

Entrevista a Gaye Tuchman

GONÇALO PEREIRA ROSA *

A socióloga Gaye Tuchman esteve em Portugal a 20 de outubro de 2009, a convite da Fundação Luso-Americana para o Desenvolvimento (FLAD), onde deu uma palestra sobre as «Mudanças nas Universidades Americanas». Esta investigadora da Universidade de Connecticut, com trabalho reconhecido no campo da sociologia do jornalismo e da sociologia do género, abordou o seu legado sobre a evolução do conhecimento nestas áreas e estabeleceu balizas para a investigação futura.

Alguns dos livros e artigos que publicou há mais de três décadas ainda integram os *curricula* de estudos jornalísticos em Portugal. «Objectivity as Strategic Ritual: an Examination of Newsmen's Notions of Objectivity», de 1972, é um exemplo. Neste artigo, dava uma forte machadada na noção de objetividade, considerando-a um conceito socialmente construído e não uma capacidade inata do repórter profissional. Mantém esta conclusão?

Claro que sim. A objetividade é uma forma de os jornalistas se defenderem. Creio que quem conduzir hoje o mesmo tipo de pesquisa que realizei,

* Doutorando em Sociologia – Estudos de Media no Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa.

trabalhando no seio das redações e observando o trabalho de rotina dos jornalistas, chegará às mesmas conclusões. Os processos de recolha de informação e a necessidade de produzir enquadramentos que lhes atribuam sentido obrigam os profissionais do jornalismo a desenvolver procedimentos que eles consideram objetivos. Mas, com outras fontes ou sob outros ângulos, facilmente seguiriam vias distintas. Dessa forma, creio que o artigo ainda mantém a sua validade.

A objetividade foi um conceito-chave no jornalismo do século xx. Continua a haver espaço para ela, com o aparecimento das redes sociais, dos blogs e do jornalismo de cidadania?

Depende. Ainda haverá espaço para o *New York Times*? Eu, por exemplo, já não leio a versão impressa. Leio-o na Internet por razões de comodidade. Por um lado, não tenho de reciclar o jornal [risos]. Por outro, gosto mais de o ler antes de sair de casa, enquanto tomo o pequeno-almoço e espreito o computador. Para o jornal, é problemático que o tipo de consumo se tenha alterado e que muitos leitores tenham percebido que podem passar sem a versão em papel.

O fim da imprensa escrita é uma questão que a preocupe?

O fim da imprensa escrita e o fim do jornalismo são coisas distintas. Lembrou-me sempre do pregoeiro do século xvii, que andava de casa em casa anunciando as notícias. Seria porventura uma forma de jornalismo e também se extinguiu.

Não sei o que acontecerá à imprensa escrita, mas sei que atravessa uma crise profunda, competindo com dificuldade com outros suportes, mais ricos e dinâmicos. No entanto, como estes ainda se inspiram no que a imprensa escrita produz, não sei onde irão as televisões, as rádios e os jornais *on-line* buscar matéria-prima se os jornais colapsarem. Haverá sempre necessidade de notícias. Resta saber em que formato.

Consome jornalismo de cidadania?

Vejo esses *sites* muito raramente. Não sou uma entusiasta do género, mas admito que, em determinadas ocasiões, as pessoas que não têm de obedecer às regras da redação jornalística podem expressar o que os profissionais jamais se atreveriam a escrever ou a dizer. E o jornalismo de cidadania tem repercussões. Há instâncias onde este género pode, de facto, ser útil, mas receio que grande parte do material publicado seja apenas uma imitação e duplicação do que se faz nos *media* tradicionais.

Na década de 1970, dedicou-se de forma empenhada ao jornalismo e às redações. Não voltou ao tema nos anos seguintes. Porquê?

A principal razão foi a ausência de interrogações que me motivassem. Já não tinha interesse em explorar o tema. Recordo que a investigação que deu origem ao livro *Making News: A Study in the Construction of Reality* [1978] foi produzida nos anos de 1960. Na altura em que fiz observação participante numa cadeia televisiva e num jornal existia uma forte preocupação nos Estados Unidos sobre a possível aliança ideológica entre os *media* e o poder. O tema despertava-me grande paixão. Atualmente, já não me apaixona.

Mas continua a seguir a produção académica sobre a objetividade jornalística?

Acompanho, claro. Mas fico muito impaciente com os artigos contemporâneos. A fé que vários autores da atualidade depositam nas suas próprias capacidades ultrapassa muito a fé que eu deposito na minha capacidade de interpretar a vida social [risos].

Dedicou alguma atenção à representação das mulheres nos *media*. Também aí marcou uma área de investigação. O que a motivou?

Iniciei a pesquisa na década de 1970, para um artigo que publiquei em 1979, intitulado «Women's Depiction by the Mass Media». Envolvi-me muito com o movimento feminista, em particular com as suas ramificações na sociologia. Mais tarde, ajudei duas colegas a publicar um livro sobre o mesmo tema, com um ensaio ao qual dei o título *The Symbolic Annihilation of Women by the Mass Media*. E fiquei por aí.

Parece desconhecer o contributo da sua obra para a formação de uma área de investigação relacionada com a representação do género nos *media*...

Pelo contrário. Dizem-mo regularmente. Aliás, vim a Portugal precisamente para, entre outros projetos, participar numa conferência sobre os *media*, o género e a esfera pública, em Coimbra. Isto significa que, três décadas depois, os meus textos ainda fazem algum sentido.

A representação das mulheres nos *media* mudou nestas três décadas? Refiro-me não só aos espaços de informação, mas também aos vários formatos de entretenimento.

Mudou e não mudou. Quando era criança, havia uma série cômica na televisão chamada *I Love Lucy*. Era deliciosa, mas repleta de estereótipos. Ainda

a uso nas minhas aulas para assinalar a representação por estereótipos – já que temos de falar deles, pelo menos, divertimo-nos! [risos] A série começou a ser transmitida quando eu tinha 10 anos. A certa altura, a atriz principal ficou grávida, o que gerou um grande problema: não era permitido mostrar grávidas na televisão. Nem sequer se escrevia a palavra nos jornais. Foi um período na história da imprensa americana em que, se se publicasse a fotografia de um garanhão, os editores eram obrigados a apagar qualquer vestígio que revelasse o garanhão! Essa fase foi claramente ultrapassada nos *media* e na própria sociedade. Os temas e o vocabulário interditos alargaram-se.

E o reverso da medalha?

Ligamos a televisão e, a qualquer hora, somos surpreendidos por cenas que envolvem sexo. Talvez não tanto como na Europa, já que os EUA são um país mais conservador. Ou melhor: os anunciantes norte-americanos é que preferem manter um certo grau de censura. Pelo menos, as estações que pertencem a grandes grupos de comunicação consideram a sua audiência sob padrões mais conservadores.

Há vários fatores essenciais à vida humana: alimentação, abrigo, vestuário e talvez o sexo. Mas não são necessariamente o centro da vida. E a verdade é que os *media* tentam colocar o sexo no centro de todas as relações humanas, transmitindo uma ideologia às mulheres, sobretudo às mais jovens, que me preocupa. Os programas de entretenimento parecem sugerir ao seu público que as mulheres devem investir muito mais na aparência, na agradabilidade e na sexualidade do que noutras etapas do seu desenvolvimento. Além disso, encorajam muitos homens a pensar nas mulheres dessa forma.

Contudo, sou a primeira a dizer que a representação das mulheres nas notícias e nos programas de entretenimento é mais variada hoje do que há 30 anos, quando existiam apenas três ou quatro grandes estações de televisão. O mundo dos *media* tornou-se mais complexo. Atualmente, ao compararmos as estações cujo alvo é um determinado perfil feminino com as de alcance masculino, encontramos representações diversificadas.

No artigo «Women’s Magazines: Marry, Don’t Work», de 1979, dizia que as mulheres eram reprimidas «como agentes criativas e independentes em favor de um ideal repressivo e falso», e que ocupavam uma posição subordinada na sociedade. Embora se referisse apenas às revistas femininas, pensa que estes estereótipos difundidos pelos *media* ainda existem na atual produção norte-americana?

Claro. Ainda existem e sempre existiram. Creio que a diferença é sobretudo na subtileza com que esses estereótipos são apresentados. Muitos programas de entretenimento, e até alguma informação, ainda são concebidos a pensar no lugar tradicional da mulher, e reduzindo as expectativas do que as mulheres poderão atingir na vida adulta, profissional e pessoalmente. Isso é terrível porque afeta a auto-estima das jovens. Em contrapartida, reconheço que muitas séries televisivas da atualidade mostram mulheres em lugares de responsabilidade ou de autoridade, gerindo ao mesmo tempo a sua vida familiar, o que contribui para uma saudável abertura dos horizontes. Os *media* contribuem para a formação ideológica das jovens, mas não são os únicos; a vida familiar e o enquadramento social também são fatores decisivos. Contudo, os primeiros contribuem para a perspetiva de que é saudável usar uma saia curta e um decote, e de que esses artifícios são importantes para uma rapariga alcançar o sucesso.

Terá sido essa perspetiva do lugar ocupado pelo sexo feminino que a levou a retroceder no tempo e a produzir um livro sobre as romancistas da época vitoriana, e o seu contributo para as novas possibilidades de vida das mulheres na viragem do século xx (*Edging Women Out: Victorian Novelists, Publishers, and Social Change*, 1989)?

Em parte. Esse projeto nasceu também da minha paixão pelos romances vitorianos. Quis perceber de que forma as mulheres eram «empurradas» para determinados campos e atividades na sociedade vitoriana. Não existia bem um propósito sociológico. Na faculdade, formei-me em Literatura Inglesa e Americana e este projeto deu continuidade a essa formação de base.

Os seus trabalhos de investigação, como a observação participante na redação, marcaram uma etapa na aplicação de técnicas da etnometodologia nos estudos sociológicos. De alguma forma, ajudou a demonstrar que a análise de conteúdo era insuficiente para estudar as notícias...

Não só insuficiente, mas também verdadeiramente enfadonha! [risos]

Ainda acompanha o que se produz neste campo com recurso à etnometodologia?

Sim. Nos Estados Unidos e na Grã-Bretanha escrevem-se bons artigos sobre o tema. Dei sempre o meu melhor para contar as histórias tal como eu as via, de forma verdadeira, correta e justa para as pessoas com as quais interagia. No entanto, ao fazer uma retrospectiva, noto que muitas das coisas que

me apaixonavam nesses projetos das redações tinham motivação política. E esse é o grande risco para os cientistas sociais.

É frequente os antropólogos preocuparem-se com o risco de se tornarem «nativos», de assimilarem práticas, comportamentos e até vocabulário das culturas que estudam. Isso aconteceu-lhe quando passou pelas redações?

De certa forma, sim. O contacto com jornalistas, profissionais que conseguem resumir e sintetizar a informação, apurou a minha técnica de narrativa. Mas teve outro efeito: certa vez, ao começar um artigo com a frase «De acordo com o sociólogo de Harvard David Riesman», ri-me até não poder mais. Apercebi-me de que, inadvertidamente, tinha assimilado a fórmula jornalística para citar fontes de informação. Não é essa a fórmula usada nos textos académicos. Ainda agora, no meu mais recente livro *Wannabe U – Inside the Corporate University*, nota-se que passei muito tempo junto de jornalistas e que tento escrever para um público leigo, mas interessado.

Falemos desse projeto, ao qual se deveu a conferência sobre o modelo norte-americano de financiamento das universidades, promovida pela Fundação Luso-Americana para o Desenvolvimento. No encontro, sugeriu que o conhecimento está subordinado às necessidades do mercado e ao reconhecimento externo das universidades.

A verdade é que as universidades já não recebem fundos suficientes para se manterem em funcionamento. Quem as paga? É esta a questão fundamental das nossas sociedades. Parece evidente que as administrações estatais e nacionais não vão contribuir tanto como no passado, pelo menos, nos Estados Unidos. Uma fatia dos fundos tem sido angariada através de propinas. Mas sempre que estas aumentam, e apesar dos modelos de proporcionalidade e de justiça social, aumenta também o fosso entre os que frequentam a universidade e os que não podem fazê-lo.

Outra estratégia tem sido patentear as descobertas dos investigadores e comercializá-las. Embora promissor, este mecanismo tem valido a um número reduzido de universidades americanas. São pouquíssimas as que angariam dinheiro assim, pois depende muito da área de investigação. Umás áreas são mais promissoras do que outras e a competição nas primeiras condiciona fortemente o tipo de conhecimento produzido. Duplica-se o conhecimento e uniformiza-se a investigação, que deveria ser heterogénea. Não me parece que a solução passe por aí.

Num cenário em que as universidades começam a deteriorar-se por falta de fundos, a reputação torna-se um bem extremamente valioso. Parece-me que se tornou demasiado tentador obter reconhecimento externo, alcançar posições cimeiras nos *rankings* dos estabelecimentos de ensino, e até agradar aos estudantes. E é cada vez mais difícil manter aquela que parece ser a linha correta de produção e de transmissão de conhecimento. Esse é o grande risco que as universidades americanas correm atualmente.