. Muitas pessoas presumem que, antes, há a realidade e, somente depois, a comunicação a respeito dela. Nós desvalorizamos a arte e o aprendizado pois acreditamos que essas atividades são, sempre, secundárias: existe a vida e, somente depois, nossa narrativa dela. Nosso erro político mais comum é supor que o poder - a capacidade de governar outros homens - corresponde a todo o processo social e, portanto, é o único fator da política. Nosso erro econômico mais comum é supor que a produção e o comércio são nossas únicas atividades práticas e não demandam nenhuma motivação ou reflexão humana. Precisamos dizer o que muitos de nós já sabem através da experiência: que não podemos limitar a vida humana e os interesses da sociedade a esses fins; que o esforço para aprender, descrever, compreender e educar, é uma parte fundamental e necessária de nossa humanidade. Esse esforço não começa em segunda mão, depois que a vida real aconteceu. Ele é, em si, a principal maneira pela qual a realidade é continuamente formada e modificada. O que chamamos de sociedade não é apenas uma rede de arranjos políticos e econômicos, mas também um processo de aprendizagem e comunicação.

A comunicação começa com o esforço para aprender e descrever. Para iniciar esse processo em nossas mentes e para transmitir seus resultados aos outros, dependemos de certos modelos de comunicação, de certas regras ou convenções por meio das quais podemos nos fazer

entender. Podemos mudar esses modelos, quando se tornam inadequados, ou modificá-los e ampliá-los. Nossos esforços para fazer isso e usar os modelos existentes com sucesso ocupam grande parte de nossas vidas. A história de uma língua é um registro de esforços desse tipo e é uma parte tão central da história de um povo quanto as transformações de suas instituições políticas e econômicas. Além disso, muitos dos nossos modelos de comunicação tornam-se, eles mesmos, instituições sociais. Certas atitudes para com os outros, certas formas de tratamento, certos tons e estilos, são incorporados em instituições, tendo, portanto, um impacto social significativo. A crise nas comunicações modernas foi causada pela rapidez das inovações somada à dificuldade de encontrar as instituições adequadas a fazer uso desses meios técnicos. Na Grã-Bretanha moderna, damos usos diversos aos impressos, à fotografia, à televisão, que não são, necessariamente, frutos dos meios técnicos em si. Muitos desses usos foram desenvolvidos por conta de mudanças nas forças políticas e econômicas. Muitos deles, no entanto, foram desenvolvidos a partir de modelos muito particulares de comunicação, tais como: a ideia de que falar ou escrever para muitas pessoas ao mesmo tempo é a falar ou escrever para "as massas"; a ideia de que existem tipos bem definidos de pessoas e interesses que podemos separar e rotular – “Light Programme”, “Third Programme”, e “Home Service” (agora chamados de Radio 1, 3 e 4; conteúdo “popular” e “de qualidade”¹²⁷. Essas crenças questionáveis estão, frequentemente, incorporadas em instituições reais e sólidas, que, então, passam a disseminar os modelos nos quais se fundamentam. Não podemos examinar o processo geral de comunicação nas sociedades modernas sem examinar também a organização de tais instituições. Além disso, se compreendermos a importância da comunicação para todas as nossas atividades sociais, descobriremos que, ao examinar seu desenvolvimento e suas instituições, também estamos olhando de novas maneiras para a nossa sociedade e para algumas de suas relações características.

Este livro é uma introdução a essa área de investigação. Ele começa com um esboço da história de nossas instituições e meios de comunicação modernos. Em seguida, examina, de várias perspectivas, métodos e conteúdos de algumas de nossas instituições mais importantes. E então, passamos para as controvérsias e debates sobre dessas instituições que vêm se estendendo e se intensificando a cada ano, à medida que a sensação de crise aumenta.

¹²⁷Nota do tradutor (NT): Aqui Williams se refere a forma como BBC organizava os programas de rádios. De forma resumida: “The Light Programme” era focado em música popular, “The Third Programme” era dedicado à música clássica e programas culturais e “The Home Service” oferecia notícias e conteúdos não musicais, tais como leituras dramáticas e jogos de conhecimentos gerais.

Finalmente, faremos uma série de sugestões e propostas, que podem ser usadas como base para a discussão geral sobre possíveis desenvolvimentos e mudanças nesse âmbito.

Já trabalho nesta área há muitos anos e estou muito consciente das dificuldades que envolve qualquer livro curto sobre um assunto tão complicado e controverso. Tanto quanto possível, baseei o livro nos métodos de ensino que usei durante vários anos em aulas para membros da Workers' Education Association e sindicalistas. O objetivo de tal ensino, não era apenas apresentar fatos e métodos de estudo, mas também fomentar um processo de investigação independente e discussão comum¹²⁸. Espero que o livro possa ser usado da mesma forma, para um tipo de comunicação que acredito ser valiosa.

Eu disse em *Culture and Society*: “Ficarei feliz se for respondido, em sejam quais forem os termos ... Quando consideramos como as coisas estão hoje, nosso interesse permanente e a linguagem não poderiam exatamente ser vigoroso demais.”¹²⁹ Valorizo muito as diversas respostas que recebi, concordando e discordando. O convite original permanece.

¹²⁸NT: O debate à respeito da “discussão comum” é elaborado por Williams em um ensaio publicado em 1950 intitulado “Abandonando a Palestra”. Ver: “Abandonando a Palestra – método de discussão para as aulas de literatura de adultos” In: Raymond Williams & educação: coletânea de textos sobre extensão, tutoria, currículo e métodos de ensino / [organizador] Alexandre Henrique Paixão. – Campinas, SP: FE/UNICAMP, 2019.

¹²⁹NT: Essa citação foi retirada do livro *Cultura e Sociedade: de Coleridge a Orwell*. Petrópolis: Vozes, 2011. P.21 Tradução de Vera Joscelyne.

Capítulo II - História

O livro impresso foi o primeiro grande meio moderno de comunicação. A escrita possibilitou o registro da comunicação; a impressão possibilitou sua rápida distribuição. Na Inglaterra, havia duas ou três editoras em 1500, mas, por volta de 1600, havia mais de noventa. Treze títulos foram publicados em 1510, mas, por volta de 1600, tinha-se uma média anual de 150 títulos publicados. A publicação de baladas, almanaques e panfletos também aumentou rapidamente. No século XVII, era comum que a edição de um livro tivesse cerca de tinha cerca de 2.000 exemplares, enquanto um almanaque popular vendia, em média, 16.000 exemplares.

Entre 1500 e 1700, O Estado tentou regulamentar a publicação de impressos de diversos modos. Uma forma de censura foi criada em 1538; a obrigatoriedade de uma licença limitava o número de editoras; os autores que infringiam essa regra estavam sujeitos a um processo judicial. Essas medidas oscilaram junto com a história política. Conforme crescia a impressão de jornais, as medidas se tornaram mais severas. Em 1662, o Licensing Act¹³⁰ limitou o número de editoras para evitar "abusos", e, em 1663, foi nomeado um Suveyor of the Press, que possuía, indiretamente, o monopólio das notícias impressas. A recusa do Parlamento em renovar o Licensing Act, em 1695, levou a uma rápida expansão de jornais e revistas. A história das comunicações, de 1700 até o nosso século, é, em grande parte, a história da imprensa. Da lenta evolução dos serviços postais até a chegada das ferrovias e telegramas, esse processo de expansão foi dependente das comunicações gerais. A partir de 1814, o uso da impressão a vapor aumentou decisivamente a taxa de distribuição de impresso, e as transformações subsequentes, incluindo mudanças atuais, tiveram um efeito significativo na imprensa.

No início do século XIX, cerca de 24 milhões de jornais eram vendidos e cerca de 580 livros eram publicados todo ano, tendo cada edição por volta de 1000 exemplares. Entre 1700 e 1882, entretanto, houve diversas tentativas de controlar o que era impresso. O Governo passou a subornar extensivamente os jornalistas e oferecer subsídios a jornais que fossem favoráveis a ele. O controle direto do Estado foi substituído por diversos tipos de impostos comerciais: o Stamp Duty¹³¹, que incidia sobre todas as páginas dos jornais, e o imposto sobre publicidade. Esses impostos não serviam para aumentar a renda, mas para "suprimir calúnias". Se, no início

¹³⁰NT: Essa lei previa que a imprensa não tinha permissão para imprimir jornais sem concessão prévia do rei. Secretários de estado tinham permissão para realizar buscas e apreensão de materiais não licenciados. Quem infringisse a lei estava sujeito a multas e prisões.

¹³¹NT: O Stamp Duty era uma forma de imposto cobrado sobre documentos escritos. Exigia-se que um selo físico fosse anexado ou impresso nos documentos em questão. Durante o século 18 e início do século 19, esse tipo de imposto passou a abranger jornais, panfletos, bilhetes de loteria, contratos de aprendizes, anúncios, jogos de cartas, medicamentos, perfumes, apólices de seguro, etc.

do século XVIII, o valor era de meio penny, em 1815, o Stamp Duty já havia aumentado para quatro pence. Esse aumento acentuado, especialmente nos últimos anos, estava diretamente relacionado ao crescimento de opiniões radicais. E, mesmos depois das novas imposições de 1819, que visavam suprimir, diretamente, a liberdade de expressão, jornalistas independentes continuaram a resistir.

Depois da Reform Bill¹³², em 1832, a situação mudou. O imposto sobre anúncios foi reduzido em 1833 e abolido em 1853. O Stamp Duty foi reduzido em 1836 e abolido em 1855. Essas mudanças, em conjunto com crescimento da imprensa a vapor e das ferrovias, alavancaram uma rápida expansão. Entre os anos 1816 e 1836, as vendas de jornais aumentaram em cerca de 33%, entre 1836 e 1856, aumentaram em cerca de 70% e, entre 1856 e 1882, aumentaram em cerca de 600%. A partir dos anos 1830, os novos jornais de domingo, focados principalmente em relatos de crime e ficção sensacionalista, se tornaram líderes de venda em relação aos jornais diários, posição esta que eles ocupam até hoje. Por volta de 1850, um a cada oitenta adultos lia os jornais diários, em comparação, um a cada vinte adultos lia os jornais de domingo. Por volta 1900, um a cada cinco ou seis adultos lia os jornais diários e, um a cada três adultos lia os jornais de domingo. Houve uma expansão similar do público de revistas, e uma expansão mais lenta do público de livros. Em 1810 eram produzidos anualmente cerca de 580 livros, na década de 1855 eram produzidos cerca de 2.600 e, em 1901, chegou a 6.000 livros. As publicações aumentaram e os preços diminuíram.

Agora, devemos analisar o desenvolvimento de uma outra linhagem, a do teatro e outras formas de entretenimento. Os primeiros teatros foram construídos na Inglaterra nos anos 1570, mas, antes disso, já existia o drama popular, as peças de guildas – religiosas e de cunho moral - apresentadas em festivais de rua e feiras. Para além disso, havia uma série de entretenimentos populares, oferecidos, nas feiras ou lugares semelhantes, por artistas itinerantes, que eram vistos como criminosos e vagabundos aos olhos da lei. Os novos teatros, nos anos 1570, foram importantes pois, embora estivessem sob constante pressão das autoridades e as companhias teatrais tiveram que buscar patrocínio e proteção para sobreviver, servindo de lar a alguns desses artistas profissionais. Ao longo de quarenta anos, houve um notável crescimento cultural, marcado pelo encontro de atores e dramaturgos profissionais com um público popular (até por volta de 1640, quando a ascensão do puritanismo levou ao declínio e fechamento dos teatros).

¹³²NT: A Lei de Reforma de 1832 foi um ato do parlamento que introduziu uma ampla gama de mudanças no sistema eleitoral na Inglaterra e País de Gales. De modo geral, a lei também aumentou o número de pessoas com direito ao voto e revisou a distribuição de cadeiras na Câmara dos Comuns alterando a representatividade distrital.

As outras formas de entretenimento profissional continuariam enfrentando as dificuldades usuais.

Com a reabertura dos teatros, em 1660, ocorreu um novo tipo divisão. O monopólio do drama "legítimo" – como era chamado - ficou na mão de apenas dois [Teatros Reais]Royal Patent Theaters¹³³. No entanto, outros tipos de artistas profissionais continuaram existindo e, no século XVIII, enquanto muitos ainda se apresentavam nas feiras, outros tantos encontraram seu caminho em novos tipos de teatro, no mundo "ilegítimo" da pantomima, do espetáculo e dos shows de variedade. O monopólio dos Royal Patent Theatres só foi quebrado em 1843. Este monopólio reforçou a ideia de duas tradições de performance distintas, uma, 'arte' e a outra, 'entretenimento'. No entanto, essa linha divisória nunca foi clara e o número de teatros continuou crescendo.

Em 1600, no auge do drama elisabetano, havia pelo menos seis teatros em Londres. Em 1700, após o avanço da Restauração, havia apenas dois. Em 1750, concomitantemente aos Patent Theaters, foram abertos cinco teatros em Londres e cinco nas províncias e, em 1800, o número de teatros nas províncias chegou a quarenta. Em 1850, havia vinte e um teatros em Londres e setenta e cinco nas províncias. A verdadeira expansão ocorreu entre 1850 e 1900, e, ao final dela, havia sessenta e três teatros em Londres e mais de 300 nas províncias. Além disso, a partir da década de 1840, os music-halls começaram a surgir como uma alternativa ao entretenimento casual que acontecia em bares. Por volta de 1900, quarenta music-halls, partindo da velha tradição "ilegítima", mas agora com novos recursos, tais como campanhas publicitárias altamente persuasivas e salários fantásticos, trouxeram novos e valiosos desenvolvimentos para os shows de variedades. As antigas feiras perderam importância, mas os ménageries¹³⁴ e os "passeios a cavalo" levaram, no final do século XIX, a criação dos circos. No mesmo período, o futebol e as corridas tornaram-se parte do entretenimento organizado, contando com partidas coordenadas, taxas de entrada e aumento no número de espectadores

Na década de 1890, mais uma série de mudanças ocorreu. Em 1896, a primeira patente de rádio foi registrada e o primeiro de cinema da Inglaterra foi aberto, e posteriormente transferido para um music-hall. Todo impacto do rádio e do cinema não se tornou aparente até

¹³³NT: Royal Patent Theaters eram teatros patenteados que possuíam licenças para apresentar dramas "sérios". Outros teatros só estavam autorizados a exibir comédias, pantomima ou melodrama. Uma estratégia comum para esse segundo grupo de teatros era intercalar as peças com performances musicais ou dança na tentativa de evitar que os espetáculos fossem considerados muito sérios ou dramáticos.

¹³⁴NT: Coleções particulares de animais vivos em cativeiro. Normalmente expunha animais considerados "exóticos".

a década de 1920, entretanto, mudanças significativas ocorreram na organização da Imprensa. A 'Revolução de Northcliffe', como costuma ser chamada, não foi invenção do jornalismo popular; ela já havia começado nos jornais de domingo na década de 1830, ou talvez antes mesmo disso. A mudança crucial feita por Northcliffe foi na organização econômica da imprensa.

Ao longo dos séculos XVIII e XIX, a publicidade, em vários sentidos diferentes, era uma importante fonte de renda para os jornais. Esse movimento teve seu ápice em meados do século XVIII e o seu declínio na segunda metade do século XIX. A maior parte dos anúncios publicados em jornais eram do tipo que, hoje em dia, chamamos de "classificados": avisos individuais específicos. Mas, fora da imprensa, outros tipos de anúncios estavam se desenvolvendo rapidamente. No início, estavam intimamente ligadas às feiras e, em particular, aos viajantes que vendiam todo tipo de produtos farmacêuticos¹³⁵. Esses tipos de anúncios eram divulgados, em parte por meio de jornais, mas, principalmente, por meio de panfletos e pôsteres. Do início até meados do século XIX, a propaganda por meio de pôsteres tornou-se um comércio grande e organizado. Todos os tipos de construção eram usados para colar cartazes, muitas vezes sem consentimento, até que, em 1862, a Billposters' Association passou a organizar a instalação de outdoors. Um grande número de panfletos ainda era distribuído nas ruas, e homens e veículos eram contratados para desfilar com cartazes e anúncios. Esse número era tão alto que, em 1853, esses veículos foram oficialmente proibidos e as pessoas que trabalhavam com isso ficaram a ermo. Novos desenvolvimentos se seguiram: anúncios em balões e letreiros, pôsteres maiores em novos tipos de outdoors, letreiros eletrônicos. Por fim, a partir da década de 1880, uma época em que um novo tipo de marketing e o desenvolvimento do comércio varejista estavam mudando toda a base da publicidade, novos tipos de anúncio começaram a surgir na imprensa. Northcliffe e outras figuras semelhantes perceberam que o aumento do lucro com esses novos tipos de anúncio poderia ser a chave para custear os jornais modernos, em particular, como um meio para reduzir o preço dos exemplares aumentando, assim, a circulação. Ele publicou números de circulação de seu próprio jornal e desafiou seus rivais a fazerem o mesmo. As agências desse novo estilo de publicidade apoiaram o desafio, mas não obtiveram êxito até 1931. Nessa época, toda a estrutura da imprensa do século XIX havia passado por uma mudança radical. No século XIX, embora parte da renda dos jornais viessem da publicidade,

¹³⁵NT: O termo original em inglês é “patent medicine”. Na ausência de uma correspondência, nós optamos por traduzir por “produtos farmacêuticos”. Neste sentido, o termo designa um tipo de produto farmacêutico cujo intuito era de fornecer uma cura ampla para diversos tipo de doença e cuja eficácia era duvidosa. Normalmente, a produção desses produtos incluía ervas com alto teor diurético ou com efeitos laxantes.

eles não eram dependentes dela. No século XX, os jornais se tornaram muito dependentes da publicidade de modo que quase metade da renda dos jornais populares, e cerca de três quartos da renda de pequenos jornais tradicionais, passou a vir disso. Se um jornal comercial qualquer não conseguir lucro suficiente por meio dos diversos tipos de publicidade, certamente, irá a falência.

Uma segunda parte dessa grande reorganização da imprensa foi o crescimento de grupos ou redes de jornais e revistas. No século XIX, os jornais pertenciam, normalmente, a um único editor, uma família de editores ou uma pequena empresa. Era raro que mais de um jornal pertencesse à mesma pessoa ou empresa. Mas o novo tipo de proprietário, representado por pessoas como Northcliffe, Pearson e Newnes, deveria montar redes de revistas e, então, adquirir ou lançar jornais. Esse processo continuou ao longo de todo século, e praticamente todos jornais e revistas abandonaram de seu formato anterior e se transformaram de empresas privadas independentes para parte desses novos tipos de grupos capitalistas.

Nos últimos anos, esse processo tem se acelerado. É certo que novas mudanças virão, mas, em 1974, 84% das vendas de todos os jornais matutinos estavam na mão de quatro grupos (Reed International-IPC, News International, Beaverbrook Newspapers and Associated Newspapers), enquanto 86% das vendas de todos os jornais nacionais de domingo pertenciam a três desses mesmos grupos (Reed International-IPC, News International e Beaverbrook Newspapers). Os únicos dois jornais vespertinos de Londres eram controlados por dois dos quatro grupos que também dominavam o jornal matutino nacional (Beaverbrook Newspapers and Associated Newspapers). Uma parte significativa da imprensa oficial é propriedade de apenas cinco grupos, incluindo três dos mencionados anteriormente - Associated Newspapers, News International e Reed International-IPC – o quarto, Thomson (proprietário do Times Newspaper) e, por fim, o grande Westminster Press Group. A Reed International-IPC, que controla 35% de todos os jornais matutinos e domingos nacionais vendidos, também possui uma propriedade majoritária de revistas femininas de grande circulação e é uma grande proprietária de periódicos de todos os tipos.

No nosso século, houve uma grande expansão em termos de leitura. Em 1920, um em cada dois adultos lia um jornal diário, e para cada quatro adultos, em média, cinco jornais de domingo eram lidos. Em 1947, a cada dez adultos, doze jornais diários e vinte e três jornais de domingo eram lidos. A circulação total dos jornais diários nacionais foi de 9.943.000 em 1937; 15.563.000 em 1947; 15.812.000 em 1961; 14.948.000 em 1968 e 15.433.000 em 1974. A circulação total dos jornais nacionais de domingo foi de 13.315.000 em 1937; 25.239.000 em

1947; 24.536.000 em 1961; 24.177.000 em 1968 e 22.641.000 em 1974. Em geral, um platô foi atingido após 1945; desde então, houve um ligeiro e desigual declínio, contudo, em níveis gerais, os números ainda são muito elevados. Ao mesmo tempo, a variedade de jornais disponíveis tem diminuído constantemente. Se no final do século XIX, havia nove jornais vespertinos na região de Londres, agora existem apenas dois (e de modo precário). Do começo dos 1960 até agora, sete jornais nacionais, tanto diários como de domingo, foram a falência. Se compararmos com 1900, vamos perceber que houve uma grande expansão do número total de leitores mas uma severa redução do leque de escolha. Os jornais que faliram recentemente tinham circulações substanciais; eles possuíam uma circulação expressiva, não só para todos os padrões anteriores, mas também para os padrões contemporâneos, até quando comparado com sociedades mais populosas. O cinco jornais nacionais que foram encerrados totalizaram o seguinte número de vendas: mais de dois milhões (Empire News), um milhão e meio (Dispatch) e mais de um milhão cada (News Chronicle, Graphic, Sunday Chronicle). Esses números mostram que não é possível concluir que esses jornais tiveram que fechar por desinteresse do público.

Na verdade, no moderno financiamento da imprensa, esses números elevados não são altos o suficiente para atrair as quantias necessárias de receita de publicidade. Jornais com circulação muito menor, como The Times e The Guardian (cerca de um quarto de milhão cada), sobrevivem porque a natureza de seus leitores (pessoas com renda mais alta e mais influência social) permite que eles obtenham receita de publicidade a taxas mais altas. Os jornais não sobrevivem ou falham de acordo com quantas pessoas os desejam, mas de acordo com sua adequação como meio de publicidade. Esta é uma característica distintiva de grande parte das comunicações na Grã-Bretanha do século XX.

O teatro também está em constante declínio. Os 400 teatros e music-halls que existiam em todo país, em 1900, diminuíram para cerca de 200, e continuam a diminuir cada vez mais. Uma parte significativa dessa redução na quantidade de teatros se deve à competição com os cinemas, que, por sua vez, conseguiram um público novo e muito numeroso. Em 1939, os cinemas da Grã-Bretanha tinham uma audiência semanal de dezenove milhões de pessoas, e em 1946, tinham mais de trinta e um milhões. Desde o fim da guerra, esses números começaram a reduzir rapidamente por conta do advento da televisão. Por volta de 1955, a audiência semanal havia caído para 22 milhões, em 1965, para 6 milhões e, em 1974, para menos de 3 milhões. Durante o declínio do pós-guerra, o número total de cinemas foi reduzido a menos de um terço.

Em 1950, havia 4.584 cinemas abertos, em 1960, cerca de 3034, e, em 1974, cerca de 1200, mas por conta de algumas alterações no espaço interno, havia cerca de 1600 telas.

A expansão do teatro no século XIX e do cinema no século XX tiveram algumas características comuns. Na fase inicial, em ambos os casos, os proprietários típicos eram pequenos investidores, que, gradualmente, construíam uma rede local. Em fases posteriores, grandes conglomerados, semelhantes aos que surgiram na imprensa, começaram a se estabelecer, especialmente no teatro de Londres, em cadeias de salões provinciais e nos grandes circuitos de cinema. No cinema, a posse da distribuição e da produção são estreitamente interligadas. Em declínio, tanto os teatros quanto os cinemas foram tratados como uma propriedade comercial ordinária e, muitas vezes, foram fechados como parte de esquemas especulativos.

A forma típica de propriedade dos meios de comunicação na Grã-Bretanha do século XX foi posta de lado quando a rádio difusão começou a se desenvolver. Talvez por conta de suas implicações para a segurança nacional, uma autoridade pública assumiu rapidamente o lugar das redes comerciais no controle das radiodifusões logo no começo de seu desenvolvimento. Em 1927, um Decreto Real estabeleceu o direito de monopólio estatal e deu a B.B.C. o status de empresa pública independente. Esse Decreto foi renovado em 1937, acompanhando os primeiros avanços da televisão. A primeira rede pública de televisão foi criada pela B.B.C. em 1936. Em 1954, o monopólio da televisão foi quebrado e uma segunda autoridade pública, I.T.A. foi criada via um decreto parlamentar. A Independent Television Authority (agora, com a adição de estações de rádio comerciais, a Independent Broadcasting Authority) detém seus próprios meios de transmissão, mas aluga o espaço de transmissão para cerca de treze empresas privadas para fornecerem os programas exibidos. A renda da B.B.C. vem de uma percentagem das taxas de licença, já a I.B.A. é mantida pelo aluguel pago pelas empresas privadas que fornecem os programas exibidos, que, por sua vez, obtêm sua própria renda vendendo de tempo de exibição para fins publicitários. Assim, em meados da década de 1950, uma forma de organização comercial muito semelhante à da imprensa já podia ser percebida na maior parte dos serviços televisivos. Assim como nos jornais, uma grande parte da renda passou a ser derivada da publicidade da qual as empresas que fornecem os programas exibidos dependem. O controle da I.B.A., assegurado por lei, é um novo fator. É significativo, em termos da situação geral, que as redes comerciais de jornais, e os grupos semelhantes do ramo do teatro e do cinema, sejam responsáveis pela maior parte do investimento dessas

empresas que fornecem programação. Recentemente, as emissoras comerciais locais têm tido sucesso em sua campanha para expandir este sistema de dependência publicitária para os rádios.

O crescimento das audiências de rádio e televisão tem sido espetacular. Entre vinte e vinte e cinco milhões de pessoas assistem televisão todos os dias. A grande maioria das famílias tem rádios e mais de 90% da população têm televisão em casa. Alguns programas registraram o maior público da história de nossas comunicações. A radiodifusão, junto com o surgimento de gravadoras, levou a um aumento extraordinário do público de todos os gêneros de música. Agora, em planos anos setenta, quase duzentos milhões de discos são vendidos todos os anos.

Houve, também, um grande aumento na publicação de livros. Em 1901, o número de títulos publicados anualmente havia atingido 6.000. Em 1924, era mais de 12.000, em 1937, mais de 17.000, em 1963, mais de 26.000 e em 1973, mais de 35.000, dentre os quais mais de 25.000 eram títulos novos. Também cresceu o número de bibliotecas e, em plenos anos setenta, cerca de seiscentos milhões de empréstimos são feitos anualmente nas Bibliotecas Públicas (um número muito alto em comparação a diversos outros países, e que afeta, comparativamente, as vendas de livros na Grã-Bretanha, onde as vendas de os livros de capa dura são especialmente baixas). Desde meados da década de 1930, houve uma notável expansão na produção de livros de bolso: em meados da década de 1950, cerca de 20 milhões de exemplares eram vendidos anualmente; em meados da década de 1960, oitenta milhões eram vendidos anualmente e, hoje, em meados de 1970, cerca de cento e setenta milhões. É difícil de quantificar a quantidade real de público-leitor, e o número, significativamente menor, de público-consumidor de livros, mas estima-se que o número de leitores seja de cerca de 60% da população (havendo é claro grande disparidade quanto a quantidade efetiva de leitura feita). Este número grande de leitores foi, provavelmente, alcançado pela primeira vez na década de 1950. Para efeitos de comparação, um grande público-leitor dos jornais de domingo se estabeleceu por volta de 1910, e o público dos jornais diários, por volta do final da Primeira Guerra Mundial.

A produção de livros parece estar passando por mudanças de propriedade semelhantes às, já citadas, mudanças vividas pela imprensa no final do século XIX. Ainda que existam muitas editoras independentes, há, também, uma tendência acentuada e acelerada de formação grupos comerciais, e um número considerável de editoras aparentemente independentes já foram absorvidas por grandes grupos editoriais.

O que podemos aprender com esse registro geral? É claro que existem dois fatores principais na história moderna das comunicações. Há, em primeiro lugar, a notável expansão

da audiência. Para além de qualquer concepção anterior, houve uma grande expansão do público de jornais, revistas, livros, rádio, televisão e música, e esta expansão ainda está em curso. Apesar do recente declínio na audiência, ainda existe um enorme público de cinema, e a queda no teatro pode ser compensada pela expansão e, principalmente, pelo grande aumento de audiências que acompanham os dramas transmitidos pelo rádio e pela televisão. Todo esse processo tem o efeito de uma revolução cultural.

Ao mesmo tempo, houve outro grande desenvolvimento. As relações de propriedade da maior parte dos meios de comunicação, antigos e novos, se organizou ou está se organizando de uma forma desconhecida em períodos anteriores e guardando semelhanças significativas com as principais formas de propriedade da produção industrial. Os métodos e atitudes dos negócios capitalistas se tornaram o centro das comunicações públicas. Existe uma dependência generalizada do dinheiro publicitário, as políticas adotadas atualmente giram em torno de atrair o grande público o mais rápido possível, a fim de atrair e segurar possíveis anunciantes. Por conta disso, um dos principais objetivos – se não o único - da comunicação passou a ser vender um determinado jornal ou programa. Todos os propósitos básicos da comunicação - o compartilhamento da experiência humana - podem se tornar subordinados a esse impulso de vender.

Agora, a pressão está ainda maior. O velho tipo de dono de jornal, que queria o controle para poder propagar suas opiniões, tem sido, em geral, substituído por uma espécie de proprietário que diz não estar interessado em opiniões, mas simplesmente em vender o máximo de jornais que puder. O que antes era um meio para um fim mais amplo, tornou-se, em muitos casos, um fim em si mesmo. A organização das comunicações não é para uso, mas para lucro, e parece que passamos do estágio em que dá para fingir que as coisas são diferentes.

Essa ênfase inevitavelmente se estende à substância da comunicação. Ela está fadada a permanecer no mundo humano de alguma forma; e nunca pode ser resumida apenas a produção de coisas. Mas os métodos aprendidos com o comércio de bens podem ser aplicados a pessoas. Pode haver uma espécie de fabricação e comercialização de personalidades, como no poderoso e crescente mundo da publicidade. Também pode funcionar como um tipo de embalagem para a experiência: apresentá-la com a fachada certa ou mesmo fazer com que a fachada seja um substituto para a experiência. Os efeitos humanos de tais tendências podem ser severos, mas quando tentamos chamar atenção para eles somos chamados de "idealistas", enquanto a ênfase na venda é vista como normal e prática. A ironia é que o único uso prático da comunicação é o compartilhamento de experiências reais. Colocar qualquer coisa antes disso é, de fato, pouco

prático. Colocar à venda antes disso pode parecer normal, mas na verdade é apenas uma perversão a qual algumas pessoas se acostumaram: uma maneira de ver o mundo que só parece correta e normal porque fomos reduzidos a isso.

A interação entre esses dois processos principais - a expansão popular e a ênfase nas vendas - é extremamente complicada. Os dois estão ligados em nossas mentes, porque aconteceram juntos. É difícil ver que as coisas poderiam ter sido, e ainda podem ser, de outra forma. Para sermos historicamente corretos, precisamos analisar essa questão em uma dupla chave. Em primeiro lugar, está claro que a extensão das comunicações fez parte da extensão da democracia. No entanto, ao longo do século, embora o público tenha se expandido, a propriedade e o controle dos meios de comunicação se tornaram mais restritos. A memória do controle estatal incita um medo do controle público, mas existem muitos tipos de controle. No sistema de combinação moderno, há um novo tipo de controle, e podemos concordar com Burke que

Os homens prudentes aplicarão seus remédios aos vícios, não aos nomes...O contrário disso seria historicamente sábio, mas uma tolice na prática...Os senhores se apavoram com fantasmas e aparições, enquanto sua casa é um covil de bandidos.¹³⁶

Na verdade, em nome da tendência moderna de restrição da propriedade, as condições culturais da democracia estão sendo negadas: às vezes, ironicamente, em nome da liberdade. Em segundo lugar, está claro que a expansão foi e é um processo de crescimento humano. Todo crescimento é difícil e requer tempo e cuidados. E, também é, inevitavelmente, permeado por muitos tipos de confusão e incerteza. Se tentarmos preservar, intactas, as velhas formas e atacarmos as novas, as velhas formas simplesmente passam a ser irrelevantes para os novos problemas. O que pode acontecer então é as novas formas passem a ser controladas por homens que não estão preocupados com crescimento da sociedade ou com os propósitos humanos aos quais a expansão serve. Esses homens verão a inexperiência como uma oportunidade e a confusão como uma sanção. Em vez de surgir uma nova cultura, surgirá uma cultura sintética – pautada em encontrar e explorar as tensões do crescimento – cujo fim é ser rapidamente vendida. Enquanto esses homens governarem, realmente haverá expansão, mas não haverá crescimento real.

Uma cultura sintética é fácil. A velha cultura é remota. Estamos presos nesta tensão, mas não podemos, afinal, negar as forças de crescimento, os verdadeiros impulsos de expansão.

¹³⁶ NT: O trecho foi retirado do livro Reflexões sobre a Revolução na França [livro eletrônico]. São Paulo: Edipro, 2019. pp. 141-142. A Tradução, apresentação e notas são de autoria de José Miguel Nanni Soares

Através de muitas dificuldades, houve crescimento de um tipo real e valioso. Mas a natureza da expansão nos avisa que não podemos medi-la por nenhum teste geral e simples. Temos que reconhecer as contradições que temos vivido: entre a democracia e a propriedade limitada; entre a extensão genuína e a vontade de vender. A verdadeira história das comunicações, ao nos mostrar essas contradições, mostra-nos também a necessidade de escolher entre rumos genuinamente alternativos para o futuro.

Capítulo III - Conteúdo

Nós nos acostumamos a determinados jornais e programas e, muitas vezes, depois de um certo tempo, passamos a tratar seu conteúdo típico como algo autoevidente. De fato, frequentemente, algum grau de familiarização com um determinado jornal ou programa é necessário se, o que estes têm a nos oferecer, chega até nós com facilidade. Mas, é claro que existe o perigo de, à medida que nos acostumamos com a visão de mundo particular incorporada por nosso jornal ou programa favorito, esquecermos que, afinal, ela é apenas uma entre tantas perspectivas possíveis.

A maioria de nós percebe que a visão de mundo do The Times e do The Daily Mirror, ou pelo Radio Tree e Radio One, são diferentes em certos aspectos básicos. Mas não é o suficiente perceber apenas essas diferenças gerais e óbvias. Para sermos realmente vigilantes e independentes, como deveríamos ser em uma democracia, temos que analisar criticamente tanto os conteúdos e métodos com quais estamos acostumados quanto aqueles que não fazem o nosso tipo.

Existem várias maneiras de fazermos, nós mesmos, essa análise. Eu gostaria de apresentar algumas delas, tanto para mostrar métodos possíveis quanto para apresentar casos concreto. Este tipo de análise deve ser realizada regularmente, não apenas para que possamos acompanhar mudanças importantes (que muitas vezes não são anunciadas), mas, também, para que possamos fazer comparações históricas e discernir tendências particulares. Além disso, sempre há algum erro na amostragem que só pode ser minimizado se diversos dados forem colhidos e muitas pessoas estiverem empenhadas em fazer esse tipo de investigação. Tentei, o máximo possível, realizar procedimentos que permitissem comparações com os trabalhos semelhantes feitos anteriormente. Contudo, não só trabalhos desse tipo foram feitos de forma dispersa e irregular, como eu tentei introduzir algumas formas novas de análise. Este trabalho será dividido em três seções: primeiro, uma quantificação dos tipos de conteúdo; segundo, análise de estilo e apresentação; terceiro, pesquisa comparativa.

Quantificação dos conteúdos

Aqui, proponho olharmos para uma amostra de jornais, revistas e programas, em termos das proporções de espaço e tempo dadas a diferentes categorias de material. Começo com a imprensa e, em particular, com os jornais matutinos nacionais. Quero examinar primeiro a divisão do espaço destinado à publicidade e a todos os outros conteúdos (editoriais). Na Tabela

1, temos um exemplo dos resultados de uma análise; o preço, o número de páginas e a circulação média dos jornais foram incluídos para analisarmos a relação entre estes dados e os percentuais de materiais publicitários e editoriais.

Tabela 1 (a)

Julho 1961	Preço em pence	Páginas	Circulação média em milhares	Percentual de material editorial	Percentual de material publicitário
Times	5	18	260	68	32
Guardian	4	16	235	61	39
Telegraph	3	22	1264	52	48
Mail	3	16	2687	68	32
Express	3	12	4313	66	34
Herald(1)	3	10	1418	77	23
Worker(2)	3	4	S.i.	97	3
Mirror	3	20*	4593	67	33
Sketch	3	16*	1000	90	10

*tamanho do tabloide/jornal

(1) Substituído pelo The Sun

(2) Substituído pelo The Morning Star

Então, um jornal ser de "qualidade" ou "popular" não determina a proporção do espaço destinado à propaganda e ao material editorial. Os três jornais com índices mais baixos de publicidade, o Herald, o Sketch e o Worker, certamente incluiriam mais propagandas, se pudessem. O Herald e o Sketch tiveram números menores porque, em comparação com seus concorrentes diretos, circularam menos. O Times e Guardian, com tiragens mais baixas, obtêm relativamente mais publicidade porque a posição social e econômica de seus leitores atrai anunciantes. É a combinação entre sua posição política e uma pequena circulação, que faz com que o Worker tenha baixa quantidade de publicidade. Ainda assim, mesmo levando em conta essas exceções, obtemos um valor médio de cerca de um terço de todo o espaço disponível nos jornais destinado à propaganda.

Novas análises, para fins de comparação e continuidade, foram feitas em 1965 e em 1973.

Tabela 1 (b)

Julho 1965	Preço em pence	Páginas	Circulação média em milhares	Percentual de material editorial	Percentual de material publicitário
Times	6	24	258	64	36
Guardian	5	22	276	63	37
Telegraph	4	32	1351	44	56
Mail	3	16	2425	61	39
Express	4	16	4042	61	39
Herald(1)	4	14	1361	69	31

Worker(2)	4	4	60	96	4
Mirror	4	24*	4957	65	35
Sketch	4	20*	826	80	20

*tamanho do tabloide

(1) Sucessor do Herald

(2) Substituído pelo The Morning Star

É perceptível, nas tabelas, o declínio geral da circulação; também houve, é claro, um aumento significativo nos preços de venda. É notável, considerando a movimentação geral, que o The Times, o Guardian e o Telegraph tiveram um aumento de vendas, e o Mirror, o Express e o Mail, uma queda. Mas esta não é simplesmente uma mudança da imprensa “popular” para a de “qualidade”. O aumento notável nas vendas do Sun, sob nova gestão, se deu por um aumento na popularidade de um antigo estilo popular de jornalismo ilustrado, compartilhando pouco, ou quase nada, com outros casos mais evidentes de reformulações em direção a um jornalismo sério.

Tabela 1 (c)

Julho 1973	Preço em novo pence*	Páginas	Circulação média em milhares	Percentual de material editorial	Percentual de material publicitário
Times	5 (12)	32	344	62	38
Guardian	5 (12)	24	345	73	27
Telegraph	4 (9.6)	36	1419	48	52
Mail	3 (7.2)	40#	1729	60	40
Express	3 (7.2)	20	3290	60	40
Sun	3 (7.2)	32#	2966	64	36
Star(1)	4 (9.6)	6	?	91	9
Mirror	3 (7.2)	28#	4291	63	37

*Preço na antiga moeda em parênteses¹³⁷

#Tamanho do tabloide

(1) Antigo Worker

Ao longo do tempo, a dependência da publicidade aumentou. Em 1961, a percentagem média de publicidade em todos os jornais era de 28% (excluindo o Worker, a percentagem seria de 31%). Em 1965, esses percentuais haviam aumentado, respectivamente, para 33% e 36% e, em 1973, para 35% e 39%. O baixo percentual de anúncios do Sketch foi um dos principais fatores para sua falência.

¹³⁷NT: Em 1971, com adoção de um sistema monetário decimal, há no Reino Unido uma substituição do xelim pela nova moeda de cinco pence

Desde o período entreguerras, é comum que os jornais sejam dependentes de uma quantidade substancial de publicidade. A dependência dos jornais de uma proporção substancial da publicidade é normal desde o período entreguerras. Se olharmos, para o espaço dedicado à publicidade em três jornais emblemáticos ao longo do tempo, teríamos a seguinte distribuição percentual:

	1937	1955	1961	1965	1973
Times	33	40	32	36	38
Mail	41	36	32	39	40
Mirror	26	34	33	35	37

Hoje em dia, independentemente de serem considerados, para usar termos correntes, jornais de 'qualidade', 'populares' ou 'tabloide', todos os jornais têm, como característica comum, uma dependência similar da publicidade comercial.

No entanto, publicidade é uma categoria muito ampla. Se nos atentarmos ao uso do espaço publicitário, encontraremos algumas diferenças importantes entre os diversos tipos de jornal. Por exemplo, alguns jornais têm uma alta proporção de classificados (avisos específicos, geralmente em tamanho normal); outros, uma alta proporção de anúncios (geralmente muito abrangentes e de tom persuasivo, usando ilustrações e, muitas vezes, letras garrafais). Na Tabela 2 (p.53), há alguns dados percentuais. Geralmente, podemos identificar diferenças significativas simplesmente olhando para os jornais em questão. No entanto, há algumas diferenças no uso do espaço publicitário, as quais precisam ser examinadas com mais cuidado. Vale a pena elencar certos grupos de bens e serviços e avaliar quanto espaço ocupam em jornais diferentes. Na Tabela 3, temos um exemplo dessa distribuição (p. 54)

Trata-se da distribuição de anúncios apenas, deixando de lado as diferentes proporções de classificados e anúncios já observados. Obviamente, de tempos em tempos, há variações nessas porcentagens, mas alguns pontos gerais são muito claros. O mais importante, talvez, seja a categoria que descrevemos como anúncio "para empresas e opinião pública", que, em sua escala atual, é um desenvolvimento relativamente novo. Esses anúncios não visam nenhuma venda direta ou concebível (para a maioria das pessoas). Os produtos que eles anunciam só podem ser comprados por organizações muito grandes ou, muitas vezes, apenas por empresas bastante especializadas. Por que então anunciar em um jornal com um público amplo em vez de em um periódico comercial? A explicação usual é que os jornais realmente usados para esse tipo de anúncio têm, entre seus leitores, uma proporção maior de pessoas em posição de realizar

compras tão caras, e isso é verdade até certo ponto obviamente. No entanto, essa proporção é muito pequena se comparada com a proporção do espaço utilizado. A explicação parece ser que, independentemente de qualquer venda real promovida por esses anúncios, o prestígio ou 'imagem' da empresa é promovida entre leitores tidos como particularmente influentes para a opinião pública. Em grande volume, essa publicidade parece também promover, como um todo, a "imagem" do empreendedorismo moderno. A fronteira entre isso e a propaganda política direta costuma ser muito tênue.

A distribuição de anúncios forma um padrão razoavelmente claro. Os bens e serviços nitidamente mais caros, como viagens e carros, eram, em 1961, fortemente anunciados nos jornais mais caros, ou naqueles cujos leitores tinham mais poder de aquisitivo. Em 1973, por diversas razões sociais, essa realidade mudou, especialmente para anúncios de carros. A distribuição de anúncios de setores intermediários é menos significativa: as pequenas variações nos casos particulares não são especialmente relevantes, e uma amostragem adicional sem dúvida alteraria seus resultados. Mas, assim como a característica mais significativa dos jornais mais caros é a quantidade crucial de anúncios da categoria 'entre empresas e opinião pública', uma característica significativa e contínua dos jornais mais acessíveis é a quantidade de anúncios de produtos farmacêuticos, que parece estar concentrada em jornais voltados aos membros mais pobres e menos instruídos da comunidade. Precisamos analisar cuidadosa e continuamente essa política aparentemente consciente. A inclusão de uma nova categoria – “finanças pessoais” - na Tabela 3(c), é reflexo de uma tendência recente e significativa. Ela está relacionada com a ampliação rápida, durante os anos sessenta e início dos anos setenta, de um novo mercado de ações, nos ‘fundos de investimento’ e dispositivos semelhantes, e de fundos de investimento imobiliário, para um público mais abrangente. Veremos que isso resultou diretamente em um aumento de um tipo similar de "noticiários financeiros".

Tabela 2 (a)

Julho 1961	Times	Guardian	Telegraph	Mail	Express
Classificados	69	66	85	12	13
Anúncio	31	34	15	88	87

Tabela 2(b)

Julho 1965	Times	Guardian	Telegraph	Mail	Express
Classificados	77	75	73	44	22
Anúncio	23	25	27	56	78

Tabela 2 (c)

Julho 1973	Times	Guardian	Telegraph	Mail	Express
Classificados	67	41½	67 ½	37	37 ½

Anúncio	33	58 ½	32 ½	63	62 ½
---------	----	------	------	----	------

É visível, na tabela 2, que houve, ao longo do tempo, um aumento importante da quantidade de classificados em jornais de grande circulação e aumento mediano na quantidade de anúncios em jornais de baixa circulação. Embora o contraste ainda seja nítido, essas tendências tornaram, em 1973, a discrepância na distribuição dos tipos de publicidade, entre esses dois grupos, menos acentuada que em 1961.

Tabela 3(a)

Julho 1961	Para empresas e opinião pública	Viagem	Carros	Bebida e tabacaria	Outros bens de consumo	Alimen tação	Farma cêuticos	Diversos
Times	57	10	8	8	5	-	1	11
Guardian	48	7	8	9	18	-	1	9
Telegraph	37	9	8	6	28	1	8	3
Mail	-	2	2	13	55	10	9	9
Express	-	2	2	14	43	10	16	13
Herald	-	-	-	3	62	9	13	13
Worker	-	-	-	-	100	-	-	-
Mirror	-	-	-	13	59	9	16	3
Sketch	-	-	-	42	25	-	7	26

Tabela 3(b)

Julho 1965	Para empresas e opinião pública	Viagem	Carros	Bebida e tabacaria	Outros bens de consumo	Alimen tação	Farma cêuticos	Diversos
Times	76	24	-	-	-	-	-	-
Guardian	63	14	11	-	12	-	-	-
Telegraph	54	8	14	7	9	8	-	-
Mail	-	-	7	31	20	37	2	3
Express	-	-	14	2	22	38	7	17
Sun	-	-	-	25	18	31	1/2	25 ½
Worker	-	-	-	-	-	-	-	-
Mirror	-	-	-	22	39	19	19	1
Sketch	-	8	-	14	8	42	24	4

Tabela 3(c)

Julho 1973	Para empresas e opinião pública	Viagem	Carros	Bebida e tabacaria	Outros bens de consumo	Alimen tação	Farma cêuticos	Diversos
Times	61	5	2	24	-	6 ½	-	-
Guardian	80 ½	-	2	16 ½	1	-	-	-
Telegraph	41 ½	20 ½	10	20	-	4	-	-
Mail	-	57	-	11	12	9	5	5

Express	6 ½	24	8 ½	19	6 ½	13	10 ½	5
Sun	7	24	-	16 ½	14	2	25	5 ½
Star	-	-	-	-	-	-	-	-
Mirror	-	13	-	16	16	15	30	8

Até agora, eu analisei apenas uso do espaço publicitário. Fiz isso porque, apesar da publicidade ser parte fundamental dos conteúdos de jornal, tanto em questão de tamanho quanto de estilo, tende a ser ignorada. Passo agora ao uso do espaço restante, geralmente cerca de dois terços do jornal. Há um exemplo da distribuição percentual na Tabela 4 (a). A classificação usada nesta tabela segue o Apêndice VII do Report of The Royal Commission on the Press, 1947-9. As categorias são autoexplicativas, exceto o item 'diversos', que inclui cartoons e passatempos. As diferenças entre os vários jornais são bem claras. O mais notável, talvez, seja a alta proporção de tirinhas e materiais semelhantes e a baixa proporção de notícias nos dois "tabloides", Mirror e Sketch. Há menos diferença na proporção de imagens agora do que em tempos passados, quando o termo 'jornalismo ilustrado' indicava um modelo diferente de jornal. Abordaremos a questão sobre os diferentes usos e tipos de imagens mais para frente.

Tabela 4(a)

Julho 1961	Notícias	Reportagens	Editorial	Cartas	Imagens	Diversos
Times	74	8	3	2 ½	11	1 ½
Guardian	64	17	3	3	10	3
Telegraph	61	18	2	3	14	2
Mail	55	8 ½	1	1	25 ½	9
Express	62	8	1	1	18	10
Herald	64	9	2	2	14	9
Worker	70	12	3	1	12	2
Mirror	45	7	1	2	29	16
Sketch	49	7	1	2	18	23

Tabela 4(b)

Julho 1965	Notícias	Reportagens	Editorial	Cartas	Imagens	Diversos
Times	79	7 ½	2 ½	2	7 ½	2
Guardian	66	20	2 ½	1 ½	6	4
Telegraph	67	19	2	1	9	2
Mail	63 ½	13	1	½	10	12
Express	67	8	1	2	9	13
Sun	63	12 ½	2 ¼	2 ¼	10	10
Worker	67	13	3	-	10	7
Mirror	63	5	1	3	12	16
Sketch	51	13 ½	1 ½	1	18	15

Tabela 4(c)

Julho 1973	Notícias	Reportagens	Editorial	Cartas	Imagens	Diversos
Times	67	19	2	4 ½	4 ½	3

Guardian	68	21	2	2	4	3
Telegraph	77½	7½	1½	1½	7½	4½
Mail	61½	18	1½	5	8	6
Express	58	19½	1	-	14½	7
Sun	58½	8	3½	2½	20	7½
Star	61½	18	2	½	12	6
Mirror	61½	10½	2½	2	16	17½

Vale ressaltar que a percentagem de notícias, nos jornais contemporâneos, nem sempre é muito elevada. E, de fato, se considerarmos todo material impresso (incluindo publicidade), a percentagem de notícia mais alta seria do Worker, cerca de sessenta e oito por cento (um número enganoso em alguns aspectos devido à quantidade muito baixa de publicidade), enquanto os demais estariam entre os cinquenta por cento do The Times e os trinta por cento do Mirror. Contudo, devemos analisar esses números de forma mais detida se quisermos avaliar esses dados com precisão. Devemos examinar o espaço destinado a cada tipo de notícia em relação à totalidade das notícias. Na Tabela 5(a), temos os dados percentuais dessa distribuição.

As diferenças, aqui, são muito interessantes e merecem um exame cuidadoso. É, aqui, em especial, que visões de mundo – uma seleção das coisas que são dignas de nossa atenção – são formadas e comunicadas. É claro que não devemos cometer o erro de presumir que o único tipo de notícia relevante é aquela classificada como "política, social e econômica"; muitos outros tipos de atividades humanas podem ser notícias relevantes. No entanto, a imprensa é, tão frequentemente, discutida em termos de uma única função, fornecer as informações para o julgamento político, social e econômico necessários a uma democracia, que é importante não apenas apontar as diferenças entre os jornais, mas também as proporções reais desse tipo de notícia em cada um deles. Se considerarmos todo o material impresso (incluindo publicidade), a percentagem de notícias políticas, sociais e econômicas, tanto internacionais quanto nacionais, assumiria o valor mais alto, de trinta e nove por cento, no Worker, que é um ponto fora da curva. Enquanto isso, nos outros jornais variaria de cerca de dezesseis por cento, no The Times e no Guardian, a cerca de cinco por cento no Sketch, sendo esse o índice mais baixo. Estes são números bastante assustadores, em comparação com os nossos pressupostos habituais sobre as principais funções dos nossos jornais de notícia.

Uma análise posterior, em 1965 e 1973, forneceu, para fins de comparação, as seguintes tabelas:

Tabela 5 (a)

Julho 1961	Política, sociedade e economia internacionais	Política, sociedade e economia internas	Justiça, crimes e acidentes	Personalidades	Esportes	Artes, incluindo rádio e televisão	Financeiro e comercial	Diversos
Times	18	11	1	6	23	10	28	3
Guardian	21	19	1	1	28	12	15	3
Telegraph	21	14½	3½	5	34½	9	11	1½
Mail	9	12	12	8	35	8	9	7
Express	16	13	13	3	42	2	2	5
Herald	11	15	15	12	43	6	3	1
Worker	19	38	38	-	29	10	-	3
Mirror	5	13	13	17	38	2	-	11
Sketch	2	9	9	17	36	3	3	16

Tabela 5(b)

Julho 1965	Política, sociedade e economia internacionais	Política, sociedade e economia internas	Justiça, crimes e acidentes	Personalidades	Esportes	Artes, incluindo rádio e televisão	Financeiro e comercial	Diversos
Times	13	23½	5	6	15½	7½	28	1½
Guardian	19½	31	4½	1	9	21	14	-
Telegraph	7	29	4	4	23	16	17	-
Mail	14	24	5	10	31	4	12	-
Express	4	14½	10	10	52½	2	7	-
Sun	4½	33½	14½	3	32½	2	9	1
Worker	8	47	4	-	34	7	-	-
Mirror	2	22	26	14	31	4	1	-
Sketch	2	19	13	15	49	1	1	-

Tabela 5 (c)

Julho 1973	Política, sociedade e economia internacionais	Política, sociedade economia internas	Justiça, crimes eacidentes	Personalidades	Esportes	Artes, incluindo rádio e televisão	Médico e científico	Financeiro e comercial	Diversos
Times	17	30	2	3	17	2	1	28	-
Guardian	25	27	1	-	21	10	-	16	-
Telegraph	12	39	½	1½	18½	2½	-	26	-
Mail	5	27	-	7	32	1½	-	26	1½
Express	9½	21	2	6½	46½	2½	-	12	-
Sun	1½	39	½	7½	50	-	-	1½	-
Star	11½	55	-	-	30	3½	-	-	-
Mirror	¼	34	-	14	44 ¼	2 ¼	-	5 ¼	-

A mudança mais interessante que esses últimos números mostram é o aumento do espaço dado às notícias, de modo claramente uniforme entre os diversos tipos de jornal e, mais recentemente, o aumento na percentagem de reportagens. Em comparação com 1961, a quantidade de espaço dado às imagens está menor, mas depois de um declínio, em meados dos anos 60, voltou, nos anos posteriores, a subir no Express, no Mirror e, especialmente, no remodelado Sun. Essas são, é claro, mudanças apenas na distribuição de material editorial e precisamos levar em conta, também, o aumento de material publicitário já observado anteriormente. Assim, se considerarmos a percentagem de notícias em relação a todo o material impresso (incluindo publicidade), o valor mais alto é, novamente, o do Worker/Star (um caso particular, devido à proporção muito baixa de publicidade), enquanto nos outros jornais a percentagem varia de cerca de metade (The Times, 1965, 49%; Guardian, 1973, 50%) a um pouco mais de um terço (Telegraph, 1973, 37%; Express, 1973, 35%). No entanto, é claro, existem muitos tipos de notícias. Se tomarmos a percentagem de notícias políticas, sociais e econômicas, tanto internacionais quanto nacionais, em relação a todo o material impresso (incluindo publicidade), os números mais altos são, novamente do Worker/Star (1965, 35%; 1973, 66%), que ainda é um caso especial. Todos os outros jornais mostraram algum aumento nesta proporção nos dados posteriores. Em 1965, a faixa ia de 23%, no Guardian, a 9%, no Mirror, e 7% no Express.

Em 1973, a faixa ia de 25%, no Guardian, a 11% no Express. Mais uma vez, porém, notamos diferenças significativas nas percentagens de cobertura de eventos internacionais. Em relação a todo o material impresso (incluindo publicidade), a proporção de notícias internacionais variava, em 1965, de 8%, no Guardian, a menos de 1% no Sketch. Em 1973, temos uma faixa que vai de 12,5%, no Guardian, passando por 3,5%, no Express, a percentagens bem abaixo de 1% no Mirror e no Sun. Assim, podemos afirmar que, visões “de mundo” são decisiva e desastrosamente formadas pelo processo de seleção, ênfase relativa e exclusões concretas.

Uma breve comparação do espaço ocupado por material editorial e publicitário, e da porcentagem de todo espaço ocupado por notícias políticas, sociais e econômicas, internacionais e nacionais, pode ser feita entre três jornais ingleses de "qualidade" e três jornais diretamente comparáveis da França, da Alemanha Ocidental e da Itália (ver Tabela 6).

Tabela 6

1965	Preço	Páginas	% Material editorial	% Material publicitário	% Notícias políticas, sociais e econômicas
Times	6	24	64	36	19
Guardian	5	22	63	37	23
Telegraph	4	32	44	56	12
Le Mond	7#	24*	69	31	46
Die Welt	8#	22	51	49	33
La Stampa	6#	18	51	49	27

A seguir, para fins comparativos, podemos nos debruçar sobre os jornais de domingo. Na Tabela 7, estão os dados da divisão de espaço entre material editorial e publicitário, e dados relevantes de preço, tamanho e circulação.

A quantidade de espaço disponibilizado à publicidade é, geralmente, bem maior nos jornais de domingo. O único número realmente baixo, relacionado à baixa circulação e, talvez, a posição política, é o do Reynolds News, em 1961, e o de seu sucessor, o Sunday Citizen, em 1965; no final dos anos 60, o jornal faliu. A divisão de espaço entre classificados e anúncios, apresentada na Tabela 8, em valores percentuais, revela um padrão muito semelhante ao dos jornais matinais nacionais, embora tenha havido um aumento dos classificados nos jornais de domingo mais populares.

Tabela 7 (a)

Julho 1961	Preço em pence	Páginas	Circulação média em milhares	Percentual de material editorial	Percentual de material publicitário
S. Times	6	36	1023	51	49
Observer	6	32	733	54	46
S. Telegraph	5	28	716	67	33
S. Express	5	28	3767	51	49
People	5	18	5442	60	40
News of World	5	16	6734	67	33
ReynoldsNews	5	14	326	81	19
Pictorial	5	28*	5335	70	30

Tabela 7 (b)

Julho 1965	Preço em pence	Páginas	Circulação média em milhares	Percentual de material editorial	Percentual de material publicitário
S. Times	8	46+36*	1275	47	53
Observer	7	32+32*	829	53	47
S. Telegraph	6	24	662	74	26
S. Express	6	24	4187	55	45
People	6	20	5509	60	40
News of World	6	18	6175	65	35
S. Citizen	6	32*	236	84	16
S. Mirror	6	36*	5022	66	34

Tabela 7 (c)

Julho 1973	Preço novo (pence)	Páginas	Circulação média em milhares	Percentual de material editorial	Percentual de material publicitário
S. Times	9 (21.6)	72+72#	1516	39	61
Observer	8 (19.2)	40+48#	796	43	57
S. Telegraph	5 (12)	40	774	47	53
S. Express	5(12)	32	4096	46	54
People	5(12)	22	4423	45	55
News of World	5(12)	24	5943	50	50
S. Mirror	5(12)	48#	4543	57	43

Tabela 8 (a)

Julho 1961	Sunday Times	Observer	Sunday Telegraph	Sunday Express	People	News of the world	Reynolds News	Sunday Pictorial
Classificados	56	56	38	8	1	3	2	1
Anúncios	44	44	62	92	99	97	98	99

Tabela 8 (b)

Julho 1965	Sunday Times	Observer	Sunday Telegraph	Sunday Express	People	News of the world	Reynolds News	Sunday Pictorial
Classificados	63	61	68	23	21	20	20	12
Anúncios	37	39	32	77	79	80	80	88

Tabela 8 (c)

Julho 1973	Sunday Times	Observer	Sunday Telegraph	Sunday Express	People	News of the world	Reynolds News	Sunday Pictorial
Classificados	46	56	44 ½	33	33	3	32	15
Anúncios	54	44	44 ½	67	67	97	68	85

Existem também semelhanças importantes em relação a distribuição do espaço de anúncios de determinados bens e serviços, conforme exposto na Tabela 9

Tabela 9 (a)

Julho 1961	Para empresas e opinião pública	Viagem	Carros	Bebida e tabacaria	Outros bens de consumo	Alimentação	Farmacêuticos	Diversos
Sunday Times	39	8	23	2	12	-	-	16
Observer	20	9	17	8	24	-	-	22
Sunday Telegraph	11	5	39	3	26	8	1	7
Sunday Express	6	4	24	12	35	1	3	15
People	6	3	6	14	31	6	14	20

News of the World	7	-	3	9	40	10	23	8
Reynolds News Pictorial	13	-	14	3	15	41	2	12
	-	1	6	18	52	7	9	7

Tabela 9 (b)

Julho 1965	Para empresas e opinião pública	Viagem	Carros	Bebida e tabacaria	Outros bens de consumo	Alimentação	Farmacêuticos	Diversos
Sunday Times	22	7	7	14	29	3	2	16
Observer	13	15	14	20	17	-	-	21
Sunday Telegraph	-	16	26	-	12	17	3	26
Sunday Express	-	10	14	9	25	11	4	27
People	-	1	4	24	37	8	19	7
News of the World	-	1	29	14	27	-	16	13
Sunday Citizen	-	3	-	-	40	42	13	2
Sunday Mirror	-	4	2	15	41	2	12	24

Tabela 9 (c)

Julho 1973	Para empresas e opinião pública	Viagem	Carros	Bebida e tabacaria	Outros bens de consumo	Alimentação	Farmacêuticos	Diversos
Sunday Times	28	35	5	9	3	10	-	-
Observer	16	29 ½	6 ½	16 ½	9	14 ½	-	2 ½
Sunday Telegraph	-	75 ½	5	13	-	2 ½	-	1
Sunday Express	-	23	15	19	-	24	8	2
People	-	11 ½	5 ½	-	5 ½	27	7	7
News of the World	4	9	6	4	12	23	8	12
Sunday Mirror	-	22 ½	1 ½	8 ½	7	20 ½	11 ½	7

Assim, mais uma vez, torna-se clara, não só a importância de anúncios para empresas e opinião pública, em certos jornais, como também, a concentração de anúncios de produtos farmacêuticos e o aumento de anúncios voltados para finanças pessoais. A distribuição de outros tipos de anúncios segue um padrão bem definido.

Quando nos voltamos para o uso do espaço editorial, encontramos diferenças significativas. Na Tabela 10(a), temos um exemplo da distribuição dessas percentagens.

Tabela 10 (a)

Julho 1961	Notícias	Reportagens	Editorial	Cartas	Imagens	Diversos
Sunday Times	50	24	5	3	14	4
Observer	49	25	5	3	11	7
Sunday Telegraph	55	22	3	2	14	4
Sunday Express	40	30	1	1	20	8
People	52	23	2	2	13	8
News of the World	67	12	1	1	6	13
Reynolds News	50	28	2	3	14	3
Pictorial	50	18	1	1	24	6

Podemos ver que é uma característica constitutiva dos jornais de domingo dar mais espaço a artigos de todos os tipos e, conseqüentemente, menos espaço para notícias, do que os jornais matinais nacionais.

Apenas o News of the World publica uma proporção tão grande de notícias quanto a maioria dos jornais da manhã, e este é um caso bastante singular. Só podemos interpretar esses números de forma adequada se dividirmos as notícias em categorias. Na Tabela 11(a), temos um exemplo da distribuição dessas percentagens

Tabela 11(a)

Julho 1961	Política, sociedade e economia	Política, sociedade e economia internas	Justiça, crimes e acidentes	Personalidades	Esportes	Artes	Financeiro e comercial	Diversos
SundayTimes	10	7	1	9	28	30	12	3
Observer	15	17	1	6	22	35	4	-

Sunday Telegraph	12	9	2	3	31	28	12	3
SundayExpress	8	4	11	11	35	2	11	18
People	1	4	38	4	45	2	-	6
News of the World	9	5	36	5	39	1	3	2
ReynoldsNews	11	10	8	6	40	17	2	6
Pictorial	4	7	13	11	51	4	-	10

Podemos perceber que notícias de casos jurídicos, investigações policiais e acidentes tiveram números mais expressivos que notícias políticas, sociais e econômicas, internacionais e nacionais em apenas um jornal matinal, enquanto isso, em pelo menos três jornais de domingo isso foi recorrente e, em dois deles - People e News of the World –, esse traço foi muito marcante. As notícias esportivas superam as notícias políticas, sociais e econômicas em cinco dos nove jornais matinais; nos jornais de domingo, isso aconteceu em todos os casos, exceto um. Em relação a todo o material impresso (incluindo publicidade), a percentagem de espaço dado a notícias políticas, sociais e econômicas, variou, na faixa mais alta, de 8% a 9%, no Observer e no Reynolds News, até, na faixa mais baixa, 2%, no People. Houve uma variação ainda maior na quantidade de espaço dedicado às artes (livros, filmes, peças, televisão, rádio, música, etc.), indo de 9,5%, no Observer, para 0,4% e 0,5% no Sunday Express e no News of the World.

Para fins de comparação e continuidade, uma análise posterior foi feita.

Tabela 10 (b)

Julho 1965	Notícias	Reportagens	Editorial	Cartas	Imagens	Diversos
Sunday Times	46	25	1	2	23	3
Observer	39	20	2	2	29	8
Sunday Telegraph	63	19	1	2	10	5
Sunday Express	52	23	1	2	13	9
People	61	20	1	4	11	3
News of the World	60	14	1	1	14	10
Sunday Citizen	46	12	1	4	16	21
Sunday Mirror	47	25	-	3	23	2

Tabela 10 (c)

Julho 1973	Notícias	Reportagens	Editorial	Cartas	Imagens	Diversos
Sunday Times	32 ½	36 ½	½	1 ½	26 ½	2 ½
Observer	45	31 ½	½	2	18	3
Sunday Telegraph	57	29 ½	1	2 ½	7 ½	2 ½
Sunday Express	50	26	-	2 ½	18	3 ½
People	54	13	1	5 ½	17 ½	9
News of the World	49	27 ½	1	4	14	4 ½
Sunday Mirror	41 ½	16 ½	1 ½	2	30 ½	8
Sunday Times	32 ½	36 ½	½	1 ½	26 ½	2 ½

Apesar das pequenas variações entre os jornais, a análise posterior reafirmou os números geralmente baixos de notícias, em comparação com os jornais matinais. A diferença mais significativa no conteúdo editorial dos jornais de domingo são os cadernos ilustrados do Sunday Times e Observer, cujo efeito foi aumentar visivelmente a proporção de espaço destinado a fotos. A semelhança entre fotografias publicitárias e as fotografias jornalísticas desses cadernos ilustrados é perceptível, tanto em tipo quanto em estilo, de modo que é necessário uma inspeção cuidadosa para distingui-las. De forma alguma, as fotos editoriais, da maioria dos jornais de domingo, configuram fotojornalismo, conforme perceberíamos em uma rápida visita ao News of the World, ou no Sunday Mirror, entre outros. Mas, é nos cadernos ilustrados que transparece um novo modelo editorial onde as fotografias jornalísticas se confundem com as fotografias publicitárias, resultando em um estilo abrangente, evidentemente, destinado a promover o que poderíamos chamar (com esforço) de um modo de vida. Essa forma específica de combinar publicidade e técnicas de reportagem era nova apenas no sentido de que era inédita em jornais. Essa forma já era familiar, há alguns anos, às revistas femininas, das quais, claramente, derivam o modelo jornalístico dos cadernos ilustrados.

Podemos ver, nas Tabelas 11(b) e 11(c), mudanças importantes na distribuição do interesse editorial.

Tabela 11(b)

Julho 1965	Política, sociedade e economia internacionais	Política, sociedade e economia internas	Justiça, crimes	Personalidades	Esportes	Artes	Financeiro e comercial	Diversos
Sunday Times	13	10	2	6	21	20	25	3
Observer	14	15	1	7	27	25	9	2
Sunday Telegraph	10	17	3	1	31	16	20	2
Sunday Express	11	19	6	10	37	3	10	4
People	1	33	4	14	38	4	1	5
News of the World	2	10	32	13	38	2	2	1
Sunday Citizen	7	31	2	16	32	9	2	1
Sunday Mirror	12	23	7	6	40	1	4	7

Tabela 11 (c)

Julho 1973	Política, sociedade economia internacionais	Política, sociedade economia internas	Justiça, crimes e acidentes	Personalidades	Esportes	Artes	Médico e científico	Financeiro e comercial	Diversos
Sunday Times	10	13	-	-	26½	12	2½	36	-
Observer	17	15	-	-	22	25	1	17	3
Sunday Telegraph	9	14	-	1	25	20	1	30	-
Sunday Express	10½	16	-	10½	40	6½	5½	9½	1½
People	1½	25	26½	-	45½	-	-	1½	-
News of the World	-	7	30	6½	51½	5	-	-	-
Sunday Mirror	2	16	4	20	45	7	2	4	-

De acordo com os dados de 1965, notícias de casos jurídicos, investigações policiais e acidentes ultrapassaram as notícias políticas, sociais e econômicas, internacionais e nacionais, em apenas um jornal de domingo, assim como em apenas um jornal matinal. Já em 1973, houve apenas um caso. Em 1965, as notícias sobre esportes ultrapassaram as notícias políticas, sociais

e econômicas em três dos nove jornais matinais e em cinco dos oito jornais de domingo. Em 1973, isto ocorreu em três dos oito jornais matutinos e em cinco dos sete jornais de domingo. Em relação a todo o material impresso (incluindo publicidade), a percentagem de espaço, nos jornais de domingo, dedicado às notícias variou, em 1965, de 45%, no Telegraph, a 21% no Sunday Times e no Observer.

Em 1973, a variação era menor, indo de 27%, no Telegraph, a 13% no Sunday Times. Em relação a todo o material impresso, o espaço dedicado, em 1965, às notícias políticas, sociais e económicas, variou de 16%, no Citizen (um caso especial devido ao seu baixo conteúdo publicitário), a 12% no Telegraph e no People, para 6%, no Observer, chegando até 5% no Sunday Times e no News of the World. Em 1973, essa variação era bem maior, indo de 14%, no Observer, a 7% no Mirror. Em ambas as amostras, a percentagem de notícias sobre artes foi de cerca de 6%, no Observer, até zero, no News of The World. Mas, a parcela de espaço dedicado às notícias financeiras e comerciais aumentou significativamente. Esta categoria se distingue das notícias económicas, internacionais ou nacionais, por sua ênfase particular, pois, ao invés de analisar, de forma abrangente o campo da economia, esta categoria se foca em notícias a respeito das empresas e preços de ações, servindo como um guia para investimentos privados. A quantidade de notícias financeiras e comerciais foi superior ao número de notícias políticas, sociais e económicas exclusivamente internacionais em dois jornais, em 1965 e em três jornais, em 1973, e, ainda, superou numericamente a soma das notícias políticas, sociais e económicas internacionais e, também, nacionais em um jornal, em 1965, e em dois em 1973. As visões de mundo e a seleção das questões relevantes formadas aqui, são significativas e de particular interesse. A baixa quantidade de notícias internacionais é tão marcante nos jornais domingos quanto é nos jornais matutinos. A variação, em 1965, foi de 8% no Sunday Telegraph a menos de 1% no The People e no News of The World, e, em 1973, foi de 7,5%, no Observer, a zero no News of The World.

Podemos completar nos análise do uso do espaço nos jornais, dando uma olhada rápida em dois jornais noturnos de Londres que perduraram. As tabelas 12, 13 e 14 são apresentadas para fins de comparação.

Tabela 12 (a)

Julho 1961	Preço em pence	Páginas	Circulação média em milhares	Percentual de material editorial	Percentual de material publicitário	Percentual de propaganda em classificados	Percentual de propaganda em anúncios
------------	----------------	---------	------------------------------	----------------------------------	-------------------------------------	---	--------------------------------------

News	3	16	1486	51	49	58	42
Standard	3	28*	761	48	52	59	41

*tamanho do tabloide

Tabela 12 (b)

Julho 1965	Preço em pence	Páginas	Circulação média em milhares	Percentual de material editorial	Percentual de material publicitário	Percentual de propaganda em classificados	Percentual de propaganda em anúncios
News	4	18	1278	37	63	77	23
Standard	4	32*	680	46	54	76	24

*tamanho do tabloide

Tabela 12 (c)

Julho 1973	Preço em pence*	Páginas	Circulação média em milhares	Percentual de material editorial	Percentual de material publicitário	Percentual de propaganda em classificados	Percentual de propaganda em anúncios
News	3 (7.2)	24	834	39	61	61 ½	38 ½
Standard	3 (7.2)	56#	512	38 ½	61 ½	75	25

*preço no antigo pence entre parêntesis

#tamanho do tabloide

Tabela 13 (a)

Julho 1961	Notícias	Reportagem	Editorial	Cartas	Fotos	Diversos
News	59	13	1	1	14	12
Standard	61 ½	11	1	1	15 ½	10

Tabela 13 (b)

Julho 1965	Notícias	Reportagem	Editorial	Cartas	Fotos	Diversos
News	58 ½	15 ½	1	1	13	11
Standard	61	14	1	2	12	10

Tabela 13 (c)

News	56	19	½	1	13	10½
Standard	56½	16	-	2	18½	7

Tabela 14 (a)

Julho 1961	Política, sociedade e economia internacionais	Política, sociedade e economia internas	Justiça, crimes e acidentes	Personalidades	Esporte	Artes	Financeiro e comercial	Diversos
News	1	18	11	9	36	3	16	6
Standard	3½	18	8	12	29	3	24	2½

Tabela 14 (b)

Julho 1965	Política, sociedade e economia internacionais	Política, sociedade e economia internas	Justiça, crimes e acidentes	Personalidades	Esporte	Artes	Financeiro e comercial	Diversos
News	1	11	7	19	20	12	18	12
Standard	5	18	15	8	31	3	13	7

Tabela 14 (c)

Julho 1973	Política, sociedade e economia internacionais	Política, sociedade e economia internas	Justiça, crimes e acidentes	Personalidades	Esporte	Artes	Médico e científico	Financeiro e comercial	Diversos
News	1	32	10	12	24	7½	½	13	-
Standard	14	19 ½	9	8	28	3	2	16½	-

As revistas publicadas exclusivamente para mulheres e meninas são, hoje, centrais para entendermos como se formam visões de mundo. Na maioria delas, a quantidade de conteúdo publicitário é bastante alta (ver Tabela 15).

Tabela 15 (a)

Julho 1961	Preço em pence	Publicação	Páginas	Percentual de material editorial	Percentual de material publicitário
Woman's Own	6	Semanal	76	52	48
Woman's Mirror	6	Semanal	48	68	32
She	15	Mensal	80	58	42

Vogue	30	Mensal	110	54	46
Honey*	18	Mensal	68	68	32
Boyfriend*	5	Semanal	28	89	11

Tabela 15 (b)

Julho 1965	Preço em pence	Publicação	Páginas	Percentual de material editorial	Percentual de material publicitário
Woman's Own	8	Semanal	60	59	41
Woman's Mirror	6	Semanal	48	70	30
She	24	Mensal	100	63	37
Vogue	36	Mensal	108	62	38
Honey*	24	Mensal	68	54	46
Boyfriend*	9	Semanal	32	83	17

Tabela 15 (c)

Julho 1973	Preço em pence	Publicação	Páginas	Percentual de material editorial	Percentual de material publicitário
Woman's Own	6	Semanal	64	62	48
Vogue	30	Mensal	152	50	50
Honey*	17½	Mensal	140	41	59
Nova #	25	Mensal	100	63	37

*voltada majoritariamente para adolescentes

#Incluída como um exemplo de um novo tipo de revista

As revistas citadas servirão de exemplo para cada um dos principais tipos que queremos analisar. As duas revistas assinaladas com * são voltadas, principalmente, a adolescentes.

Não é fácil, na maioria das vezes, distinguir a publicidade do material editorial. Eles não notavelmente semelhantes só em questão de estilo de apresentação. Uma quantidade significativa de publicidade, mais explícita ou menos, é usada como recurso editorial. Também não é fácil fazer uma análise de conteúdo. Todas as revistas têm um grande conteúdo imagético que mescla, de forma que nos é familiar, a publicidade e o material editorial para compor um estilo visual. As porcentagens de fotografias e desenhos editoriais variaram de 42%, na Woman's Owns, a 75%, na Vogue e 51%, na Honey, em 1965, a 27%, na Woman's Owns, 50%, na Vogue e 46%, na Honey, em 1973. O percentual no caso da Nova foi de 36%.

Podemos então, excluir a publicidade e o conteúdo imagético (mas sem esquecer que essas duas categorias têm um efeito predominante e estão, frequentemente, combinadas), e analisar como restante material editorial é distribuído entre os diversos tipos de interesse. Na Tabela 16 (a), temos distribuição dos dados de 1961.

Tabela 16 (a)

Julho 1961	Comentário editorial	Casa e cozinha	Guia de compras	Beleza	Comportamento	Cartas	Ficção	Fofoca	Saúde	Artes	Viagem	Crianças	Animais	Carreiras
Woman's Own	1 0	11	1	14	6	3	38	12	2	3	-	-	-	-
Woman's Mirror	1 0	5	6	11	-	4	15	36	7	1	-	5	-	-
She	1 7	6	17	3	3	4	6	13	1	8	14	2	6	-
Vogue	5	6	49	10	-	-	-	7	-	19	4	-	-	-
Honey*	1 0	-	1	21	7	4	26	11	2	6	8	-	-	4
Boyfriend*	5	-	-	8	13	-	47	25	-	2	-	-	-	-

Aqui, temos dados interessantes, indo desde a preponderância da seção de ficção e fofoca nas revistas mais baratas até a ênfase no consumo (“guia de compra”) nas mais caras (totalmente alinhadas à tendência geral de alargamento dos interesses e hábitos dos “consumidores”, as seções de arte e de viagem, nas revistas mais caras, são, em vários aspectos, simplesmente, “guias de compra”). Mais importante, entretanto, do que essas variações individuais nos diferentes tipos de revista, é a ausência geral, na amostra de 1961, de praticamente qualquer referência a assuntos públicos. Vemos, então, um “mundo feminino” deliberadamente limitado. No entanto, o mundo 'apolítico', criado por essa ausência, não deixa de ter valores sociais claros e insistentes, tais como consumismo, competitividade e “sucesso social” (como veremos, posteriormente, na análise da seção de ficção).

Para fins de comparação, na Tabela 16 (b), temos dados de 1965.

Tabela 16 (b)

Julho 1965	Comentário editorial	Casa e cozinha	Guia de compras	Beleza	Comportamento	Cartas	Ficção	Fofoca	Saúde	Artes	Viagem	Crianças	Animais	Carreiras
Woman's Own	-	12 ½	1½	15	13 ½	5	29	3	3	1	-	7½	9	-
Woman's Mirror	12	10 ½	1	7	2½	7	24	23	2	-	9	2	-	-

She	4	9	8½	5	8½	3	10	8	4	12	5	7	1	15
Vogue	5	23	13	8	6	-	-	-	-	25	20	-	-	-
Honey*	14	-	7	12	14	2	34	6½	-	2½	-	-	-	7
	½				½									
Boyfriend*	6	-	3½	10	5½	2	60#	8	-	5	-	-	-	-

#83 por cento da secção de ficção são tirinhas

Em comparação com a amostra anterior, houve um alargamento significativos dos tópicos representados nas revistas femininas. O importante, na amostra de 1965, não é apenas que, ocasionalmente, as revistas incluíam artigos de interesse geral, mas que uma revista de maquiagem como She, por exemplo, se tornou, de alguma forma, comparável a tipos mais antigos de revistas ilustradas. Nesse mesmo sentido, a seção com dicas de comportamento, que normalmente se restringiam à discussão de problemas amoroso, ganharam uma ênfase nova e ainda mais substancial, passaram a incluir, também, conselhos sobre problemas jurídicos e financeiros (como por exemplo, as partes intituladas de 'Finanças Para mulheres ').

Por outro lado, é claro que certas revistas consistem, quase que inteiramente, em dicas de comportamento, e usam gama muito ampla de abordagens e técnicas para tratar desse tipo de conteúdo. É significativo, que na maioria das vezes seja difícil diferenciar essas dicas de comportamento de um “guia de compras” mais detalhado. É preciso tecer um comentário particular sobre revistas como Vogue e Honey. É claro que, na Vogue, todos os outros interesses estariam subordinados à exibição de roupas, mas, o que é mais notável, é a forma extraordinária como ela consegue integrar todos os outros interesses a essa ênfase. O tópico de viagens, por exemplo, é absorvido pelas fotografias de moda, onde, é preciso enfatizar, o fundo costuma ser um 'verdadeiro deserto' (local fica apenas indicado). Há uma clara associação entre estar em um determinado lugar e ter as roupas exibidas (sobrepostas com nomes de lojas e preços). Mas comprar roupas passa ser uma porta de entrada para mais do que isso: um artigo da Vogue sobre piqueniques, por exemplo, começa com texto de trezentas a quatrocentas palavras sobre piqueniques na história e na arte que continua, entre os anúncios, no final da revista. Mas ele continua, também de outra forma: em dezessete páginas e meia de fotos; na reprodução de parte da pintura de Tissot, O Piquenique, e, depois, numa encenação fotográfica supostamente ilustrando famosos piqueniques da literatura, indo de Tudo por Amor de Dryden - Cleopatra no Nilo, “trajando uma túnica de seda azul turquesa sedutora e cintilante, coberta com uma renda dourada de rosas em cor ouro perolado e prata; 55 arrobas... O Piquenique no Nilo preparado pelo New Winter Palace Hotel, Luxor”- até Oscar Wilde - retratando um grupo na floresta, disponibilizando de forma precisa as informações de compra, e não só das roupas, mas, também, da gaiola que, por acaso, está pendurada em no fundo em uma das árvores. O leitor teve acesso

à arte, às citações, ao pequeno artigo, às roupas, aos acessórios, às fotografias, aos nomes dos autores e à viagem em uma única operação. Honey tinha outra versão disso: uma história resumida, intitulada "Um sonho de férias" [A Dream of a Holiday], que se estende por dezessete páginas, principalmente de fotos que ilustram episódios da história ("um pacote de férias ... esperava eu, com romance incluso"), em que as roupas usadas pelas personagens estão na mesma página informando a loja e o preço. A reorganização de amplas áreas de interesse em torno da publicidade e dos guias de compra foi, de fato, longe demais. Ao mesmo tempo, o modo de vida e os valores pertencentes a essa integração são incessantemente projetados. Na Honey de 1965, por exemplo, embora maioria das dicas fossem sobre carreira, eram restritas a carreira de secretária, e muitas vezes secretárias de apenas um mundo: “uma garota inteligente tem, geralmente, uma boa chance de progredir em empregos nas áreas de Publicidade, Relações Públicas, revistas, jornais, TV e editoras”; isso é perceptível, no trecho publicado: “secretárias podem progredir com bastante rapidez para posição assistentes e revisoras”. Havia guias imagéticos e conselhos escritos sobre como se portar em uma entrevista, como se preparar para uma viagem sendo secretária e como adquirir conhecimento úteis para este mundo, por exemplo: uma secretária deve pronta para dizer ao chefe que “por conta das monções, a umidade tende a ser alta em Delhi em agosto, então não se esqueça de sua capa de chuva”. O sentimento que fica é que a revista quer ensinar a pessoas parcialmente educadas não apenas o que e como consumir, mas a quais tendências da sociedade devem se submeter. E, neste ponto, o que está sendo analisado não é tanto uma distribuição de interesses, mas integração: em torno basicamente, da publicidade, e imbuídos de uma superestrutura dos valores projetados de um mundo de relações públicas. O tipo mais antigo de revista feminina pode ser curiosamente comparado com essas versões de uma ampliação de horizontes

Para fins de comparação, na Tabela 16 (c), temos uma análise adicional de 1973.

Tabela 16 (c)

Julho 1973	Opinião	Editorial	Casa e cozinha	Guia de compras	Beleza	Dicas	Cartas	Ficção	Fofocas	Saúde	Artes	Viagem	Crianças	Animais	Carreiras	Finanças
------------	---------	-----------	----------------	-----------------	--------	-------	--------	--------	---------	-------	-------	--------	----------	---------	-----------	----------

Woman's Own	3	8	23	6½	6	6½	3	25	13	6	-	-	-	-	-	-
Vogue	-	6	6	15	12	-	-	-	25	6	10	6	-	-	-	4
Honey	3	11	-	16	17	3	1½	23	9	7½	3	6	-	-	-	-
Nova	23	7	8	3	5	-	2	7	12	7	11	6	-	2	-	7

Estes dados mostram outras mudanças significativas. A mais impressionante é aquela representada pela nova categoria “opinião”, composta de artigos que abordam questões que vão além do que se considerava, em 1961, como sendo “interesses femininos”, tais como a pena de morte, igualdade de remuneração, custo de vida, o movimento de libertação das mulheres. Há também outros conteúdos de interesse geral, alguns eram expostos no formato de “revista” local, com pequenos textos sobre política, artes e personalidades lado a lado. Na categoria de casa e cozinha, há uma mudança de conteúdo e uma mudança do antigo sentido da vida doméstica, principalmente na culinária, onde a ênfase, agora, é “Onde comprar alimentos exóticos” e “Onde comer fora”. Os guias de compras - “conselhos de compra” - permanecem bastante semelhantes; ainda há ainda ilustrações de página inteira utilizando modelos vivos, impressas em grande quantidade com detalhes de preço e onde comprar. Eles ainda são integrados a temas “editoriais”, como, por exemplo, um “editorial” de roupas relacionadas ao Velho Oeste (de Hollywood). O espaço destinado às dicas de comportamento pessoal foi um tanto reduzido, assim como o destinado a ficção, já o destinado a saúde aumentou e, agora, inclui, também, o debate da saúde em perspectivas psicológicas. Ao mesmo tempo, o número de artigos sobre criança ficou significativamente mais baixo e, em alguns casos, foi nulo. Uma nova categoria especializada, que teve uma rápida ascensão nos anos 60, são os conselhos

financeiros, do mesmo tipo já citados em nossa análise de jornais, normalmente, focados em investimentos. Os artigos focados em carreira reduziram de número ou desapareceram, pelo menos, em suas formas mais antigas, e foram substituídos pelo que é, na verdade, uma inserção do debate sobre carreiras em quase todos os outros conteúdos. Em geral, as revistas são menos limitadas e menos “domésticas”. Destinam-se a mulheres com interesses mais amplos e, também, a um modelo característico da Mulher de negócios “socializada”.

Temos, até agora, analisado apenas o material impresso, jornais e revistas. E agora chegou a hora de analisarmos a radiodifusão que é, provavelmente, ainda mais importante. As tabelas 17 (a) e (b) mostram a distribuição dos conteúdos semanais de certas redes de televisão, em 1961 e 1965. As tabelas exibem “horas e minutos”.

Tabela 17 (a)

Julho 1961	Notícias	Documentários	Debates	Música (geral)	Música (popular)	Jogos de auditório	Variedades	Religião	Hobbies	Esporte	Publicidade
B.B.C	4:40	6:20	2:10	3:00	1:20	0:30	3:40	1:53	0:35	7:50	-
I.T.V	3:13	2:30	2:20	-	2:05	3:20	3:50	2:30	0:45	2:45	0:45

Tabela 17 (b)

Julho 1961	Notícias	Documentários	Música (geral)	Música (popular)	Educação	Jogos de auditório	Variedades	Religião	Infantil	Hobbies	Esportes
B.B.C ₁	3:00	8:55	0:50	1:20	0:35	0:25	4:30	2:05	4:30	-	14:00
I.T.V	3:08	7:30	-	1:10	0:45	0:30	4:45	3:00	5:15	1:10	6:25
B.B.C ₂	2:59	5:30	1:35	0:55	1:45	-	1:35	0:30	2:05	0:50	7:20

Tanto em 1961 como em 1965, havia diferenças menos significativas entre B.B.C e I.T.V do que entre os diferentes setores da imprensa. Os modelos simplistas de divisão entre conteúdo “sério” e “popular”, que se estabilizaram em diversos tipos de jornais, se tornaram obsoletos com televisão e, nessa perspectiva, podem ser vistos como residuais. É claro, que há diferenças importantes de ênfase na programação de diferentes redes televisivas, e estas podem

ser percebidas via uma análise comparativa mais ampla, a partir de dados de 1973, na qual podemos analisar a distribuição dos conteúdos não apenas nas três redes britânicas de televisão, mas também em dois contrastantes serviços de televisão dos Estados Unidos: um canal público, KQED (de São Francisco) e um canal privado, Channel 7 (da Califórnia). A comparação tem uma relevância especial devido à grande influência da programação americana na televisão britânica, mas algumas diferenças significativas podem ser percebidas através dela, e talvez, especialmente, em menor grau, através polarização entre os tipos redes televisivas – as de "serviço público" e as "comerciais"- da Grã-Bretanha, onde a orientação básica para o “serviço público”, embora constantemente sob ataque, ainda sobrevive efetivamente.

Tabela 18. Programação por horas na próxima página:

Março 1973	B.B.C 1	B.B.C 2	Anglia	K.Q.E.D	Ch 7
<i>A. Notícias e assuntos públicos</i>					
Notícias	5.7	3.5	5.0	5.2	11.16
Revista de Notícias (gen)	7.1	-	5.1	5.1	5.3
Revista de notícias (étnico)	3.1	-	-	2.5	0.3
Assuntos Públicos	8.3	4.3	3	8.5	1.8
Subtotal	24.2	7.8	13.1	21.3	19.0
<i>B. Reportagens e Documentários</i>					
Reportagens	5.6	6.2	4.5	4.5	0.6
Documentário	1.0	5.9	2.0	1.0	1.0
Subtotal	6.6	12.1	6.5	5.5	5.5
<i>C. Educação</i>					
Escolas, faculdades, etc	17.9	16.5	10.7	18.6	18.6
Profissionalizante	2.9	1.7	2.2	3.5	3.5
Educação de Adultos	1.9	-	-	2.5	2.5
Subtotal	22.7	18.2	12.9	24.6	24.6
<i>D. Artes e Música</i>					
Subtotal	1.2	1.7	-	4.5	4.5
<i>E. Programas Infantis</i>					
Desenhos e shows de fantoches	4.4	0.1	1.1	-	-
Outros	1.4	0.7	4.6	-	-
Entretimentos	5.7	3.3	2.6	25.0	25.0
Educacional	11.5	4.1	8.3	25.0	25.0
Subtotal	11.5	4.1	8.3	25.0	25.0
<i>F. Dramas</i>					
Peças	4.4	3.1	3.5	-	-
Series	6.3	0.9	8.7	1.0	1.0
Seriados	0.8	1.5	8.1	3.7	3.7
Subtotal	11.5	5.5	20.3	4.7	4.7
<i>G. Filmes</i>					
Subtotal	6.7	6.6	12.3	5.2	5.2
<i>H. Entretenimento Geral</i>					
Shows de música	2.7	3.0	2.0	-	-
Show de variedade	1.2	0.5	3.7	-	-
Jogos de auditório e Quiz	1.5	1.0	3.2	-	-
Talk Shows	2.0	-	0.9	-	-
Subtotal	7.4	4.5	9.8	-	-
<i>I. Esportes</i>					
Subtotal	5.9	1.1	6.7	2.0	2.0
<i>J. Religião</i>					
Subtotal	1.1	-	0.6	-	-
<i>K. Publicidade (interna)</i>					
Subtotal	1.1	0.7	1.7	1.4	1.4
<i>L. Comerciais</i>					
Subtotal	-	-	10.8	-	-
Total de horas					
	99.9	62.3	103.0	94.2	94.2

Como o total de horas nesses cinco desses cinco serviços varia consideravelmente, será útil ver a distribuição de conteúdo em relação a todo material transmitido expressa em porcentagens. Essa relação está expressa na Tabela 19.

Tabela 19. Comparação entre Distribuição Percentual de Programas por Categorias

Amostragem Semanal: Março, 1973	B.B.C 1	B.B.C 2	Anglia	K.Q.E.D	Ch. 7
Notícias e assuntos públicos	2.4	12.0	13.0	22.5	14.0
Reportagens e Documentários	6.5	20.0	6.3	6.0	0.5
Educação	23.0	29.5	12.5	26.0	2.0
Artes e Música	1.0	2.5	-	5.0	-
Programas Infantis	11.5	6.5	8.0	27.0	4.0
Drama- Peças	4.5	4.5	3.1	-	-
Drama- Séries e Seriadados	7.0	4.0	16.6	5.0	17.0
Filmes	6.5	11.0	12.0	5.5	18.0
Entretenimento Geral	7.5	7.5	9.5	-	24.5
Esporte	6.0	1.5	6.2	2.0	4.5
Religião	1.0	-	0.6	-	0.5
Publicidade (interna)	1.0	1.0	1.5	1.0	1.0
Comerciais	-	-	10.7	-	14.0

Podemos distinguir, em termos muito gerais, dois tipos de programação, as de “serviço público” e as “comerciais”, e comparar, tanto os diferentes canais como, no caso dos canais britânicos, os mesmos canais ao longo de um período. Na programação de “serviço público” (Tipo A) estão incluídas notícias, assuntos públicos, reportagens, documentários, educação, artes, música, peças de teatro, esportes e programas infantis. Na programação “comercial” (Tipo B) estão incluídas séries dramáticas e seriados, filmes e entretenimento em geral (incluindo variedades e jogos de auditório). Na Tabela 20, mostramos essa comparação.

Tabela 20. Comparação de Percentagens entre Tipos de Programação

	Tipo A	Tipo B
Julho 1961		
B.B.C	70	30
I.T.V (Anglia)	49	51
Julho 1965		
B.B.C 1	63	37
B.B.C 2	67	33
I.T.V (Anglia)	51	49

Março 1973		
B.B.C 1	78.5	21.5
B.B.C 2	78	22
I.T.V (Anglia)	57	43
K.Q.E.D (U.S.A)	89	11
Channel 7 (U.S.A)	31	69

Nota: a publicidade comercial é omitida completamente; seus percentuais relativos, nos casos aplicáveis, foram apresentados na Tabela 19.

A tabela mostra a diferença geral e contínua entre os tipos de programação da B.B.C e da I.T.V, após um período em que ambas pareciam seguir o mesmo caminho. O canal comercial britânico de TV está muito mais próximo do “serviço público” do que o canal comercial americano; este resultado mostra como diferentes estruturas políticas afetam a radiodifusão, e, também, o efeito da concorrência entre tipos de serviço relativamente iguais (que funciona também no sentido inverso, afetando a programação da B.B.C). A comparação entre os canais americanos é, ainda, mais extrema, e devemos dizer que existem, hoje, uma forte pressão para adaptar a televisão britânica a esse modelo, majoritariamente focado em serviços “comercial” e minoritariamente em serviços “público”, cujos efeitos prováveis na programação, podemos observar.

Existem diferenças mais significativa na distribuição de conteúdo entre os diversos programas de rádio da B.B.C. Na Tabela 21, trazemos como exemplo, uma distribuição semanal das rádios.

Tabela 21(a)

Julho de 1961	Home	Light	Third	Network Three
	h.m.	h.m.	h.m.	h.m.
Notícias	15.50	6.25	-	-
Revistas	10.35	6.30	-	-
Documentários	4.50	2.10	1.00	-
Debates	7.30	1.00	2.40	1.30
Conversas Gerais	5.35	0.30	3.30	0.50
Leitura Geral	2.40	1.50	-	-
Poesia	-	-	1.35	-
Música (Geral)	30.20	7.25	9.50	1.00
Música (Popular)	7.30	71.20	-	-
Opera	1.30	-	4.50	-
Drama (clássico)	-	-	0.35	-
Drama (moderno)	2.30	1.30	1.30	-
Drama (seriado)	-	4.45	-	-
Drama (aventura)	3.05	0.30	-	-
Drama (policial)	2.00	1.00	-	-
Infantil	2.10	1.55	-	-
Hobbies	0.30	-	-	1.15
Línguas	-	-	-	-
Esportes	2.50	6.10	-	-
Variedade	2.30	9.30	-	-
Jogos de auditório	2.00	1.00	-	-

Tabela 21(b)

Julho de 1965	Home	Light	Third	Network Three
	h.m.	h.m.	h.m.	h.m.

Notícias	18.30	4.00	1.10	1.32
Religião	6.45	0.25	0.20	-
Revistas	26.35	-	-	-
Documentários	3.15	-	2.00	-
Debates	3.15	1.30	2.25	-
Discussões Gerais	4.03	-	2.40	-
Leitura Geral	4.00	1.15	-	-
Poesia	-	-	1.35	-
Música (Geral)	13.00	-	13.10	52.30
Música (Popular)	9.05	114.40	-	1.30
Opera	-	-	1.55	0.30
Drama (clássico)	-	-	1.00	-
Drama (moderno)	6.45	2.10	2.10	-
Drama (seriado)	4.45	4.00	-	-
Drama (aventura)	0.30	1.00	-	-
Drama (policia)	0.30	-	-	-
Infantil	3.35	-	-	-
Educação (línguas)	1.30	-	-	5.00
Hobbies	2.30	-	-	-
Esportes	1.48	1.50	-	19.15
Variedade	1.30	5.30	-	-
Jogos de auditório	3.40	1.10	-	-

Costumava-se dizer que os programas de rádio da B.B.C formavam uma pirâmide de níveis distintos de gosto, interesse e seriedade, na qual os ouvintes podiam subir do nível básico do Light Programme¹³⁸, passando pelo nível intermediário do Home Service¹³⁹, até chegar ao ápice do Third Programme¹⁴⁰. Esta não é a atual política da B.B.C, definida como um fornecimento planejado e diversificado de música. Obviamente, a política geral da B.B.C foi afetada pela chegada da televisão que se tornou o serviço majoritário, mas, para além disso, com o passar do tempo, podemos notar um movimento característico em direção à especialização cultural. A distribuição especializada de programas musicais mostra isso de

¹³⁸Posteriormente, virou a Radio 2.

¹³⁹Posteriormente, virou a Radio 4.

¹⁴⁰Posteriormente, virou a Radio 3.

maneira especialmente clara. Da mesma forma, o complexo de notícias, revistas, documentários e debates, que podia ser representado, em 1961, por uma proporção de 3,5 Home Service para 1 Light Programme, virou, em 1965, uma proporção de 9 para 1, e em 1973, após a especialização dos serviços que iam, agora, da Radio1¹⁴¹ até a Radio4, essa proporção virou 16 Radio4 para 1 Radio1 e 6 Radio4 para 1 Radio2. Resta saber se essas tendências, que foram significativamente afetadas pela concorrência com rádios “piratas” e comerciais, serão de alguma forma reproduzidas com o desenvolvimento de mais canais de televisão (incluindo a cabo). De certa forma, mesmo sob a mesma autoridade pública, a televisão é agora o único meio, nas comunicações britânicas, que tenta combinar diversos interesses em um serviço geral. Evidentemente, trata-se de uma questão básica de política de comunicação.

Tabela 21(c)

Julho de 1973	Radio4	Radio1	Radio2	Radio3
	h.m.	h.m.	h.m.	h.m.
Notícias	17.20	0.39	2.17	2.50
Religião	3.58	0.18	1.13	0.20
Revistas	32.28	3.07	6.07	1.40
Documentários	4.35	0.55	-	-
Debates	7.30	-	-	5.55
Conversas	4.50	0.20	0.28	1.35
Generais				
Leitura Geral	5.40	-	-	1.35
Poesia	0.35	-	-	0.45
Música (Geral)	7.12	5.36	12.32	71.25
Música (Popular)	-	98.33	39.01	0.25
Opera	-	-	-	5.55
Drama (clássico)	3.30	-	-	1.30
Drama (moderno)	8.50	-	-	0.20
Drama (seriado)	4.30	-	4.30	-
Drama (aventura)	0.45	-	-	-
Drama (policia)	-	-	-	-
Infantil	2.15	-	0.07	-
Educação e Línguas	0.30	-	-	5.00
Educação (só pra v.h.f)	10.00	-	-	-
Hobbies	1.45	-	-	-
Esportes	1.00	1.12	24.34	14.05
Variedade	0.30	0.29	8.25	-
Jogos de auditório	4.52	2.28	0.28	-
Agricultura	2.10	-	-	-

¹⁴¹Canal de rádio focado em pop.

Análise.

A partir da quantificação dos conteúdos, podemos entender um pouco como os diversos interesses estão distribuídos entre os vários tipos de jornais e programa. No entanto, para entender toda extensão do que é comunicado, temos de examinar as diversas maneiras como esses interesses são apresentados.

Manchetes

Podemos aprender muito sobre o tom e o interesse de um determinado jornal simplesmente comparando suas manchetes. Segue um exemplo das principais manchetes de uma semana comum em 1961:

Segunda

Times – RÚSSIA MOSTRA SEU PODER AÉREO

Guardian -RÚSSIA EXIBE SEU PODER AÉREO

Telegraph – RÚSSA MOSTRA SEUS MÍSSEIS

Mail – O SHOW AÉREO DO SR. K

Express- KRUSCHEV SE EXIBE

Herald – O MAIS PODEROSO DE TODOS OS ESPETÁCULOS AÉREOS –DO SR.K

Worker – AUMENTO DE PREÇO, O PLANO DE CONGELAR SALÁRIOS

Mirror -MULETAS PARA O DUQUE

Sketch – CRIANÇA É ENCONTRADA AMARRADA EM LAGO

Terça

Times – REVISANDO AS ORDEM DE DEFESA DO SR. KENNEDY

Guardian – REVISANDO AS ORDEM DE DEFESA DO SR. KENNEDY

Telegraph – MENZIES BATE DE FRENTE COM O MERCADO COMUM

Mail – OS SEIS DIZEM: VAMOS CONVERSAR

Express – SANDYS C. E B. MENZIES. O.

Herald – OS SEIS CHAMAM A GRÃ-BRETANHA PARA UMA CONVERSA EM 1º DE AGOSTO

Worker- BEM-VINDO, ASTRONAUTA!

Mirror – NARIZ EM PÉ NA ERA ESPACIAL

Sketch – ESPECIALISTA DA RAF¹⁴² IRÃO ENTREVISTAR GAGA

Quarta

Times – MULTIDÕES EUFÓRICAS SAUDAM O MAJOR GAGARIN

Guardian – BOAS-VINDAS DIGNAS DE UM HERÓI PARA O MAJOR GAGARIN

Telegraph- GAGARIN ALMOÇA COM RAINHA

Mail - SACUDA-SE! 2.000 VEZES

¹⁴²NT: “RAF” é uma sigla para “Royal Air Force” ou “Força Aérea Real”.

Express- FANTASTICHESKY
Herald – LONDRES DÁ GRANDE APLAUSOS AO PEQUENO YURI
Worker – AS BOAS-VINDAS DE UM VERDADEIRO HERÓI
Mirror- RADY VAS VIDJETJI
Sketch – DE CARA COM O CARA

Quinta

Times – EUA LANÇA DETECTOR DE MÍSSEIS
Guardian – DETECTOR DE MÍSSEIS EM ÓRBITA
Telegraph – FORÇAS ARMADAS VÃO DO KUWAIT
Mail – PRIMEIRO-MINISTRO EM ALERTA
Express – ESPECIALISTAS VERMELHOS ESTÃO PERDIDOS
Herald – EUA COLOCA “ESPIÃO NO CÉU” SOBRE A RÚSSIA
Worker- PANZERS AQUI NO OUTONO
Mirror – A GAROTA QUE BEIJOU YURI
Sketch – BALEIA DE 1 TONELADA ESTÁ FORA DE CONTROLE EM KEW

Sexta

Times – AÇÃO DE EMERGÊNCIA PARA RESTAURAR A ECONOMIA
Guardian – GOVERNO INVESTIGA ESTALEIROS
Telegraph – PRIMEIRO-MINISTRO ESTÁ PREOCUPADO, MAS “NÃO COM MEDO”
Mail – MAC AGE COM CALMA
Express – PREOCUPADO- NÃO COM MEDO
Herald – ESTOU PREOCUPADO, NÃO COM MEDO, DIZ O PRIMEIRO-MINISTRO
Worker – BANE-BOMBA: VITÓRIA ESMAGADORA
Mirror – ENTERRADO VIVO!
Sketch – ESTE É O MEU MACHADO.

Sábado

Times - GEN. KASSEM REIVINDICA NOVAMENTE O KUWAIT
Guardian - ERROS DO FBI NO MERCADO COMUM
Telegraph - TUC¹⁴³ SE REUNE EM MEIO A CRISE DA ETU¹⁴⁴
Mail - GREVE PARA BOAC¹⁴⁵
Express – GREVE PARA AVIÕES
Herald - CRISE: OS TORIES SE VOLTAM PARA O PLANEJAMENTO
Worker - MAC PLANEJA CORTE DE SALÁRIOS DISFARÇADO
Mirror - TUC - INQUÉRICO ABALA SINDICATO VERMELHO
Sketch - BOAC RECEBE GOLPE DA MORTE.

Podemos comparar essas manchetes com outros exemplos. Para isso, segue uma amostra das manchetes dos jornais de domingo (julho de 1965):

Domingo

Times - EUA QUER FAZER CERCO NO VIETNÃ E AUMENTAR BOMBARDEIOS

¹⁴³NT: “TUC” é uma sigla usada para designar “Trade Union Congress” que é uma espécie de central sindical

¹⁴⁴NT: “ETU” é uma sigla usada para designar “Electrical Trades Union” que era um sindicato que representava eletricitistas, instaladores de fiação e engenheiros de telefonia.

¹⁴⁵NT: “BOAC” é uma sigla usada para designar “British Overseas Airways Corporation

Observer - CALLAGHAN QUER NOS PENHORAR - LLOYD

Telegraph - HEATH PREJUDICADO POR COLAPSO DE ACORDO – INTRIGA DESAJEITADA

Express – AUMENTA AMEAÇA DE PROTESTOS CONFORME GO-SLOW¹⁴⁶ SE ESPALHA

People – O VERÃO MAIS BARULHENTO DOS ÚLTIMOS ANOS

News of the World – PORQUE EU ESCAPEI – POR BIGGS

Citizen - WILSON AVANÇA CONTRA PROTESTOS DE TRABALHADORES

Mirror – O FORUM ESTÁ DE PARTIR O CORAÇÃO

Estamos acostumados com esses diversos tipos de ênfase na imprensa britânica. Vale a pena comparar, a partir de uma amostragem de dois dias, as manchetes dos jornais com as manchetes dos boletins matinais da B.B.C.:

Segunda, 5 de Julho de 1965

B.B.C.- Noite passada, a polícia enviou reforços para embaixada americana em Londres após uma bomba caseira explodir no escritório da American Express Company em West End.

Pelo menos 12 pessoas morreram e centenas ficaram feridas por tufão no norte da Itália.

Bombardeiros americanos, posicionados na Ilha de Guam, atacaram novamente os guerrilheiros vietcongues no Vietnã do Sul.

O congresso do Sindicato dos Trabalhadores e de Transportes começa hoje. O atual Secretário-Geral diz acreditar que os delegados rejeitarão a Política de Rendimentos do Governo.

A previsão é de dia nublado, com intervalos de sol em todos os distritos.

Times – EUA PROIBE ATAQUES EM ÁREAS DE MÍSSEIS

Guardian – SR.GRIMOND ALERTA SOBRE PERIGOS PARA O OCIDENTE **Telegraph-**
BOMBA EM UMA COMPANHIA AMERICANA EM LONDRES

Mail – DENTRO DAS PRISÕES DA ÁFRICA DO SUL

Express – O DRAMA DA EXPLOSÃO DA BOMBA

Sun – SR. EXPORTAÇÕES MOSTRA COMO

Worker – APERTEM OS CINTOS – CONTINUEM COM POLO

Mirror – PEER SE JUNTA A LINHA PELO DUQUE

Sketch- MEMBROS DO PARLAMENTO ENTRAM EM ATRITO POR PHILIP

Sábado, 10 de Julho de 1965

B.B.C.- Um homem no oeste de Londres deu à polícia informações sobre o furgão para transportar móveis usado na fuga da Cadeia de Wandsworth.

Em Washington, a Câmara dos Representantes aprovou o projeto de lei que dá aos negros o

¹⁴⁶NT: “Go-Slow é uma força de protesto em que os trabalhadores se organizam para produzir de forma mais demorada e atrasar a produção

voto incondicional.

O novo ministério do general Franco prometeu uma configuração política mais representativa para a Espanha. A rainha Anne-Marie da Grécia deu à luz uma filha.

O Vietnã do Norte descartou qualquer possibilidade de se reunir com a missão de paz da Comunidade das Nações.

Alguns membros da bancada trabalhista farão campanha neste fim de semana sobre a questão do privilégio parlamentar.

A previsão é de um dia majoritariamente seco, com alguma chance de chuva nas áreas a oeste mais tarde.

Times – HANOI REJEITA PROPOSTA DA GRÃ-BREITENHA

Guardian – LBJ PREVÊ PIORA NA GUERRA DO VIETNÃ

Telegraph – BIGGS ESTÁ NA CAÇA POR UMA CASA DE CAMPO

Mail – EU PINTEI O FURGÃO DE FUGA

Express – ARRASTÃO COM ESPINGARDA

Sun – CERCO DE GÁS LACRIMOGÊNICO DE BIGGS

Worker – A AMEAÇA DE JOHNSON AO VIETNÃ

Mirror – 150 POLÍCIAIS FAZEM BATIDA NA MANSÃO – MAS NADA DE BIGGS

Sketch- PISTAS SOBRE A VAN VERMELHA – HOMEM DÁ DEPOIMENTO A YARD

A seleção de sua matéria principal, em cada jornal, pode ser comparada com a seleção de matérias pela B.B.C. A ordem de prioridade dentro dos boletins da B.B.C. também merece análise. (Nota: é preciso lembrar que há alguma diferença temporal em termos de disponibilização das notícias, entre os jornais e os boletins de transmissão. As principais diferenças, entretanto, parecem importar pouco para o fato que queremos analisar e para nossos exemplos.) Mais um tipo de comparação pode ser feita, entre as manchetes que indicam as principais notícias dos jornais britânicos e jornais de outros países em um determinado dia. Os exemplos a seguir vêm de 7 e 8 de dezembro de 1965 nos jornais da manhã britânicos e em uma seleção aleatória de jornais de outros países:

7/12/65

Le Monde (Paris)- O GENERAL DE GAULLE DEVE DECIDIR, ANTES DA NOITE DE QUINTA-FEIRA, ENTRE MANTER OU NÃO SUA CANDIDATURA PARA O SEGUNDO TURNO.

New York Times – DE GAULLE EM SILÊNCIO SOBRE O SEGUNDO TURNO; A EXPECTATIVA É QUE ELE CONCORRA

La Stampa (Turin) – DE GAULLE VAI CONCORRER O SEGUNDO TURNO COM MITTERRAND

Berlingske Tidende (Copenhague) – O GENERAL ESTÁ EM SILÊNCIO, MAS DEVE SE PRONUNCIAR ATÉ QUINTA-FEIRA.

Izvestia (Moscou) – A JUSTIÇA VAI TRIUMFAR NO VIETNÃ

Frankfurter Allgemeine – DEPOIS DO FRACASSO NAS ELEIÇÕES: DE GAULLE ESTÁ EM SILÊNCIO

Expressen (Estocolmo) – AVIÃO FANTASMA PILOTADO POR CADÁVER SOBREVOA A SUÉCIA.

Times – O GENERAL DE GAULLE ESTÁ PRONTO PARA O SECUNDO TURNO

Guardian – LBJ CONVOCA O PRESIDENTE DO BANCO RESERVA

Telegraph – JOHNSON CONVIDA PRESIDENTE DO BANCO

Mail – LUNIK É DESTRUÍDA

Express – “PARE A NEGOCIAÇÃO”

Sun – BROWN ENFRENTA CRÍTICAS DO GABINETE

Worker – CONVOCAÇÃO PARA VENCER DE GAULLE

Mirror – CASAS DE APOSTA BANEM APOSTA EXTRAORDINÁRIA EM CORRIDA CACHORRO.

Sketch – CASAS DE APOSTA AINDA NÃO VAI PAGAR O PRÊMIO DA CORRIDA DE CACHORRO.

8/12/65

Figaro (paris) – DE GAULLE SE CANDIDATA PARA O SEGUNDO TURNO

New York Herald-Tribune – CONSELHO DO VATICANO CHEGA AO FIM: CONTROLE DE NATALIDADE É QUESTIONADO

Die Welt – CONSELHO DE ROMA TERMINA HOJE

Pravda (Moscou) – O PLANO PARA DESENVOLVER A ECONOMIA NACIONAL DA URSS EM 1966

People's Daily (Pequim)¹⁴⁷ – NO 20º ANIVERSÁRIO DA RÁDIO POPULAR, O PRESIDENTE MAO, O PRESIDENTE LIU E OUTROS CAMARADAS IMPORTANTE DO PARTIDO E DO PAÍS INSITEM NA IMPORTÂNCIA DE FORNECER BOAS TRANSMISSÕES PARA O POVO DA CHINA E PARA TODO O MUNDO.

Times – DUAS VOZES NO GOVERNO DO SR. SMITH

Guardian – SR. BOTTOMLEY CHAMA O SR. SMITH DE MENTIROSO

Telegraph – SMITH MENTIU, DIZ BOTTOMLEY

Mail – AMEAÇA AOS ÔNIBUS EM VÉSPERA DE NATAL

Express – MOORS: O DRAMA DA “EXALTAÇÃO DA MORTE”

Sun – PAREM O ENVIO DE PETRÓLEO, DEMANDAM MEMBROS DO PARLAMENTO

Worker – “NÃO MANDEM PETRÓLEO PARA SMITH”

Mirror – A CORTE DE MOOR FALOU SOBRE ASSASSINATOS COM MACHADO

Sketch – CASAL FAZ PIADA APÓS ASSASSINATO COM MACHADO.

Apresentando uma História

Uma breve comparação de manchetes mostra diferenças óbvias, de apresentação ou inclinação, e de linguagem e tom, entre o que cada jornal considera como sendo a narrativa

¹⁴⁷Nota do autor (NA): Material de 9 de dezembro, o mais próximo disponível.

mais importante. Vale a pena prestar atenção nesses aspectos a partir da forma como os diferentes jornais apresentam uma mesma história numa mesma semana.

Escolhemos a narrativa a respeito do debate e da votação do congresso do Transport and General Worker' Union [Sindicato dos Trabalhadores e de Transportes] sobre política externa e defesa em 1961. Os jornais anteciparam comentários e fizeram especulações sobre o resultado desse debate, mas quando saiu resultado real apenas um jornal, o Worker, cuja política editorial se aproxima da posição política apoiada no congresso, deu a ele lugar de destaque no noticiário. É justo supor que, se o resultado votação tivesse sido outro, a situação seria invertida.

O Times deu ao ocorrido 23 c.p. (c.p. = tamanho da coluna em polegadas) em uma página de notícias secundárias; o Guardian, 22 c.p. na metade inferior da primeira página; o Telegraph, 11 $\frac{7}{8}$ c.p. na primeira página, frente e verso e 34 $\frac{1}{2}$ c.p. no verso de uma página interna; o Mail, 23 c.p. em uma página interna; o Express, 28 c.p. na primeira página; o Herald, $\frac{3}{4}$ c.p. na primeira página e 62 $\frac{1}{4}$ c.p. no verso de uma página interna; o Worker, 30 c.p. matéria de capa; o Mirror, 23 $\frac{1}{4}$ c.p. em uma página interna; o Sketch 13 $\frac{1}{4}$ c.p. em uma página interna.

Em todas as manchetes, exceto as da B.B.C. Home Service News e do Worker, o assunto teve uma abordagem personalista centrada na figura do Sr. Cousins, Secretário Geral. Na B.B.C. a manchete era: “The Transport Union reafirmou sua política de desarmamento por 4 votos a 1”. A manchete do Worker era: “Banir-Bomba: Vitória esmagadora [Ban- Bomb]”. Outras manchetes eram: Times: “Sr. Cousins Vence Luta para Manter o Unilateralismo”; Guardian: “Sr. Cousins mantém o The Transport Union no Unilateralismo”; Telegraph: “Diminui a maioria do Sr. Cousins ”; Mail: “Sr. Cousins triunfa em votação sobre a bomba”; Express: “O Vencedor – A Batalha de Cousin”; Herald: “Cousins ganha de 3 a 1” e, na primeira página, “O Opositor Derrotado”; Mirror: “Cousins Vence Bomba-H”; Sketch: “Cousins Vence Batalha Da Bomba”.

Sobre essa questão, pode haver diferenças legítimas de interpretação política, mas a redução a esse tipo de personalismo extremo é, na verdade, um método familiar usado para direcionar as notícias. O uso de frases como “batalha da bomba” e “batalha de Cousins”, e, nos títulos auxiliares, 'bombardeio', 'linha rebelde', 'votação bomba', tem efeito prejudicial. O mesmo se aplica à "vitória esmagadora" do Worker. No Express, esse efeito foi enfatizado por um cartoon que mostra o Sr. Cousins como um boxeador, pisando no peito do Sr. Gaitskell. Um efeito diferente foi alcançado pelo Herald com a formulação “o opositor foi derrotado”. Todos esses dispositivos são formas familiares de conferir uma interpretação política ou emocional ao

ato de noticiar. Antes mesmo de se dar notícia, ou durante o processo de divulgação desta, já é fortemente sugerido qual deve ser a resposta a ela.

A questão da personalização deve ser avaliada, também, a partir das notícias a respeito dos palestrantes envolvidos no debate. A reportagem do Times contabiliza cinquenta e dois oradores para a proposta bem-sucedida e trinta e cinco para propostas alternativa, com um "indeciso". Esses são reproduzidos no Guardian, Telegraph, Herald, Mail, Mirror; o Express contabiliza cinquenta e dois e trinta e cinco. O Worker não dá números e nenhuma divisão. O Sketch contabiliza 'mais de oitenta', e a B.B.C, 'quase cem'. Em todas as notícias, exceto no Times, os grupos de palestrantes são interpretados como: 'unilateralistas' e 'multilateralistas' no Guardian; como 'unilateralistas' e 'apoiadores de Gaitskell' no Telegraph; como 'pelo unilateralismo' e 'pelo desarmamento coletivo' no Mail; como 'A favor de Cousins' e 'pelo desarmamento multilateral' no Express; como 'a favor de Cousins' e 'contra' no Herald; como 'a favor' e 'contra' no Mirror. A interpretação do Telegraph tem de ser contraposta à reportagem do Times que afirma que Gaitskell "sofreu abusos de ambos os lados". Apenas o Telegraph relata os termos reais da proposta bem-sucedida e, embora a questão tenha sido amplamente discutida de antemão, é provável que muitos leitores dos outros jornais estivessem, em certa medida, incertos sobre a política exata que estava sendo debatida.

As notícias apresentam dados variados em relação a duração do debate, indo de "o dia todo" (B.B.C) e "o dia inteiro" (Worker), a 6 horas (Mail, Express, Mirror), 5 horas e meia (Herald) e 5 horas (Times). As notícias sobre a quantidade de votos a favor da proposta bem-sucedida incluíram "4 para 1" (B.B.C, citando a estimativa de seu correspondente industrial), "4 para 1" (Mail), "entre 3 e 4 para 1" (Mirror), "cerca de 590 a 170" (Telegraph), "3 para 1" (Times, Express, Sketch). O Guardian citou estimativas variadas ao longo da contagem, indo de "5 ou 6 para 1" a "mais como 5 para 2", e deu, também, "a opinião consensual de um grupo de repórteres" que o resultado era "3 para 1", ainda que pontuasse que, nas circunstâncias, todas as estimativas eram "perigosas". O Herald disse que "em algumas estimativas a vantagem seria maior que 3 para 1". Acrescentou que dos 769 delegados houve "no máximo" 150 votos contra. O Telegraph relatou que "para a maioria dos observadores era perceptível" que "170 se opuseram ao secretário-geral", embora as estimativas variassem entre 100 e 200 votos contrários. O Express noticiou "180 contra ele". O Worker noticiou os votos contrários como "menos de um décimo".

As interpretações do resultado variaram de "tremendo triunfo pessoal"(Mail), "impressionante triunfo pessoal" (Mirror), "sua vitória mais significativa" (Herald) à

formulação do Telegraph: “o resultado pode ser razoavelmente considerado como uma conquista para ambos os lados”. As comparações com a votação do congresso anterior variaram de "maioria estava severamente reduzida" (Guardian), "houve diminuição da maioria" (Telegraph), "muito menor do que no último congresso" (Sketch), ao comentário do Herald de que no último congresso a vantagem era “14 para 1”, “mas isso foi em um contexto diferente”.

As notícias a respeito dos discursos variaram em ênfase. O Times noticiou o proponente e o defensor da proposta bem-sucedida em 3 c.p. e o proponente e o defensor da proposta malsucedida em 4 c.p. Adicionou um resumo geral em $\frac{3}{4}$ c.p. e $1\frac{1}{8}$ c.p. respectivamente. O discurso do Sr. Cousins foi relatado em $3\frac{1}{4}$ c.p. Temos, então, um saldo de 7 c.p. para cinquenta e dois oradores, e $5\frac{1}{8}$ para trinta e cinco oradores, esse balanço nos outros jornais foi de: no Guardian, $7\frac{1}{8}$ e $1\frac{3}{8}$; no Telegraph, $15\frac{1}{2}$ e $2\frac{1}{4}$; no Mail, 3 e $2\frac{1}{2}$; no Express, $1\frac{5}{8}$ e nulo; no Herald, $7\frac{7}{8}$ e $6\frac{1}{8}$; no Worker, $11\frac{1}{4}$ e nulo; no Mirror, $3\frac{1}{4}$ e nulo; no Sketch, $\frac{1}{2}$ e $2\frac{7}{8}$. O maior item em todas essas notícias foi o discurso do Sr. Cousins, exceto no Sketch.

Ao noticiar os discursos, o Times fez poucos comentários. O Guardian descreveu o Sr. Cousins como "como um anjo vingador" e seu discurso como "poderoso, embora confuso". O Telegraph descreveu o Sr. Cousins como alguém que estava "em seu estado mais messiânico". O Mail noticiou que ele “trovejou apaixonadamente”. O Express relatou “seu discurso foi como um torna”, descreveu-o como “notável, tanto por sua arrogante autoconfiança, quanto por sua eloquente sinceridade”, e introduziu uma curta citação direta com “ele rugiu”. O Herald noticiou como um “discurso dramático”. O Worker não fez comentários. O Mirror relatou como "um dos discursos mais poderosos de sua carreira" e descreveu trinta e oito minutos de "palavras apaixonadas". O Sketch noticiou que o Sr. Cousins “falou com paixão - em sua camisa de manga”.

'Sexo' nos jornais de domingo

Tornou-se lugar comum reclamar que há muito 'sexo' em certos jornais de domingo, mas é necessário analisar melhor esse conteúdo. Em geral, existe uma associação corrente entre sexo e crime, e uma associação secundária entre sexo e o ramo do entretenimento, especialmente, com fotos de atrizes e modelos. Essas associações parecem determinar o que normalmente é entendido, nesses jornais, por "sexo". Outros tipos de notícias são raros.

Além das fotos de atrizes e modelos, e dos relatos de casos famosos de estrelas de cinema e personalidades semelhantes, parece haver duas categorias principais. Os jornais em questão são, principalmente, o News of the World e (em 1961) o People e o Pictorial (Mirror).

A primeira categoria é o relato de casos judiciais envolvendo adultério, sedução, estupro, homossexualidade, exposição indecente e prostituição. O News of the World parece se especializar neste tipo de reportagem; outros jornais tratam apenas dos casos mais chamativos. A reportagem é geralmente bastante direta, embora as manchetes sejam oblíquas: “Quando seu marido teve que assobiar”; “Às 2 da manhã, após o término da dança”; “18 fotos na gaveta da penteadeira”. Às vezes, um caso é narrado por algum repórter conhecido: “Um covil de vícios em uma velha cidade do interior”.

Uma segunda categoria são as notícias derivadas de fatos, ou supostos fatos, mas estas não são como uma notícia regular. Um grupo nesta categoria é o de 'memórias' ou 'confissões', seja de pessoas envolvidas em processos ou escândalos, seja de pessoas proeminentes no ramo do entretenimento. Essas obras são anunciadas e intituladas de várias maneiras tais como “Minha vida perversa” ou “Caí na Tentação”, e às vezes fica implícito que essas histórias devem ser lidas como um aviso. A mesma implicação de advertência moral, ou de uma exposição necessária de fatos desagradáveis, costuma ser atribuída a um outro grupo nesta categoria: “investigações” realizadas pelo próprio jornal.

Um exemplo é “A Incrível vida dupla de X.Y.’ (nome e fotografia impressos) – “professora infantil e garota de programa”, anunciada como sendo “dos investigadores do People”. Dois repórteres, “agindo com base em informações previamente colhidas”, entraram em contato com essa mulher, sem se revelar como repórteres, para tentar comprovar suas “atividades como prostituta”. Um tipo diferente de investigação independente são relatórios sobre algum lugar ou hábito, como o artigo da mesma edição do People: “Droga do Amor” está matando meio milhão’, uma notícia de um escritor independente sobre prostituição e vício em heroína na área portuária de Hong Kong. Sobre o artigo, o jornal diz: “Isso pode chocar você. Mas temos o dever de contar.”

Alguns padrões ficcionais em revistas femininas

Para essa seção, setenta histórias, de vinte e duas revistas femininas, foram lidas e analisadas. A característica geral mais impressionante na maioria das histórias é que elas foram evidentemente escritas com intuito de desencadear processos psicológicos específicos no leitor. As habilidades literárias estão subordinadas a essa intenção. Nenhuma delas tem quaisquer intenções ou méritos literários independentes.

Há uma diferença interessante entre a ambientação usual das histórias curtas e das histórias seriadas: no primeiro caso, as histórias, normalmente, se passam no ambiente

doméstico, no segundo, em algum ambiente "exótico" (em Paris, em uma fazenda de ovelhas australiana, no Iraque). De quarenta histórias ambientadas em uma casa, trinta e nove são em residências de classe média; a exceção está em uma das revistas de ficção mais baratas. Quando as histórias se passam em um local de trabalho, os lugares típicos são escritórios, hospitais, aeroportos e transatlânticos, o campo. Todo restante da gama de trabalho industrial e comercial comuns só são retratados muito ocasionalmente.

O status social do herói geralmente é um ponto significativo nas histórias. Dos sessenta e nove heróis, apenas dois são descritos sem referenciar sua posição profissional. Dos outros sessenta e sete, dois são aristocratas estrangeiros, sessenta e quatro estão em empregos de 'classe média', em sua maioria profissionais liberais, são descritos como bem-sucedidos, e apenas um era pobre, mas voltou bem-sucedido da Austrália. Quase invariavelmente, a posição social do herói, nesses termos, é mais elevada do que a da heroína, e, nesse sentido, o noivado ou casamento é, tipicamente, "uma ascensão". É normal que o casamento seja com "o chefe". Um típico símbolo de que herói é bem-sucedido é o seu carro, que muitas vezes é um ponto importante para o interesse emocional.

Os enredos seguem certos padrões regulares. Vinte e sete dos setenta são de um tipo familiar de narrativas de intriga, muitas vezes em cenários exóticos, com crises causadas por mal-entendidos e segredos, e a maioria das cenas ambientadas em bailes, casamentos e festas. Três outros são, na verdade, anedotas, de tom humorístico ou irônico, escritas por homens. Os outros quarenta enredos estão preocupados com a solução de certas dificuldades emocionais comuns. Nestes, três métodos se destacam. Sete histórias têm intenção terapêutica. Situações como medo de amar, ou o desespero causado por uma rejeição ou por ter sido enganada, são apresentadas do ponto de vista da protagonista. A solução, nesses casos, é sempre a adaptação: uma criança, um animal, um lugar levam à superação do medo de amar; a esposa enganada invariavelmente se adapta à relação com marido, aos filhos e ao lar. O tom emocional dessas histórias é muito semelhante ao das colunas de conselhos práticos, que normalmente recomendam que a solução para uma situação difícil é a adaptação, em vez de uma tentativa de mudá-la.

As outras trinta e três histórias propõem como solução a realização do desejo (quatorze), ou uma espécie de extração mágica da dificuldade (dezenove). No primeiro caso, a garota comum, malsucedida, tímida ou rejeitada consegue o melhor (mais próspero) marido no final. As histórias são escritas do ponto de vista dela, e o leitor é evidentemente convidado a se identificar com ela. Em contraste com essas histórias, onde tudo de alguma forma dá certo no

final (embora sem razão aparente), as histórias de 'extração' centram-se em cenas de revelação crítica: a rival mostra suas verdadeiras (más) intenções e é derrotada, ou a protagonista descobre que o ciúme nunca foi realmente necessário (o herói nunca amou a outra de verdade, apesar de todas as indicações do contrário). O mundo se adapta à heroína, não por qualquer ação de sua parte, mas por uma extração repentina do elemento doloroso. Nas histórias de realização de desejos, ele apenas se ajusta silenciosamente.

Assim, não apenas os lares e os empregos das mulheres, e muitos tipos de homens, estão ausentes nessas histórias, mas também qualquer tipo de problema persistente e qualquer relacionamento permanentemente difícil.

Estilo na publicidade (i)

O método básico da propaganda comercial sempre foi o exagero, desde o anúncio do século XVII de um dentifrício que não só limparia os dentes, mas também os fixaria e evitaria sua queda, até a propaganda contemporânea, de um creme em uma revista voltada para o público negro, que “vai deixar sua pele mais clara”. Na busca de superlativos, os limites do sentido há muito foram ultrapassados (“mais branco que o branco”), e durante uma geração a reação natural a isso foi capitalizada, em exagero humorístico ('Guinness– Him Strong'[Guinness – Mim, Forte]), e no contínuo uso de superlativos.

Ainda existem recomendações mais diretas de produtos, mas o método mais comum é associar o produto a alguma outra coisa desejável: saúde, amor, respeito. Esse tipo de associação permite um número quase infinito de possibilidades: desde uma tirinha, em uma revista africana, recomendando o uso de um sabonete de cozinha como prerequisite para convidar os amigos (senão as cortinas ficam 'cheias de furos' e você, envergonhado), até a página totalmente colorida, em uma revista inglesa, mostrando uma mulher vestindo uma echarpe de vison, andando por uma rua fashion, cheia de carros grandes e caros, com um motorista atrás dela carregando uma pia grande e cara. ('Então, Henry disse ... saia e compre uma. E assim eu fiz...dá para nadar nessa cuba. Que pia esplêndida.’)

Mas há outra possibilidade mais sutil em sua operação. Há a promessa direta de um marido ou de um emprego melhor se o consumidor usar um determinado produto, que pode ser praticamente qualquer coisa, e a consequência caso ele recuse é, novamente, explorada pela repetição da afirmação com exagero humorístico. Há, também nessa linha, uma promessa indireta, que vai desde um simples layout que o põe lado a lado o produto e a situação desejável, até a criação de uma atmosfera de sonho e devaneio (muitas vezes usando uma fotografia

borrada ou cores fortes).

De um jornal semanal, tenho, diante de mim, três fotos de iates, e todas elas poderiam ser sido tiradas ao mesmo tempo. Cada uma das imagens ocupa três quartos do espaço do anúncio e o nome do produto é, em todos os casos, discreto. Somente após uma inspeção cuidadosa é que descobrimos que se tratava de anúncios de pão, suco e de banco, respectivamente. Em uma revista da mesma semana, há uma foto de uma garota descolada vestida de azul cercada por seis homens em preto e vermelho, todos olhando para ela da escuridão. É 'um sentimento fabuloso que chamamos de "Confiança Colorida": o produto é maquiagem, e "jornalistas/homens da imprensa de todo mundo aplaudem".

A aparência habitual de anúncios desse tipo, embora sejam apenas um desenvolvimento de um tipo mais simples de anúncio em que um pacote de pílulas era colocado ao lado de um desenho de um médico ou enfermeira, é, agora, muito importante. Em certo sentido, o produto se tornou irrelevante: o anunciante passou a trabalhar diretamente com imagens e sonhos. A acumulação de anúncios desse tipo produz todo um estilo de vida amplamente centrado na fantasia, que é, na verdade, o interesse comum de todos os anunciantes, e não a recomendação de produtos específicos. Todos os valores comuns são temporariamente sobrepostos por uma espécie de arte ilegítima, que não visa esclarecer a experiência, mas deliberadamente torná-la confusa¹⁴⁸.

Não é nenhuma surpresa, então, encontrar, em meia página de nosso jornal mais sério uma imagem agradável, seguida pelas palavras: 'crosta de concreto: o impulso de um Polyanthus. Polyanthus dispara ... naturalmente ', e então 'o fim de semana é intervalo mais natural de todos '. Esta é a recomendação de uma propaganda de televisão, para os polêmicos 'intervalos naturais'. Por fim, existe uma pequena promessa: 'no fim de semana seus comerciais penetram profundamente'. Provavelmente, todos podemos concordar que é disso que se trata.

Estilo na Publicidade (ii) - "Pausas Naturais"

Como tantas outras coisas artificiais, convencionais e feitas pelo homem na televisão, o intervalo natural para os comerciais parece estar se tornando parte de um modo de vida. Quem o questiona, ou questiona a propaganda televisiva em geral, corre o risco de ouvir "isso de novo" ou que insistir nesse modo de pensar equivale a declarar-se membro do novo Establishment cultural. Enquanto isso, o Establishment que produz os comerciais continua

¹⁴⁸NA: Para um debate mais aprofundado, ver o seguinte texto do mesmo autor: 'The Magic System', in *New Left Review*, July 1960.

visivelmente, e às vezes ridícula e irritantemente, presente: é, assim, mais real do que qualquer crítica possível a ele – ou, em outras palavras, tornou-se natural.

Outra noite, enquanto assistia um filme no I.T.V, fui lembrado do quão longe essa naturalização chegou. Começou, depois de um intervalo natural, às sete e pouco e, depois, às 7:25, 7:43 e 7:55. Quando desliguei, em meio a comentários sobre o shampoo medicinal mais amado da Grã-Bretanha, o filme, ele próprio altamente comercial, já havia passado por intervalos naturais que nem mesmo Hollywood conseguiria imaginar. (Uma indicação do quão longe as coisas foram é o fato de que até no cinema, que sofre pressões comerciais mais intensas, nós podíamos e ainda podemos assistir a um filme inteiro, antes de surgirem os anúncios de sorvete). Dado o processo de montagem dos filmes, que permite vários intervalos por minuto, as possibilidades parecem infinitas, embora eu tenha reparado que, para captar o nosso interesse, nos é permitido assistir uma parcela relativamente longa da primeira parte de um filme, após a qual a frequência do fenômeno natural, também conhecido como “intervalo”, parece aumentar milagrosamente.

Vale a pena considerar como chegamos a essa situação. Um correspondente me enviou, recentemente, uma esclarecedora troca de cartas sobre este assunto entre ele e o atual presidente do I.B.A. Quando o White Press foi apresentado, em 1953, ao Parlamento, foi dito em nome do Governo que em nenhum momento a “interrupção” dos programas seria permitida. Um mês depois, foi dito que não haveria “nenhuma interrupção, a menos que coincidisse com os chamados ‘intervalos naturais’”. Essa era uma brecha pela qual, como observou um membro do Parlamento na época, um elefante inteiro podia passar; e é claro que assim foi. Um dos primeiros exemplos do que poderia ser um intervalo natural foi um intervalo entre atos de uma peça de dois atos, “especialmente se o primeiro ato tiver duração de uma hora e dez minutos”. Um exemplo posterior foi entre as cenas de Hamlet. (Qualquer um pode perceber a atmosfera de alta-cultura em que as negociações eram feitas.) Como as coisas aconteceram, com muitos endosso e ratificações, incluindo a Lei de 1964, a ficção do intervalo natural passou a significar quase tudo que pode ser feito para este acontecer, ou, por assim dizer, para este interromper, em uma média de três vezes por hora no horário da noite. Continuar a chamá-los de intervalos naturais é, mesmo para os anunciantes e seus amigos, forçar demais a natureza humana.

No entanto, é claro, como a maioria de nós sabe, o verdadeiro problema deve ser pensado pelo ângulo oposto. Presumivelmente, há pessoas na televisão comercial que assistem a filmes antigos esperando os intervalos naturais acontecerem. “Quando ela sai e bate a porta, Bert. Ou quando ele cambaleia e há aquele corte para os abutres.” Quaisquer que sejam as

possibilidades criativas que esses momentos possam sugerir - desodorantes? comida de gato? – elas nunca foram tentadas sistematicamente: a maioria das autoridades não espera pela natureza - eles fazem acontecer. É dado aos produtores e seus escritores e artista uma parcela de tempo - como em toda programação, mas com a diferença de que um material alheio e previsível passa a ser incorporado aos programas. Muitas pessoas lidam com isso como lidam com o clima: qualquer sistema social poderoso parece transmitir certa naturalidade. Mas, esta está tão longe de ser a única maneira possível que é preciso que alguém continue insistindo que ela acontece naturalmente.

Meu correspondente reclamou principalmente dos intervalos comerciais em um filme sobre expedições de alpinistas e em um concerto de St. Paul's. Ele ficou sabendo, inclusive, que os anunciantes muitas vezes patrocinam expedições (embora não sejam esses os anúncios do quais reclamou) e, claro, que "a grande massa de nossos telespectadores" não se ofende com intervalos comerciais ou com a publicidade em si. Talvez haja evidências para isso, mas se houver, é significativo que os cálculos para uma inserção lucrativa dos comerciais sejam tão precisos. Se as pessoas aceitassem, ou mesmo, como já foi dito, se interessassem positivamente pela publicidade, não haveria necessidade de usar do interesse e do desejo delas em assistir e acompanhar um programa para, então, lançar os intervalos comerciais. Os intervalos poderiam surgir em momentos específicos e serem assistidos por uma escolha positiva. Nos serviços televisivos italianos, e em outros que dependem da renda vinda da publicidade, são fixados tempos distintos e há uma separação entre programação e publicidade, e este, que deveria ser o princípio da televisão comercial britânica, se torna algo mais do que uma ficção. Mas, embora ainda resista ao patrocínio geral, na prática, a televisão comercial britânica está seguindo a convenção americana, embora em uma frequência e intensidade muito menores, como pode ser percebido pela queda e reorganização das importações americanas mostradas na B.B.C. Todo um método surgiu disso: como por exemplo, sequência dramática de abertura antes dos créditos - uma experiência interessante que agora é rotina comercial.

Enquanto isso, eventos esportivos patrocinados se tornaram tão naturais, mesmo na BBC, que devemos supor que existe uma alta correlação entre o amor por corridas de cavalos, atletismo, golfe, críquete ou outras atividades ao ar livre semelhantes e cerveja, cigarros, lâmina de barbear e produtos semelhantes. Uma tentativa tardia, mas bem-vinda, está sendo feita agora para impedir que companhias de cigarros se aproveitem da brecha existente para fazer divulgação comercial na televisão, mas o problema geral é muito mais amplo. Eu estava assistindo críquete na televisão na semana passada e, quando davam close em um dos

rebatedores, eu ficava continuamente perplexo e distraído pelas letras “pworths” que saltavam para fora de seu boné. Eu finalmente consegui localizar a palavra inteira em seu lugar típico, na cerca. Foi quando percebi que houve momentos em que, enquanto eu assistia futebol na televisão, enquanto as jogadas estavam se desenrolando, eu desejava que as elas fossem em direção a parte superior do campo para que eu pudesse ler por inteiro uma meia-palavra vislumbrada por trás da ação. Algumas vezes, até fui surpreendido como nas palavras cruzadas. Esse posicionamento que parece tão natural, mesmo nos estádios socialistas, é fruto de esforço em planejar, fechar contratos, fazer cálculos de ângulo de câmera, para, por fim, colocar os anúncios ali. Tudo isso parte do princípio de que, uma vez que gostamos de assistir a toda uma gama de programas e eventos, há sempre espaço para inserir, direta ou indiretamente, algo a mais, desde que seja lucrativamente inserido como um acompanhamento natural.

Acho que ainda vale a pena resistir a todo esse movimento. É, em qualquer caso, necessário expor que seu naturalismo é um artifício. E o que vale, ao longo do tempo, para a televisão comercial, vale também para os avanços e artifícios usados para colocar, o que, na prática, é propaganda comercial, no serviço público de radiodifusão.

Estilo na publicidade (iii) - “O Romance Doméstico da I.T.V”

Só pode ser o preconceito que está impedindo que se faça uma crítica geral dos programas inseridos entre a programação e que hoje são uma parte tão importante da televisão. Recentemente, por exemplo, assisti a um programa de 35 minutos (ITV) no qual, não tenho dúvidas, foi aplicado tanto cuidado, esforço e dinheiro quanto em qualquer outra coisa que foi transmitida naquela noite, e ainda, a julgar pelos críticos, poderia nunca ter ido ao ar. É verdade que era bastante intermitente. Ele foi ao ar em pequenos fragmentos, que iam 45 segundos a cerca de três minutos e meio, entre 17h45 e 22h30. No entanto, foi uma combinação interessante de naturalismo e fantasia, com algumas fotografias inteligentes e algumas melodias boas, embora recorrentes. E estava centrado, claramente, em questões domésticas.

Quando você pensa em todo estudo e pesquisa envolvidos, nas reuniões de roteiro, nas negociações sobre o timing, nas buscas pelo elenco, nos ensaios, na edição (muitas vezes contratando serviços de psicólogos e sociólogos profissionais), parece difícil acreditar que não exista nenhuma reação refletida em relação a isso. Algumas pessoas dizem, é claro, que esses anúncios não são arte, mas, talvez, tenham esquecido esses anúncios são feitos por grupos que tem um departamento criativo, que inclusive, para evitar mal-entendidos, é reconhecido e referido como tal. Além disso, há muitas trocas mútuas entre programas e comerciais. Alguns

de nossos melhores diretores fazem pequenas peças comerciais entre o desenvolvimento de seus programas maiores, e muitos artistas populares parecem estar tão dispostos a aparecer fumando um charuto ou tomando um sorvete quanto fazendo qualquer outra coisa – assassinato ou investigação - que o roteiro possa exigir. A habilidade de atuação necessária é, em qualquer caso, praticamente a mesma. Certamente, muitas garotas podem, após um ensaio, conseguir dar um olhar que seja ao mesmo tempo tímido e sensual. Mas, tente escalar alguém para atuar como uma dona de casa que é capaz de repetir o termo "biológico" como se este indicasse um convite levemente impróprio, que, apesar de deixá-la, naturalmente, um pouco cautelosa, ela não tem intenção de recusar. Ou o homem comum, que acabou de sair deprimido do escritório, pensando na comida enlatada do jantar, mas que, alguns minutos depois, fica encantado e afetuoso quando percebe que ela veio do tipo certo de lata. Isso, irmão (como dizem no mundo comercial), requer habilidade.

Então, quero tentar compensar por essa longa negligência. Todo esse trabalho, todas essas pessoas, merecem uma resposta crítica. É verdade que terei alguma dificuldade em reproduzir o roteiro. Não é que eu não tenha prestado atenção, mas veio a tona uma profusão de detalhes: segundo minhas contas, cinco cervejas, uma sidra, quatro bebidas de marca, três vinhos, um chá, três produtos farmacêuticos, três desinfetantes, um mata-moscas, um spray de cabelo, uma pasta de dente, cinco desodorantes (embora três deles soassem iguais em seu leitmotiv), sais de banho, um sutiã, gás de motor, gasolina e óleo, um barbeador e dois tipos de lâmina, dois jornais, uma toalha de papel, doces, duas comidas de cachorro e um remédio de cachorro, charutos, tabaco, tinta, filme, um viveiro, pão, manteiga, queijo, comida de café da manhã, dois sorvetes, três tipos de biscoito, molho para salada, leite condensado, purê de batata, torta de frango, ketchup, presunto enlatado com frutas e risoto, dois sabonetes, um sabão em pó e uma garrafa de detergente que uma das convidadas autografou. Descreva, descreva, como disse Virginia Woolf, ironicamente, sobre os romances de Arnold Bennett. Mas é aí que podemos facilmente cometer erros com esse tipo de arte. Talvez seis ou sete dentre os diversos itens citados contribuíssem para o que chamamos de descrição. Nesse tipo de arte, tal função é quase acidental. O que realmente importava era o que acontecia no romance, apesar de Bennett, quando as coisas, os objetos, tornavam-se instrumentais, ativos; quando o que importava era a vida que fluía através e ao redor deles. Vamos olhar, por exemplo, para as bebidas de marca. É verdade, que uma delas tinha que ser misturada para ser consumida, mas nos outros casos o fluxo de sentimento era diferente. Um jovem e uma menina corriam à beira-mar, no ar fresco, e então, numa daquelas associações de ideia modernas caracteristicamente rápidas, a bebida era

boa, também, para os enjoos matinais. Considere a sutileza disso.

Algumas pessoas se opuseram aos comerciais por vê-los como sinais de uma civilização materialista. Nada, nesse raciocínio, poderia estar mais longe da verdade. A maioria dos objetos são amuletos, totens. Uma civilização materialista insistiria em propriedades e quantidades. O mundo desse tipo de arte é diferente. Uma garota sai do avião e acena para os fotógrafos. Vergonha. Ela volta, pega o produto, sai de novo, acena com o outro braço. Felicidade. Mas, enquanto isso, nosso herói (acho que era ele) está pilotando seu Falcon e bebendo sua sidra (nessa ordem, claro). Eles se encontram, depois que ela atravessa uma floresta, e correm juntos pela praia. Quando o bebê chegar, eles lhe darão um queijo mágico e, se for menino, esse queijo pode levá-lo a um futuro como atleta olímpico, se for menina, Miss Universo. Sem esquecer, claro, de limpar o rosto do bebê com uma linda toalha de papel estampa enquanto cantam. Também não se esquecem de manter o seu lar seguro, matando todos os germes conhecidos com uma enorme variedade de desinfetantes. No entanto, as tensões e pressões da vida aumentam. Embora às vezes dance valsa pela cozinha, encantada com um novo pó de arroz, ela tem dificuldade em manter ele em casa, mas, então, encontra uma lata mágica que se abre em ambas as extremidades e confessa que, outra noite, comprou uma torta de frango pronta que está transformando-a em uma mulher desonesta. Ela continua usando desodorantes, spray de cabelo, uma pasta de dente que faz com que ela se destaque e outra que lhe dá confiança, mas ainda assim, sofre com as áreas de tensão do mapa mágico que existe em sua cabeça. Enquanto isso, ele não faz nada para ficar atraente, além de se barbear, com os recursos mais artesanais possíveis; ele, geralmente, está, na verdade, bebendo cerveja ou fumando charutos. Ele às vezes pode ser brincalhão, até mesmo imitar um cachorro para conseguir mais comida enlatada, mas quando é ela que está nas lojas, recusa todos os substitutos (até mesmo dois por um), ele continua difícil de agradar, e ela continuamente teme não ser atraente o suficiente ou que sua casa não seja segura o suficiente. Mesmo assim, através dos problemas da vida, ela sempre pode sonhar. Comprar uma marca de sorvete e ser carregada pela selva ou para a tenda de um sheik. Mas além disso, ela nunca sai de casa; óculos de sol, chapéu e luz de bronzeamento – sem esquecer, é claro, do sorvete - e, embora, esteja chovendo lá fora, ela está de férias. Uma última batida com o mata-moscas e acabou mais um dia ansioso, feliz e mágico.

Essa é a história que todos tentamos viver agora. Ela é efetiva, na verdade, porque é intermitente. “Vamos para o intervalo agora”, dizem os apresentadores de jornal da I.T.N, como se, tivessem o peso do mundo nas costas e precisassem sair para tomar um drink. Mas, este intervalo serve, de fato, para este romance doméstico persistente: a longa e sugestiva massagem

de arte habilmente calculada. Que efeito isso tem? É impertinente, talvez, continuar considerando os efeitos. Na verdade, é uma surpresa descobrir por trás dessa arte jovem - essa arte da infância da mente e da infância de uma espécie de sociedade - cálculos difíceis e precisos sobre lucro e impacto. Em uma coletânea recente há um artigo de Peter Masson intitulado “Os Efeitos da Televisão em Outras Mídias [The Effects of Television on Other Media]”¹⁴⁹, e a surpresa não é apenas que a preocupação central seja o efeito na mídia publicitária, mas que o estudo é mais preciso e profissional do que qualquer outra coisa no livro (coisas como artes, política, comportamento social). Parece um longo caminho desde aquele queijo olímpico, mas a arte criativa talvez seja assim agora. Nos bastidores, cálculo, mas na frente a pantomima.

Analisando a televisão (i)

É difícil escolher entre duas formas diferentes de escrever sobre a televisão. É possível isolar programas específicos e tentar analisá-los. Isso não é necessariamente o que algumas pessoas chamariam de crítica: observar os detalhes de desempenho e direção. Pois estes detalhes nunca podem ser isolados do caráter essencial da obra, que não é um objeto a ser julgado por sua transmissão, mas uma estrutura particular que carrega significados e valores. No entanto, em outra direção, um dos elementos mais óbvios da televisão é sua qualidade de formar sequências. Podemos ligar e desligar programas específicos, mas, de certa forma, os programas são concebidos como um todo e muitas vezes são recebidos como uma continuidade. Recentemente, passei a sentir que o tipo de análise de que mais precisamos é a desse fluxo geral: da organização, dos métodos e dos valores internos e através dos quais são montados determinados programas.

Mas estes, por muitos motivos, podem ser muito difíceis de ver: acima de tudo, porque não estamos acostumados com eles. Por exemplo, numa sexta-feira, assisti a uma série de programas na B.B.C 2 das oito às onze. Em diferentes momentos naquela noite, me deparei com quatro peças individuais para as quais não temos um nome específico: Peter Cook fazendo uma paródia de Rod McKuen e seu cachorro, Alan Bennett em uma paródia bastante conclusiva das reminiscências de Bernard Berenson em Kennets Clark, William Rushton anunciando uma corajosa expedição-satírica para fugir da atmosfera britânica descrita por ele com grande precisão, e Bernard Braden interpretando Mark Twain em Fenimore Cooper. Entre essas peças, houve três curtas-metragens da Índia, Geogia Brown cantando Brecht, as notícias e um episódio

¹⁴⁹NA: The effects of television, ed. Halloran, 1970

de Judas, o Obscuro [Jude the Obscure].

Os efeitos internos dessa sequência foram notáveis. Cook e Bennett estavam parodiando programas de televisão muito recentes que ainda estavam claros na memória, a deixa de Braden foi a adaptação atual de O Último dos Moicanos. A expedição-satírica de Rushton veio em seguida a um anúncio da expedição da BBC/Sunday Times ao Everest, que por sua vez, foi ela própria seguida de uma entrevista com um dos membros da expedição, e a essa altura, eu mal conseguia prestar atenção por causa da prolongada sensação de dejavú. Depois de Georgia Brown cantar a paródia de uma balada sentimental de Brecht- Eisler, houve uma discussão discreta sobre como evitar que pinturas caras saíssem da Grã-Bretanha mas sem perder o valor. O comércio de arte capitalista era dado como certo e, então, a preocupação estava voltada para suas consequências marginais. Alan Bennett nos mostrou a conversão de objetos de arte a serem usados no jogo “Civilization”. Em seguida, como um intervalo comercial, um homem nos mostrou clipes da semana seguinte, jogando acidentalmente o que deveria ser um jogo sofisticado com o programa de jardinagem de Percy Thrower. Então, depois da imitação de McKuen feita por Cook, houve duas supostas discussões, uma com uma americana falando sobre sua rotina de exercícios físicos e uma com três pessoas escolhidas randomicamente sobre (de um modo totalmente vago) o movimento de libertação das mulheres - as quais Cook conseguiu reduzir de uma entrevista televisiva ao um tipo de improviso inconsequente e cético no qual se baseia seu próprio desempenho. E, finalmente, a parte quatro de Judas, o Obscuro e as partes editadas das notícias.

O que, então, realmente precisa ser dito? Que se tratava de uma estrutura efêmera parodiando-se quase instantaneamente: uma espécie de consumo frenético de sombras e respostas? Mas não era a frequência da paródia que estava errada. É que a maioria das coisas parodiadas pareciam ainda mais insubstanciais e artificiais do que as próprias paródias. Ou pode-se dizer que a única coisa sólida foi a tentativa de Judas, o Obscuro? Mas se tratava de uma televisão usando um grande romance inglês com o que parece ser uma indiferença bastante estrutural: um objeto a ser adaptado e transmitido, a última série clássica. Recuar e dizer que Robert Powell estava tendo uma ótima atuação como Judas, ou que a cena do casamento no campo (na verdade era um casamento na cidade) foi agradável e bem dirigida, seria fácil, mas evasivo. Nesta adaptação, o tema extraordinário e desafiador da unidade de Hardy foi profundamente desmontado e reunido novamente em um vigor e uma consciência muito menos significativas. Seria muito trabalhoso registrar cada pequena distorção, cada grande omissão, cada inserção gratuita. Quem conhece bem o romance irá notar e, em todo caso, é o romance

que vai sobreviver. O verdadeiro ponto é a maneira pela qual uma estrutura de sentimento muito difícil e poderosa foi transformada, e isso se tornou aceitável, como parte de um trabalho televisivo. A conexão com o resto dos eventos da noite não parecia muito remota. E não parece significativo que Germaine Greer, em uma discussão reduzida e desintegrada, pudesse dizer menos sobre liberdade e casamento do que essa irreconhecível Sue Bridehead: uma voz de 80 anos antes?

Ou considere o fato de que Cook e Rushton se referiram de maneiras diferentes à entrega de prêmios televisivos na noite anterior no Albert Hall. Isso certamente provocou alguns pensamentos relacionados, não tanto à televisão, mas a um paradoxo que venho tentando formular em um inglês corrente: esse ar de congratulação mútua e autoconsciência habitual que segue uma série de atos praticamente improvisados; uma improvisação assertiva e frenética feita através de uma série de gestos e imagens efêmeras, com apenas alguns planos estáveis do passado. Claro que fiquei feliz em assistir o desempenho virtuoso de Keith Michell enquanto Henry VIII aplaudia. E em assistir Eric Morecambe, já que seu tipo de ceticismo desintegrador carrega a memória da inocência e da boa vontade. Mas foi interessante ultrapassar a pompa sintética e tentar calcular a mediana das datas em que se passam os atuais programas da televisão inglesa: *Civilization*, *The Forsyte Saga*, *The Six Wives Of Henry VIII*. Esse cálculo pode resultar em diversas projeções, algumas alarmantemente antigas, mas acho que a mais recente e precisa se concentraria em Clive Bell, Galsworthy, Korda/Laughton, então, cheguei ao resultado de que seria por volta de 1925. Claro que todos os três estão em fotos agora. Soberbo, impressionante etc.

A televisão que acho interessante é muito diferente e, nessa mesma semana, consegui assistir um pouco dela: *Man Alive* e *World in Action*; a patinação no gelo e o tênis e o rúgbi; as imagens do País de Gales vistas do helicóptero de René Cutforth; outro caso para meu dossiê privado sobre a série policial no episódio *Softly Softly* sobre manifestações; um bate-volta interessante sobre os relatos da greve e dois ou três filmes novos.

Esses programas tentaram lidar com eventos e lugares que pertencem ao nosso próprio mundo. Os filmes da Europa sobre a Índia, embora incompletos, pertencem a este lugar, e não àquela estranha noite da B.B.C 2. São programas que estão dentro dos limites reais da televisão e, sobretudo, não se confundem com o poder residual de outras formas de arte. Houve estágio paralelo na evolução do cinema ao que vem acontecendo, hoje, na televisão. Alguns de seus administradores buscaram a respeitabilidade artística por meio da transferência de objetos culturais que já tinham prestígio: adaptações, contratar atores de teatro famosos, mostrar

determinados locais e galerias - e é claro que os comediantes logo parodiaram. Enquanto isso, o verdadeiro potencial do filme estava sendo desenvolvido mais diretamente em outros lugares.

Acho que agora já existem evidências suficientes para dizer que os atuais administradores da televisão, depois das dificuldades dos anos 60 - dificuldades de crescimento genuíno - estão se voltando cada vez mais para os valores recebidos de outras formas. Uma obra como Judas é muito resistente para eles, mas ainda assim consegue diretamente suas simpatias. Mas o Grand Tour, a burguesia eduardiana, o alegre e colorido passado da corte inglesa: são experiências estáticas, prontas para serem usadas, entradas gratuitas para o prestígio. Uma geração mais jovem pouco pode fazer além de zombaria, pois sua própria obra original é deixada cada vez mais de lado. Os parodistas sobrevivem, os fabricantes apenas persistem. Mas se a situação continuar assim, não vejo, dado tudo o mais que está acontecendo, como pode durar muito mais tempo.

Analisando a televisão (ii)

Parecia uma dança: as mulheres de branco, movendo-se repetidas vezes em semicírculos, levantando seus vestidos soltos até que balançassem como velas. Eram algumas mulheres camponesas na África Oriental que tentavam desesperadamente afastar um enorme enxame de gafanhotos que se assentava em suas plantações. Se eles não tivessem sucesso ou não recebesse ajuda, muitas famílias morreriam de fome durante aquele ano.

Alguma ajuda estava chegando, vinda de uma pequena sala de controle, através de alguns aviões leves. E então, em um minuto, somos transportados para outra sala de controle, no topo da Torre dos Correios. Com senso de urgência, dessa outra sala de operações, somos levados para Nova York, onde um chimpanzé está “dando uma entrevista coletiva”. Já tínhamos visto o animal: patrocinado por uma empresa de chá e com uma jaqueta com a inscrição Daily Mail no peito. A coletiva de imprensa se resumiu a um grupo de repórteres e cinegrafistas se acotovelando, gritando “Oi, Tina” e encorajamentos semelhantes. O chimpanzé, até onde puder ver, simplesmente andava de bicicleta e acenava. Mas talvez, isso não importasse. De todo modo, a câmera registrou o nome do produto. Lembrei-me da imagem de Wordsworth, no The Prelude, do mendigo cego na movimentada rua de Londres, que

With upright face

Stood propp'd Against a Wall, upon his Chest

Wearing a written paper, to explain

The story of the Man, and who he was,
 My mind did at this spectacle turn round
 As with the might of Waters, and it seem'd
 To me that in this Label was a type,
 Or emblem.¹⁵⁰

Para Wordsworth, “do máximo de nós que conhecemos, tanto de nós mesmos quanto do universo”. Talvez, mas o mendigo colocou sua própria etiqueta. A coletiva de imprensa foi outro tipo de alienação mais profunda. Lembrando daquele campo na África Oriental, me lembrei do comentário final de Wordworth:

I look'd
 As if admonish'd from another world.¹⁵¹

O que havia produzido essa conjunção? Era um planejamento comum da B.B.C 2: uma repetição de *The Years of the Locust* seguido por um “relatório de progresso” da Corrida Aérea Transatlântica. O filme *Horizon* foi a televisão em seu melhor: sério, prático, móvel - uma exibição datada do retorno da praga dos gafanhotos, do deserto da Arábia para um cinturão cruzando a África. As pessoas que lutavam contra os gafanhotos tinham o compromisso diário e a camaradagem de um propósito social claro e descomplicado. Lembro-me de um ex-piloto de Eritreia de caça, voando em seu avião leve em meio ao enxame que explodia em seu pára-brisa como balas de metralhadora: seus olhos e voz calmos, sua mão nos controles simples. Houve um piloto muito parecido, um irlandês da Aer Lingus em algum lugar sobre o Atlântico, sendo entrevistado sobre o *Air Race*. Ele levou vários segundos de uma decência envergonhada para usar a palavra “pirueta”. Ele não queria ser ofensivo; ele simplesmente sabia a diferença entre isso e Alcock e Brown. Não é sempre que conseguimos um festival tão completo e transparente do tipo de sociedade que tantos interesses poderosos estão tentando estabelecer. O que foi mais notável foi a operação combinada: entre a B.B.C e o *Daily Mail*; entre empresas e

¹⁵⁰NT: O poema literalmente se traduz por: Com o rosto erguido/Apoiou-se contra uma parede, em seu peito/Usava um papel escrito, para explicar/A história do Homem, e quem ele era./Minha mente neste espetáculo girou/Tal como acontece com o poder das Águas, e parecia/Para mim, naquele rótulo havia um tipo./Ou emblema

¹⁵¹NT: o poema literalmente se traduz por: Eu olhei/Como se advertisse de outro mundo

a Força Aérea e a Marinha. Isso tudo é muito diferente dos intervalos comerciais. É verdade que a definição diz “intervalos naturais”, embora na verdade muitos deles sejam artificiais, dentro de peças e programas de notícias. Mas essa é uma forma primitiva. O próximo estágio é a integração planejada: um noticiário manufaturado, atendendo a uma urgência espúria de reportagens de uma sala de operações de televisão, anunciando não apenas um jornal e empresas variadas, mas aviões militares e exportações de armas. A operação combinada é então relatada, fora de si, como notícia.

A transparência é crucial. Nenhum insight é necessário para perceber o que está acontecendo. Quando essas corporações se combinam, elas não precisam se esconder. O boletim de notícias do início da noite de terça-feira pode relatar, após uma travessia, que os fabricantes "esperam lucrar com seu desempenho único e impulsionar as vendas de exportação". A linguagem de uma empresa pública agora vem diretamente das colunas populares de negócios. E foi encontrado espaço, em um curto boletim sobre a condição atual do mundo, para o chimpanzé novamente, com o comentário de que no que se referia ao animal, “poderia ter sido outro comercial de TV”. E é isso, suponho: o que passa por sofisticação: colocar isso como um evento aceito e normal.

Eles não têm recursos, lutando contra os gafanhotos. Eles eram pessoas pobres em países pobres. Portanto, não é só que a corrida aérea foi um desperdício de recursos; em termos de televisão, foi um desperdício e um desvio de atenção. Mas claro que não apenas para um jogo. “Um bom avião com muitas peças compartilhadas”, como um ministro do Partido Trabalhista [Labour] descreveu recentemente um “avião de combate multifuncional”. “Um verdadeiro vencedor.” “Impulsionar as vendas de exportação” – para fazer o quê? “Esperando ganhar dinheiro” - em quê? Não é sempre que, em uma noite, a televisão dramatiza, de forma tão visível, os conflitos e contradições de um mundo politicamente intolerável.

Europa (B.B.C 2) deu uma contribuição significativa na mesma área. Mostrou um filme da Alemanha Ocidental analisando a publicidade militar em vários países. Quatro milhões de libras por ano em comerciais de recrutamento na Grã-Bretanha: um número a se ter em mente como um índice para quando se falar em cortes no serviço social. Foi um excelente insight sobre as diferentes maneiras pelas quais o militarismo, Oriental e Ocidental, se vende.

Depois disso, depois de tudo isso, veio a *Conversation at Night* de Dürrenmatt (Thirty-Minute Theatre, B.B.C 2). Esse encontro entre um escritor da liberdade e seu executor estadual parecia curiosamente abstrato. Percebi uma disjunção entre texto e atores. Sobre que liberdade

aquele fantasma poderia ter escrito? E o carrasco filosófico, chamando a atenção para sua idiossincrasia, recomendando a humildade como vitória? Triste, vazio, resignado: o humanismo neutro do pós-guerra, com a faca no palco: a sofisticação, se esfacelando, sobre ruas vazias. Apenas uma linha ficou gravada em minha mente, se conectando ao nosso próprio e diferente mundo: "Estou muito feliz em saber que a educação está se tornando um perigo mais uma vez."

Pesquisa

Dois fatos se destacam, quando examinamos o campo geral das comunicações na Grã-Bretanha contemporânea. Em primeiro lugar, a conexão cada vez mais estreita entre os métodos e o conteúdo do material publicitário e do material editorial e, em segundo lugar, a marcada divisão do material em classes, que então normalmente se mantêm em seu próprio mundo.

A conexão com a publicidade é de vários tipos. O fator mais importante é de fato muito difícil de ver, a menos que façamos comparações históricas. Isto é a crescente semelhança visual de jornais e anúncios, em tipografia, layout e estilo fotográfico. Jornais como o *The Times*, que ainda são bastante tradicionais no layout¹⁵², mostram isso mais claramente por contraste: as colunas regulares de impressão fechada, com manchetes de tipo pequeno, são muito diferentes das grandes manchetes repentinas, layout de colunas quebradas e da combinação de palavras e fotografias, que tem como único efeito ser similar aos anúncios. As fotos do jornal são separadas das notícias impressas, ao passo que as fotos das notícias geralmente têm uma relevância imediata para a reportagem. A maior parte das fotos de propaganda ou não tem relevância direta para o produto, ou combinam o produto a algum outro interesse. Nos jornais populares, muitas das fotografias são desse tipo, criando um apelo visual direto e muitas vezes isolado. É difícil, nos jornais populares, separar, à primeira vista, as fotos das notícias e as dos anúncios, ao passo que no layout e na tipografia muitas vezes não há distinção entre propaganda e material editorial. Assim, não é possível separar a publicidade do efeito geral do jornal. Não é um item isolado, uma espécie de custo de suporte, mas parte da comunicação total. Esse tipo de desenvolvimento, em sua forma mais extrema, está nas revistas femininas, onde muitas vezes é difícil, sem uma inspeção cuidadosa, identificar um anúncio, e onde os estilos verbais e visual se combinam, a partir de interesses similares, para produzir um único efeito geral. Outro caso relevante é o suplemento publicitário, em que um tratamento editorial aparentemente independente de produtos e serviços é impresso ao lado da propaganda direta, de forma

¹⁵²NA: Em 1967 isso estava mudando rapidamente, para se assentar aos métodos e necessidade da publicidade.

planejada.

Historicamente, as revistas seguiam o modelo do livro em termos de estilo, enquanto o jornal diário expandia o modelo da revista. Os primeiros jornais dos domingos seguiam o modelo das baladas e jornais standard, com uma ou duas manchetes grandes e uma ilustração principal, seguida de letras pequenas. Na maioria dos atuais jornais e revistas, o estilo é o da propaganda: foi nos pôsteres e nos anúncios que se desenvolveu o uso de tipologias variadas, de slogans e da combinação planejada de efeito visual e verbal. Uma olhada neutra em duas páginas de um jornal popular, e percebemos o efeito de um quebra-cabeça de pôsteres, anúncios e histórias sensacionalistas. O direcionamento do interesse emocional e das respostas, típica dos slogans publicitários, estabelece, agora, um paralelo direto em relação aos jornais e manchetes populares. Na lista de manchetes, as dos jornais mais tradicionais foram consistentemente mais fáceis de entender, como um resumo das principais notícias. Muitos dos outros nem sequer tentaram, mas chamaram a atenção e incluíram reações emocionais, de maneiras muito familiares à propaganda em geral. (Compare os usos de 'machado' e 'morto' nas manchetes do Sketch em 1961, para descrever, respectivamente, propostas econômicas e aeronaves aterradas.) Páginas inteiras, planejadas em torno de manchetes desse tipo e em torno de fotografias, parecem ter como único objetivo causar um efeito emocional geral. Assim, um estilo de comunicação, desenvolvido para a venda de produtos, está dominando, em larga escala, a apresentação de notícias e opinião.

Há também uma conexão entre a publicidade e o segundo fator: a divisão do material em classes. Qualquer levantamento razoável de todo o conteúdo das comunicações contemporâneas mostra poucas omissões. Quase qualquer interesse e qualquer nível de atenção está de fato previsto. É claro que há casos notáveis de proporções particulares de interesse, como, por exemplo, o interesse em crimes e acidentes. Mas a maioria das pessoas, escolhendo de toda a gama disponível, pode conseguir o que deseja. Dentro desta cobertura geral, no entanto, existem divisões bastante rígidas que parecem estar aumentando.

Nas revistas e na radiodifusão, há uma tendência marcante, desde a guerra, de dividir o material geral em interesses e gostos particulares, em vez de cobrir um campo geral em uma única revista ou serviço. As velhas revistas de interesse geral quase desapareceram, sendo substituídas por revistas de interesse específicos para classes específicas de usuários. A divisão da transmissão em programas Light, Home e Third teve o mesmo efeito de fragmentação. Na televisão ainda é oferecido um programa geral, mas dentro dele há uma especialização característica em relação aos horários de exibição: nos horários de pico, por motivos óbvios,

são transmitidos programas de conhecido apelo popular, enquanto programas novos ou minoritários (mesmo para minorias muito expressivas) tendem a ser colocados em períodos fora do horário de pico. Muitas vezes, isso é lamentável, mas ainda é, em muitos aspectos, melhor do que a divisão em tipos separados de serviço como normalmente ocorre em outros lugares.

Para muitas pessoas, o desenvolvimento de classes separadas de jornal, revista e programa de transmissão parece natural. Em certos casos, é claro, o desenvolvimento de mídias especializadas é um sinal de crescimento cultural, que muitas vezes traz uma especialização útil e necessária. Esta não é, no entanto, a única tendência no campo geral das comunicações públicas. Dois outros tipos de pressão também são evidentes: a pressão dos anunciantes para ter revistas com classes específicas de leitores lhes deem acesso um mercado conhecido; e a influência do modelo convencional de classe da sociedade britânica, dividido em grupos superiores, médios e inferiores. O modelo original de ensino médio também era dividido em três grupos, mas estes estão constantemente sendo reduzidos a dois, e há sinais de um desenvolvimento semelhante na Imprensa, que agora, muito mais do que em gerações passadas, se divide muito mais facilmente, com o desaparecimento dos jornais “intermediários”, em jornais de 'qualidade' e 'popular'.

O resultado não é apenas que certos interesses tendem a se especializar e se identificar com classes sociais particulares (como, obviamente, a política séria e as artes tradicionais são identificadas com uma minoria). É também que as oportunidades de movimento entre esses grupos e, de criar variações de interesses entre indivíduos e famílias, devem agora ser buscadas de forma bastante consciente. Você tem que mudar seu jornal ou revista, ou mudar para outro serviço, para conseguir mudar os conteúdos oferecidos. Uma vez, em todos os sentidos, os indivíduos e famílias sejam de fato muito variadas e, embora a classificação em grupos não seja tão rígida como as diferenças entre jornais, revistas e programas sugerem, esta tipificação crescente é uma tendência social muito séria. Vale ressaltar que também ela é utilizada, tanto como meio de classificação social (“pessoas sérias”, “o tipo que gosta do Third Programme”, 'o leitor médio do Daily Mirror'), como forma de recomendação de jornais e revistas, como na publicidade geral (“pessoas preconceituosas fumam x; as pessoas sérias leem Y'). Enquanto isso, as evidências que partem das investigações sociais e educacionais comuns não revelam tais divisões rígidas, mas escalas graduais de muitos tipos, que, embora refletidas no conteúdo total das comunicações, não são refletidas na distribuição real.

Existem muitos problemas genuínos de comunicação em uma grande sociedade que é quase totalmente letrada, mas que possui profundas diferenças educacionais e sociais. Olhando

através do material, vemos um uso óbvio de fórmulas - sobre um tipo de leitor ou ouvinte, e depois sobre seus interesses, estilos e tons. Os jornais e revistas minoritários podem ser tão rígidos nesse tipo de premissa quanto às produções populares. Uma vez que qualquer tipo de comunicação depende de um elemento de convenção, essas fórmulas podem se tornar profundamente aprendidas e qualquer crescimento ou mudança além delas pode ser muito difícil. Todos nós nos acostumamos com estilos e layouts específicos, que não têm relevância necessária para os interesses e materiais reais, mas sem os quais podemos nos sentir perdidos. No conteúdo e na apresentação reais, agora, as fórmulas parecem estar se endurecendo: 'as massas' - crime, sexo, esporte, personalidades, entretenimento, imagens; 'a minoria' - política tradicional, artes tradicionais, briefings sobre tendências populares. É então uma questão de discussão se 'as massas' e 'a minoria' são fatos sociais inevitáveis, ou se são modelos de comunicação que em parte criam e reforçam a situação que aparentemente descrevem.

Capítulo IV Controvérsia

As massas

Certamente recebemos a cultura que merecemos. Muitas das coisas que produzimos precisam ser vendidas, ou não continuarão sendo produzidas. Isso significa, então, que as pessoas estão comprando o que elas realmente querem?

É claro [o Sr. Cecil King, chefe do grupo Mirror, disse recentemente]

que você tem que dar ao público o que ele quer, caso contrário, você vai à falência, como vimos acontecer recentemente com dois ou três jornais. Você tenta elevar os padrões também. O problema é que os críticos imaginam que o grande público britânico seja tão educado quanto eles e seus amigos, e que devemos começar de onde eles estão e elevar o padrão a partir daí. Na verdade, apenas as pessoas que dirigem jornais e organizações semelhantes têm alguma ideia de quão indiferente, quão estúpido, e quão desinteressado em educação de qualquer tipo é a grande maioria do público britânico.

Norman Collins, da Independent Television, acrescentou:

Se dermos ao público exatamente o que ele quer, ofereceríamos um serviço completamente terrível... É bastante óbvio que o padrão educacional deste país é deplorável... A esmagadora massa de cartas que recebemos são analfabetas, são agramaticais, elas são porcammente escritas e, o que é mais perturbador, elas evidenciam uma atitude mental que, acredito eu, não deve ser considerada digna de admiração. Eles escrevem apenas para pedir fotos de estrelas de cinema, estrelas de televisão ou perguntando por que não há mais programas de jazz, ou por que não pode haver mais programas do tipo music-hall. Considero que os professores sejam amplamente responsáveis por essa atitude das pessoas na adolescência e no início dos vinte anos. Se nós simplesmente fornecêssemos isso, seria deplorável.

Claramente, o Sr. King e o Sr. Collins tinham informações sobre o gosto do público. Então, não deveríamos simplesmente aceitar suas conclusões? As massas são estúpidas e indiferentes; fazemos o nosso melhor por elas, dentro desses limites. A ideia tradicional de um povo querendo luz, e da democracia como forma de espalhar essa luz, talvez seja meramente sentimental. A realidade nos mostra o contrário.

Mas é exatamente assim que as coisas funcionam? Encontramos outro tipo de evidência de pesquisadores e professores. O Sr. Joseph Trenaman, pesquisador da Universidade de Leeds, afirmou:

Diz-se às vezes que grande parte da população não quer aprender, só quer ser entretida. Essa visão não tem nenhum fundamento de fato. Não conheço nenhuma pesquisa ou outra evidência que apoie tal ponto de vista, ao passo que há diversas evidências do contrário... Em parte, a dificuldade é que, para as pessoas menos educadas, a reação ao conhecimento está conectada com suas atitudes em relação às diferenças sociais e de classe, e o fato é que o que chamamos vagamente de cultura é identificado em suas mentes com status, com ganhos e com relações de poder em nossa sociedade.

Jack Longland, enquanto era Diretor de Educação de Derbyshire, disse:

Continuaremos perdendo as oportunidades que estão sendo oferecidas, agora, pela primeira vez, pela imprensa e radiodifusão, barateamento do livro, cinema e publicidade, se continuarmos subestimando a inteligência, as capacidades, os gostos e interesses do novo público de massa. Nós, que atuamos no ramo da educação, temos motivos convincentes para saber que isso é verdade. Veja, nós já conhecemos todos os membros de sua futura sociedade de comunicação de massa e os conhecemos muito bem.

Longland passa, então, a dar exemplos da vasta gama de atividades educacionais, criativas e voluntárias nas quais a maioria das crianças encontra entusiasmo e satisfação, apenas para serem expostas "ao estrondoso mundo das comunicações de massa após o fim da vida escolar".

O que me interessa nessas declarações é o real conflito de evidências. Esses homens estão falando honestamente a partir de sua própria experiência e do que, parece ser, um campo comum, e chegando a conclusões totalmente opostas. Por quê?

Primeiramente, acredito que eles estão, na verdade, olhando para coisas diferentes. King e Collins estão olhando para evidências relacionadas diretamente aos seus próprios serviços e, é claro que essas evidências são poderosas. Trenaman e Langland estão olhando para evidências de um tipo diferente, em outros tipos de situações e instituições, e em parte, estão olhando para o interesse potencial que, de muitas formas e por diferentes razões, não se desenvolve adequadamente em nosso atual cenário. Devemos sempre levar em consideração esses dois

tipos de evidência. É muito fácil pensar no nível cultural de um povo como algo único e fixo. Esse é o problema de frases como “as massas” e “o grande público britânico”, pois nos levam a pensar não em pessoas reais, vivendo e crescendo de maneiras diferentes, mas em um bicho de sete cabeças com hábitos fixos. Pode ser que, enquanto “o que chamamos vagamente de cultura” continue sendo identificada com “diferenças sociais e de classe”, não haja evidência registrada da participação efetiva das pessoas a quem Trenaman se referia. Mas essa identificação é um produto da história e podemos mudá-la. Para as crianças mencionadas por Langland, há uma passagem crítica da infância para a vida adulta e, já que para a maioria delas, a idade de deixar a escola corresponde à idade do amadurecimento físico, não podemos esperar que elas continuem com os mesmos interesses da mesma maneira. Mas se o mundo da educação ativa é identificado com a infância, enquanto o mundo da “comunicação de massa” é identificado com a liberdade da vida adulta, a escolha pessoal se torna muito difícil. Mais uma vez, porém, essa identificação é um produto da história e podemos mudá-la. Não é, de forma alguma, necessário que o fim da educação formal coincida com uma fase crítica da adolescência, já que isso muitas vezes encoraja a ideia de que a educação é uma das coisas infantis que você deixa de lado ao crescer.

Crescimento e a mudança são centrais para todo este problema. Mas se tivermos uma ideia fixa sobre “as massas”, não podemos realmente levá-las em consideração. Há evidências de que se, em um dado momento, pegarmos um elemento do gosto do público e o publicizarmos amplamente, ele pode se enraizar, se tornar mais enfático e mais importante do que era originalmente. A Dra. Hilde Himmelweit, que dirigiu a pesquisa publicada como *Television and the Child* [A Televisão e as Crianças], concluiu isso a partir de estudos comparativos feitos ao longo de um período:

Se algo é apreciado, sua avaliação é alta, e, portanto, ele passa ser transmitido nos horários de pico de audiência; e assim um círculo vicioso se estabelece. Eu acho que alguém poderia facilmente argumentar apenas olhando para os rankings de hoje - o que você esperava? Afinal, se as pessoas gostam de faroestes, nós lhes damos faroestes. Mas porque temos um estudo de tendências estendendo-se por um período de cinco anos, podemos responder que esse tipo de gosto é, até certo ponto, - embora não totalmente - artificial, um gosto produzido pelos organizadores e produtores do programa.

Parece ser consenso que, em termos de mudanças do gosto e da opinião pública, você pode até não conseguir iniciar uma tendência, mas pode acentuar uma que já existe. No processo, é claro, você pode distorcer o equilíbrio de interesses e limitar o alcance da resposta potencial original. Se alguma dessas coisas aconteceu em um dado momento, não podemos considerar a evidência do gosto público em relação aos serviços oferecidos como um reflexo

das reais necessidades e capacidades das pessoas.

Em muitas áreas conhecidas, já existe um gosto por certos tipos de coisas: é aí que uma tendência começa. Mas em uma sociedade como a nossa, que está mudando de diversas maneiras, existem muitas áreas desconhecidas. Dr. Silvey, quando era presidente da B.B.C. Audience Research, disse:

Os meios de comunicação de massa, em grande parte, confirmam ideias que já estão estruturadas e assentadas, mas quando vamos para esferas onde há uma grande confusão, não podem reforçar algo que ainda não está assentado, e acredito que, é nesses tipos de áreas, que devemos ter responsabilidade máxima.

Isso é muito importante, porque nos novos modos de vida que hoje estão se formando, muitas de nossas ideias e gostos estão fadados a ser potenciais. Se não mantivermos um equilíbrio entre desenvolver gostos e ideias potenciais e também os já conhecidos, que podem se estabelecer de forma rápida e fácil, todo o processo de crescimento e mudança pode ser prejudicado.

Poucas pessoas discordariam do argumento de que esta situação requer grande responsabilidade. King e Collins mencionaram as suas tentativas de elevar os padrões e de criar novos interesses. A questão central é se a organização e as ideias dominantes da comunicação de massa, tais como as conhecemos, são adequadas para esse trabalho tão difícil.

Acredito que tais ideias sejam inadequadas, pelas seguintes razões: em primeiro lugar, quando insistimos em falar sobre “as massas”, não conseguimos ter nem o respeito necessário pelas pessoas, nem o senso de crescimento subjacente à responsabilidade. Em segundo lugar, se continuarmos pensando de forma separatista sobre “classes” – sejam agrupamentos sociais ou grupos educacionais como “o tipo acadêmico”, “o tipo técnico”, “ou trabalhador cujos interesses são do tipo manual” – não conseguiremos ter ideias suficientemente flexíveis sobre as pessoas e seremos constantemente tentados a dividir nossa cultura em áreas separadas, sem pontes entre elas. Em terceiro lugar, enquanto houver ênfase no lucro, haverá uma pressão constante para se concentrar em coisas já conhecidas e seguras, sem nunca dedicar esforço suficiente à tarefa muito mais demorada e difícil de tentar coisas novas e oferecer novas ideias e experiências. Em quarto, enquanto tratarmos nos canais de comunicação como meios de divulgar anúncios e vender produtos, haverá uma pressão constante para que os canais mantenham as pessoas sempre em "um estado de espírito disposto a comprar". Haverá também uma pressão constante para diluir novos interesses e novas oportunidades em gostos já enraizados, aproveitando seu caráter apelativo como plataforma de vendas, sem se preocupar

com relevancia disso para os novos problemas da vida real.

A questão de “dar ao público o que ele quer” deve ser encarada, então, não por uma regra simples, mas de uma maneira mais ampla e variada.

Alta e baixa

Os homens diferem em suas capacidades de excelência. No entanto, a democracia insiste que todos tenham o mesmo direito de julgar. Não estamos vendo, em nosso tempo, os resultados dessa contradição? Não há grande perigo de que a tradição da alta cultura seja esmagada pela cultura de massa, que expressa os gostos e padrões do homem comum? Não é realmente nosso primeiro dever defender a cultura minoritária, que em suas obras reais é a maior conquista da humanidade?

A dificuldade aqui é que 'cultura minoritária' pode significar duas coisas. Pode significar as obras de grandes artistas e pensadores, e de muitas figuras menores mas relevantes, que as sustentaram. Mas pode significar também a forma como essas obras foram recebidas e usadas por uma minoria social particular que por diversas vezes acrescenta a ela certos trabalhos e hábitos próprios.

A grande tradição é, em muitos aspectos, uma herança comum, e o objetivo da educação moderna é torná-la tão acessível quanto possível. Certamente, uma ampliação desse tipo não é tão fácil quanto algumas pessoas desejam. Muitas vezes, na tentativa de tornar obras difíceis mais amplamente disponíveis, parte do valor do trabalho se perde. Talvez toda essa tentativa tenha sido mal concebida e deveríamos nos concentrar em manter a alta tradição em seus próprios termos.

A questão, no entanto, é se isso é realmente possível. As obras dos grandes artistas e pensadores nunca ficaram restritas aos seus próprios círculos; sempre foram disponibilizadas para outras pessoas. E não acontece, com frequência, que aqueles que tiveram acesso a tais obras identifiquem a tradição consigo mesmos, e passem a incorporá-la ao seu próprio modo de vida? Assim, Sófocles, Shakespeare, Ibsen, Shaw, Rattigan podem ser uma sucessão verdadeira ou não. Os termos mais recentes estão sempre sujeitos a equívocos. Nem todo homem encastelado em Oxford ou Cambridge é colega de Cranmer, Newman e Arnold, e esses nomes não podem ser usados como prova de que este homem está realmente fazendo um trabalho mais importante, ou que pertence mais à alta tradição, do que um professor em uma escola em Croydon ou um escritor na remota ilha de Jura. No entanto, repetidas vezes,

determinadas minorias confundem a superioridade da tradição a que tiveram acesso com a sua própria superioridade, uma associação que, com o passar do tempo e com a redução das fronteiras, pode se tornar subitamente ridícula. Devemos sempre ter o cuidado de distinguir as grandes obras do passado da minoria social que, em um determinado lugar e época, se identifica com elas.

A grande tradição muitas vezes continua de maneiras bastante inesperadas. Muitas obras, no passado, foram consideradas 'baixas', nos termos dos 'altos' padrões da época. Isso aconteceu com grande parte de nosso drama elisabetano e com o romance do século XVIII. Olhando para trás, podemos entender que isso aconteceu porque a sociedade estava mudando de modo fundamental. As minorias que presumiam que somente elas possuíam a herança e a tutela da grande tradição, na verdade, estavam erradas. Esse erro pode acontecer a qualquer momento. Em nosso próprio século, existem novas formas como o filme, o musical e o jazz. Cada uma delas foi visto como 'baixa', uma ameaça aos 'nossos' padrões. Ainda assim, durante o período em que os filmes foram feitos, houve tantas contribuições importantes vindas do cinema para a tradição dramática do mundo quanto houve grandes peças. É claro que a maioria dos filmes não chega nem perto desse nível. Mas do passado temos apenas as melhores obras, e só podemos compará-las apropriadamente com nossas melhores obras. Algumas formas podem ser melhores do que outras, pois abrem muito mais possibilidades para o artista, mas não podemos chegar a esta conclusão sem dar tempo para que a forma se desenvolva. O auge do romance aconteceu mais de um século depois que a forma se tornou popular e foi considerada "baixo" padrão. O romance abriu possibilidades que ninguém poderia ter previsto. O prestígio de uma velha forma nunca é decisivo. Não há razão, hoje, para que uma história de ficção científica seja considerada menos séria do que um romance histórico, ou um novo musical, do que uma peça naturalista. Igualar 'baixo' a 'desconhecido' é uma das armadilhas culturais mais recorrentes, e os que caem mais facilmente nela são aqueles que presumem que suas próprias personalidades, seus próprios gostos e hábitos aprendidos, que eles mesmos, são a alta tradição.

Podemos até estar de acordo com isso, mas este é de fato o cerne do problema? Esses erros são cometidos, mas novas minorias os corrigem. E ainda assim eles são minorias. A maioria das pessoas não está interessada na grande tradição, velha ou nova. A maioria das pessoas não está interessada em arte, apenas em entretenimento. O real gosto popular é por coisas como variedade, circo, esportes e procissões. Por que forçar a arte sobre essas pessoas, especialmente, se você corre o risco de reduzir a arte a esse nível, confundindo-a com o mundo

popular e comercial? Seu esforço não seria mais bem gasto em manter a verdadeira arte para aqueles que a valorizam?

Essa distinção entre arte e entretenimento pode ser muito mais difícil de sustentar do que parece. Em seus extremos ela pode ser óbvia. Mas existe alguma distinção fácil e absoluta se considerarmos toda a gama de objetos existentes? A grande arte pode nos dar experiências profundas e duradouras, mas a experiência que obtemos de muitas coisas que corretamente chamamos de arte é, com frequência, leve e temporária. A emoção do circo, da procissão, das variedades, pode ser facilmente esquecida, mas na hora, muitas vezes, é bastante intensa. O esporte, em nosso século, tornou-se um espetáculo popular: ele causa emoções intensas e, muitas vezes, temporárias. Pode haver uma diferença entre essas coisas e as artes decorativas menores, as comédias passageiras, os artistas da moda, mas isso pode realmente ser visto como uma diferença entre "alto padrão" e "baixo padrão"? E mesmo onde a diferença parece absoluta, o que podemos tirar disso? O que precisa ser dito, para sustentar o argumento de que a "alta cultura" corre o risco de ser esmagada pela "cultura de massa", é que não há apenas diferença, mas conflito. A maioria de nós pode testar isso em nossa própria experiência. Pois, de fato, não vivemos nesses mundos perfeitamente separados. Muitos de nós vamos um dia ao circo, um dia ao teatro; um dia para o futebol, um dia para um concerto. As experiências são diferentes e variam amplamente em qualidade, tanto entre si como quando comparadas umas com as outras. Sentimos de fato que nossa capacidade para qualquer uma dessas coisas é afetada pelo uso que fazemos das outras?

Mas talvez este não seja o ponto principal. A verdadeira ameaça da "cultura de massa" - de coisas como a televisão, ao invés de coisas como futebol ou circo - não é que ela nos reduz a uma reação infinitamente mista, indiscriminada e fundamentalmente entediada? O espírito de tudo, arte e entretenimento, pode se tornar tão padronizado que nada absorve nosso interesse, mas provam apenas uma aceitação indiferente, reunindo o que Coleridge chamou de "indulgência para com a preguiça e o ódio do vazio". Você não está exatamente gostando ou prestando atenção em particular, mas está passando o tempo. E em uma atmosfera tão mortal, a grande tradição simplesmente não pode viver.

Acredito que a maioria de nós já tenha experimentado essa atmosfera. Às vezes até consideramos ela como uma espécie de droga: nos períodos de cansaço ou convalescença, ou durante a tensão e a ansiedade, quando temos que esperar e quase tudo pode nos ajudar a esperar. Certamente, como um hábito rotineiro da mente, isso seria enervante e perigoso; existem muitas coisas na vida das quais não podemos nos dar ao luxo de estarmos alheios, por

mais que queiramos algum alívio temporário.

O que existe de desafiador nas obras que compõe a grande tradição é que de muitas maneiras diferentes elas nos atravessam com uma intensidade, uma familiaridade, uma concentração que, de fato, nos move a responder. Pode ser o repórter rompendo nosso preconceito com os fatos; o dramaturgo adentrando tão profundamente em nossa experiência que achamos difícil, no primeiro baque, até mesmo respirar; pode ser o pintor nos mostrando de repente a forma de uma rua com tanta clareza que nos perguntamos como poderíamos tê-la percorrido com indiferença. Às vezes, é um desafio perturbador para nossas crenças e para nossa rotina, e às vezes um caminho para novas experiências, novas maneiras de ver e sentir. Ou ainda, de formas inesperadas, pode nos confirmar e fortalecer, dando nova energia ao que já considerávamos importante, ou a experiências familiares, mas que não conseguíamos expressar.

A vida neste mundo está sendo realmente ameaçada pela rotina imposta pela “cultura de massa”? A ameaça é real, mas não vem apenas da "cultura de massa"; vem também de muitos tipos de arte rotineira e pensamento rotineiro. Existem muitas fontes para esta fórmula e para esta rotina que nos isola da vida real. Existe a fraqueza em nós mesmos, ou, na melhor das hipóteses, nossa força é insuficiente. Existem também aqueles que desejam que continuemos alheios à realidade. Esse tipo de isolamento atende a muitos interesses: velhas formas de sociedade, crenças antigas e ultrapassadas, o desejo de manter as pessoas caladas e acrílicas. As fórmulas e rotinas que isolam os homens da vida estão frequentemente à favor desses interesses, muitas vezes são ativamente produzidas para favorecê-los, baseados em poder, hábito ou privilégio.

Se olharmos para o que chamamos de 'cultura minoritária' e 'cultura de massa', não estou certo de que invariavelmente chagaríamos a conclusão de que a primeira está do lado da vida e a outra contra ela. Certamente as grandes obras sempre nos desafiam com sua própria realidade e podem nos estimular a uma atenção ativa. Mas, quando essas obras estão inseridas em uma cultura minoritária particular, que adiciona a elas não apenas seus próprios hábitos locais, mas também as experiências e sentimentos que surgem de sua posição minoritária, o efeito pode ser muito diferente. Na melhor das hipóteses, uma cultura minoritária, ao manter as obras à disposição, oferece o que de melhor já foi feito e dito no mundo. Na pior das hipóteses, traduz o melhor que essas obras têm a oferecer em seus próprios termos e as mesclam com muitas outras coisas inferiores. Não vejo nenhuma evidência real de este seja um modo permanente e confiável de manter a excelência viva.

Mas mesmo que não seja permanente e confiável, não será melhor do que o mundo ordinário das comunicações de massa? Neste mundo a construção de fórmulas é quase um pressuposto. Talvez seja a maneira mais fácil de chegar rapidamente a um grande número de pessoas, e o sistema parece depender disso. Certamente, só podemos entender as comunicações em grande escala se reconhecermos a importância das fórmulas que podem ser aprendidas e usadas de forma bastante rápida e ampla. De fato, as fórmulas são necessárias para toda comunicação. O que é, na pior das hipóteses, uma fórmula para processar uma experiência é, na melhor das hipóteses, uma convenção para transmiti-la de uma forma ampla. Temos visto tanta falsificação, glamorização e verdadeira vulgarização que muitas vezes esquecemos quantos fatos, quantas novas opiniões, quantas novas obras e novas maneiras de ver o mundo são transmitidas. Em comparação com os tempos em que não havia um sistema de comunicação altamente organizado, esses ganhos são dramáticos. Temos então que ajustar o equilíbrio com muito mais cuidado do que um simples contraste entre 'minoria' e 'massa', 'alto' e 'baixo' poderia sugerir.

Há um outro argumento que com frequência deixamos de lado: a grande tradição está sempre em perigo de ser vulgarizada quando está confinada a uma cultura minoritária. Isso porque é uma herança mista, de muitas sociedades, bem como de muitos tipos de homens, e, portanto, não pode ser facilmente confinada a uma organização social limitada. Além disso, esse confinamento produz como resultado uma hostilidade profunda e desnecessária por parte de pessoas de fora da minoria social. Se a grande tradição não é amplamente acessível, o resultado é essa combinação assustadora de hostilidade e vácuo. E o que geralmente acontece, a partir daí, é que determinadas pessoas se aproveitam e exploram essa situação. Nos piores produtos culturais de nosso tempo, encontramos pouco que seja genuinamente popular, isto é, desenvolvido a partir da vida em comunidades reais. Encontramos, em vez disso, uma cultura sintética, ou anticultura, que é estranha a quase todos, que é persistentemente hostil à arte e à atividade intelectual, que, na maioria dos casos, tenta confundir e a explorar a indiferença, a falta de sentimento, a frustração, e o ódio. Ela transforma interesses humanos comuns, como o sexo, em caricaturas grosseiras ou imitações chamativas. Ela joga repetidamente em torno do ódio e da agressão, e não para ajudar as pessoas a descarregá-los, mas continuamente alimentando-os. Esta não é a cultura do "homem comum"; é a cultura dos deserdados. Parece-me que aqueles que planejaram a deserdação, isolando artificialmente a grande tradição, carregam uma responsabilidade tão pesada por esses elementos destrutivos quanto seus provedores reais.

Na Grã-Bretanha, a maior parte das obras ruins são de origem americana. Em certo sentido, somos culturalmente uma colônia americana. Mas é claro que não é a melhor cultura americana que estamos obtendo, e a importação e imitação do pior que ela tem a oferecer tem sido feita, repetidamente, por alguns homens de nosso próprio povo, muitas vezes motivados pelo ódio ou inveja da minoria inglesa que associou a grande tradição a si mesma. Tornar-se pseudo-americano é uma saída do complexo inglês de classe e cultura, mas é claro que não resolve nada; apenas ritualiza o vazio e o desespero. A maior parte da má cultura é o resultado desse tipo de colapso social. A tradição genuinamente popular é desprezada, a grande tradição continua sendo inacessível, e é nessa brecha que brotam os homens interessados em lucrar com essa privação, já que eles próprios não têm raízes em lugar nenhum.

A situação geral é muito difícil de entender. Em parte, agora, a grande tradição está sendo estendida com responsabilidade, e está encontrando uma resposta excelente, tanto no aumento real de audiências quanto no vigor de novas contribuições que partem de novos tipos de experiência. A exploração puramente destrutiva do vácuo também é muito poderosa, em parte porque o controle de nossa organização cultural passou amplamente para as mãos de homens que não conhecem nenhum outro modo de agir. Ao mesmo tempo, contra todas as aparentes probabilidades, elementos da tradição realmente popular se fazem presentes, especialmente nas variedades, no esporte, em alguns tipos de espetáculo e no impulso de produzir nosso próprio entretenimento, especialmente na música. Parece impossível compreender essa situação multifacetada e em constante mudança por meio das velhas fórmulas de "minorias" e "massa", que são os sintomas do colapso e não as chaves para compreendê-lo. Temos que olhar para essa nova situação de novas maneiras.

VIOLÊNCIA E VALORES

A “violência” e o “sexo” são exageradamente enfatizados nos jornais populares de domingo, nos dramas de televisão e na produção e publicidade de filmes? Essa ênfase dificilmente pode ser negada. Mas que tipo de ênfase é essa e quais são seus efeitos reais ou prováveis?

Quem sabe?

Muitas pesquisas foram realizadas, em diversos campos, particularmente em relação à 'violência'. Três tipos de pergunta apareceram com mais frequência. Qual a proporção de itens envolvendo violência em relação a produção total? Quais atitudes em relação à violência são

sugeridas por esses itens? Existem casos em que a suposta atitude moral é pela forma como a violência é apresentada?

A primeira pergunta pode ser facilmente respondida, embora nunca tenhamos medido tal proporção de forma contínua e em todo o campo da comunicação. Foram registrados 7.065 atos ou ameaças de violência nos programas de televisão da cidade de Nova York em uma semana. Na Grã-Bretanha, o Conselho para o Bem-Estar das Crianças [The Council for Children's Welfare] analisou programas de televisão por uma semana e divulgou os seguintes dados:

Horário de transmissão familiar (18h00) - 21 horas

I.T.V. - 'crime' e 'faroeste' - 5 horas e meia

B.B.C. - 'crime' e 'faroeste' - 2 ¼ horas

Alguns números posteriores (1965), de programas envolvendo crime e violência, em todos os horários, foram:

B.B.C. 1 - 6 horas 5 minutos

I.T.V. - 6 horas 35 minutos

B.B.C. 2 - 4 horas e 20 minutos.

Em relação a todo material transmitido, a percentagem de programas desse tipo foi de 11% (B.B.C. 1), 11% (I.T.V.) e 13% (B.B.C. 2). Em relação ao horário, temos os seguintes dados nos períodos de transmissão familiar (das 6h às 21h nos dias de semana, fins de semana à tarde e início da noite): B.B.C. 1, 4 ¼ horas; I.T.V., 2 horas e meia; B.B.C. 2, 2 horas e meia.

É importante conhecer esses números, mas às vezes é difícil de interpretá-los. Com frequência ouvimos que não é a representação da violência nesses programas que importa, mas a atitude em relação a ela. Por outro lado, o lugar de qualquer tema, na distribuição geral de interesses na cultura como um todo, independentemente de como este seja tratado, também é importante. Simples 'quantificações' podem ser úteis para mostrar essa distribuição de interesses. Um argumento comum é que “a violência deve aparecer porque faz parte da vida real” e, nesses casos, é relevante perguntar se a proporção de violência na vida real é igual quando comparamos com sua proporção em jornais, filmes e programas de televisão. Qualquer contagem em nossa própria sociedade mostraria que a proporção nas comunicações é muito maior do que a proporção no resto de nossa vida. Devemos então perguntar não apenas por que

isso acontece, mas quais outros conteúdos têm o seu tempo de transmissão reduzido ou são excluídos para que seja possível sustentar essa proporção alterada.

A segunda questão, sobre atitudes em relação à violência, produziu alguns trabalhos detalhados. O mais útil é o registrado em *Television and the Child*. Lá, por exemplo, a diferença entre 'faroestes' e 'dramas criminais' é definida como uma diferença entre estilização e "simplicidade e preto-e-branco" no primeiro, complexidade e 'realismo' no último. Em termos de moral, "a lição central dos faroestes é que o bem triunfa sobre o mal por meio da violência – ser viril era muitas vezes a única forma de atingir desfecho desejado. O vilão nunca tem direito à palavra, não somos convidados a sentir nenhuma empatia por ele, o herói não tem nenhum ganho pessoal com seus atos. Não há sugestão de conflito interno ou indecisão". Nas histórias de crimes, existem três tipos de valores explícitos: "Primeiro, que o crime não compensa, porque a lei sempre chega para todos... Segundo, que as atividades dos criminosos e a justiça não são de fato diferentes. Ambos os lados manipulam e trapaceiam se necessário... Terceiro, que as aparências enganam; uma pessoa pode parecer inofensiva e ainda assim ser um criminoso (embora dificilmente o contrário)... O homem muitas vezes não é responsável por seus atos ... ele não pode evitar. Embora a lei deva ser mantida, o criminoso ainda pode despertar simpatia." Outra diferença geral entre "faroestes" e "dramas criminais" é que no primeiro "o impacto da violência é amortecido porque não há close-ups do assassinato e também porque a ênfase está nos lados opostos, e não nos indivíduos". Nos dramas de criminais, "não há tentativa de escapar às consequências da violência, a câmera fica com um homem que foi atingido; vemos sangue em suas mãos e gotas de suor em seu rosto... expressões detalhadas de dor física".

A terceira questão, sobre as possíveis diferenças entre atitudes explícitas e aquelas subliminares, foi muito pouco estudada. Ainda assim, é importante porque o argumento sobre os efeitos pode se tornar ingênuo se apenas a 'moral' ou 'lição' formal for considerada. Assim, a mensagem dos dramas criminais de que "o crime não compensa" parece, na verdade, levar a questão do que realmente significa "compensar". Que o criminoso seja pego pode ser uma conclusão. A "compensação" pode estar no processo do crime e aí a satisfação muitas vezes pode ser outra. Todo o efeito moral pode, então, ser profundamente confuso. Sobre temas humanos perturbadores, é possível, e até provável, que haja conflito entre o final moral formal ou intenção moral e a experiência real mais fortemente expressa. Assim, a análise de um filme americano contra o preconceito racial descobriu que "fantasias de um nível menos consciente vêm à tona", expressando profundos preconceitos de uma forma poderosa e tornando o efeito do filme como um todo ambíguo.

Existem controvérsias sobre os resultados desses tipos de análise de conteúdo. Há ainda mais controvérsia sobre os efeitos do próprio conteúdo. Assim, o Sr. Noel Stevenson, da Independent Television, disse:

Temos falado sobre coisas como violência e imoralidade. Assim que você sugere que a televisão pode tornar as pessoas violentas ou imorais, você está imediatamente lidando com uma área de valores sobre a qual há enormes pressões sociais - nossa casa, nosso bairro, nossos grupos religiosos, nossos grupos industriais - todos, virtualmente falando, são contra a violência, contra a imoralidade. Acho que a televisão tem muito pouco efeito em qualquer um desses campos.

O Dr. Mark Abrams, sociólogo, afirmou que:

A abundância desse material nocivo na mídia é indiscutível. Mas isso leva a um comportamento direto e imitativo por parte das crianças comuns? ... Cria entre eles um clima propício a valores indesejáveis? Existem poucas evidências disponíveis, partindo de pesquisas sobre a forma como as crianças lidam com esses assuntos, e frequentemente são negativas. Parece que quando crianças desajustadas e crianças bem ajustadas são expostas a quantidades idênticas de conteúdo violento da mídia de massa, as primeiras, ao contrário das últimas, mostram uma preferência marcada por tal material, obtêm dele satisfações distintas e, no processo de consumo, seus problemas são alavancados em vez de resolvidos. Visto que a violência na mídia, de alguma forma ainda desconhecida para nós, aparentemente intensifica as dificuldades de crianças desajustadas e frustradas, temos um argumento poderoso para que tal material seja removido. A força do caso, entretanto, depende em grande parte de duas considerações: primeiro, qual é a proporção de crianças desajustadas e frustradas? Se for muito baixo, por exemplo, 1 ou 2%, então a censura dificilmente poderia ser justificada; no entanto, se for alto, por exemplo, 20 ou 25%, então o caso parece ser irrefutável. Infelizmente, esta é mais uma área em que, apesar da abundância de debate, não temos quaisquer dados relevantes e confiáveis. Não sabemos se é 2% ou 22 %.

Dra. Hilde Himmelweit, psicóloga, afirmou que:

Se, ano após ano, acostumamos as crianças a uma rotina na qual esses elementos são frequentes... não há dúvida de que sua visão da sociedade será gradualmente preenchida pela crença de que a violência é uma coisa bastante comum e que os conflitos podem ser melhor resolvidos pela violência física. Acredito que esse é um risco que não vale a pena correr.

Quem se importa ?

A questão não é apenas “quem sabe?” É também “quem se importa?”. Provar os efeitos de qualquer tipo particular de obra é difícil, senão impossível, porque qualquer pessoa exposta a uma obra também terá sido exposta a toda uma gama de outras experiências, das quais os efeitos da própria obra não podem ser facilmente separados. Ao mesmo tempo, essa dificuldade se aplica a quase tudo que a sociedade busca controlar, proibir ou encorajar. No final, decisões desse tipo são tomadas a partir dos padrões do grupo dominante ou da consciência geral da sociedade, que diversas vezes é fruto de uma cruzada que começa com uma minoria. É

importante que as alegações de perigo, ou possível perigo, sejam examinadas criticamente à luz do melhor conhecimento que tivemos a disposição. Mas é errado supor que o único argumento corrente agora é aquele entre pessoas que fazem estimativas diferentes desse tipo de risco. Por trás desse argumento está outro corpo de opinião, que não está pensando nesses termos. Os proprietários e editores de jornais e quadrinhos populares de domingo, os editores e autores de romances de 'sexo e violência', os organizadores e produtores de programas de televisão semelhantes, os produtores e anunciantes de filmes semelhantes, não baseiam suas atividades em uma estimativa do risco que seu trabalho oferece para o público e, tendo-o considerado inexistente ou insignificante, segue em frente. Eles partem de um princípio bem diferente de que, se uma obra for vender ou se for popular, não há problema em fornecê-la. É aqui que surge a segunda questão: quem se importa?

Todo o argumento seria mais fácil se aqueles que se importam fossem todos do mesmo grupo. Em meio a todas as diferenças de interpretação, existe um tipo semelhante de preocupação entre professores, pais, órgãos de assistência social e entre sociólogos, psicólogos e escritores. Mas sobrepondo os argumentos destes grupos, e às vezes se confundindo com eles, estão as reclamações daqueles que estão julgando uma geração pelos padrões de outra, que perguntam “meus senhores, onde vamos parar?” ou “Em que inferno estamos chegando, neste mundo moderno degradado?”. Essa confusão pode ser ilustrada de forma interessante pelo argumento sobre a publicação de *Lady Chatterley's Lover* [O Amante de Lady Chatterley].

Para algumas pessoas, de um dos extremos, o argumento era simples: “Vamos nos livrar dessas restrições antiquadas, desse puritanismo autopunitivo. As pessoas devem ser capazes de ler o que quiserem e os artistas, é claro, devem ser livres para escrever o que quiserem.” Para as outras, do extremo oposto, o argumento também era simples: “As virtudes cristãs de nossos filhos estão sendo violadas a fim de encher os bolsos sempre protuberantes de editores inescrupulosos”. *Lady Chatterley's Lover* foi visto como uma obra de pornografia barata, filme sugestivo, histórias em quadrinhos de terror e violência na televisão.

A posição mais difícil foi a de pessoas que usaram o argumento – “a liberdade do artista de publicar” - em defesa de Lawrence, e o outro argumento – “o dever da sociedade de proteger os imaturos” - para criticar os jornais de domingo e a violência na televisão. Eu realmente não vejo como esses dois argumentos podem ser usados honestamente. Tenho certeza de que *Lady Chatterley's Lover* está em uma classe artística totalmente diferente da grande maioria das obras populares. Também tenho certeza, em minha própria mente, de que faria bem onde outras obras fazem mal. Mas, por uma questão de princípio geral, não podemos confiar em contrastes

absolutos entre o bom e o mau trabalho; sempre haverá obras mistas ou intermediárias. Se nos basearmos na "liberdade de publicar", não seremos capazes de limitar esta liberdade às obras-primas morais. E se continuarmos a 'proteger os imaturos', teremos que aceitar que, de fato, todo trabalho, bom, mau e indiferente, passe por esse escrutínio. Um argumento corrente é que podemos julgar o efeito de uma obra em termos do público-alvo: algo feito para adultos seria errado se fosse feito para crianças. Isso pode até ser verdade, mas na prática parece que é impossível confinar as obras a qualquer grupo: independentemente da intenção, os públicos reais, até certo ponto, se sobrepõem, independentemente da sobreposição natural da adolescência. Além disso, dentro de cada um desses públicos, adultos, adolescentes ou crianças, haverá grandes diferenças de caráter e estabilidade que podem influenciar o efeito real de uma determinada obra. Um adulto psicopata pode ser afetado mais facilmente e, como resultado, causar mais danos do que uma criança muito jovem, mas segura.

Precisamos de mais evidências sobre toda essa questão, mas se um assunto é urgente, é correto continuar esperando por mais evidências e, em caso afirmativo, por quanto tempo? De qualquer forma, ações já estão sendo tomadas: muitas coisas estão sendo distribuídas, muitas coisas estão sendo proibidas ou censuradas. As verdadeiras questões parecem ser: quem toma as decisões de distribuir ou banir? Em que bases são feitas ou justificadas publicamente? Pode ser muito difícil encontrar o melhor sistema possível, tanto em termos institucionais como em termos de valores, mas, como disse Carlyle, "Se você perguntar qual é o pior, eu respondo, é isso que temos agora, onde o caos é o árbitro; isso é o pior.". Pois, evidentemente, ainda não decidimos entre os clamores concorrentes, "liberdade de publicar", "dever de ser responsável", "devemos fornecer o que o público deseja", "perversão ou confusão de nossos valores". E até que vejamos as coisas com clareza e tenhamos alguns princípios e procedimentos reais, os quais estejamos preparados para reconhecer em todo o campo, o caos, e qualquer dano possível, continuará.

PRODUTORES

Certamente as pessoas que realmente importam, em qualquer cultura, são os produtores ativos. Por que sempre falamos sobre públicos e audiências e sistemas culturais? Certamente, a única maneira de obter boa cultura é ter bons artistas e intérpretes. E há algo que possamos fazer para obtê-los? Talvez o máximo que possamos fazer seja tentar criar uma sociedade na qual os artistas achem que vale a pena viver.

Certamente, os produtores são muito importantes. Mas podemos realmente supor que

são todos do mesmo tipo, com as mesmas necessidades gerais? E, também, podemos presumir que diferentes públicos e sistemas não afetam o tipo de produtores que temos?

Podemos distinguir quatro tipos principais de produtores: o artista criativo, o intérprete, o repórter, o comentarista ou crítico. Cada um deles tem, em primeira instância, uma responsabilidade direta com seu trabalho. É verdade que cada um está tentando comunicar seu próprio trabalho aos outros. Obviamente, é desejável que cada um tente tornar essa comunicação o mais bem-sucedida possível. Mas, no próprio ato de criação, existe um tipo especial de responsabilidade. Para entender isso, temos que olhar mais de perto o que está em jogo na comunicação.

Um repórter aborda certos fatos. Um comentarista ou crítico dá sua opinião sobre um evento ou obra real. Um intérprete expressa, com seus próprios meios, uma obra criada por ele ou outro. Um artista criativo busca incorporar em uma obra sua própria experiência ou visão. Cada um vê seu trabalho de forma diferente, mas certos fatores são comuns. Cada um, até mesmo o artista, está tentando colocar seu trabalho em uma forma comunicável. No entanto, cada um só pode se comunicar, com alguma satisfação real, com base no que realmente acha necessário dizer ou mostrar. Não adianta pensar “Se eu alterasse tal aspecto, eles entenderiam mais facilmente”, porque, embora isso possa soar verdadeiro, fazendo isso o que realmente precisa ser dito acabaria ficando de lado.

Essa realidade define a liberdade de produção cultural. De maneiras diferentes, o repórter, o comentarista e crítico, o intérprete e o artista precisam ter uma liberdade garantida para comunicar o que, a partir da compreensão de seu próprio trabalho, acreditam que precisa ser comunicado. Isso soa como, e é, uma definição de liberdade individual. Mas não é apenas para o bem dos indivíduos que essa liberdade deve ser garantida. Uma boa sociedade depende da disponibilidade gratuita de fatos e opiniões e do crescimento da visão e da consciência - a articulação entre o que homens realmente viram, conheceram e sentiram. Qualquer restrição à liberdade de contribuição individual é, na verdade, uma restrição dos recursos da sociedade.

O que garante que a comunicação será bem-sucedida? Ela depende, é claro, de uma linguagem comum ou de convenções conhecidas, como ponto inicial. Se a linguagem comum e as convenções existem, o produtor tenta usá-las da melhor maneira possível. Mas frequentemente, especialmente para artistas e pensadores originais, o ponto é encontrar uma forma de criar uma linguagem, ou criar uma convenção, ou pelo menos desenvolver a linguagem e as convenções até o ponto em que sejam capazes de abarcar o significado que eles

julgam necessário. Na literatura, na música, nas artes visuais, nas ciências, no pensamento social, na filosofia, esse tipo de desenvolvimento ocorreu repetidamente. Frequentemente, leva muito tempo para ser incorporado e, para muitas pessoas, será de difícil apreensão. Mas não precisamos crer que seja impossível; a energia criativa é muito mais poderosa do que às vezes supomos. Enquanto um homem estiver empenhado nesta luta para dizer coisas novas de novas maneiras, ele estará mais concentrado na sua obra do que em seu possível público. Muitos artistas e cientistas compartilham dessa despreocupação fundamental com a recepção de seus trabalhos. Eles podem ficar contentes se este for compreendido e apreciado, magoados se não for, mas enquanto o trabalho está sendo feito, não há espaço para esse tipo de debate. A coisa tem que sair como o próprio homem a vê.

Nesse sentido, é realmente dever da sociedade criar condições nas quais tais homens possam viver. Qualquer que seja o valor de uma contribuição individual, a extensão total da obra é de imenso valor para todos. Mas é claro que as coisas não podem ser formalizadas dessa forma na realidade. Não existe sociedade de um lado e esses indivíduos do outro. Na vida comum e em seu trabalho, o produtor participa da vida em sociedade, e é afetado por esta tanto de maneiras secundárias quanto de maneiras tão profundas que ele nem percebe. Sua capacidade de tornar seu trabalho público depende do sistema de comunicação real: da própria linguagem, ou de certas convenções visuais, musicais ou científicas, e das instituições pelas quais a comunicação será transmitida. O efeito disso no resultado de seu trabalho é quase que infinitamente diverso. Pois não é apenas um sistema de comunicação fora dele; é também, por mais original que seja, um sistema de comunicação que, na verdade, é parte dele mesmo. Muitos produtores fazem uso ativo do sistema de comunicação que lhe é interno. É para eles próprios, de certa forma, que primeiro mostram suas concepções, tocam sua música, apresentam seus argumentos. Não apenas como uma forma de esclarecê-los, no processo de testes quase infinitos que a composição ativa envolve, mas, também, de forma consciente ou não, é um modo de tornar a experiência comunicável. Se uma única mente for capaz de compreender, mesmo que esta seja a mente criadora, então esta experiência pode se tornar acessível para outras mentes.

Nesse sentido mais íntimo, a sociedade, de alguma forma, já está presente no ato da composição. Isso sempre é muito difícil de entender, mas muitas vezes, quando temos a vantagem de olhar para o passado, podemos ver, mesmo que não possamos explicar, como foram esses processos. Podemos ver o quanto até os indivíduos altamente originais tinham em comum, em suas obras, com outros trabalhadores individuais da época e com a sociedade da época à qual pertenciam. Historiadores ficam continuamente impressionados com o fato de que

os homens desse tipo se sentem isolados no momento em que, na realidade, estavam começando a ser compreendidos. Isso também pode ser percebido em nossa época, quando alguns dos homens mais influentes se sentem isolados e até rejeitados. A sociedade e a comunicação estão aí, mas é difícil reconhecê-las, difícil ter certeza.

Quando nos voltamos para as instituições, precisamos nos lembrar desse profundo aspecto social da comunicação. Se não o fizermos, podemos ser facilmente tentados a um dos dois erros mais comuns. Ou podemos dizer que deveríamos deixar os produtores em paz justamente por serem tão importantes: uma forma de lisonja que se manifesta como negligência, deixando os homens, já no limite de suas forças, à fortuna duvidosa de cada vento que sopra. Os contribuintes estão envolvidos com sua sociedade, tanto de maneiras mais profundas, quanto em suas necessidades humanas comuns, e geralmente sofrem se são excluídos, independentemente de serem considerados "sonhadores pouco práticos" ou "espíritos intocáveis". Ou podemos dizer, como muitos agora fazem, que as instituições de comunicação devem ser estabelecidas primeiro e, em seguida, os produtores devem se enquadrar a elas. Já vimos isso acontecer com tanta frequência que às vezes é o único perigo de que temos consciência. Certamente é um perigo constante e sério. O poder pode dizer ao repórter: "Lembre-se que seu papel é este; se você quiser trabalhar com isso, é bom aprender". Ou para o comentarista e crítico: "Lembre-se dos valores que sustentam nossa sociedade; dê a sua opinião, claro, mas não se esqueça desses valores". Ou para o intérprete: "O que gostamos de ver é isto; você é uma pessoa talentosa, com certeza poderia aprender.". Ou para o artista: "Claro que as pessoas criativas são um pouco temperamentais, ficam presas em si mesmas, mas pense no bem que você poderia fazer, pense nas pessoas que você poderia alcançar, se você fizesse isso e não aquilo.". Muitos produtores, é claro, farão o que for mandado. Alguns, porém, clamarão: "Deixe-me em paz, deixe-me continuar meu trabalho." E então, na respiração seguinte, paradoxalmente: "Por que as pessoas realmente criativas são sempre ignoradas e negligenciadas?"

Existe algum caminho entre essas duas posições opostas? Bem, há uma diferença clara entre os produtores que não podem trabalhar sem instituições (empresas de cinema e televisão, teatros, orquestras, jornais e revistas) e aqueles que não são tão imediatamente dependentes (escritores, compositores, pintores, escultores) ainda que, no fim das contas, as instituições os afetem. Em cada um desses tipos, há muitos que se comprometem desde o início: aprendendo a produzir exatamente o que a instituição deseja, ou aprendendo a satisfazer o mercado. As pressões são tão grandes, na ausência de qualquer política alternativa, que isso parece fadado a

acontecer. Daqueles que se destacam por seu próprio trabalho, aqueles que dependem menos imediatamente das instituições estão obviamente em posição mais vantajosa, e sua opinião sobre o assunto é frequentemente recebida com impaciência por aqueles que nem mesmo podem trabalhar a menos que uma instituição os receba. No entanto, eles mantêm vivo um princípio de importância geral. Por mais arrogante que pareça em casos específicos, especialmente quando feito por um homem em nome de seu próprio trabalho, continua sendo verdade que a liberdade de um produtor para poder trabalhar em seus próprios termos é um ganho para a sociedade como um todo. As únicas instituições úteis, na organização cultural, são aquelas que visam garantir essa liberdade. Esses arranjos variam de acordo com o trabalho e, no caso de produtores que não dependem imediatamente de instituições, quanto mais informais, melhor. Mas em outros casos, e mesmo para a maioria dos produtores individuais, instituições estarão presentes em qualquer caso. Por trás da proclamação da liberdade do repórter e do artista, a liberdade real, em muitos casos, declinou dramaticamente, à medida que a organização oficial e comercial se tornou mais rígida e mais difundida. Já não é útil apenas proclamar esta liberdade. O que importa é descobrir seus meios práticos. Para isso, os produtores precisam do apoio do público em geral. Não creio que esse apoio seja obtido, na prática (na teoria, é obtido sem dificuldade já que não custa nada), a menos que os argumentos a favor da liberdade de produção cheguem uma base mais ampla. Simplesmente dizer “deixe-me em paz” pode produzir exatamente esse resultado: os não-conformistas serão deixados em paz, enquanto os conformistas assumirão o controle de toda a cultura. No entanto, se entendermos o processo real de comunicação, a liberdade do produtor e sua necessidade de controlar seus próprios recursos podem ser razoavelmente vistos como um meio de liberdade para toda a sociedade e como a melhor maneira pela qual o produtor pode servir à sociedade. Da liberdade do produtor, devidamente entendida, podem surgir as relações reais com a sociedade da qual ele também depende.

Vale a pena lembrarmos de algumas palavras de Blake. Ele sofreu durante a maior parte de sua vida com o abandono e os caprichos do mercado, e foi um poeta e artista profundamente original. Ainda assim me parece que ele conseguiu captar a hipocrisia que estava em voga naquele mundo com esta conclusão direta e sábia:

Algumas pessoas, entre elas há mais artistas do que o esperado, afirmaram que o pintor deste quadro não teria se saído tão bem se tivesse sido devidamente encorajado. Que aqueles que pensam assim, reflitam sobre o Estado, Pobreza e incapacidade artística; embora, possamos concordar que a arte independe disso, esse argumento funciona melhor para a riqueza do que para a pobreza; embora ele não fosse um grande artista, ainda assim teria produzido grandes obras de arte a partir de seus recursos.

OS SISTEMAS

Talvez tudo se resuma a: ou o sistema de comunicação é controlado ou livre. Em uma democracia, não há espaço para debate: o sistema deve ser livre ou não há democracia. Em um sistema livre, muitas das coisas produzidas podem ser ruins ou ofensivas, ou podem parecer ruins e ofensivas para algumas pessoas. Mas a única alternativa é um sistema controlado, ou um monopólio, no qual algumas pessoas impõem seus gostos a outras. "Na verdade", disse Sir Robert Fraser, chefe da Independent Television Authority, defendendo a televisão comercial, "o antigo sistema de monopólio na Grã-Bretanha foi derrotado por uma onda de pensamento e sentimento democráticos."

Seria fácil apontar falhas na argumentação do Sir Robert Fraser: perguntar, por exemplo, o que "uma onda de pensamento e sentimento democrático" tem em comum com o lobby e a pressão de certos grupos de pessoas com interesse financeiro direto fizeram para passar a televisão comercial. Mas, essa não é a questão principal, pois por trás de todos os detalhes da controvérsia contemporânea está um evidente conflito de princípios, que deve ser enfrentado e compreendido.

Por um lado, a escolha básica é entre controle e liberdade, mas em termos reais é mais frequentemente uma escolha entre medidas de controle e medidas de liberdade, e o argumento substancial é sobre como elas podem ser combinadas. Além disso, as palavras 'controlado' e 'livre' simplesmente não parecem suficientemente precisas para descrever os tipos de sistema de comunicação que tivemos, conhecemos ou desejamos. Acredito que podemos distinguir quatro tipos principais e que descrevê-los e compará-los tornará nosso pensamento sobre controle e liberdade mais realista. Os quatro tipos são: autoritário, paternal, comercial e democrático

Autoritário

Nesse sistema, as comunicações são vistas como uma parte do maquinário usado por uma minoria para governar a sociedade. O primeiro objetivo da comunicação é transmitir as instruções, ideias e valores do grupo governante. Por uma questão de organização, instruções, ideias e valores alternativos são excluídas. O monopólio dos meios de comunicação se torna uma parte necessária de todo o sistema político: só são permitidos certos impressores, editoras, jornais, teatros, emissoras. Os meios de comunicação podem tanto ser controlados diretamente pelo grupo dominante, que decidirá diretamente o que é transmitido, como pode existir uma

combinação entre um controle mais indireto e um sistema de censura e, frequentemente, um sistema de ação política e administrativa contra fontes desfavoráveis aos detentores do poder.

Esse sistema pode operar em diferentes graus de severidade e servir a interesses diferentes de tipos diferentes de sociedade. Podemos ver isso em períodos anteriores na Grã-Bretanha tão claramente quanto nos Estados totalitários modernos. A característica distintiva de tal sistema é que o propósito da comunicação é proteger, manter ou promover uma ordem social baseada no poder de uma minoria.

Paternalista

O sistema paternalista é o sistema autoritário com consciência: isto é, com valores e propósitos que vão além da manutenção de seu próprio poder. Autoritários, por vários motivos, reivindicam o direito de governar. No sistema paternalista, o que se afirma é o dever de proteger e orientar. Isso envolve o exercício do controle, mas é um controle direcionado a desenvolver a maioria da sociedade de uma forma considerada desejável pela minoria. Se o monopólio dos meios de comunicação for necessário, argumenta-se que isso evita que grupos destrutivos ou maléficos abusem dos meios de comunicação. A censura é amplamente utilizada em tal sistema, tanto direta quanto indiretamente, mas é defendida com base no fato de que certos grupos e indivíduos precisam de proteção contra certos tipos de arte ou ideias que seriam prejudiciais para eles, para seu próprio bem e para o bem público. Onde o sistema autoritário transmite ordens, ideias e valores para promover sua autoimagem, o sistema paternalista transmite valores, hábitos e gostos, para justificar a existência de uma minoria governante que deseja estender esses traços ao povo como um todo. A crítica de tais valores, hábitos e gostos será vista, na melhor das hipóteses, como uma espécie de cruza e inexperiência, na pior, uma insurreição moral contra um modo de vida conhecido e confiável. Aqueles que controlam um sistema paternalista se veem como guardiões. Embora pacientes, eles devem ser intransigentes na defesa de seus valores centrais. Ao mesmo tempo, o cumprimento adequado de seu dever requer um alto senso de responsabilidade e seriedade. Em diferentes épocas, e atendendo a diferentes ordens sociais, o sistema paternalista pode variar no grau em que anuncia explicitamente seu papel ou explica seus métodos. Os métodos reais também podem variar amplamente: às vezes, controla-se tudo; às vezes permite uma medida de dissidência controlada ou tolerância como uma válvula de segurança. Mas o propósito geral e a atmosfera do sistema permanecem inconfundíveis.

Comercial

A atitude comercial em relação às comunicações é fortemente oposta ao autoritarismo e ao paternalismo. Em vez de a comunicação estar a serviço de um governo ou de uma orientação, argumenta-se que ela serve para que os homens tenham o direito de vender qualquer tipo de obra, e que outros tenham o direito de comprar o que for oferecido. Desta forma, afirma-se, a liberdade de comunicação está assegurada. Você não precisa pedir licença a ninguém para publicar ou ler. As obras são abertamente colocadas à venda e compradas abertamente, de forma que as pessoas possam de fato escolher.

Em seus estágios iniciais, e em alguns de seus estágios posteriores, esse sistema é certamente um meio para a liberdade em comparação com os sistemas anteriores. Mas a dificuldade é que essa liberdade é dependente do mercado. Uma obra pode ser colocada à venda se não houver certeza de que as pessoas irão de fato comprá-la? Quando a produção é barata, geralmente se assume esse risco. Quando a produção é cara, pode ser que se opte por não correr riscos. No sistema moderno de comunicações, muitos tipos de produção são inevitavelmente caros. O que, então, acontece com o princípio original? Primeiro: as obras cuja venda é incerta, ou provavelmente muito pequena em relação ao custo, nem são oferecidas. Segundo: a velocidade da venda torna-se um fator importante - não é fácil esperar anos pelo retorno de um investimento muito grande. Investir em outros lugares pode trazer retornos muito mais rápidos. Terceiro: se o montante de capital necessário para financiar uma obra for grande, não pode haver livre oferta, como no princípio original. Os artistas individuais quase certamente não possuirão o capital necessário para tal empreendimento. Eles devem então ser financiados por indivíduos ou grupos com tal capital, e é provável que considerações de extensão ou velocidade de venda e, portanto, de retorno ou lucro sobre o investimento, sejam decisivas para fechar ou não acordo. Mas então o controle prático dos meios de comunicação, sobre grandes áreas e, particularmente, dos tipos mais caros, pode passar para indivíduos ou grupos cuja principal, senão única, qualificação será que eles possuam ou possam levantar o capital necessário. Esses grupos, por conta dessa qualificação, muitas vezes não serão representativos da sociedade como um todo; eles serão, de fato, uma minoria dentro dela. Assim, o controle reivindicado como uma questão de poder pelos autoritários, e por uma questão de princípio pelos paternalistas, é frequentemente alcançado como uma questão de prática na operação do sistema comercial. Tudo pode ser dito, desde que você possa se dar ao luxo de dizê-lo e o faça de maneira lucrativa.

Democrático

Já experimentamos e conhecemos os outros três sistemas, mas só podemos debater e

imaginar como seria o sistema democrático. Ele compartilha com o sistema de comunicação comercial o pressuposto inicial de que todos os homens têm o direito de oferecer o que querem e de receber o que escolhem. É firmemente contra o controle autoritário do que pode ser dito e contra o controle paternal do que deve ser dito. Mas também é contra o controle comercial do que é lucrativo ser dito, porque isso também pode ser uma tirania.

Quaisquer propostas de novos sistemas parecem, a princípio, abstratas e pouco convincentes, porque só quando são colocadas em prática é que podem ser sentidas como reais. A elaboração de qualquer sistema democrático será obviamente longa e difícil, mas o que importa primeiro é definir a natureza geral de um sistema cultural compatível com a democracia, uma vez que só há qualquer chance de sucesso em construí-lo se um número suficiente de pessoas concordar que é isso que queremos.

Existem duas considerações relacionadas: o direito de transmitir e o direito de receber. Deve ser a base de qualquer cultura democrática, em primeiro lugar, que esses direitos sejam entendidos como direitos básicos; segundo, que nunca podem ser adulterados por minorias; terceiro, que se forem de alguma forma limitados, por alguma decisão da maioria da sociedade, isso pode acontecer somente após uma discussão pública aberta e adequada, sempre sujeita a contestação e revisão, na qual todos são livres para contribuir.

Sobre o direito de transmitir, o princípio básico da democracia é que, uma vez que todos são membros plenos da sociedade, todos têm o direito de falar como quiserem ou como acharem que devem. Este não é apenas um direito individual, mas uma necessidade social, uma vez que a democracia depende da participação ativa e da livre contribuição de todos os seus membros. O direito de receber é complementar a isso: é o meio de participação e de discussão comum.

As instituições necessárias para garantir essas liberdades devem ser claramente um serviço público, mas é muito importante que a ideia de serviço público não seja usada para acobertar um sistema paternal ou mesmo autoritário. A ideia de serviço público deve ser separada da ideia de monopólio público, mas preservar seu verdadeiro sentido. A única maneira de conseguir isso é criar novos tipos de instituições.

O princípio deve ser que os produtores ativos tenham controle sobre seus próprios meios de expressão. No caso de produtores que não seja imediatamente dependente de instituições, devemos garantir que, caso queiram, terão acesso às instalações necessárias pra viver e trabalhar. Nos casos em que o trabalho só possa ser realizado através de instituições, devemos criar oportunidade para que vários grupos de trabalho, e suas empresas próprias, tenham acesso

garantido as instalações de que necessitam. Algumas dessas garantias podem ser dadas por várias instituições intermediárias, elas próprias independentes ou diretamente dependentes dos órgãos do governo. Mas provavelmente a maior parte dos recursos necessários terá que vir diretamente de fundos públicos. É então necessário criar órgãos intermediários, incluindo representantes do público e das empresas, para manter esses recursos públicos disponíveis para a sociedade como um todo e para as necessidades das várias empresas

Não deve haver controle direto do governo sobre os produtores. A criação de órgãos intermediários e de um sistema contratual pelo qual indivíduos e empresas tenham garantidos certos recursos para o trabalho que desejam realizar pode, na prática, inviabilizar o controle governamental, enquanto vivermos em uma sociedade democrática. Em qualquer sistema, se perdermos a democracia geral, perdemos, também, a democracia cultural. Mas, embora haja uma democracia geral (em defesa da qual uma democracia cultural ativa é continuamente necessária), o que mais importa é uma aceitação clara do princípio de que os recursos existem para os produtores usarem para o trabalho que desejam fazer, e que todas as decisões sobre a real alocação de recursos devem ser discutidas publicamente e abertas à contestação e revisão.

Existem duas dificuldades neste princípio, que certamente também aparecerão na prática. O argumento em defesa dos produtores é de que a sociedade será melhor atendida se der aos produtores liberdade e os recursos necessários para trabalhar. O controle por grupos financeiros sem função, ou por facções políticas ou administrativas, certamente será prejudicial. Mas será que é possível não haver controle algum: seja pela alocação de recursos para um trabalho, e não para outro, ou por quaisquer medidas consideradas necessárias para proteger o interesse público?

Uma cultura democrática precisaria alocar recursos consideráveis para minimizar o perigo inicial. Em qualquer caso, seria necessário resistir a qualquer tendência de restringir o trabalho aos seus próprios canais, por mais adequados que sejam. Se, mesmo no sistema mais esclarecido, um indivíduo ou grupo não pode obter apoio, deve ficar bem claro que não há nada que os impeça de trabalhar da maneira que podem e de oferecer seu trabalho da maneira que podem: essa é uma situação muito semelhante a que temos agora. O aspecto mais difícil dessa questão é que uma cultura saudável depende do crescimento; no entanto, a qualquer momento, novos tipos de obras podem despertar pouco interesse e pode haver considerável pressão pública para lhes dar pouco ou nenhum apoio. Como isso podemos superar isso de forma democrática? Não há uma resposta simples, e a única resposta possível é que se é da natureza da cultura democrática manter os canais de crescimento desobstruídos, é um dever público

garantir que indivíduos ou grupos que oferecem novos tipos de trabalho tenham pelo menos uma chance justa. A questão é conseguir realmente ser imparcial e dar aos novos trabalhos tempo (muitas vezes será preciso muito tempo) para provar seu valor. Quanto mais variada a organização, quanto mais empresas independentes houver, maior a probabilidade de existir essa chance.

A segunda dificuldade é mais grave. Vimos como, em certos casos, pode ser devidamente argumentado que certas coisas nem deveriam ser oferecidas porque é provável, com base nas evidências disponíveis, que elas prejudiquem as pessoas. Essas restrições não terão que ser feitas? Mesmo que sejam discutidos publicamente, decididos publicamente e continuamente abertos à revisão, não se trata, no fim das contas, de uma restrição? Afinal, o paternalismo não é de alguma forma necessário? Na verdade, é claro que, se for uma decisão da maioria, não é paternalismo. Mas ainda assim será, para aqueles que se sentirem afetados. Novamente, não há uma resposta simples para isso. As questões gerais e todos os casos particulares precisam de discussão contínua. Acredito que, com a pressão do lucro removida, haveria menos trabalho difíceis nesse sentido. No entanto, sempre haveria alguns, e ainda existe a possibilidade da maioria decidir contra um trabalho sério. A única maneira de evitar isso é promover um debate mais amplo, dando voz ao próprio produtor ou a alguém que fale em seu nome. Não acredito que, caso isso seja feito, as pessoas escolheriam mal. Em qualquer caso, um caso perdido agora é, no futuro, um caso ganho, pois a própria discussão em si leva a um verdadeiro crescimento da compreensão.

Parece ser melhor permitir que a contribuição seja feita e que o produtor assuma a responsabilidade por ela. A situação curiosa agora, em uma cultura comercial, é que o produtor muitas vezes não é livre e nem responsável: não faz o que faria de forma independente, nem responde às críticas públicas pelo que realmente fez. O equilíbrio inerente à democracia requer a criação dessas duas novas condições: liberdade de fazer e liberdade de responder, como um processo ativo entre muitos indivíduos

SÍNTESE

Todo os quatro sistemas descritos - autoritário, paternal, comercial e democrático – estão, até certo ponto, ativos, na prática ou em experimentos locais, na Grã-Bretanha contemporânea. Os vestígios de autoritarismo estão aí, em certos tipos de censura; os primeiros experimentos democráticos também, ainda que de forma local. Mas a principal luta, na última geração, tem sido entre os sistemas paternalista e comercial, e parece que o comercial vem

ganhando cada vez mais. É mais importante, nesta situação, não limitarmos o debate ao contraste limitado de sistemas 'controlados' e 'livres', mas em vez disso, devemos olhar para toda a gama de comparações e possibilidades detalhadas.

Capítulo V Propostas

O que podemos fazer? Devemos fazer alguma coisa? Essas são perguntas que devemos responder para nós mesmos, mas, a verdade é que mesmo que alguns de nós decidam por não fazer nada, isso não implica que as coisas ficarão estáticas. Nenhum processo social, na Grã-Bretanha contemporânea, é mais dinâmico do que a expansão das comunicações. Isso significa que, independentemente do que fizermos, as mudanças virão e algumas delas acontecerão rapidamente e terão um longo alcance. Talvez isso tudo pareça muito complicado ou muito poderoso para estar em nossas mãos. Ou pode parecer que, no fim das contas, tudo esteja razoavelmente bem como está e que os problemas sejam tão drásticos que qualquer tentativa de remediar seria pior que a doença. Em todo caso, todos os cursos de ação possíveis partem de motivações diferentes: nenhuma decisão neste campo pode ser tomada sem que se movimente a sociedade como um todo, e nesta existem conflitos profundos e importantes. Deste modo, para agirmos, ou tentarmos agir, devemos declarar nossas razões e nossos motivações.

Declarei minha própria posição em *The Long Revolution*. Vejo a revolução cultural como parte de um longo processo de libertação humana, semelhante em importância à revolução industrial e à luta pela democracia. Quero que esse processo continue e não tenho nenhum desejo de voltar, ou tentar voltar, a qualquer estágio anterior de nossa história. Acredito também que não é possível isolar nenhuma parte desse longo processo de mudança e nem isolar seus resultados. E, quando o fazemos, cometemos grandes equívocos – pensar que as dificuldades culturais ameaçam a democracia ou que os valores culturais e democráticos são ameaçados pela revolução industrial. Os valores essenciais, a meu ver, são comuns a todo o

processo: o desenvolvimento das capacidades humanas e o poder de dirigirmos nossas próprias vidas – a criação das instituições democráticas, a busca por novas fontes de energia para o trabalho humano e ampliação da expressão e a troca de experiências da qual depende a compreensão.

Diferentes sociedades tentarão atingir esses objetivos de maneiras diferentes. Na Grã-Bretanha, começamos com uma tradição que, na melhor das hipóteses, está fortemente ligada a esse processo. O objetivo é visível em muitas mentes, há várias gerações: criar uma democracia educada e participativa. Só podemos conseguir isso através do desenvolvimento da sociedade industrial, e a comunidade que estamos construindo é, e precisa ser, um tipo totalmente novo de comunidade na qual novos tipos de comunicação não apenas surjam, mas sejam desejados – não falo apenas televisão, transmissão e livros baratos, mas, também, a expansão da mobilidade e das oportunidades de deslocamentos. O ganho humano gerado pelo crescimento da organização e da comunicação em larga escala supera, e muito, as dificuldades e confusões que esse processo também trouxe, e esse crescimento precisa ir ainda mais longe, em direção a uma comunidade mundial. Qualquer ação que tomemos, então, deve estar alinhada com esses objetivos. Compreenderemos todo o processo muito melhor se o pensarmos como parte de um longo movimento histórico que, hoje em dia, é quase universal e que ainda está em um estágio relativamente inicial mesmo em uma sociedade desenvolvida como a Grã-Bretanha.

O estresse da mudança gera um grande sentimento de confusão. Costuma-se argumentar que só conseguiremos enfrentar isso se exercitamos ainda mais a responsabilidade individual. Isso é verdade, desde que reconheçamos que responsabilidade, em qualquer sentido real, está sempre sujeita a mudança. Na verdade, parte do significado de responsabilidade é a capacidade de reconhecer e responder a novas situações. O que muitas vezes se quer dizer, no entanto, com essa ênfase na responsabilidade individual, é que não devemos fazer nada em termos de mudança pública, pois ela é comparativamente superficial com a força real da responsabilidade parental ('deixe-os usar a liberdade do interruptor '). Este posicionamento, quando dito com seriedade, é uma subestimação trágica da situação, e, quando dito levianamente, uma simples evasão de responsabilidade. A escolha pessoal é importante de fato, mas é justamente por isso que não podemos escolher pelos outros. Mesmo os pais não podem e, em minha opinião, não devem escolher por seus filhos de forma absoluta. O fardo da escolha sábia depende de uma extensão de responsabilidade da qual todos possamos compartilhar. Se quisermos aproveitar ao máximo as oportunidades novas e reais que a extensão cultural proporciona, e se quisermos evitar e corrigir os erros que estão sendo cometidos, a responsabilidade pessoal deve se

transformar em responsabilidade pública, que é uma coisa radicalmente e totalmente diferente.

Quais formas essa responsabilidade pública pode assumir? Em primeiro lugar, na educação, podemos encontrar novas maneiras de desenvolver a capacidade de resposta e de fazer escolhas pessoais de modo independente. Em segundo lugar, ao alterar as instituições e a legislação, podemos garantir que nossa organização cultural seja, de maneira efetiva, responsável com a sociedade na qual desempenha um papel tão importante. Terceiro, para atingir uma nova construção social, temos que propor e tentar chegar a um acordo para mudar de forma radical as instituições, e torná-las adequadas às necessidades de uma sociedade em crescimento.

Apresentarei algumas propostas em cada um desses três campos. Todos precisam de mais discussão e estão abertos para tal.

NA EDUCAÇÃO

Já ensinamos comunicação, de certa forma, e ensinamos alguma prática e apreciação das artes. Parte desse trabalho é bom, mas parte dele é limitado por suposições baseadas em ideias antiquadas de cultura e sociedade, e parte dele é até prejudicial.

Ensino da linguagem oral.

Na raiz de muito do nosso pensamento cultural está a nossa experiência de fala. Na Grã-Bretanha, a questão do bom discurso é profundamente confusa e é, em si mesma, uma das principais fontes de muitas de nossas divisões culturais. É inevitável, na sociedade moderna, que as nossas formas discursivas regionais se aproximem umas das outras e que muitas formas isoladas desapareçam. Mas esse deve ser um processo natural, resultado da maior liberdade com que as pessoas se locomovem, viajam, se encontram e ouvem diferentes falantes em filmes, na televisão e nas transmissões. O erro é presumir que existe uma forma "correta" de inglês moderno e que todas as outras são um desvio de padrão. Na verdade, o "inglês de escola pública", após diversas correções, não conseguirá, agora, se tornar uma forma de fala comum no país como um todo: tanto por causa das distinções sociais agora associadas ao seu uso, quanto por causa da poderosa influência das formas de discurso americanas. No entanto, muitas modalidades modificadas de falas regionais estão, na prática, emergindo ou se expandindo. As distancias impostas pelos dialetos se tornam cada vez menores devido nessas formas regionais sem que seja necessário imitar de forma artificial uma forma distante da fala natural da maioria das pessoas. Este é o caminho do crescimento. Ainda assim, nas escolas, parte do ensino da

linguagem oral continua tendo como pressuposto a existência de uma forma 'correta' que contempla o país como um todo. Milhares de nós ouvem o próprio falar natural já pressupondo, desde o início, que ele está errado. Isso cria tensões tão profundas, tantos sentimentos ativos de vergonha e ressentimento, que não é surpresa que qualquer discussão sobre a cultura na Grã-Bretanha esbarre em tensões e preconceitos derivados dessa situação. Se vivenciarmos o treinamento discursivo como atestado de nossa inferioridade social, uma divisão cultural será construída, muito próxima a poderosas emoções de respeito próprio, afeto familiar e lealdade local. Isso não significa que devemos interromper o treinamento e o ensino da linguagem oral. Mas não chegaremos perto de uma cultura comum na Grã- Bretanha a menos que façamos disso um processo social real - ouvir a nós mesmos e aos outros sem presumir que um está errado - ao invés do processo de imitar uma classe social que está distante da maioria de nós, deixando-nos presos no final com problemas dos "dois idiomas". Nada é mais urgente do que livrar-se dessa associação arbitrária entre excelência geral e os hábitos de um grupo social limitado. Não se trata apenas de haver muitas coisas boas em outros lugares. Acontece também que, se você associar a ideia de qualidade à ideia de classe, poderá encontrar ambas rejeitadas, pois as pessoas cada vez mais se recusam a se sentir inferiores por motivos sociais arbitrários.

Ensino de escrita

Aqui, novamente, nos deparamos com o problema de um tipo necessário de treinamento sendo limitado por velhas ideias. Não é só que muitos de nós são ensinados a escrever em estilos antiquados. É também que as formas que aprendemos muitas vezes têm pouco a ver com a escrita real que precisamos praticar.

Nas práticas orais, muitas vezes ficamos limitados ao debate formal ou ao discurso casual de três minutos, embora nenhum dos dois, como ensinado, desempenhe um papel real na vida social. Precisamos praticar, portanto, formas como a discussão coletivas, o relatório verbal ou o questionamento detalhado de um discurso. Da mesma forma, ao escrever, precisamos praticar não apenas o ensaio, mas também o relatório escrito, o memorando e as atas. Uma das poucas formas comuns aplicadas que temos agora é a carta comercial (talvez não tão terrível como era, mas ainda assim, da forma como chega pelo correio é, muito ruim). Poderíamos praticar regularmente todos os tipos de correspondência - a carta de protesto para o jornal local com a mesma frequência que praticamos o reconhecimento de seu "gentil favor". Também poderíamos praticar a redação de formulários oficiais, não apenas porque muitos são desnecessariamente difíceis, mas também porque seu tom social comum soa normalmente

como uma provocação licenciada, da mesma forma que a carta comercial soa como uma espécie de engatinhamento sem compromisso. Seria ótimo se pudéssemos aprender a escrever uns para os outros, em ocasiões oficiais ou de negócios, de maneira compatível com uma sociedade que se pretende democrática.

Ensino de expressão criativa

Muitas das melhores práticas, orais e escritas, são e devem ser de tipo criativo. Em nossas escolas primárias, particularmente, aprendemos o valor de fazer poemas, histórias, peças, figuras, imagens, modelos, música, dança. Parte desse trabalho é excelente em qualquer padrão. A maior parte é interessante. Mas a principal limitação agora embutida nesse tipo de ensino é que ele é apresentado como uma forma de jogo. Isso significa que em certa idade pode ser abandonado e guardado junto com outras coisas infantis.

Na verdade, esse tipo de ensino é lúdico no sentido de que a maioria de nós gosta desse tipo de atividade. Mas essas atividades criativas também são formas de trabalho: para muitos adultos, trabalho este ao qual dedicam toda a vida. É apenas o preconceito de uma sociedade industrial muito estreita e inicial ver atividades como uma espécie de jogo ou terapia inofensiva e indiferente. Muito da nossa sociedade real vem desse tipo de atividade e elas deveriam receber um respeito condizente com isso durante todo processo educativo. Nas mudanças que vêm com a puberdade, é vital que as pessoas continuem praticando essas atividades sem que elas sejam colocadas em oposição a um trabalho “mais real” ou “mais prático”. Caso contrário, haverá enfraquecimento desnecessário e todas as principais artes serão relegadas à esfera do “lazer”: uma distinção que em si torna inevitável, e de uma forma muito mais severa, a separação entre arte e sociedade. Ambos os lados sofrem: as artes porque são vistas como marginais e especializadas; sociedade porque fica limitada à economia e à política. É deprimente pensar que muito dessa divisão é agora ativamente ensinada e aprendida em nossas escolas, que, em um estágio anterior, se esforça tanto para mostrar como as artes são importantes e satisfatórias para quase todos.

Ensino de artes contemporâneas

A extensão adequada da prática criativa é a experiência direta e a discussão das melhores formas de artes contemporâneas. A dificuldade aqui é a “perspectiva de Goldsmith”: a ideia de que a educação está completa quando somos apresentados a certos autores clássicos. É claro que devemos conhecer o máximo possível de nossa literatura herdada. Mas se ela é introduzida

a nós como parte do mundo dos “clássicos”, seremos levados a confirmar o que somos ensinados a pensar em outro lugar: que as artes estão separadas da sociedade, neste caso, separadas temporalmente. É significativo a frequência com que, quando se discute cultura, a ideia de museu vem a tona, muitas vezes com um ressentimento sincero.

Na literatura, incluir obras contemporâneas pode ter o efeito positivo de desmontar os clássicos e refazê-los como romances, poemas e peças. Esse é especialmente o caso se escritores vivos são convidados para o processo educacional, em todas as fases possíveis, para ler e falar sobre seu trabalho. Mesmo que só possamos obter registros de pessoas lendo seus trabalhos, atmosfera é bem diferente quando interagimos diretamente. Da mesma forma, não precisamos limitar a experiência da pintura a reproduções padronizadas nas paredes de escolas e faculdades. Muitos artistas gostariam de ser convidados, e a exposição local de pintura ou escultura, ou o prédio realmente projetado, discutido e construído em nossa própria cidade, é sempre um ótimo lugar para começar a aprender. Na música, os compositores já se mostraram muito dispostos a viajar, tocar e discutir seu trabalho. Este tipo de contato com artistas e intérpretes criativos é importante sobretudo pelo espírito que comunica. Além disso, devemos ter cuidado para não sermos excessivamente cautelosos com esses convites: devemos convidar muitos tipos de criadores e intérpretes. O maior perigo, agora, é a divisão externa (impulsionada pela mídia, ratificada pela educação) entre as artes consideradas sérias, acadêmicas e antigas e aquelas que são entendidas como entretenimento, pessoais e novas. Sustentar essa divisão é prejudicar o trabalho tradicional e perder a chance de criar novos padrões reais. Nesse quesito, novas formas como o jazz e o cinema são cruciais. Ainda assim, nas apresentações escolar e discussões sobre bons filmes contemporâneos recorre-se diversas vezes a filmes de “clássicos” – adaptações de Dickens e Shakespeare, tratadas como filmes respeitáveis justamente por isso, embora sejam frequentemente inferiores, enquanto filmes, aos novos trabalhos. E então passamos a confundir um bom trabalho novo, como o jazz, com o mau trabalho de nossas autoridades educacionais que, considerando ser isso parte de seu dever, tratam os novos trabalhos como inferiores, insignificantes e até perigosos. O ressentimento e a confusão que isso causa nunca foram devidamente avaliados. A única maneira de obter algum movimento e compreensão reais é trazer pessoas que utilizem critérios justos para tratar seu próprio trabalho e possam comunicar tanto sua qualidade quanto seu entusiasmo.

Ensino sobre as instituições

Devido à importância que as instituições de comunicação têm atualmente em nossa

sociedade, deveríamos incluir no nosso currículo o ensino de certos conhecimentos básicos sobre elas. Isso deve incluir algo de sua história e sobre sua atual organização social. Deve incluir também alguma introdução à maneira como essas instituições realmente funcionam.

A grande mídia impessoal, como a imprensa, o cinema, o rádio e a televisão, chega à maioria das pessoas quase como atos de Deus. É muito difícil, se não tivermos experiência direta com trabalho real realizado nessas instituições, vê-los como produtos de homens como nós. Sei que, por ter visto algo sobre a produção de televisão e rádio, e sobre o mercado editorial, tenho atitudes bastante diferentes em relação aos trabalhos finalizados. É uma perda de ingenuidade, mas também, em muitos aspectos, é um ganho: nos tornamos mais críticos, em todos os sentidos, porque estamos mais informados. Se quisermos perceber nosso sistema de comunicação como pertencente à sociedade e não como algo que “eles” oferecem pronto para nós, esse tipo de compreensão a respeito do método usado por essas instituições é fundamental.

Acompanhar os processos reais de produção de um jornal, de uma revista, de um livro, de um programa de rádio, de uma peça de televisão, de um filme, de uma dança, de uma ópera é geralmente estimulante e sempre educativo. Podemos fazer muito mais se usarmos os recursos modernos de forma inteligente. O único perigo é substituímos, como é bastante comum, estes trabalhos por uma versão glamourizada dessas atividades no formato recorrente de "relações públicas". Para ter valor, esse tipo de ensino deve basear-se em métodos educativos e não publicitários, especialmente porque atualmente essa versão glamourizada impacta todas as nossas instituições culturais, não só na forma como é vista pelos outros, mas as próprias pessoas cujos trabalhos tensionam essa fronteira entre o glamour e a realidade.

Ensino de Discussão

Quando pensamos em educação um ponto que nos vem frequentemente à mente é que ela deve adotar uma postura crítica em relação a todo trabalho cultural. A crítica é certamente essencial, mas, por uma série de razões, temos feito isso de forma tão restritiva que causamos danos reais. É totalmente errado, por exemplo, associarmos educação à crítica e o mundo não educacional à prática. A prática pessoal, a experiência direta das artes, a compreensão das instituições deve vir em primeiro lugar. E nossa capacidade de resposta deve se desenvolver a partir de cada um desses tipos de aprendizado, pois, se for separada desses tipos de aprendizado, nossa capacidade de resposta sempre será limitada, e às vezes, até prejudicial. Ao ensinar “os clássicos”, geralmente não somos responsivos o suficiente. Frequentemente substituímos o ensino responsivo por uma "apreciação" maçante e cega na qual ninguém continua acreditando

por muito tempo. Mas então, ao ensinar ou comentar sobre todos os outros trabalhos, geralmente somos tão confiantes e tão ferozes que é difícil acreditar que somos as mesmas pessoas. “Toda aquela sujeira nos cinemas e na televisão”, é o complemento na maioria dos casos para as observações rotineiras sobre o charme dos Ensaio de Elia, e não adianta de nada a ninguém.

Nosso verdadeiro propósito deveria ser inserir todo o trabalho cultural dentro do mesmo universo discursivo: ver as conexões entre Elia e as personalidades fabricadas da televisão, bem como a diferença de valor entre Lord Jim e o Captain Condor. Temos que aprender a confiar em nossas próprias opiniões e isso depende, desde o início, de uma espécie de abertura e flexibilidade que não é alcançada por muito do que se chama de “crítica”. Só teremos um processo real de educação se o modo pelo qual os julgamentos são feitos for compartilhado por todos aqueles que subscrevem ou assumem tais julgamentos. Com certeza não haverá consenso sobre determinados julgamentos. Mas está tudo bem, pois à medida que a debate continua, aprendemos o que é a verdadeira discussão cultural.

Quase todos nós precisamos de ajuda para ver e julgar a vasta quantidade de trabalho que surge em nosso caminho. Na educação, devemos estar preparados para lidar tanto com o mau quanto com o bom trabalho. Antes adotávamos o princípio de que, uma vez que você conhece o que é bom, você pode distinguir o que é ruim. Na verdade, isso depende de quão bem você conhece o bom, de quão bem você sabe, pessoalmente, por que ele é bom e quão próximo o mau trabalho está, na forma, de alguma coisa que você aprendeu a discutir.

Tenho certeza de que estamos negligenciando o mundo da comunicação comum que encontramos, depois da escola, em casa e na vida. No entanto, ele tem implicações cruciais em todo o processo social para o qual a educação deveria nos preparar. Existem muitas maneiras de incluir este mundo comum no processo educativo. Por exemplo:

(i) Fazer uma leitura comparativa regular da diversa gama de jornais nacionais, interpretando as manchetes e fazendo comparação detalhada de determinadas histórias;

(ii) Discutir os diversos tipos de quadrinhos, fazer uma análise detalhada de alguns tipos de histórias e desenhos e compará-las com histórias similares de livros e com histórias e ensaios sobre temas semelhantes escritos pelos alunos. Por exemplo, podemos comparar como quadrinhos apresentam o tema escolar com um ou dois clássicos sobre a escola, com histórias contemporâneas, como Jim Starling, e com histórias “antes e depois” da escola feitas pelos alunos. O ensaio de Orwell, “Boys' Weeklies” pode ser lido e discutido como um guia para essa atividade. Ou as histórias bastante comuns de “rebeldes” nos quadrinhos podem ser comparadas a Huckleberry Finn.

(iii) Discutir anúncios de uma mercadoria específica, e compará-los a um relatório da Which? sobre a mesma mercadoria. A mercadoria pode então ser usada e os alunos podem escrever seus próprios relatórios sobre ela.

(iv) Discutir histórias de revistas femininas e adolescentes. Em um estágio posterior, elas poderiam ser comparadas, em termos de seus valores implícitos, com as respostas oferecidas na parte de conselhos dessas mesmas revistas.

(v) Fazer um estudo comparativo de 'imagens sociais' de determinados tipos de profissão. Por exemplo, comparar a versão "do cientista" ou "do professor" dos quadrinhos, das histórias de ficção científica e dos programas de televisão em que aparecem cientistas reais. Outras profissões que oferecem material relevante são policiais e detetives (em toda a gama de quadrinhos e revistas a filmes policiais e peças de teatro e documentários), médicos e enfermeiras, professores, artistas. Imagens variadas do criminoso também podem ser comparadas a partir de uma ampla variedade de materiais de comunicação. A imagem social dos sindicalistas também pode ser analisada, com material de filmes, peças de televisão, entrevistas na televisão e no rádio e reportagens comparativas de jornais sobre uma disputa ou greve em particular.

(vi) Fazer estudos visuais comparativos de tipos de arquitetura e design modernos, dos resultados do planejamento urbano e do desenvolvimento não planejado, do aparecimento "antes e depois" de uma área que foi reconstruída.

(vii) Discutir programas de televisão comparáveis.

(viii) Escrever resenhas de um filme atual e, em seguida, compará-las com resenhas publicadas, com material publicitário e com gravações de resenhas transmitidas

Tenho feito alguns trabalhos nesse sentido com grupos de adultos e jovens trabalhadores. Fiquei muito impressionado com a maneira como, principalmente com os jovens trabalhadores, ideias para novos tipos de estudo passaram a vir dos próprios alunos, uma vez que o trabalho foi iniciado. Qualquer programa educacional desse tipo deve ser suficientemente flexível para permitir o acompanhamento de novas questões lançadas pelos alunos.

Dois pontos gerais precisam ser enfatizados. Primeiro, não é razoável pedir aos professores que façam esse trabalho, muitas vezes difícil, sem lhes oferecer treinamento prévio. O ensino de comunicação é suficientemente importante hoje em dia para se tornar uma parte regular do treinamento universitário. Existe uma boa quantidade de material disperso e experimentos prontos para serem usados, mas precisamos coordenar em primeiro lugar o treinamento de nossos professores. Dois tipos de instituições são necessários com urgência: um Centro de Comunicações [*Communications Center*] com uma equipe capaz de fornecer catálogos do material existente e coletar e preparar novos materiais, principalmente dos campos visuais mais caros; e um Instituto de Pesquisa em Comunicações [*Institute of Communications Research*], em nível universitário, que realize pesquisas e análises de longo alcance (o Centro

de Estudos Culturais Contemporâneos [Center for Contemporary Cultural Studies] em Birmingham é um excelente exemplo pioneiro de tal instituto). À medida que esses órgãos passarem a existir, será fácil estabelecer vínculos com professores e escolas de treinamento. Entretanto, cabe às autoridades locais de educação disponibilizar as instalações aos professores que pretendam realizar este trabalho e dar o apoio necessário nas fases iniciais, e, é importante pontuar, que várias destas autoridades já estão muito dispostas a fazer esse tipo de trabalho.

Em segundo lugar, está claro que a adição deste trabalho aos currículos existentes levanta muitos problemas quanto ao tempo. Mas devemos nos perguntar, em vista da importância das comunicações modernas na sociedade, e de sua relação às vezes oblíqua com a própria educação, não se podemos nos dar ao luxo de dar o tempo, mas se podemos nos dar ao luxo de não o dar. O trabalho pode ser feito em todas as fases do processo educativo, mas talvez seja particularmente importante na adolescência: principalmente nos anos finais, pois é nesse período que conflito entre os valores da escola e os valores do mundo adulto se torna mais evidente. Não há necessidade, entretanto, de que esse tipo de trabalho se limite às escolas. Deve ser uma parte central dos novos cursos de estudos liberais em faculdades técnicas e de cursos de aprendizagem. Deve constituir uma parte central do trabalho informal no serviço à juventude e deve ser uma disciplina normal – que cresce a cada dia- na educação de adultos. Devemos também lembrar que muito desse trabalho pode ser feito por meio dos próprios grandes serviços de comunicação: tanto através dos programas gerais quanto através dos programas educacionais em expansão. Isso é particularmente importante, não apenas porque muitas vezes pode ser tão bem feito em serviços como televisão e rádio (embora partes do trabalho exijam uma turma pequena de alunos), mas também porque interpretamos erroneamente o problema se opusermos a educação aos principais sistemas de comunicação. Há muito a criticar, mas também há muito a elogiar. Muitos produtores já se preocupam em fazer esse tipo de trabalho como parte da educação direta, mas, também, porque sabem o quanto suas próprias oportunidades de fazer um trabalho valioso depende do desenvolvimento de um público informado, livre de preconceitos e crítico. No estágio crucial de expansão em que nos encontramos é vital que as muitas pessoas responsáveis nas comunicações trabalhem o mais próximo possível dos serviços educacionais, e que os professores e administradores educacionais (que muitas vezes são preconceituosos com as novas formas de comunicação, frequentemente com boas razões, embora parciais) façam um esforço real para retribuir.

REFORMANDO AS INSTITUIÇÕES

Não podemos deixar tudo para a educação e para os produtores mais responsáveis. Mesmo que ainda não estejamos prontos para reformas fundamentais nas instituições de comunicação, há muitas alterações possíveis nos termos sociais existentes. A maioria das pessoas concordaria que queremos instituições que sejam livres e responsáveis. O equilíbrio entre liberdade e responsabilidade é sempre difícil de encontrar, mas em muitas outras partes de nossa vida social, e já em uma extensão considerável nas comunicações, concordamos com medidas para assegurar esse equilíbrio. As propostas que oferecerei a seguir estão alinhadas a esta tradição.

Uma maneira clara de garantir um equilíbrio entre liberdade e responsabilidade é garantir que o maior número possível de pessoas seja livre para responder e criticar. Portanto, responsabilidade não é apenas algo que cobramos de outras pessoas. É o que nós mesmos exercemos, pelo direito de resposta, pelo direito de criticar e comparar e pelo direito de propor alternativas. Todos esses direitos existem em nossa sociedade, de uma forma geral. No entanto, muitas das instituições de comunicação são tão grandes e poderosas que podem se tornar, à sua maneira, impérios separados. Indivíduos e organizações são livres para criticá-los, mas tais críticas podem ser facilmente ignoradas e tratadas como não representativas ou mesmo irresponsáveis (na verdade, por falta de informação, às vezes é irresponsável no sentido estão erradas). A questão é se podemos encontrar maneiras de garantir comentários e críticas livres e responsáveis, e de distribuir a gama real de trabalho.

A imprensa

A contínua crise econômica da imprensa provocou uma série de sugestões para mudanças de curto prazo ou intervenção imediata. Uma Comissão Real [Royal Commission] foi nomeada em junho de 1974 e ainda se encontra em funcionamento. A riqueza das sugestões foi, contudo, acompanhada por uma esterilidade extraordinária em qualquer nível político, todavia os problemas são tão urgentes que os partidos políticos terão que enfrentá-los. A explicação convencional para a crise é que os jornais estão sobrecarregados, que os sindicatos resistem às mudanças técnicas necessárias e, se esses problemas forem superados, a indústria pode ser “enxugada” e “viabilizada”. Esta é a política familiar de racionalização capitalista, envolvendo não apenas demissões e desemprego, mas a redução de serviços variados a um pequeno número de itens relativamente padronizados. A pressão política para adotar tal solução será intensa e deve ser intensamente combatida. Os problemas da mudança técnica são de fato inevitáveis, e é verdade que, em um clima geral de desconfiança competitiva, há uma tendência

dos sindicatos a adotar políticas defensivas e conservadoras. Sem dúvida, surgirão novos métodos, condições e níveis de emprego, de uma forma ou de outra. Mas a imprensa não é simplesmente uma indústria a ser racionalizada e seu alcance político já é indefensavelmente estreito. É nesse contexto mais amplo que se buscam formas de intervenção: controles sobre o preço do jornal; uma taxa de para publicar jornais, distribuindo esses rendimentos para manter uma ampla gama de jornais; taxas seletivas sobre a publicidade, ou sobre as proporções entre publicidade e material editorial; uma pequena recompensa de circulação; subsídios do governo, como na Suécia, para manter uma representação política justa; uma editora nacional. Todas essas propostas merecem uma consideração cuidadosa. O momento de apresentar uma ou mais delas deve ser quando houver algum outro jornal nacional ameaçar fechar as portas. O relatório da Comissão Real, com suas análises detalhadas, pode vir tarde demais e pode recomendar políticas de redução e racionalização bem diferentes. A agência responsável por tais intervenções deve vir, em primeira instância, dos jornalistas ativos e os trabalhadores produtivos do jornal em questão, por meio de suas próprias organizações e por meio de qualquer organização de emergência. Isso é crucial como forma de contornar a propaganda inevitável contra a interferência do governo ou do Estado na imprensa. A questão deve ser tratada como de fato é: como forma de proteção pública a um serviço necessário, que está sendo abandonado em tal instância pelos seus atuais proprietários, mas que pode ser sustentado e reorganizado por quem realmente o dirige. Se um subsídio direto imediato for necessário, enquanto outras medidas estão sendo planejadas e discutidas, esse será o primeiro passo a ser dado, e irá merecer e requerer apoio público organizado

O Conselho de Imprensa

O Relatório da Comissão Real de Imprensa [Royal Commission on the Press] de 1947-9 recomendou a criação de um Conselho de Imprensa, “para avaliar os rumos [da Imprensa] e promover publicamente tendências que contribuam para a integridade e para um senso de responsabilidade”. Propôs um mínimo de vinte e cinco membros, dos quais cinco, incluindo o presidente em tempo integral, deveriam ser membros leigos, oito representantes dos proprietários das emissoras, quatro editores e oito jornalistas. Dois dos quinze membros da Comissão fizeram ressalvas quanto a sugestão de incluir membros leigos no Conselho de Imprensa. Quando o Conselho de Imprensa foi efetivamente constituído, prevaleceu essa visão minoritária, e havia vinte e cinco membros, dos quais quinze eram do universo editorial (oito eleitos por organizações de editores, sete por organizações de jornalistas) e dez eram do mundo da gerência (eleitos por proprietários de organizações). Em 1963, uma nova Comissão Real

ampliou o Conselho para incluir vinte por cento de membros leigos e um presidente independente. O Conselho se reúne trimestralmente em particular, mas sua Comissão de Fins Gerais se reúne pelo menos uma vez por mês. O Conselho emite declarações especiais e um relatório anual. Qualquer pessoa pode encaminhar uma reclamação contra um jornal ao Conselho, mas ele não é obrigado a considerar reclamações de pessoas não diretamente relacionadas ao assunto, embora na prática o tenha feito. A reclamação é primeiramente encaminhada ao membro editorial em questão e às vezes é resolvida nesta fase. Caso contrário, o Conselho a considera, a princípio por meio de sua Comissão de Fins Gerais. Convida testemunhas, embora não possa obrigá-las a comparecer, e emite relatórios e recomendações, embora não os possa fazer cumprir. Alguns editores cumprem as recomendações; alguns não.

Em sua própria condição de existência, o Conselho de Imprensa fez um trabalho muito bom. Fez muitas investigações e relatórios minuciosos sobre as reclamações submetidas e nos lembrou de forma útil que nem todas as reclamações contra a imprensa são justificadas ou mesmo precisas. Ainda assim, em muitos campos ele não possui nenhum poder ou influência (como no fechamento de jornais e revistas, que atualmente é uma das ameaças mais sérias à imprensa livre), e, mesmo no campo de atuação de denúncias específicas, sua autoridade pode ser questionada, tendo em vista a sua composição. Aconteceu (caso Muggeridge, 5º relatório, pp. 27-8) que um editor contra o qual a queixa era dirigida era um membro Conselho que estava avaliando a questão. Não fica claro qual procedimento deve ser seguido em tais casos.

Em 1961, escrevi que três reformas mereciam consideração urgente:

(i) Que seja adotada a recomendação da maioria sobre a composição do Conselho de Imprensa, prevendo assim a inclusão de representantes leigos e de um presidente independente. O argumento da Comissão Real de que isso aumentaria a autoridade do Conselho e promoveria a confiança do público nele ainda não obteve resposta. O grau de representação direta da imprensa ainda seria tal que não haveria espaço para acreditar que a imprensa estaria sendo controlada. No entanto, os legítimos interesses do resto da sociedade encontrariam, dessa forma, uma voz independente.

(ii) Embora seja obviamente errado dar ao Conselho autoridade sobre os editores, na sua posição atual, mesmo quando um erro de declaração é comprovado para a satisfação do Conselho, não há obrigação por parte dos editores de corrigi-lo, e isso é muito insatisfatório. Não se pode argumentar seriamente que a obrigação de corrigir publicamente uma distorção comprovada de um fato seja uma ameaça à liberdade de imprensa em qualquer sentido real, e é claramente de interesse público que tais declarações errôneas sejam corrigidas. A posição legal é difícil, mas o Conselho pode convidar publicamente a adesão de todos os proprietários e editores a esta obrigação mínima, e publicar quaisquer compromissos e recusas.

(iii) Uma vez que, atualmente, a maior ameaça à liberdade de imprensa é o fato de jornais e revistas serem fechados sem aviso, às vezes durante a noite, deve ser decretado que qualquer proposta de fechamento seja notificada ao Conselho de Imprensa, que teria o dever de investigar todos os fatos relevantes, ouvir as evidências

de quaisquer pessoas envolvidas no fechamento (particularmente aquelas cujo sustento é diretamente afetado) e publicar suas conclusões. As dificuldades aqui são óbvias, mas é ainda mais difícil levar a sério aqueles que afirmam valorizar a liberdade de publicação, mas reivindicam isenção de inquérito público oportuno em casos em que tal liberdade é repentinamente negada.

Desde 1961, um progresso significativo foi feito apenas nesses campos. O Conselho recém-constituído, sob a presidência de Lord Devlin, é um órgão com uma autoridade mais significativa, e muitos de seus relatórios detalhados são valiosos. O Conselho informou que um público maior passou a considerá-lo como recurso em casos de reclamação. É possível que, com esta autoridade crescente, o Conselho não precise seguir os procedimentos sugeridos no item (ii), mas ainda precisamos ser vigilantes quanto ao ponto levantado. O problema das mudanças de propriedade e o problema de controle exclusivo continuam sendo difíceis de resolver. A Comissão de 1962 recomendou um Tribunal de Monopólio na Imprensa, mas a Lei de Monopólios e Fusões (1965) indicou que as questões que afetavam a propriedade e o controle de jornais seriam tratadas por um painel especialmente nomeado da Comissão de Monopólios, e que este, em vez de um tribunal, deve ser o órgão de investigação. O Conselho de Imprensa recém-constituído pretende informar publicamente sobre as mudanças de propriedade e controle. Se estivermos pensando em concertar ao invés de mudar uma instituição tão importante como a Imprensa, é provável que essas sugestões de desenvolvimento sejam as corretas: a publicidade e o mecanismo de investigação pública são fatores importantes em um campo tão público. No entanto, as pressões econômicas são tão grandes que há uma tendência a deixar o assunto a nível de relato e inquietação. Mudanças mais substanciais se tornarão inevitáveis, de preferência ao longo das linhas discutidas em uma seção posterior.

Propaganda Governamental

Precisamos olhar para uma questão crucial, onde a política governamental já tem uma influência direta. O valor gasto com publicidade por órgãos do governo e empresas públicas já é correspondente a um valor significativo dos ganhos da imprensa e vem aumentando regularmente. Parte dessa propaganda é questionável em si mesma (veja especialmente as campanhas de recrutamento militar, com suas imagens chocantes de aventura, e as campanhas de combustível e poder, que não fazem sentido social ou econômico). Mas alguns são úteis ou marginais (correios, segurança no trânsito, etc.). Atualmente, a distribuição desta publicidade, paga com dinheiro público, segue os padrões comerciais habituais, e um jornal como o Morning Star, por exemplo, queixou-se justificadamente da sua exclusão. No século XVIII e no início do século XIX, a publicidade governamental era usada seletivamente, por motivos políticos.

Hoje, o padrão seletivo é principalmente comercial, embora, dada a atual estrutura social da imprensa, tenha um efeito político.

Creio que chegou a hora de fazermos um inquérito público de todo campo da publicidade governamental e das autoridades públicas, e seria útil levantar neste inquérito o papel deste dinheiro público na atual estrutura económica da Imprensa. Um governo reformador pode muito bem considerar se esse fluxo de dinheiro público deve, como questão de política social, ser dirigido de tal forma que neutralize o atual desenvolvimento alarmante de contencioso concentrado, mas a discussão deve ocorrer agora, e em público.

Publicidade Governamental na Imprensa		Publicidade Governamental na Imprensa	
Despesas, 1965-6		Despesas, 1965-6	
Express	314892	Times	54993
Mail	125602	News of the World	142007
Mirror	381485	Observer	104798
Sketch	20933	People	182231
Telegraph	200247	S. Citizen	3590
Financial Times	29511	S. Express	199322
Guardian	36605	S. Mirror	86751
Morning Star	-	S. Times	198589
Sun	43973		

(Fonte: Secretaria de finanças públicas, 1967)

Livros e revistas

Pela primeira vez na Grã-Bretanha, estamos começando a ter uma gama real de livros bons e baratos. Esta pode ser uma das coisas mais importantes que já aconteceu em nossa história cultural: livros, que em períodos anteriores teriam alcançado apenas um público muito pequeno, podem agora ser distribuídos de forma fácil e barata, e de fato encontrar um público muito maior. Todas as nossas velhas suposições sobre “uma pequena minoria de leitores sérios” terão, na prática, que ser revisadas.

No entanto, a disseminação de brochuras e de livros educacionais baratos de todos os tipos está criando novos problemas. Um novo tipo de proprietário está chegando ao mercado editorial, atraído pela nova possibilidade de grandes lucros. A escala de capital envolvido está aumentando e, como resultado direto, constantemente vemos fusões de editoras e o desaparecimento de muitas editoras independentes. Muitos dos nomes em capas de livro que soam, aparentemente, como nomes de editoras independentes, já são, na verdade, nomes comerciais de diferentes partes de grandes organizações editoriais. Este poderoso movimento

em direção à concentração da propriedade é uma grave ameaça à liberdade e à diversidade da escrita. Não é apenas que menos pessoas estão decidindo o que deve ser publicado. É também que, para ter sucesso em um mercado cada vez mais competitivo, há uma nova ênfase em vendas certas e rápidas. Os melhores editores estão sob constante pressão da competição dos piores editores e recebem muito pouca ajuda pública.

Precisamos garantir que exista uma ampla gama de editores independentes, e o momento decisivo para fazer isso é agora. Como primeiro passo, precisamos de um Conselho Editorial [Books Council], representante de editoras, livreiros e autores. Este Conselho coletaria e publicaria os dados existentes a respeito da publicação de impressos e relataria todas as mudanças importantes. Também revisaria os acordos de distribuição existentes, visto que isso é muito importante para o cerne do problema.

A maioria das cidades na Grã-Bretanha não tem nem ao menos uma boa livraria independente. A distribuição de livros e revistas, fora de alguns centros afortunados, está nas mãos de poderosas redes de loja. Essas redes submetem livros e revistas a testes simples de quantidade. Se eles estiverem abaixo de um determinado valor de venda provável, eles não estão interessados e nem mesmo oferecerão o item à venda. (Diz-se que eles também recusam certas publicações, por motivos "morais". Isso não é exatamente aparente, quando se olha para dados familiares.) Assim, um livro ou revista de sucesso será publicizado, mas um livro ou revista menos popular, mas que poderia comprado se estivesse disponível em quantidades iguais, em muitos casos, simplesmente, nem será publicado. Mesmo em brochuras, onde há uma ampla distribuição de todo tipo de impresso, há uma pressão crescente em relação ao livro que venderá rapidamente, de forma a evitar problemas de acúmulo de estoque. Se essa situação persistir e se desenvolver, perderemos a possibilidade de experimentar as reais possibilidades do advento de livros baratos.

Uma parte importante dos novos trabalhos de literatura e de opinião é publicada primeiramente em periódicos independentes ou "pequenas revistas". Temos uma boa variedade de revistas desse tipo, mas elas têm poucas chances contra as redes de loja. Simplesmente não sabemos, até que tenhamos tentado, que público essas revistas podem realmente atingir. E as pessoas que determinam se podemos tentar ou não são os donos das redes de lojas.

Há necessidade de um Conselho Editoriais, simplesmente para publicar e revisar os dados. Mas eu gostaria que ele pudesse ir mais longe. Deveria ter o poder, e a concessão de capital necessária, para abrir livrarias de verdade nas centenas de lugares que hoje tem apenas

redes de lojas. O Conselho saberia, como qualquer pessoa que use livros e revistas de perto sabe, a diferença entre uma livraria de verdade e uma loja de rede. Se descobrisse que em qualquer comunidade considerável não há livraria de verdade, poderia abrir a sua própria ou ajudar a biblioteca pública a estabelecer uma livraria como uma espécie de extensão do seu serviço de empréstimo, uma extensão que o atual desenvolvimento do público leitor torna razoável. As redes de lojas iriam, é claro, lutar contra isso e podem até, no processo, alterar suas próprias políticas. Mas se valorizamos a disponibilidade gratuita de livros e revistas, não devemos temer esse tipo de oposição. A alternativa, sob as pressões econômicas existentes, é um sistema cada vez mais rígido e mecânico, sob o qual grandes editoras fornecem certos itens de venda rápida para grandes distribuidoras, com todo tipo de trabalho minoritário restrito a pequenos canais independentes. Não vejo como alguém que pensa nos livros como algo mais do que simples mercadorias pode ficar calado ou inativo diante desse tipo de desenvolvimento. Mas não se trata apenas de expressar oposição. Precisamos de uma organização alternativa, de tipo positivo, para unir as muitas editoras, livreiros e autores que já estão cientes dos perigos e enxergam as oportunidades da expansão atual que pode oferecer se não for travancada.

Precisamos também observar os efeitos paradoxais dessas mudanças nos escritores e na expansão geral dos livros. O mercado da escrita chegou ao ponto absurdo, em que quase qualquer atividade auxiliar - ensinar, revisar, dar palestras, editar, transmitir - é, em comparação com a escrita de quase todos os livros, tão mais bem paga que um cínico poderia supor que as pessoas escrevem livros apenas para ter acesso a essas atividades melhor remuneradas. Alguns sucessos financeiros cuidadosos, divulgados, mascaram uma situação geral em que, para a maioria das pessoas, escrever é uma forma de trabalho suado. Além disso, um tipo desagradável de cinismo cresceu em torno disso: escritores são tão vaidosos, e tantas pessoas querem ser escritores, que o trabalho suado não importa: você não poderia impedi-los mesmo se tentasse. Obviamente, parte disso é verdade; a ambição de escrever é generalizada e a necessidade de escrever é bastante comum. Mas há muitas pessoas vivendo confortavelmente com a escrita de outros, ou usando constantemente o que escritores vivos produziram, para transformar o que era a princípio uma piada fácil em uma forma tolerável. Podemos fazer muitas coisas frente a essa situação. Em primeiro lugar, uma alteração efetiva da lei de direitos autorais é necessária para implementar o uso generalizado da obra de escritores vivos no sistema educacional, que atualmente utiliza as obras sem permissão e sem pagar nenhum tipo de taxa. É importante que a escrita moderna seja estudada em escolas e universidades, mas, hoje em dia, é, muitas vezes, simplesmente fotocopiada e distribuída, em grande quantidade, sem qualquer retorno aos seus

produtores. Ouvi um jovem professor universitário, tendo assegurada uma aposentadoria farta, expressar indignação com a ideia de pagar uma taxa a um jovem poeta, sem tal vantagem, cuja obra ele copiava e usava nas aulas. Um sistema de licenciamento que cobrasse de Instituições de ensino está sendo discutido e deve ser colocado em prática em breve. Frequentemente, supõe-se que os escritores ficarão tão lisonjeados com o fato de seu trabalho estar sendo discutido que aceitarão a fotocópia não autorizada como um elogio e esquecerão o pagamento. A conveniência dessa suposição é sustentada pelo fato de que os escritores em questão possivelmente nunca são questionados sobre qual, de fato, eles prefeririam.

Em segundo lugar, a campanha pelo Direito de Empréstimo Público [Public Lending Right] merece sucesso rápido. É irônico que a excelência do sistema britânico de bibliotecas públicas, mantendo um número alto de empréstimos de livros em comparação a outras sociedades semelhantes, tenha resultado, não de forma natural, em níveis comparativamente baixos de compra de livros. A campanha liderada pela Associação de Escritores [Writers' Action Group] propunha uma mudança na lei para que os escritores tivessem direito a uma taxa paga com fundos centrais e não diretamente pelos usuários quando um de seus livros fosse alugado de uma biblioteca. Um esquema diferente propunha que os escritores recebessem quando um livro fosse comprado por uma biblioteca. Este sistema foi contestado, na forma que foi apresentado, pela maioria dos escritores pois, em primeiro lugar, excluiria todos os livros que já estivessem nas bibliotecas, o que seria radicalmente injusto para os escritores que estivessem no final de suas carreiras e, em segundo lugar, a proposta considerava que o valor a ser pago deveria corresponder ao preço de mercado do livro, o que seria injusto pois não há uma relação consistente entre o valor de mercado de um livro e a quantidade de tempo e trabalho investido nele. O esquema de taxas de empréstimo, baseado em técnicas modernas de amostragem de dados, mostrou-se prático e já está em operação em diversos outros lugares. Ambos os principais partidos políticos apoiaram uma legislação de Direito de Empréstimo e um projeto de lei foi anunciado no discurso da rainha em 1974. No momento em que escrevo, continuamos aguardando que, apesar de toda a questão ter sido tomada por um processo de evasão e conversa fiada, a lei seja eventualmente registrada. A promulgação sustentada e generosa deste direito é urgentemente necessária.

Em terceiro lugar, deve haver alguma discussão sobre uma tendência que está relacionada às mudanças na organização e nas técnicas de publicação: uma mudança crucial na forma como a maioria dos livros é produzida. Muitas pessoas ainda têm em mente um modelo de escrita em que um escritor, tendo uma ideia para um livro, escreve-o e, em seguida, oferece-

o a um editor. Em vários casos, esse padrão mais antigo ainda se mantém. Mas um número crescente de livros é concebido dentro de organizações editoriais como “partes” de uma série, ou livros que “precisam ser escritos” ou, mais comumente, livros “cuja venda é óbvia”. Então as editoras procuram os escritores e encomendam os trabalhos. Em vários casos, esse procedimento é perfeitamente normal, mas, à medida que se torna dominante, acarreta certos perigos óbvios. Esses livros, dizem, são mais fáceis de vender. Os editores já sabem (ou pensam que sabem, o que é igualmente comum) que tipos de livros são desejados. Um sistema de produção e distribuição organizado em torno de tais livros pode dar pouco espaço para o tipo de livro que ainda é, entre escritores e leitores, considerado normal - o livro que alguém positivamente desejou escrever. Na difícil situação econômica dos escritores, a oferta de escrever algum outro livro relativamente difícil de recusar. Poucas pessoas são solicitadas a vender suas almas; não mais, talvez, do que sair por aí se oferecendo para vendê-los. Mas há uma gama de escolhas marginais, entre o livro que poderia ser feito, para o qual um adiantamento está disponível, e para o qual (dizem) a demanda já existe, e o outro livro, que sem tais encorajamentos, tende a ficar na gaveta mesmo que seja realmente escrito. É difícil reunir todas as evidências. As pessoas defendem suas escolhas depois de feitas. Os livros não escritos, ou indefinidamente atrasados, enquanto essas oportunidades imediatas são aceitas, não podem, é claro, falar por si. No entanto, tenho a firme impressão de que houve uma mudança significativa na origem dos livros e, em seguida, em seu caráter e qualidade. Na medida em que a publicação depende de tendências voláteis e, cada vez mais, é feita com base na pesquisa de mercado e na velocidade e cálculos de volume desenvolvidos em outra produção capitalista em larga escala, há um ponto de interesse comum, entre escritores e, creio eu, entre leitores, que tem que ser definido, defendido e desenvolvido.

Propaganda

Nos últimos anos, tem havido uma preocupação generalizada sobre supostos abusos da publicidade. No passado, algumas medidas de controle foram tomadas em relação à anúncios de “remédios” para certas doenças. Ainda assim, a ansiedade pública ainda atinge níveis significativos, e há uma disputa contínua, mas dispersa, entre os publicitários e seus críticos, sobre os fatos e valores em questão.

Em 1961, propus que fosse criado um Conselho de Publicidade [Advertising Council], um órgão público independente, para substituir a atual Autoridade de Controle Publicitárias [Advertising Safeguards Authority], que elabora e administra seu próprio regimento interno.

Isso ainda pode ser necessário, embora a legislação recente sobre descrições comerciais e a política atualmente em vigor da Conselho de Defesa da Concorrência [Office of Fair Trading] sejam formas alternativas de lidar com alguns dos problemas mais óbvios. A defesa do consumidor, como costuma ser chamada, é de fato uma necessidade urgente, depois que todas as formas de controle formais foram satisfeitas.

De resto, agora acredito que a publicidade não pode ser tratada como uma questão isolada, e que a “defesa do consumidor”, embora tão importante em seu próprio campo, é apenas uma resposta limitada ao problema. O fato é que a publicidade organizada está tão presente em todo o sistema de comunicação e seus métodos foram tão amplamente estendidos às relações públicas e à política (onde a sobreposição entre pesquisas de mercado e pesquisas de opinião pública é especialmente significativa), que, além de uma vigorosa política de defesa ao consumidor, existem poucas medidas intermediárias; todo um sistema social e econômico é rápido e radicalmente desafiado se algo mais do que medidas defensivas locais forem propostas. A única área onde uma mudança de curto prazo é viável é na política tributária; provavelmente não via criação imposto geral, pois este seria simplesmente absorvido e repassado nos preços, mas criando impostos em níveis específicos e variados relacionados à gestão econômica da demanda. Grande parte da publicidade mais implacável está em campos onde a necessidade e a demanda são marginais, ou onde há uma contradição real entre as prioridades do investimento produtivo e esse investimento mais imediatamente lucrativo. Nos anos de suposto boom, isso foi tolerado com mais facilidade do que provavelmente será nos próximos anos de relativa escassez. Se deixarmos a publicidade agir por conta própria, ela pressionará com mais força as áreas em que uma política nacional indicar prioridades bem diferentes em relação a produção e investimento. Será um teste da seriedade de qualquer política de produção nacional, se a intervenção necessária contra esta força social irresponsável (parte dela agora, significativamente, controlada por interesses totalmente alheios a sociedade) é feita com firmeza, por tributação seletiva e outras medidas comparáveis

Transmissão e televisão

O Relatório Pilkington, publicado em 1962, marcou um grande avanço na discussão pública e na conscientização sobre os problemas da radiodifusão e da política de televisão. O Relatório foi fortemente criticado pela maior parte da Imprensa, e havia um evidente nervosismo político em relação a algumas de suas principais recomendações. No entanto, continua sendo o ponto de referência clássico para todas as reformas neste campo. Em

particular, a sua proposta de separação entre a oferta de programas e a publicidade, tornando o I.T.A. [Independent Television Authority] o contratante de publicidade no lugar as empresas que fornecem conteúdo, é um primeiro passo sensato.

Suas definições de uma política pública responsável ainda são os melhores critérios que temos para julgar o desempenho das duas autoridades. Nos anos seguintes a sua publicação, aconteceram dois importantes desenvolvimentos. Em primeiro lugar, é claro que a existência da televisão comercial afetou radicalmente a atitude da B.B.C. em relação aos seus próprios serviços. Como facilmente poderíamos ter previsto, a existência da ênfase comercial, em posição tão central, atinge todo o campo televisivo. A B.B.C, se for para ser responsável, não pode retirar-se para uma posição minoritária, como uma maioria significativa dos canais comerciais gostaria, nem se envolver, como está fazendo cada vez mais, em uma competição por públicos nos termos estabelecidos pelos canais comerciais. No entanto, estará fadada a seguir algum desses caminhos, enquanto um importante serviço de televisão projetado com base no lucro e não no uso continuar existindo. Há certos sinais de que o I.B.A [Independent Broadcasting Authority] está praticando uma supervisão mais responsável em termos de sua função original e de certas mudanças de ênfase nas próprias empresas do programa que certamente serão bem-vindos, e podem, de fato, ser percebidos no contexto do Relatório Pilkington e no aumento do interesse público no processo de renovação de contratos. Mas agora, mais do que nunca, é certo que teremos de nos livrar da estrutura de televisão comercial e, em particular, desse modelo que possui estreitas conexões de propriedade com a imprensa comercial, onde já existe uma concentração de propriedade. O caminho a seguir é a criação de canais genuinamente independentes, cujas instalações de produção e transmissão de conteúdo serão alugadas por uma autoridade pública independente. Talvez, seja um bom sinal que a B.B.C tenha obtido um segundo canal, mas a concentração de controle continua sendo inquietante. Se o hipotético quarto canal passar de fato a existir em um equilíbrio espúrio com os interesses comerciais já estabelecido, ou com qualquer agrupamento semelhante, uma geração inteira terá perdido qualquer chance de fazer um sistema genuinamente público. O mesmo pode ser dito sobre a pressão para deixar radiodifusão local ser controlada por grupos comerciais, provavelmente associados a jornais também. Mas a alternativa a isso não é uma extensão ilimitada da B.B.C. À medida que cada novo serviço chega à disponibilidade técnica, novas formas de organização devem ser criadas. Poderíamos ter, dentro da nossa organização atual, duas ou três empresas públicas independentes, de preferência dispersas regionalmente. Dessa maneira, seria possível começar a desmontar a atual estrutura comercial da I.T.V.

[Independent Television] e o processo de centralização da B.B.C, substituindo-a por um grande número de empresas públicas detentoras das instalações de produção e transmissão (com os arranjos mínimos para viabilizar a coordenação técnica), e por uma gama mais ampla de empresas de programa que seriam responsáveis pela política de produção. Propostas desse tipo geral foram apresentadas ao atual Comitê de Radiodifusão Annan [Annan Committee on Broadcasting].

O segundo fato a ser observado, nos anos seguintes a publicação do Relatório Pilkington, é o crescimento de vários grupos que pressionam para que se mude a política e o conteúdo. Todo este campo de representação dos interesses dos ouvintes e telespectadores é extremamente difícil. Há alguns anos, foi proposto pelo Conselho para o Bem-Estar das Crianças [Council for Children's Welfare] em seu relatório sobre Family Viewing que deveria haver um Conselho de “espectadores ... totalmente independente das autoridades e empresas de televisão ... um órgão estatutário, não diferente do comitê proposto por Sir William Beveridge em seu Relatório sobre a Radiodifusão [Report on Broadcasting] em 1949”. Também foi proposto pela Sociedade de Transmissão de Rádio [Sound Broadcasting Society] que o Conselho deveria ser ampliado para se tornar um Conselho de Ouvintes e Espectadores [Listeners' and Viewers' Council] e que fosse associado ao já atuante Comitê de Controle do Rádio e da Televisão [Radio and Television Safeguards Committee] - “uma federação de todas as dezesseis organizações sindicais e profissionais que operam no domínio da rádio e da televisão; cobre a todos - atores, técnicos ... e assim por diante”.

Essas propostas são úteis, mas tudo dependerá do status de tal órgão. Já existem vários órgãos consultivos, mas eles raramente são consultados sobre questões relevantes. A questão é se é melhor ter um órgão totalmente independente (com obrigação estatutária de reportar), ou trabalhar para um Conselho de Radiodifusão e Televisão, semelhante aos propostos para a Imprensa e para a publicidade, no qual autoridades e, também, pessoas independentes estariam representadas. Parece haver claramente vantagens neste último caso, desde que haja relatórios públicos regulares. Foi inquietante ver a rejeição brusca, por parte da B.B.C. e da I.T.A., das recomendações do Comitê O'Connor sobre Crianças e Programas de Televisão, mesmo que autoridades vindas desses dois canais fossem integrantes do comitê. Uma organização de monitoramento separada seria útil, mas um Conselho que levasse todas as questões para o debate e divulgação públicas provavelmente estaria mais de acordo com o que verdadeiramente significa responsabilidade pública. Parece ser uma falha fundamental de nossa sociedade que sejamos continuamente direcionados para um padrão em que, de um lado, estão "as

autoridades" e, de outro, estão as instituições de oposição e crítica. Aprendemos que cada lado tem que desempenhar seu papel. Na realidade, isso geralmente funciona como convite aos críticos para falarem o que pensam, mas então, muitas vezes, eles são simplesmente ignorados, porque 'as autoridades', afinal, têm a palavra final. Acho que só teremos instituições responsáveis quando as políticas tiverem de ser justificadas em discussões abertas, iguais e regulares que possam levar a mudanças de fato. Um Conselho de Radiodifusão e Televisão pode conseguir isso. Um conselho de ouvintes e espectadores, embora sem dúvida útil, seria importante principalmente como um passo em direção a uma divisão mais ampla de responsabilidades.

A nossa dificuldade contínua em encontrar qualquer solução aberta e pública para este problema é, obviamente, uma das principais razões para o desenvolvimento de grupos independentes que, conforme já mencionamos, tentam pressionar por mudanças. Não gosto das opiniões de um ou dois desses grupos, mas insisto que são arranjos necessários para crítica e discussão públicas. Certamente, todos nós podemos questionar quem compõe esses grupos, se eles representam realmente "o povo decente da Grã-Bretanha" ou algo do tipo. Mas só podemos fazer essa pergunta com boa fé se estivermos preparados para oferecer recursos genuínos para os comentários e perguntas do público. Teremos que ver como vão as coisas, na atual competição entre grupos, mas é provável, a meu ver, que tenhamos que voltar à ideia de um Conselho de Radiodifusão e Televisão, semelhante em escopo e método ao reformado Conselho de Imprensa, se quisermos alcançar qualquer equilíbrio público entre liberdade e responsabilidade, e prevenir qualquer desenvolvimento posterior de censura por autoridade ou demagogia.

Em geral

Qualquer órgão público pode se tornar disfuncional ou até mesmo corrupto, e a responsabilidade pública nunca para na criação de organizações, por mais sensatas que sejam essas organizações. É absolutamente necessário fomentar a discussão pública aberta e crítica fora das organizações. De muitas maneiras, as condições para isso existem, mas existem algumas incertezas importantes. Dizemos que temos liberdade para comentar, dentro da lei, mas na prática nem sempre sentimos que isto é possível. Por exemplo, parece que quase tudo pode ser dito sobre um livro, uma peça ou um político, mas é perigoso dizer o mesmo sobre um sabão, um fogão ou uma caneta-tinteiro. Às vezes os editores dizem que a liberdade para criticar livros e peças de teatro depende, legalmente, de convites oficiais, do envio de cópias dos livros

ou dos ingressos de uma peça para os críticos. Se lei realmente diz isso, não estou em posição de argumentar; mas já ouvi isso ser contestado com propriedade. Mas o efeito na prática parece ser esse, e não acho que alguém poderia dizer que as organizações comerciais têm que enfrentar uma crítica pública aos seus produtos do mesmo que autores e editores, produtores e atores, compositores e intérpretes, pintores, atletas, políticos e acadêmicos. O excelente trabalho dos órgãos de pesquisa de opinião de consumidores, em publicações como *Which?*, que costumava ser restrita aos membros de uma determinada associação, agora é frequentemente noticiado na imprensa e na radiodifusão, mas a lei neste campo ainda cria muitas dificuldades e incertezas, e muitas pessoas aprenderam a ter uma prudência prática na hora de fazer comentários desse tipo. É claro que todos devemos estar legalmente protegidos da difamação, mas o interesse público parece estar muito desigualmente definido. Por que a crítica a produtos e serviços divulgada em nossos jornais, emissoras e televisão não deve ser tão comum quanto a crítica de livros e peças de teatro? Escrevi em 1961: “televisionar *Which?* seria um serviço inestimável e poderia ser a resposta da B.B.C. aos comerciais da I.T.V.”. Isso agora está, em parte, sendo feito, em diversos tipos de programas e tem sido popular e efetivo. Alguns fabricantes argumentam que não devem ser expostos a relatórios públicos e críticas que podem muito bem, em alguns casos, revelar-se erradas. O que eles precisam mostrar, entretanto, é porque deveriam ser um caso especial. Desde que haja sempre o direito de resposta, a crítica pública aberta é fundamental para uma boa sociedade, e certamente é hora de começar a aplicá-la em toda a extensão, eliminando as áreas protegidas. Seria muito útil se a lei nessas questões pudesse ser revista e esclarecida publicamente, para que todos nós realmente saibamos onde estamos. Quaisquer mudanças necessárias também podem ser esclarecidas e trabalhadas.

MUDANDO AS INSTITUIÇÕES

Sem dúvida, muitas coisas boas podem ser feitas estendendo nossa educação em comunicações e alterando ou desenvolvendo as instituições existentes. Este é um trabalho que precisamos fazer com urgência. No entanto, está claro para mim que, além desse alcance imediato, outras medidas são necessárias. A grande maioria daqueles que chamei de colaboradores é empregada por grupos que não têm nenhuma responsabilidade real, seja para com a sociedade ou para com os propósitos culturais a que devem servir. A principal característica desses grupos é que fornecem o capital com o qual o serviço pode ser operado. Deste modo, a sociedade só tem acesso ao que esses grupos decidem oferecer e os produtores reais são incentivados a competir para fornecê-lo. Isso me parece intolerável, em uma sociedade que deseja se descrever como livre. No entanto, estamos profundamente confusos quando

decidimos pensar em alternativas possíveis: em parte pela propaganda dos grupos existentes, que insistem persistentemente que liberdade para eles equivale a liberdade para todos; e em parte pelas dificuldades genuínas de qualquer sistema cultural público. Fomos limitados a acreditar que as únicas opções possíveis são entre o especulador e o burocrata, e a nos perguntar quem é o diabo mais perverso. A verdadeira barreira, talvez, é que os vemos como as únicas alternativas.

Os perigos do controle do estatal são reais, especialmente nas comunicações centralizadas modernas. Além disso, nossa cultura comercial surgiu lutando contra o controle de um tipo anterior de Estado e temos memórias ativas dos perigos que este oferece. Contra isso, muitos socialistas apontam que agora temos controle de outro tipo, e que está se tornando cada vez mais centralizado. Isso é verdade, mas, até que possamos oferecer uma alternativa convincente que esteja livre desses perigos, não há razão para mudar.

Eu acredito podemos formular princípios para tal alternativa e podemos ensinar sua prática. É isto. Nos casos em que os meios de comunicação possam ser propriedade individual, é dever da sociedade assegurar essa propriedade e zelar pela adequação dos meios de distribuição, em condições compatíveis com a liberdade que desejamos. Onde os meios de comunicação não podem ser de propriedade individual, devido ao seu custo ou tamanho, é dever da sociedade assegurar que os contribuintes culturais tenham acesso a ele, e, para todos os fins práticos, controlarão seu uso.

Para a maior parte do trabalho artístico a propriedade individual é viável. Acho que devemos fazer mais esforço para fornecer instalações para esses artistas onde for preciso. As autoridades locais poderiam construir estúdios para alugar aos pintores e oferecer bolsas a jovens escritores e músicos para continuarem com seu trabalho, assim como bolsas de estudo agora são oferecidas na educação formal. Uma grande quantidade de trabalho poderia ser oferecida a artistas, tanto nas salas de aula como em exposições de artes contemporâneas, por autoridades educacionais locais, conforme descrito acima - particularmente, é claro, divulgando o trabalho desses artistas (isso inclui, é claro, leituras e performances, bem como exposições de artes visuais). Os artistas geralmente ensinam melhor quando estão simplesmente mostrando seu trabalho do que quando tentam falar sobre ele. Poderíamos ampliar algumas práticas que já existem, como, por exemplo, conceder filiação a uma instituição educacional para artistas, simplesmente para mantê-los nessas instituições. Na distribuição, poderia haver muito mais exposições e performances locais com apoio público. Se algum artista não quisesse usar essas instalações, ele teria a mesma liberdade de agora. Mas não devemos supor de antemão que todos

os artistas preferem ser deixados em paz, especialmente quando isso equivale a ser deixado sozinho para lutar no mercado tendo que ouvir constante de que estariam em uma condição melhor se tivessem se dedicando a um trabalho “real” ou “socialmente útil”. Estou certo de que mesmo a mais generosa oferta de instalações deste tipo teria uma resposta ainda mais generosa de artistas felizes em mostrar seu trabalho e felizes em pensar que há pessoas potencialmente interessadas nele. Se forem necessários fundos para essas instalações, para além do dinheiro vindo de impostos públicos comuns, valeria a pena examinar toda a questão do dinheiro agora ganho com os artistas do passado. Estender os ganhos por direitos autorais em dez anos, por exemplo, para que se pudesse criar um novo fundo de financiamento, a ser administrado por organizações profissionais de autores e músicos, para ajudar jovens escritores e compositores, é uma proposta razoável. Na venda de pinturas, onde grandes somas de dinheiro circulam, hoje em dia, por especuladores e negociantes, uma contribuição percentual obrigatória deveria ir para um fundo de financiamento semelhante. Tais medidas teriam a vantagem de nos lembrar da situação real: que enquanto em qualquer geração os artistas podem precisar de ajuda, e se a conseguirem podem encontrá-la descrita como subsídio ou caridade, de fato, na história de um povo, artistas criam riquezas não apenas espirituais, mas materiais. Quando esse dinheiro não pode mais ir para os artistas e seus familiares imediatos, certamente não há melhor maneira de usá-lo do que ajudar seus sucessores. É muito importante colocar a questão desta forma. Todo mundo parece perguntar “quem vai pagar pelas artes?”, mas o que precisa ser dito – contra o clientelismo e filistinismo comuns - é que as artes pagam por si mesmas, e fazem muito mais do que isso. Os únicos problemas reais são administrativos: como arranjar o que é, na verdade, o crédito necessário e como garantir que os valores representados pela arte consagrada sejam colocados à disposição da própria arte, e não do lucro privado ou da exibição estatal.

A proposta de extensão dos direitos autorais consta agora no White Paper, "A Policy for the Arts" de 1965. Eu espero fortemente este seja seguido até o fim. A única objeção que ouvi é que não é prática do Tesouro destinar receita para uma finalidade específica; isso é certamente trivial e poderia ser facilmente resolvido por um dos muitos dispositivos administrativos ou pela criação de uma pasta independente para receber a nova receita de direitos autorais. Em carta aberta, “A Policy for the Writer”, a Society of Young Publishers apoiou a ideia e propôs que o período de extensão fosse de vinte e cinco anos e não só de dez. E foram ainda mais longe e propuseram que, após os atuais cinquenta anos, os direitos autorais permanentes sejam investidos no Estado, para fornecer dinheiro para ajudar outros autores. Este é um avanço bem-vindo, e pode ser colocado ao lado de outra proposta do grupo para que investiguemos a ideia

de uma editora estatal, nos moldes de uma empresa pública independente, com políticas próprias de reedição de clássicos e de novos trabalhos não comerciais. Essas duas ideias - de extensão de direitos autorais e uma Editora Nacional - podem eventualmente ser combinadas, mas por hora podemos pensar nos méritos de cada uma delas.

A certa altura, chegamos às imensas organizações culturais que são, ao mesmo tempo, as mais difíceis e a mais necessárias de reformar. Na televisão, nos cinemas, nos teatros e na imprensa, encontramos uma escala de investimento que inviabiliza a propriedade individual, e um grau de lucro tão grande que torna qualquer tentativa de fazer valer o interesse público uma luta desde o início. Não vejo alternativa, nesses campos, a não ser a propriedade pública. Os milhões de libras envolvidos não poderiam vir de outra fonte. No entanto, essa mudança não teria sentido se, para os colaboradores, fosse apenas a substituição de uma forma de controle externo por outra. Temos que tentar combinar, em um equilíbrio adequado, a provisão razoável de dinheiro público e a liberdade direta dos colaboradores.

Felizmente, temos um precedente, descrito por Sir Eric Ashby como

uma invenção social britânica muito engenhosa para ... supervisionar os gastos públicos com ciência e bolsa de estudos; a invenção de nomear supervisores que vindos diretamente das fileiras dos supervisionados: cientistas para administrar bolsas para pesquisas científicas, médicos para administrar bolsas para pesquisas médicas e homens acadêmicos para administrar bolsas para universidades. Presume-se, e a suposição tem sido amplamente justificada, que supervisores desse calibre podem determinar, melhor do que políticos ou administradores, os critérios para oferecer bolsas.

É verdade que ciência e bolsa de estudos são diferentes das comunicações gerais. Mas sua importância não é maior para uma comunidade democrática civilizada. A única alternativa ao controle exercido por alguns homens irresponsáveis que tratam nossos meios culturais como simples mercadorias, é um sistema público. Sempre haverá tensão, em qualquer sistema desse tipo, mas o precedente das universidades, que não poderiam sobreviver sem dinheiro público, mas mantiveram sua liberdade acadêmica ao aceitá-lo, é importante. Teoricamente, o Estado agora poderia controlar as universidades, sob a ameaça de retenção de recursos. Na prática, esse controle não é possível, embora possa haver tensão e discussão, o que, verdade seria útil. A liberdade acadêmica é tão vulnerável quanto a liberdade geral de contribuição cultural, mas não foi morta ou enfraquecida pelo sistema público que temos. Um elemento importante nisso, sem dúvida, é que a autonomia universitária é necessária para os acadêmicos e professores organizados e são eles que podem defender este princípio de forma coletiva.

Qualquer propriedade pública dos meios de comunicação deve incluir, como parte

integrante de seu sistema, a criação de empresas profissionais independentes. Os contornos disso existem, e muitos de nossos melhores trabalhos já vêm de empresas que podem seguir políticas independentes de longo prazo, criando estilos e tradições próprias. Jornalistas individuais, atores, diretores de cinema e produtores geralmente têm que se submeter à contratação por interesses financeiros, estes sim tendo controle real. De acordo com o novo sistema proposto, os meios de comunicação seriam propriedade pública, mas seriam usados por empresas independentes que incluiriam representantes das profissões em questão. O uso da mídia seria então alocado por contrato de longo prazo para empresas profissionais independentes, que teriam controle total sobre o conteúdo e a política de publicação.

Na dramaturgia, por exemplo, alguns teatros poderiam ser de propriedade nacional, outros de prefeituras. Em qualquer caso, um teatro específico (ou, para atender às necessidades reais de produção, um grupo de dois ou três teatros) seria alugado a uma companhia de atores, produtores e dramaturgos. O principal dever da autoridade pública em questão seria assegurar que a empresa estava adequadamente organizada para o trabalho geral que se propunha a fazer, e ver se a gama de empresas era representativa de todas as tendências e escolas. Entretanto, vale a pena registrar, nos últimos anos, uma mudança marcante de ânimo em relação a esse tipo de serviço público por parte de algumas autoridades locais. As melhores autoridades, que planejam e constroem teatros e centros de artes, já são um modelo para uma geração à frente e receberam incentivo real das propostas em “A Policy for the Arts”

No cinema, as instalações de produção de filmes também poderiam ser disponibilizadas para empresas de cineastas profissionais. Os circuitos de cinema poderiam ser públicos, e existirem duas ou três redes de cinema, de modo que a concessão de instalações de produção garantiria a distribuição em pelo menos uma dessas redes públicas. A atual concentração de distribuidoras foi encaminhada à Monopolies Commission, e seu julgamento está sendo aguardado. Mas poderíamos começar de imediato a fazer circuito público, vinculado a reconversão de algumas instalações de produção em empresas públicas independentes. Do jeito que as coisas estão agora, os cineastas estão nas mãos de quem detém o poder financeiro, de quem decide se um filme vale a pena ser feito. Como disse o Sr. Karel Reisz, alguns dos nossos melhores diretores e jovens cineastas têm de escolher temas "aceitáveis para o sistema", e não podem "trabalhar com o que julgam ser os melhores os temas sobre os desejam tratar, mas têm de escolher os melhores temas dentre os temas viáveis". Em um sistema público sensato, essas decisões estariam nas mãos dos próprios cineastas, tanto por meio da confiança pública representativa quanto pela concessão de contratos de instalações, não com base em um filme,

mas para uma empresa profissional com o objetivo de desenvolver seu trabalho durante vários anos

Na televisão, pode haver um sistema semelhante. Os meios de produção e transmissão podem ser de propriedade pública, mas serem oferecidos a várias empresas independentes, incluindo representantes dos verdadeiros fornecedores de programas. As instalações poderiam ser alugadas, por um certo período, por empresas profissionais ou grupos empresariais, que decidiriam seu próprio trabalho. Poderia haver uma aproximação, aqui, entre as companhias de televisão profissionais e as companhias de cinema e teatro; também com orquestras e bandas, e com as associações existentes de colaboradores individuais.

A B.B.C. tem uma definição excelente de “radiodifusão pública”, mas exemplifica os perigos de uma organização muito grande, na qual os produtores podem ficar sujeitos aos administradores. O desenvolvimento da radiodifusão regional e local pode se tornar a forma de transferir o controle dessa radiodifusão pública para as próprias produtoras que já possuem uma base regional de empresas independentes. Aqui, como em todas as propostas, é imprescindível romper o padrão do produtor ser controlado pelo administrador. Não há razão para que todas essas empresas não sejam administradas por meios democráticos comuns, com todos os membros tenham voz igual na discussão da política da empresa e que os administradores sigam a política eleita, como todos os outros membros

Levaremos muito tempo para conseguir resolver o problema da enorme concentração de poder na imprensa. O primeiro passo deve ser libertar os jornais locais do controle dos impérios financeiros. Uma cooperativa de jornais locais, na qual editores e jornalistas ativos teriam a maioria, poderia ser financiada publicamente para recuperar autonomia. Cooperativas locais poderiam ser organizadas, para garantir a independência dos editores, com direito de apelar à órgãos nacionais. Um Conselho de Imprensa, majoritariamente composto por jornalistas, poderia então examinar os campos mais complexos dos jornais e revistas nacionais. O objetivo deve ser, como em qualquer outro lugar, disponibilizar as instalações de produção, usando recursos públicos quando necessário, para que empresas de jornalistas ativos possam alugar e decidir suas próprias políticas. Os grupos financeiros sem função que agora controlam a maioria de nossos jornais poderiam ser constantemente eliminados e a imprensa devolvida às únicas pessoas capazes de garantir sua liberdade: os próprios jornalistas ativos. Enquanto isso, as companhias de jornal deveriam virar empresas públicas separadas. Está é uma matéria-prima que não deve ser usada somente por a proprietários e grupos de jornais privados, mas deve estar disponível, a um preço justo e acessível, para todos que desejam usá-la.

No caso da publicidade, podemos tomar medidas específicas de segurança pública, seguindo os parâmetros já utilizados para produtos farmacêuticos, também podemos argumentar em favor da redução do montante das despesas com publicidade que é paga atualmente através de impostos. Mas uma resposta mais positiva é necessária. Precisamos de informações e conselhos sobre a ampla gama de produtos disponíveis, mas a publicidade é uma forma muito primitiva de fornecer esse tipo de dado. Uma grande quantidade de informações sobre nossas necessidades e preferências está agora sob controle dos escritórios publicitários, que as usam apenas como lhes convém, para ajudá-los a vender um determinado produto. É importante que essas informações sejam divulgadas, se necessário por meio de novas pesquisas independentes, e usadas, para o interesse público geral, como um guia para políticas sociais e econômicas. A forma correta de fornecer informações e conselhos é a usada pelos órgãos de informação ao consumidor. Estes deveriam ser liberados das atuais restrições legais e encorajados, como órgãos independentes auxiliados por subsídios públicos, a estender seu trabalho para além da distribuição de relatórios impressos que inevitavelmente atingem apenas uma minoria. Seria possível estabelecer centros reais, nas principais zonas comerciais, que disponibilizassem os resultados das pesquisas feitas por esses órgãos, que fornecesse aconselhamento gratuito, e que realizasse mostras itinerantes e mostras comparativas de qualidade e design de produtos diferentes. Muitas das melhores habilidades agora usadas para fazer propaganda e vendas poderiam ser usadas inequivocamente para o bem público, em tal serviço. A ideia de tais centros, sugerida pela primeira vez há cerca de quinze anos, tem sido posta em prática numa escala pequena, mas crescente. Eles vêm sendo usados como recurso para resolver problemas de comparação e monitoramento de preços, e isso é muito significativo. Mas essa não é a única e nem principal vantagem de tais centros, os quais deveriam ser, em primeiro lugar, fontes públicas de informação a respeito de produtos ou serviços, estando deliberadamente acima de outros interesses.

A comunicação de informações reais e o desafio contínuo de fazer julgamentos de qualidade numa combinação adequada de liberdade e responsabilidade podem fazer uma diferença radical em toda a nossa vida econômica. A oposição entre abundância e qualidade é uma falsa oposição. Um problema central da nossa sociedade é unir essas duas coisas para o interesse comum. Os truques e falsos apelos que deram má fama à abundância devem ser contestados pelo interesse real, bom design e pelo senso de proporção em relação às mercadorias. Muito do futuro de nossa sociedade depende do crescimento de valores reais neste campo dinâmico. Este crescimento ocorrerá apenas se todos nós pudermos participar dele no

curso de uma vida comum.

CONCLUSÃO

Muitas das medidas propostas são radicais. Todas precisam ser mais bem definidas. Mas já resolvemos o impasse, a nível teórico, que está claramente prejudicando nossa sociedade. Podemos conceber uma organização cultural na qual podemos ter liberdade e variedade, protegidas tanto do burocrata quanto do especulador. O trabalho real deve ficar nas mãos de quem já o faria independentemente da circunstância, cabendo à sociedade como um todo a responsabilidade de manter esta liberdade, visto que a liberdade da contribuição individual é, de fato, um interesse geral. Ao mesmo tempo, podemos evitar a cenário social em que se pressupõe que as artes e a aprendizagem são interesses minoritários e que o uso normal das comunicações gerais só visa obter poder ou lucro a partir combinação entre as necessidades das pessoas e sua inexperiência. Poderíamos, desse modo, usar nossos meios de comunicação para seus propósitos humanos mais gerais.

Essa é uma forma de desenvolvimento, mas é claro que haverá oposição. A presença constante da publicidade, observada repetidamente em nosso estudo de instituições e métodos, não é acidental ou marginal. É o reflexo de uma sociedade na qual os interesses comerciais reivindicam prioridade em todas as áreas da vida, e tivemos essa ênfase e seus resultados práticos tempo suficiente para persuadir muitos de nós de que está uma ordem natural. A única outra versão eficaz de comunicação é uma associação direta com a conquista ou manutenção do poder político. Contra essas versões, com suas grandes instituições absorvendo a maioria dos talentos em todas as gerações, não podemos esperar nenhuma luta fácil. O fato de que a mudança será difícil em qualquer caso, de que encontraremos muitos tipos de dificuldades e complicações genuínas, será usado incansavelmente para nos desencorajar. Sempre haverá

vozes, de vários tipos, nos aconselhando a desistir. Mas nos piores momentos, agora e no futuro, acho que só temos que olhar para a situação existente, com clareza e honestidade, para recuperar nossas energias. Os sistemas têm lucrado até agora com cada um de nós que se sente aterrorizado pelos outros e pela falta de qualquer alternativa genuína e atraente. Acredito que sob pressão a alternativa está surgindo agora, em muitas mentes, e com ela um novo tipo de determinação. Qualquer mudança útil exigirá uma disciplina genuína, um verdadeiro sentimento de responsabilidade e a participação do maior número possível de pessoas. Acho que há uma boa chance de isso acontecer, mas é apenas uma chance e vai precisar de todas as nossas forças. Pelo menos, agora, o desafio é claro

Retrospectiva e Expectativa, 1975

Esse livro foi concebido em 1960, no que parece ser, em retrospectiva, uma Grã-Bretanha muito diferente. Ainda assim a primeira coisa me chamou atenção, enquanto trabalhava nele novamente, foi a continuidade essencial da crise nas comunicações. É sem nenhum tipo satisfação que percebo que minhas análises e previsões a respeito das condições de imprensa, das tendências da radiodifusão e das editoras e do crescimento de um poderoso sistema de propaganda e relações públicas, que dominam o processo geral de comunicação, se confirmaram. Desde a primeira análise, mais sete jornais nacionais fecharam as portas, e enquanto escrevo, o futuro de tantos outros corre sério perigo. Interesses comerciais, tendo aberto caminho até a televisão, conquistaram uma posição – felizmente, ainda precária – também no rádio e continuam pressionando para explorar novos desenvolvimentos como a TV a cabo. As editoras avançaram cada vez mais em direção ao sistema de conglomerados e as condições de trabalho dos autores está drasticamente mais precária. Essas e outras tendências similares do período como um todo vêm sendo criticamente expostas pela atual crise econômica, mas não foram causadas por ela. Pelo contrário, o sistema identificado primeiramente em 1960 é genuinamente estrutural. A recessão geral pode torná-lo mais evidente, mas a crise não é externa ao sistema; é parte dele.

Hoje, mais do que nunca, é preciso deixar isso claro, pois a pessoas que desenvolveram e produziram esse sistema, e até hoje o controlam, são ágeis, pela própria natureza do negócio, quando se trata de achar explicações de curto-prazo para os problemas que elas próprias criaram para si e para os outros. A um nível local, e isso deve ser tomado como um elogio, elas são realmente mestres em deslocar o problema. Olhando para trás, vemos com clareza que do final

dos anos 50 ao início dos anos 70 na Grã-Bretanha foi uma época em nos afastamos de todos os problemas estruturais da sociedade. Mas isso não foi, como às vezes é interpretado, o resultado de desatenção geral. O afastamento era sistemático e as instituições de comunicação tiveram uma participação ativa nisso. De 1958 até a crise econômica em meados do inverno de 1973-74, uma fase social e cultural articulada, se não liderada, pela mídia, desviou a atenção de todos os problemas sociais e estruturais de longo prazo e ofereceu uma vigorosa série de explicações e justificativas de curto-prazo. A celebração de uma sociedade “abundante”, consumista e feliz nos parece, hoje em dia, em meio a uma época de profunda crise econômica e um milhão e meio de desempregados, bastante doentia. Mas sempre foi doentio, se olharmos para além dos efeitos de sua artificialidade chamativa. Em 1960, quando descrevi a publicidade comercial como “sistema mágico” - o desvio organizado da necessidade e da razão, pela propagação organizada de imagens falsas de necessidade e satisfação - eu tinha captado apenas o início do problema. O que eu já temia, mas não esperava, era que este sistema, passando de uma zona de risco para outra, por entre os destroços dos sonhos desfeitos, permaneceria intacto, e que, quando nos déssemos conta, ele estaria oferecendo, com algumas mudanças de estilo, uma solução para suas próprias crises afirmando com segurança que foram causadas por outras pessoas. Quando escrevi este livro, ansiava por um governo trabalhista e esperava que ele fosse fazer pelo menos algumas reformas intermediárias. Em 1966, com o partido trabalhista no poder, acolhi algumas de suas propostas e pude sustentar razoavelmente essa perspectiva construtiva. Não é só que a maioria das propostas sérias foram deixadas de lado, embora, seja verdade que foram retomadas e desenvolvidas momentaneamente durante o período de oposição no início dos anos setenta, apenas para serem postas de lado novamente quando o partido retornou ao poder. Se tornou evidente que, em meio a profundidade da crise que vivemos, o governo trabalhista está apostando na indústria publicitária e na relações públicas como uma forma de contornar a crise de escassez de energia e a inflação. Então as reformas intermediárias não apenas falharam em seus melhores propósitos, mas a nível de governo mostraram-se, inequivocamente, como uma parte ativa do próprio sistema ao qual pareciam se opor. Nesse sentido, esse livro registra o movimento que vai de um período de preocupação, mas também de esperança, para um tempo em que o sentimento que impera poderia ser facilmente interpretado como desespero.

Mas a análise original foi uma análise de contradições e, nesse sentido, também me parece válida. Ao revisitar o livro, me confrontei novamente com a deterioração para a qual apontava e sobre a qual alertava, mas descobri também outros tipos de movimento que nos

impulsionam para outras direções. De fato, houve duas ou três reformas marginais. A reconstituição do Conselho de Imprensa, que defendi em 1961, está sendo feita. A censura do Lord Chamberlain ao teatro, que eu ataquei, foi abolida, embora toda a questão da censura tenha se tornado muito mais complicada. Já existem os centros de aconselhamento comercial, como uma alternativa à publicidade e, na mesma área, os programas críticos de radiodifusão - ambos propostos na primeira edição. A proposta de estender os direitos autorais e usá-los como fonte de recursos para auxiliar os escritores contemporâneos, está novamente sendo analisada com seriedade. Em qualquer visão geral, esses são ganhos pequenos se forem comparados às enormes perdas que tivemos, mas, ainda assim, devem ser levados em consideração. Mais crucialmente, tem havido um desenvolvimento significativo dos estudos de comunicação na educação, nas escolas, na educação continuada e de adultos, nos politécnicos e até mesmo em algumas universidades. Em comparação com a situação de 1960 este é um desenvolvimento extraordinariamente encorajador. O trabalho crítico, anteriormente proposto por Wells e Russell e Huxley, e notavelmente desenvolvido pelo grupo da Scrutiny, se somou à análise das instituições iniciada pela New Left e foi desenvolvida por novos trabalhos sobre cultura popular por meio de uma operação coletiva. Ao mesmo tempo, houve avanços importantes nas comunicações profissionais e nos Estudos Culturais, na Grã-Bretanha e em muitos outros países, e houve avanços teóricos e práticos significativos. É irônico que este trabalho tenha se desenvolvido ao mesmo tempo em que a situação geral se deteriorava tão acentuadamente, mas é uma ironia instrutiva: a lembrança de um dos movimentos necessários da história. Certamente, tomado como um todo, é uma base útil para estender o trabalho que terá de ser feito nos próximos anos difíceis.

Podemos encontrar outros movimentos significativos neste período. Os anos 60 agora podem ser vistos como a década da cultura pop, e qualquer análise desse fenômeno é especialmente desafiadora. Parece-me claro que houve uma mudança importante, e talvez irreversível, no que entendemos como público cultural. Este é um estágio adicional e notável do que descrevi no capítulo sobre a história das comunicações: uma expansão de públicos que tem alguns dos efeitos de uma revolução cultural, mas que, ao mesmo tempo, foi acompanhada por uma limitação das formas de propriedade e controle cujo efeito pode não atravancá-la totalmente mas, certa e evidentemente, pode desviá-la e diluí-la. Muito mais pessoas agora interpretam o problema como parte da construção de uma cultura democrática, com amplo acesso e participação variada. O tipo mais antigo de defesa da “alta” cultura, com sua ênfase na educação das minorias e nos privilégios sociais necessários para sustentá-la, não desapareceu,

mas agora é claramente residual. A verdadeira dificuldade é que os piores trabalhos dos anos 60, e principalmente a inserção de tantos novos trabalhos populares às rotinas comerciais de “massa”, dão bastante munição aos defensores dessa antiga posição, que avisavam que isso aconteceria. Existem agora tendências perigosas que propõe uma restrição consciente da educação, partilhadas pelos partidos políticos e racionalizadas usando como referência a crise econômica, ameaçando retornar à situação social em que a posição de “cultura minoritária” era plausível. O dano real, sem dúvida, será feito por trás de uma tela com referência aos elementos destrutivos e entorpecentes da expansão cultural. Mas temos que perceber, primeiro, que o impulso de restringir a educação não se baseia apenas na simples restrição quantitativa da expansão. Também é consciente e evidentemente baseado no desejo de reduzir o processo educacional - notadamente as artes e os estudos sociais - nos quais, embora de maneiras diferentes, os defensores de uma cultura minoritária e de uma cultura democrática confiam. Assim, a campanha que está disposta a usar, de forma negativa, os avisos e os julgamentos dos defensores da cultura minoritária, será vista - e já pode ser vista - como conscientemente limitadora e ativamente destrutiva aos elementos básicos de uma educação humana devido ao seu interesse em um modelo imperativo de uma burocracia qualificada e uma força de trabalho graduada e especializada. No final, apenas as posições verdadeiramente democráticas podem se opor a isso, e é de se esperar que isso se torne mais claro ano a ano. Enquanto isso, os ganhos reais da expansão - a expansão do acesso, a nova articulação da demanda, as novas qualidades ativas de resiliência e oposição - dificilmente se perderão, por maiores que sejam as dificuldades, embora ainda estejam evidentemente em busca de formações sociais e políticas novas e eficazes.

O sistema comercial, durante os anos 60, avançou, muito rapidamente, sobre todos os movimentos e tendências lucrativas da cultura popular. Conseguiu incorporar grandes áreas de interesses e atividades que eram entendidas como atividades de uma nova geração, mas também como uma nova fase cultural de uma classe. O desenvolvimento mais útil dos estudos da comunicação foi o surgimento de pessoas que pertencem a esta fase, que se preocupam e são capazes de fazer as distinções necessárias de dentro dela, e não como visitantes ou observadores. Essa mudança foi uma das maiores conquistas do movimento estudantil dos anos 60: não tanto em suas manifestações mais divulgadas quanto na mudança de posição que provocou em sua geração como um todo. Recentemente, houve algumas perdas e reações evidentes, mas, ainda assim, a balança mudou. Mais de uma década depois, os efeitos dessa mudança ainda estão em jogo. Os primeiros cinco anos após o término da educação formal são

hoje, mais do que nunca, um período crítico, pois a nova consciência cultural, ativa e evidente enquanto a questão é geral e teórica, é submetida a um severo teste quando as pessoas se deparam com um mundo onde diferentes tipos de instituições as esperam. Esta nova consciência pode estar a serviço dos maiores ganhos da expansão cultural. Mas também pode, muito facilmente, ser usada por aqueles cujo objetivo é dominar tal consciência, em seu momento inicial, para ter sucesso em seus desvios e empreitadas lucrativas. Não gostaria de tentar prever qual caminho, entre essas duas diferentes perspectivas, escolheremos nos próximos anos. O fato de que um pode se disfarçar tão frequentemente do outro, e que das práticas reais serem frequentemente combinações dos dois, torna qualquer estimativa difícil. Alguns estilos novos mascaram com eficácia as formas antigas e abjetas de trabalho e subjugação. No entanto, pelo menos isso pode ser dito, espera-se que não com cinismo. A crise geral do sistema, incluindo muitas crises locais e particulares, tornará muitas escolhas mais abertas, embora reduzam a capacidade de escolha.

Um dos diagnósticos populares da crise geral é que a sociedade se tornou ingovernável. Isso ainda não é verdade. É principalmente propaganda para ainda mais restrições. Mas é certamente verdade, e nas comunicações isso é tão claro quanto em qualquer lugar, que existem novos tipos de autoconfiança e independência, e de respeito ao trabalho e interesses reais das pessoas, que são fundamentalmente incompatíveis com um sistema que devido a seus próprios desenvolvimentos se torna cada vez mais controlado e restritivo. O primeiro sinal dessa nova autoconfiança e independência foi o importante desenvolvimento, nos anos 60, do que chamamos, com bastante esperança, de uma cultura alternativa. Métodos novos e mais baratos de impressão levaram a um desenvolvimento extraordinário de jornais e periódicos alternativos e de oposição. A crise no teatro comercial foi contornada por muitos experimentos contínuos em teatro comunitário, teatro de rua e pelos pequenos teatros, e houve experimentos semelhantes, embora mais dispersos, nas mídias mais caras como o cinema e a televisão. A publicação comercial passou a editar formatos cada vez maiores, mas houve um importante contra- desenvolvimento de pequenas editoras independentes e novos tipos de organizações cooperativas. Frente a grandes organizações, grupos de colaboradores têm-se organizado de formas sem precedentes: sempre em dificuldades, como mostra a história do *Free Communications Group* [Grupo Comunicações Livres], mas com alguns sucessos significativos: a revitalização de vários sindicatos e associações relevantes; a formação de campanhas de grande impacto como a do *Writers' Action Group*. Ao mesmo tempo, com as dificuldades econômicas das grandes instituições, presenciamos um aumento marcante da

militância entre grupos de trabalhadores produtivos e uma disposição sem precedentes, novamente sob grandes dificuldades, de assumir a responsabilidade direta por tentar continuar um empreendimento por novas formas de cooperativas de trabalhadores. Todos esses desenvolvimentos incorporam não o espírito de minhas propostas para mudar as instituições que sou obrigado a recebê-los com otimismo, mesmo estando ciente de seus persistentes problemas práticos e teóricos. A ideia de uma cultura alternativa é radical, mas limitada. Pode facilmente se tornar uma cultura marginal; até mesmo, na pior das hipóteses, uma área de lazer tolerada. Certamente, é sempre insuficiente, a menos que esteja associada a uma oposição efetiva ao sistema dominante, sob o qual vive a maioria das pessoas. Mais uma vez, campanhas por interesses especiais, industriais ou profissionais, apesar de sempre serem necessárias e, nas condições atuais, inevitáveis, devem ser feitas em conjunto com sérias propostas de reorganização gerais ou específicas, caso contrário, tendem, apenas, a atrapalhar um pouco o sistema, sem criar, com isso, condições para emergência de algo novo. Na situação atual, com margens cada vez menores, este é um perigo substancial, mas é claro que essa é uma razão para fazermos mais em vez de menos. Um dos principais desenvolvimentos, o da cooperativa de trabalhadores ou produtores ou contribuintes, depende, nas áreas de alto capital, do apoio ativo de um governo reformador, e isso nos leva de volta a uma das áreas centrais de conflito e de busca. Além disso, o sucesso de qualquer novo tipo de organização depende de outras qualidades para além do espírito de autoconfiança independente que tem sido tão evidente e bem-vindo; depende, crucialmente, de tipos de habilidade e organização, gerenciais e técnicas, como são agora normalmente descritas, que, na contramão do sistema, são muito difíceis de adquirir, desenvolver e sustentar. Uma militância limitada, que parte da aceitação básica das formas atuais de organização, é sempre mais provável e devemos ter o cuidado de não confundir essa dissidência limitada da cultura alternativa marginal com o radicalismo sustentado e extensivo que é realmente necessário. Se, com o tempo, encontrarmos ou não novos rumos claros e radicais, que só podem ser especificados a partir da experiência de trabalho e de um planejamento local sério, me parece ser uma questão em aberto que só será respondida nos anos difíceis que virão. Pois, agora, não podemos nos enganar sobre a crise que vamos enfrentar em toda a nossa organização cultural e em cada um dos nossos sistemas de comunicação. É fácil visualizar uma série de falências, fechamentos, vendas forçadas e com elas novos tipos de restrição e alienação. Essa ameaça a todos os colaboradores e produtores, e ao desenvolvimento de uma cultura democrática extensiva e participativa deve ser levada muito a sério.

Isso é ainda mais verdadeiro quando percebemos que, em meio a uma grande crise econômica e preocupados com as questões da sobrevivência dos tipos de trabalho existentes, estamos de fato no limiar de um período de mudanças radicais na tecnologia das comunicações. Algumas delas, é verdade, vão oferecer novas oportunidades de equipamentos mais simples e baratos e de multiplicação de canais. Mas se olharmos para a propriedade dos novos meios e patentes, logo perceberemos que este não será um caso simples de desenvolvimento tecnológico sob condições sociais neutras. É uma armação complexa. O desenvolvimento de novos sistemas de transmissão televisiva de notícias e informações, já sendo ativamente testadas (as linhas de luz já podem ser vistas no topo de uma tela de televisão), trará novos problemas para a imprensa e para o setor editorial. O desenvolvimento da televisão a cabo pode gerar novos tipos de transmissão comunitária e novas oportunidades para produção independente ou, igualmente, pode trazer novos tipos de exploração comercial. A transmissão televisiva via satélite, agora um sistema de apoio marginal, pode se tornar um sistema internacional fora do controle de qualquer autoridade democrática, especialmente se estiver ligada ao desenvolvimento de receptores de satélite domésticos e ao financiamento publicitário de poderosas empresas paranacionais. Em certas áreas importantes e populares como o esporte, os primeiros sinais de tal sistema já são aparentes e vários conflitos importantes já estão em andamento. Discuti esses desenvolvimentos e seus problemas e as oportunidades que geram em meu livro *Television: Technology and Cultural Form* (1974) e, em geral, esse livro é um complemento necessário para o *Communications*. Mas eu os menciono aqui para reforçar o ponto de que a história geral e a sociologia das comunicações que venho descrevendo, e que agora chegou, evidentemente, a um ponto crítico, ainda são profundamente ativas e dinâmicas, com novas perspectivas constantemente se abrindo. Além disso, embora um trabalho útil esteja sendo feito sobre os usos e problemas de cada um dos sistemas, considerados isoladamente, é absolutamente necessário tentar ver as interações presentes e prováveis dos sistemas e vê-las na perspectiva do desenvolvimento de nossa cultura comum.

Olhando de 1975 para trás, fico feliz por ter tentado reunir essas questões em um único argumento ainda que de maneira inadequada. Os anos que se passaram, com seus diferentes tipos de desenvolvimento, mostraram que a comunicação, nas sociedades modernas, é uma questão social, cultural e política central. Acredito que no futuro isso se mostrará ainda mais verdadeiro. O livro escrito como um especial para série *Britain In The Sixties* não apenas continuou sendo relevante para a Grã-Bretanha nos anos setenta, como indica a continuidade das questões importantes, dos grandes problemas e oportunidades no mundo dos anos setenta e

oitenta. Ninguém pode estar mais consciente do que eu do trabalho que ainda precisa ser feito e do trabalho ser melhorado. Mas o livro foi escrito para iniciar o estudo, o argumento e a levar à ação que agora é ainda mais necessária.

Referências Bibliográficas

- ALDRICH, Richard, Lessons from History of Education. UK: Routledge, 2006
- BALL, Stephen J. Education Policy and Social Class. London: Routledge, 2006.
- BERMAN, Antoine Berman. Translação à Tradução. Scientia Traductionis, n.9, 2011.
- BOLAS, Terry. Screen Education: from film appreciation to media studies. UK: Intellect Books 2009
- BURKE, Peter. Lost (and Found). In: "Translation: A Cultural History of Translators and Translating in Early Modern Europe". European Review, Vol. 15, No. 1, 83–94, 2007.
- CEVASCO, Maria Elisa. Para ler Raymond Williams. São Paulo: Paz e Terra, 2001.
- CHILDS, David. BRITAIN SINCE 1945: A Political History. UK: Routledge, 2012
- DONNELLY, Mark. Sixties Britain, Culture, Society and Politics. UK: Routledge, 2005.
- DOYLE, Brian. Some Uses of English: Denys Thompson and the Development of English in Secondary Schools
- HALL, Stuart Hall. The Popular Arts. Durham: Duke University Press, 2018 HILLARD, Christopher. English as a Vocation: The Scrutiny Movement.
- HARRIS, Trevor, CASTRO, Monica O'Brien Preserving the Sixties Britain and the 'Decade of Protest'. UK: Palgrave MacMillan, 2014.
- GINBURG, Carlo. Mitos, emblemas, sinais: morfologia e história. Trad. F. Carotti. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.
- INGLIS, Fred. Raymond Williams. Londres: Taylor & Francis e-Library, 2005. LEAVIS, Frank R. Culture and environment: the training of the critical awareness. London: Chatto & Windos. 1964.
- LEAVIS, Frank R. Education and the University: Sketch for an English School. Scrutiny, Cambridge, 1940.
- LEAVIS, Frank R. The Living Principle: 'English' as discipline of thought. Chicago: Elephant paperback, 1998
- LEAVIS, Frank R. 'The Responsible Critic' In: Selection from Scrutiny II. Cambridge: Cambridge University Press, 1968.
- LEAVIS, Q.D. Fiction and The Reading Public. London: Chatto & Windus. 1939
- LOWE, Rodney, The Welfare State in Britain since 1945. UK: Red Globe Press, 1993.
- MARTINS, Helena Franco. Tradução e perspectivismo. Revista Letras, Curitiba, n. 85,
- MARWICK, Arthut. The Sixties Cultural Revolution in Britain, France, Italy, and the United States, c.1958–c.1974. UK: Bloomsbury Reader, 1998
- p. 135-149, jan./jun. 2012. Editora UFPR.

NOUSS, Alexis. A tradução: no limiar. Rio de Janeiro: ALEA, vol. 14/1, jan-jun 2012.

PAIXÃO, Alexandro Henrique. Linhagens interpretativas e cesuras epistemológicas no pensamento social brasileiro sobre Raymond Williams. 42º ENCONTRO ANUAL DA ANPOCS. 2018. Disponível em: <<http://www.anpocs.com/index.php/papers-40-encontro-3/gt-31/gt23-24/11308-linhagens-interpretativas-e-cesuras-epistemologicas-no-pensamento-social-brasileiro-sobre-raymond-williams/file>> Acesso em 09 dez. 2018.

PAIXÃO, Alexandro Henrique. Raymond Williams: História Intelectual Inglesa, Cultura e Educação De Adultos No Pós-Guerra. 41º ENCONTRO ANUAL DA ANPOCS. 2017. Disponível em: <<https://www.anpocs.com/index.php/papers-40-encontro-2/gt-30/gt15-26/10732-raymond-williams-historia-intelectual-inglesa-cultura-e-educacao-de-adultos-no-pos-guerra>> Acesso em 01 jun. 2018

PAIXÃO, Alexandro Henrique. Raymond Williams e a Educação Democrática. Educ. Soc., Campinas, v. 39, n. 145, p. 1004-1022, Dec. 2018. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0101-73302018000401004&lng=en&nrm=iso> Acesso em 20 de maio de 2019.

TURNER, Alwyn W. Crisis? What Crisis? Britain in the 1970s. UK: Aurum Press Ltd; PB Reissue edition, 2013

WILLIAMS, Raymond. A Política e as Letras. São Paulo: Editora Unesp, 2013.

WILLIAMS, Raymond. *Communications*. Harmondsworth: Penguin, 1962

WILLIAMS, Raymond. Cultura e sociedade: de Coleridge a Orwell. Petrópolis: Vozes, 2011.

WILLIAMS, Raymond. Lectura y Crítica. Buenos Aires: Ediciones Godot. 2014.

WILLIAMS, Raymond. Palavras-chave: um vocabulário de cultura e sociedade. São Paulo: Boitempo, 2007

WILLIAMS, Raymond. Recursos da esperança: cultura, democracia, socialismo. São Paulo: Editora Unesp, 2015

WILLIAMS, Raymond. The Long Revolution. England: Pelican Book, 1962

WILLIAMS, Raymond. 'Ibsen's Non-Theatrical Plays'. The Listener, 22 de Dezembro de 1949.

WILLIAMS, Raymond. 'Work and leisure', The Listener, 25 de Maio de 1961.

WILLIAMS, Raymond. 'Literature and rural society', The Listener, 16 de Novembro 1967.

WILLIAMS, Raymond. 'Literature and the city', The Listener, 23 de Novembro de 1967.

WILLIAMS, Raymond. 'Why do I demonstrate?', The Listener, 25 de Abril de 1968.

WILLIAMS, Raymond. 'Raymond Williams gives his views on how television should be run', The Listener, 11 de Julho de 1968.

WILLIAMS, Raymond. 'A Moral Rejection', The Listener, 5 de Dezembro de 1968.

WILLIAMS, Raymond. 'A New Way of Seeing', The Listener, 2 de Janeiro de 1969.

WILLIAMS, Raymond. 'Persuasion', The Listener, 30 de Janeiro de 1969.

WILLIAMS, Raymond. 'To the Last Word', The Listener, 20 de Fevereiro de 1969.

- WILLIAMS, Raymond.'Personal Relief Time', The Listener, 20 de Março de 1969.
- WILLIAMS, Raymond.'Based on Reality', The Listener, 12 de Junho de 1969.
- WILLIAMS, Raymond.'Watching from Elsewhere', The Listener, 10 de Julho de 1969.
- WILLIAMS, Raymond.'Death Wish in Venice', The Listener, 14 de Setembro de 1969.
- WILLIAMS, Raymond.'Crisis in Communications', The Listener, 31 de Julho de 1969.
- WILLIAMS, Raymond.'There are crimes and crimes', The Listener, 21 de Agosto de 1969.
- WILLIAMS, Raymond.'Science, Art and Human interest', The Listener, 2 de Outubro de 1969.
- WILLIAMS, Raymond.'A bit of a laugh, a bit of glamour', The Listener, 25 de Dezembro de 1969.
- WILLIAMS, Raymond.'Deep 'n Crisp 'n Even', The Listener, 1970.
- WILLIAMS, Raymond.'The best things in life aren't free', The Listener, 19 de Março de 1970.
- WILLIAMS, Raymond.'There's always the sport', The Listener, 16 de Abril de 1970.
- WILLIAMS, Raymond.'Going Places', The Listener, 7 de Maio de 1970.
- WILLIAMS, Raymond.'Against adjustment', The Listener, 4 de Junho de 1970.
- WILLIAMS, Raymond.'Breaking out', The Listener, 27 de Agosto de 1970.
- WILLIAMS, Raymond.'Between us and choas', The Listener, 24 de Setembro de 1970.
- WILLIAMS, Raymond.'The popularity of the Press', The Listener, 15 de Outubro de 1970.
- WILLIAMS, Raymond.'The decadence game', The Listener, 22 de Outubro de 1970.
- WILLIAMS, Raymond.'Being Serious', The Listener, 14 de Janeiro de 1971.
- WILLIAMS, Raymond.'Opening Teaching', The Listener, 6 de Maio de 1971.
- WILLIAMS, Raymond.'In praise of films', The Listener, 20 de Maio de 1971.
- WILLIAMS, Raymond.'Terror', The Listener, 3 de Junho de 1971.
- WILLIAMS, Raymond.'Cowboys and Missionaries', The Listener, 1 de Julho de 1971.
- WILLIAMS, Raymond.'An English Autumn', The Listener, 22 de Setembro de 1971.
- WILLIAMS, Raymond.'Raymond Williams thinks well of the Open University', The Listener, 14 de Outubro 1971.
- WILLIAMS, Raymond.'Sesame Street', The Listener, 18 de Novembro de 1971.
- WILLIAMS, Raymond.'Three Documentaries', The Listener, 16 de Dezembro de 1971.
- WILLIAMS, Raymond.'Raymond Williams writes that free speech is being curtailed, and in ways that are not generally understood', The Listener, 13 de Janeiro de 1972.
- WILLIAMS, Raymond.'Culture', The Listener, 10 de Fevereiro de 1972.
- WILLIAMS, Raymond.'Old Times and New', The Listener, 16 de Março de 1972.

- WILLIAMS, Raymond.'Lucian Goldmann and Marxism's Alternative Tradition', *The Listener*, 23 de Março de 1972.
- WILLIAMS, Raymond.'The Golden Lotus', *The Listener*, 1 de Junho de 1972.
- WILLIAMS, Raymond.'News values', *The Listener*, 29 de Junho de 1972.
- WILLIAMS, Raymond.'Natural Breaks', *The Listener*, 24 de Agosto de 1972.
- WILLIAMS, Raymond.'Versions of Webster', *The Listener*, 19 de Outubro de 1972.
- WILLIAMS, Raymond.'Intellectual Superiority', *The Listener*, 16 de Novembro de 1972.
- WILLIAMS, Raymond.'Why is the BBC like 'Monty Python's Flying Circus'?', *The Listener*, 14 de Dezembro de 1972.
- WILLIAMS, Raymond.'Views', *The Listener*, 7 de Junho de 1973.
- WILLIAMS, Raymond.'Variations on a Welsh theme for four male voices', *The Listener*, 2 de Outubro de 1975.
- WILLIAMS, Raymond.'Communications as Cultural Science', *Journal of Communication*, 1974.
- WILLIAMS, Raymond.'The Culture of Politics', *The Nation*, 3 de Janeiro de 1959.
- WILLIAMS, Raymond.'The British Elections', *The Nation*, 28 de Setembro de 1964.
- WILLIAMS, Raymond.'Letter from Britain', *The Nation*, 4 de Julho de 1966.
- WILLIAMS, Raymond.'Wilson's Emergency', *The Nation*, 25 de Julho de 1966.
- WILLIAMS, Raymond.'Letter from Britain', *The Nation*, 5 de Setembro de 1966.
- WILLIAMS, Raymond.'Affluence after anger', *The Nation*, 19 de Dezembro de 1966.
- WILLIAMS, Raymond.'Britain's Press Crisis', *The Nation*, 10 de Abril de 1967.
- WILLIAMS, Raymond.'The Catholic Crisis', *The Nation*, 17 de Julho de 1967.
- WILLIAMS, Raymond.'Socialism's Crisis of Theory', *The Nation*, 26 de Fevereiro de 1968.
- WILLIAMS, Raymond.'Saying 'No' to Labour', *The Nation*, 15 de Junho de 1970.
- WILLIAMS, Raymond.'Downhill to Dutschke', *The Nation*, 15 de Fevereiro de 1971.
- WILLIAMS, Raymond.'The Liberals Move up Fast', *The Nation*, 29 de Outubro de 1973.
- WILLIAMS, Raymond.'Reality behind the appearance', *The Nation*, 19 de Janeiro de 1974.
- WILLIAMS, Raymond.'Muddling through to hope', *The Nation*, 23 de Março de 1974.
- WILLIAMS, Raymond.'Britain Needs a new left', *The Nation*, 28 de Junho de 1975.
- WILLIAMS, Raymond.'Text and Context', *Tutor's Bulletin*, 1953.
- WILLIAMS, Raymond.'The Bright and the Good', *The Teacher*, Maio de 1963.
- WILLIAMS, Raymond.'Television in Britain', *Journal of Social Issues*, 1962.
- WILLIAMS, Raymond.'The hardening of an infant's arteries', *Times Higher Educational Supplement*, 7 de Dezembro de 1973.

- WILLIAMS, Raymond.'Words and meaning', Times Higher Educational Supplement, 23 de Janeiro de 1976.
- WILLIAMS, Raymond.'A man confronting a very particular kind of mystery', Times Higher Educational Supplement, 5 de Maio de 1978.
- WILLIAMS, Raymond.'Intellectuals behind the scenes', Times Higher Educational Supplement, 21 de Janeiro 1983.
- WILLIAMS, Raymond.'Advertising and Society', New Left Review, 1960.
- WILLIAMS, Raymond.'Advertising: the magic system', New Left Review no.4, Julho-Agosto de 1960
- WILLIAMS, Raymond.'A Dialogue on Tragedy', New Left Review nos.13-14, Janeiro-Abril de 1962
- WILLIAMS, Raymond.'Notes on Marxism in Britain since 1945', New Left Review no.100, Novembro-Dezembro de 1976
- WILLIAMS, Raymond.'Beyond actually existing socialism', New Left Review no.120, Março-Abril de 1980.
- WILLIAMS, Raymond.'Politics of nuclear disarmament', New Left Review no.124, 1980.
- WILLIAMS, Raymond.'Towards a common culture', The Observer, 11 de Fevereiro de 1961.
- WILLIAMS, Raymond.'The fight for common culture', The Observer, 5 de Março de 1961.
- WILLIAMS, Raymond.'What is the future of the Left?', Sanity, Abril de 1966.
- WILLIAMS, Raymond.'Man on the run from himself', The Tribune, 27 de Março de 1959.
- WILLIAMS, Raymond.'R.H. Tawney', The Tribune, 1 de Janeiro de 1965.
- WILLIAMS, Raymond.'We are starting to use our own voices!', The Tribune, 5 de Março de 1965.
- WILLIAMS, Raymond.'May Day Manifesto', The Tribune, 5 de Março de 1965.
- WILLIAMS, Raymond.'Just what is Labour's policy for radio?', The Tribune, 18 de Fevereiro de 1966.
- WILLIAMS, Raymond.'What happens after the 'pirates' walk the plank?', The Tribune 7 de Outubro de 1966.
- WILLIAMS, Raymond.'Our Debt to Dr Leavis', Critical Quarterly, 1959.
- WILLIAMS, Raymond.'Social Criticism in Dickens: Some Problems of Method and Approach', Critical Quarterly, 1964.
- WILLIAMS, Raymond.'Pastoral and Counter-Pastoral'. Critical Quarterly, [sem data].
- WILLIAMS, Raymond.'Class and Voting in Britain', Monthly Review no. 9, Janeiro de 1960.
- WILLIAMS, Raymond.'New Politics for the '80s', CASE Bulletin no.6, 1979.
- WILLIAMS, Raymond.'Christopher Fry', Highway, Maio-Setembro de 1951.
- WILLIAMS, Raymond.'Myth and Mr O'Neill', Highway, Maio-Setembro de 1953.

WILLIAMS, Raymond. 'Figures and Shadows / The Educational Ladder', Highway, 1954.

WILLIAMS, Raymond. 'Class and Classes', Highway, Janeiro de 1956.

WILLIAMS, Raymond. 'Science Fiction', Highway, 1956.

WILLIAMS, Raymond. 'Television in Britain', Journal of Social Issues, 1962.

WILLIAMS, Raymond. 'Labour and Culture', New Epoch, Maio de 1960.

WILLIAMS, Raymond. 'The New British Left', Partisan Review, 1960.

WILLIAMS, Raymond. 'The Arts Council', Political Quarterly, 1979.

WILLIAMS, Raymond. 'In my view - Raymond Williams on the student crisis', Radio Times, 30 de Julho de 1970.

WILLIAMS, Raymond. 'Labour's Cultural Policy', Views, 1964.