

# O fracasso da mídia em representar a classe trabalhadora: as explicações da produção de mídia e mais além<sup>1 2</sup>

## *The media's failure to represent the working class: explanations from media production and beyond*

DAVID HESMONDHALGH<sup>a</sup>

University of Leeds, School of Media and Communication. Leeds-West Yorkshire, Reino Unido

### RESUMO

O artigo mostra que, embora a Análise da Produção de Mídia (APM) tenha negligenciado, na maioria das vezes, a classe, ela pode ser adaptada produtivamente para explicar as representações inadequadas da classe trabalhadora elaboradas pela mídia, desde que se baseie em: 1) uma compreensão dos fatores político-econômicos e políticos, além dos contextos situacionais, que podem ser observados ou descobertos por meio de entrevistas; 2) uma atenção a como as experiências subjetivas de classe dão forma à produção, através da combinação do conceito de habitus de Bourdieu com o reconhecimento das "posições de classe contraditórias" de Erik Olin Wright; 3) a atenção à mudança do status político da classe trabalhadora, e como isso pode moldar a produção e a representação.

**Palavras-chave:** classe trabalhadora, representação, mídia, Análise da Produção de Mídia

### ABSTRACT

The article shows how, even though Media Production Analysis (MPA) has mostly neglected class, it might be fruitfully adapted to explain inadequate media representations of the working class, as long as it draws upon 1) an understanding of political-economic and policy factors beyond the situational contexts that might be observed, or discovered through interviews; 2) an attention to how subjective experiences of class shape production, via combination of Bourdieu's concept of habitus with Erik Olin Wright's recognition of "contradictory class locations"; 3) attention to the changing political status of the working class, and how this might shape production and representation.

**Keywords:** Working class, representation, media, Media Production Analysis

<sup>1</sup> Versão de capítulo do livro editado por June Deery e Andrea Press *Media and class: TV, film, and digital culture*. Nova Iorque: Routledge, 2017. p. 21-37.

<sup>2</sup> Meus agradecimentos a Carly O'Neill pela assistência na pesquisa deste trabalho e a June Deery, Lisa Henderson, Kate Oakley, Dave O'Brien e Fredrik Stiernstedt por seus úteis e reflexivos comentários.

<sup>a</sup> Professor de mídia, música e cultura, chefe do Institute of Communications Studies da University of Leeds. Autor, entre outros, do livro *The cultural industries* cuja última edição é de 2012. E-mail: d.j.hesmondhalgh@leeds.ac.uk

## INTRODUÇÃO: O FRACASSO DA MÍDIA EM REPRESENTAR AS PESSOAS DA CLASSE TRABALHADORA

HÁ VÁRIOS PROBLEMAS sérios a respeito da mídia e da classe nas sociedades contemporâneas. Um deles é o seguinte: *a mídia tem contribuído para o empobrecimento e a marginalização das pessoas da classe trabalhadora ao ser incapaz de representar adequadamente a complexidade, diversidade e riqueza de suas vidas e de seus valores*. Isso inclui a falha em mostrar as formas específicas pelas quais as pessoas da classe trabalhadora se desenvolvem e sofrem, por que elas fazem isso e em quais circunstâncias. Por vezes, essa falha é resultado de uma falta de atenção às pessoas da classe trabalhadora, às suas atitudes e aos seus valores: uma falha por *sub*-representação. Outras vezes, isso decorre de outras causas, como a estigmatização, o sensacionalismo e até a demonização: uma falha por *má* representação.

Um exemplo bastante discutido do último caso é a *reality television*. Muitos analistas têm, de maneira plausível, argumentado, por vezes utilizando análise textual, que certos subgêneros da *reality television*, destacadamente o “*makeover*” (Lewis, 2009) e as variantes do “mundo cão”<sup>3</sup> (Jensen, 2014), utilizam e ampliam certo número de tropos representacionais que mostram as pessoas da classe trabalhadora de maneiras problemáticas, por exemplo, precisando de reforma moral e estética (Skeggs; Wood, 2011).

Mas os problemas vão além da *reality television*. Anita Biressi e Heather Nunn (2013: 23) mostram como, numa variedade de mídias e gêneros, “uma aversão com frequência cômica é expressa publicamente pela classe trabalhadora, especialmente por aqueles que parecem se situar acima de sua posição social”, e elas também lembram a história dos cambiantes modos pelas quais algumas pessoas da classe trabalhadora com certas características são categorizadas como perigosas, *subclasses* criminosas (Ibid.: 44-68). Há também grandes problemas nas representações jornalísticas, como a utilização bastante predominante da imagem de *mães da assistência social* na cobertura noticiosa da reforma dos serviços públicos dos Estados Unidos (Kelly, 2010) ou a virtual *erradicação* da classe trabalhadora das notícias e da programação da televisão na Suécia entre 1982 e 2015 (Stiernstedt; Jakobsson, 2017). Em muitos desses casos, a desigualdade de classe e a sub-representação são com frequência relacionadas à desigualdade étnica e aos estereótipos racistas e sexistas (Gilens, 1999).

Esses problemas de representação acarretam provavelmente consequências prejudiciais. Eles podem, por exemplo, tornar as vidas das pessoas pobres e vulneráveis da classe trabalhadora mais difíceis ao favorecer a legitimação de ações políticas que reduzem os diferentes tipos de apoio sistemático a elas (Jensen; Tyler, 2015). O reforço a estereótipos sobre o vestuário e o comportamento da classe

<sup>3</sup> No original: “poverty porn”, representações midiáticas da pobreza com teor sensacionalista (N. do T.).

trabalhadora pode associar-se a práticas institucionais existentes que tornem ainda mais difícil para pessoas da classe trabalhadora obterem acesso a universidades de prestígio, empregos socialmente valorizados e/ou bem remunerados e assim por diante. Além disso, os resultados desse fracasso da mídia são ruins para *todos*, não apenas para aqueles grupos sub ou mal representados, pois os mal-entendidos, a suspeita, a miséria e a violência irão provavelmente ocorrer em situações de pronunciada e crescente desigualdades como a que prevalece hoje<sup>4</sup>.

Meu objetivo neste ensaio não é elaborar ou avaliar estudos de representações problemáticas (alguns dos quais são mais rigorosos e convincentes do que outros)<sup>5</sup>. Em vez disso, considero que o estudo da *produção* de mídia, ou a Análise da Produção de Mídia (APM), pode contribuir para compreender essa falha representacional generalizada<sup>6</sup>. Mas há um problema. Parece haver pouca pesquisa de destaque que utilize a APM para explicar por que a classe é representada geralmente de modo tão pobre na mídia. Na verdade, a APM parece ter prestado bem pouca atenção, estritamente, à classe, com algumas exceções nos estudos do trabalho na mídia – por exemplo, Mayer (2011) –, nos quais a produção de representações de classe não tem sido realmente uma preocupação<sup>7</sup>.

Assim, na primeira parte deste ensaio, em vez de recorrer a estudos existentes, irei principalmente discutir alguns *possíveis* modos de investigar, com a APM, como ocorreu o fracasso na representação, enfocando o fato de que a força de trabalho da produção de mídia é esmagadoramente composta por pessoas dos ambientes da classe média e superior – mas indo além das interpretações redutoras ou que insistem excessivamente nesse fato. Essas potenciais versões da APM podem sugerir: a) buscar reunir e analisar novos dados empíricos sobre questões como a composição de classe, as práticas e os valores dos produtores de mídia; b) mostrar como os processos organizacionais e o julgamento humano interagem para moldar o conteúdo; c) analisar como as ideias e os valores culturais dão forma a compreensões ocupacionais e organizacionais de como fazer as coisas. No entanto, argumento que a APM em geral, e especificamente ao explicar um fenômeno como o fracasso da representação da classe, precisa prestar atenção a um conjunto mais amplo de fatores. Esses poderiam incluir: d) o grau em que os sistemas político-econômicos e a política governamental podem impulsionar os produtores a buscar objetivos comerciais, em vez de criar conteúdos que possam trazer benefícios sociais e culturais mais gerais; e e) a condição política contemporânea da classe trabalhadora.

Em seguida, defendo que o amplo campo dos estudos culturais e de mídia e, dentro dele, o campo específico do APM devem ir além desse conjunto geral de contextos econômicos, políticos e culturais, de modo a considerar *como a experiência subjetiva de classe molda a produção*. Aqui a sociologia de Pierre

<sup>4</sup> Ver Wilkinson e Pickett (2009) para uma importante análise das consequências negativas da desigualdade para sociedades inteiras, e não somente para aqueles em pior situação.

<sup>5</sup> Alguns estudos prestam pouca atenção à existência de produtos de mídia reflexivos, admiráveis e divertidos que envolvem a vida da classe trabalhadora, alguns deles produzidos por pessoas com origens na classe trabalhadora.

<sup>6</sup> Os estudos de produção de mídia, ou APM como prefiro aqui, são agora uma área ou campo estabelecido da pesquisa e do ensino dos estudos de comunicação e mídia. Como é comum no caso de campos e subcampos de investigação, ele pode ser chamado de diferentes modos. Alguns preferem a formulação *estudos da produção de mídia*. Muitas pessoas equivocadamente equiparam a APM com a *economia política crítica da mídia*, quando as duas tendem a se diferenciar embora se sobreponham (e por vezes se reforcem mutuamente) em áreas de investigação. Para meus esforços de uma visão geral, ver Hesmondhalgh (2010; 2013).

<sup>7</sup> A economia política crítica da mídia (ver nota 4) tem prestado atenção à mídia e à classe (Mosco; Wasko, 1982), porém, novamente, com pouca ou nenhuma referência à representação.

# D

## O fracasso da mídia em representar a classe trabalhadora

Bourdieu oferece recursos importantes, embora problemáticos, e uso a sociologia da classe de Erik Olin Wright para modulá-la. Encerro com uma breve discussão de potenciais soluções (educação, digitalização e *mobilidade de classe*) para os problemas destacados e o que a sociologia da classe pode nos dizer sobre os obstáculos que os esforços baseados nesses fatores enfrentam.

Em prol da simplicidade, utilizo a distinção entre três grupos de classe: a classe alta, a classe média e a classe trabalhadora. Há sérios estudos sociológicos que oferecem diferenciações muito mais rigorosas e sistemáticas – por exemplo, Savage (2015) – e chamam atenção para importantes problemas relativos às fronteiras entre quaisquer categorias de classe e sua variabilidade interna. Recorrerei a alguns dos mais relevantes e úteis aspectos dessas contribuições na sequência (particularmente o trabalho de Erik Olin Wright). Reconheço, é claro, que a simplificada concepção tripartite que uso aqui é cheia de ambiguidades e fronteiras confusas, mais complicadas ainda pelos diferentes usos nacionais. Nos EUA, por exemplo, a utilização comum do termo *classe média* parece sugerir *pessoas normais que não são da classe superior* e me disseram que o termo *classe trabalhadora* dificilmente aparece como um conceito leigo (embora alguns dos colegas estadunidenses neguem essa perspectiva), enquanto na Grã-Bretanha a *classe média* tende a conotar certo nível de privilégio (embora não tanto como *classe superior*).

Como definir a *classe trabalhadora*? Esse é um território notoriamente complicado, porém a definição de Erik Olin Wright ajuda: aquelas pessoas (e seus dependentes) que não são proprietárias dos meios de produção e que não possuem autoridade oficial no local de trabalho e/ou as raras habilidades que as tornariam de classe média (Wright, 1997: 17, 19). Mas, é claro, a experiência de ser de classe trabalhadora (ver adiante) vai além dos locais de trabalho à medida que emergem formações culturais complexas, fortemente influenciadas por dinâmicas étnicas, de gênero, dentre outras.

Apesar de todos os problemas de definição e fronteiras, o conceito de *classe trabalhadora* continua a ser necessário em qualquer projeto político igualitário e progressista, e *algum* tipo de distinção entre a classe trabalhadora e as outras classes é vital para compreender a desigualdade e a injustiça nas sociedades modernas.

### EXPLICANDO O FRACASSO REPRESENTACIONAL 1: FATORES ORGANIZACIONAIS E CULTURAIS

Quero iniciar minha discussão a partir de um modo específico de pensamento sobre a relação entre produção de mídia e classe: uma explicação para a

falha da mídia em representar as pessoas da classe trabalhadora adequadamente que é, por vezes, oferecida por meus amigos e colegas, tanto os que trabalham no campo acadêmico dos estudos de mídia quanto os que não atuam nele. Não é certamente uma hipótese (em termos positivistas) científica. Nem é uma teoria, no sentido de um conjunto sistemático de ideias utilizadas para tirar sentido de algum aspecto do mundo. Em vez disso, penso nela como uma explicação leiga para um fenômeno midiático, comum na esquerda política. Ela pode ser expressa da seguinte forma: *a maioria das pessoas envolvidas na produção de mídia é de classes sociais “superiores” e a falha da mídia para representar as vidas da classe trabalhadora adequadamente decorre dessa discrepância ou assimetria entre os produtores de mídia, por um lado, e as pessoas da classe trabalhadora que eles representam, por outro*. Vou chamar isso de *explicação pela assimetria de classe* (embora reconheça que a palavra *assimetria* não capta totalmente a desigualdade envolvida).

Colocando em termos simples: a mídia deturpa a classe trabalhadora já que os seus produtores são principalmente das classes alta e média, e, portanto, têm conjuntos diferentes de interesses, experiências e valores do que os das pessoas da classe trabalhadora. Embora com frequência encontre esse tipo de explicação entre amigos e colegas (acadêmicos e não acadêmicos), ela é, tanto quanto eu possa perceber, quase nunca explicitamente discutida em publicações acadêmicas. Aqui, porém, há uma expressão disso do apaixonado livro do jornalista inglês Owen Jones (2011: 108) sobre a *demonização da classe trabalhadora*: “Como Westminster, a nossa mídia e o entretenimento são dominados pelos setores mais privilegiados. Estão prontos para desfazer das pessoas das classes trabalhadoras das formas mais brutais”.

Não estou dizendo que a explicação pela assimetria de classe é incorreta. Como diversas explicações de senso comum de fenômenos complexos e importantes, ela é baseada em algo fundamentalmente verdadeiro, mas simplesmente não leva muito longe. Por isso, precisamos ir além, e quero agora notar diversos modos pelos quais a APM pode ser utilizada, indo além da explicação da assimetria de classe. Faço isso não apenas para compreender o problema da má representação da classe trabalhadora, mas também para demonstrar as potenciais contribuições da APM para entender mídia e classe de maneira geral.

Uma contribuição do APM para provar a explicação pela assimetria de classe seria reunir novos dados ou procurar e interpretar dados existentes sobre as experiências de classe dos produtores de mídia. De maneira geral, em contraste com a ampla variedade de estatísticas sobre desigualdade de etnia e de gênero nas indústrias de mídia, há uma escassez de dados sobre a desigualdade de

# D

## O fracasso da mídia em representar a classe trabalhadora

classe (O'Brien; Oakley, 2015). Há referências ocasionais em estudos (Weaver; Wilhoit, 1996: 48-49; Marchetti, 2005: 72-73) e até mesmo esboços de levantamentos sobre a elite superior dos jornalistas (Sutton Trust, 2006), mas não dados sistemáticos.

Mais recentemente, a pesquisa sobre as *indústrias culturais e criativas* (ICC) – uma categoria de gestão política que inclui as indústrias de mídia, mas que vai muito além delas para incluir outros setores como as artes cênicas e até mesmo o software de computador – tentou finalmente fornecer dados sistemáticos sobre os contextos de classe dos empregados. O'Brien, Laurison, Miles e Friedman mostraram que, apesar das “narrativas dominantes de abertura e meritocracia”,

há uma significativa sub-representação das pessoas de origem na classe trabalhadora em ocupações criativas. Enquanto 34,7% da população do Reino Unido com idades entre 23-69 tinha um pai empregado numa ocupação, integral ou semi, relacionada à classe trabalhadora, o número entre os que trabalham nas ICCs é de apenas 18%. (O'Brien et al., 2016: 123)

Por outro lado, é claro que as pessoas com pais nas ocupações profissionais de alto nível e gerenciais estão sobrerrepresentadas nas ICC, especialmente nos empregos de nível superior (Sutton Trust, 2006). O'Brien et al. reconhecem setores de mídia, como a edição e a publicidade, como tendo concentrações particularmente elevadas de pessoas provindas de ambientes profissionais e gerenciais.

Uma leva de estudos sobre o trabalho cultural e midiático nos últimos anos complementa essa estreita base estatística ao oferecer evidência das condições problemáticas de trabalho nas indústrias de mídia que, provavelmente, tornam a situação até pior em longo prazo por dissuadir ou impedir que as pessoas da classe trabalhadora obtenham um emprego desejável na mídia. Essas condições incluem os longos períodos de trabalho voluntário, tais como estágios não pagos para conseguir entrar na área e altos níveis de insegurança e precariedade, até mesmo entre aqueles relativamente estabelecidos nas indústrias de mídia (Hesmondhalgh; Baker, 2011).

Entretanto, devemos buscar razoáveis *conexões causais*, em vez de apenas correlações entre, por um lado, ambientes sociais de produtores relativamente privilegiados e, por outro lado, práticas e valores comuns por parte dos produtores que levem à sub-representação e à má representação. Como as origens de classe dos produtores se manifestam em termos de representações medíocres das pessoas da classe trabalhadora? Precisamos olhar para outros possíveis fatores de mediação.

Um potencial fator mediador para explicar a má representação de classe que provém da literatura da APM de maneira geral são as *normas e práticas organizacionais e ocupacionais*, muitas vezes consolidadas em históricas convenções estéticas e de gênero, bem como entendimentos dentro de indústrias de mídia específicas em relação a como realizar a produção de mídia. Resumindo uma grande quantidade de literatura da sociologia da mídia, James Curran (2002: 128) afirma que a APM (embora ele não use esse termo) tem mostrado que “a perspectiva de que as notícias são *meramente* a expressão de pontos de vista e experiências dos jornalistas – sendo enviesadas como consequência de que eles sejam de esquerda ou direita, homens ou de classe média – é parcialmente enganadora”. Isso acontece porque outros fatores estão em causa, além dos pontos de vista e experiências dos produtores, sendo que o mais importante é, de acordo com a síntese de Curran dos estudos de APM, a “interação dos processos organizacionais e o julgamento humano”, por exemplo, o modo pelo qual “a necessidade das organizações noticiosas conseguirem resultados regulares, previsíveis e utilizáveis” faz que alguns jornalistas sejam voltados a certas especialidades, na qual eles se fecham em complexas interações com fontes-chave, inibindo o nível no qual o jornalista, de fato, atua de maneira independente de instituições centrais da sociedade (Ibid.: 128).

Porém, uma abordagem rigorosa para a APM precisa ir além do mapeamento das normas organizacionais e ocupacionais, pois essas normas são, por sua vez, influenciadas por ideias, imagens e pressuposições incorporadas em tradições culturais da sociedade ou comunidades às quais os produtores de mídia pertencem, e pela história das convenções e entendimentos dentro dessa indústria. Isso, evidentemente, aplica-se à produção de mídia e não só ao conteúdo noticioso discutido por Curran, mas em toda uma variedade de gêneros de entretenimento, por exemplo. Dirigindo-se a tais gêneros, Timothy Havens (2013: 6) discute a “sabedoria da indústria” que emergiu no comércio internacional de televisão, na década de 1980, sobre o apelo *universal* de alguns programas “que supostamente abordavam temas de interesse humano com os quais os públicos de todos os lugares poderiam se identificar”. Havens (Ibid.) indica que tal discurso teve um efeito negativo nos entendimentos universais de *raça* (e em particular sobre os afro-americanos), pois a cultura popular *antimainstream* que permeava os programas significa que os executivos brancos não reconheciam aqueles programas como potencialmente universais e, por isso, como de possível comercialização no mercado internacional.

Utilizo o exemplo de um estudo crítico de APM sobre o papel da *raça* nos estudos de mídia, devido ao problema notado antes da falta de estudos sobre

classe na APM. Porém, o amplo estudo etnográfico de Georgina Born (2005) da BBC oferece um exemplo da potencial produtividade da AMP empírica para estudar as representações de classe. Em determinado momento, Born (Ibid.: 423-428) discute suas observações das notícias correntes do programa *Newnight* e a produção de um tópico sobre a questão da pobreza pouco antes das eleições gerais do Reino Unido em 1997. Alguns dos relatos de Born são reveladores. A equipe de produção se esforçava para encontrar alguém que pudesse falar em primeira mão sobre a experiência da pobreza numa discussão de estúdio – evidenciando, talvez, o modo pelo qual a equipe de produção vivia em meios sociais separados das vidas da classe trabalhadora. Porém, Born registra a percepção *autoparódica* dos produtores sobre essa lacuna: “já tivemos uma pessoa pobre antes, não tivemos?”, brinca um produtor. Born também mostra que, afinal, o último programa mostrou imagens poderosas da pobreza, entrevistas com pessoas que viviam nessa situação, e a discussão final no estúdio termina com uma mulher da classe trabalhadora dizendo, “Se você quer saber por que as políticas não funcionam, procure as pessoas que vão contar a você, as pessoas que estão envolvidas nelas” (Ibid.: 427).

Born não nega que exista um sério problema de representação da classe trabalhadora, mas sugere que, em certas circunstâncias, os deveres profissionais dos jornalistas podem – ainda que ocasional e temporariamente – superar o abismo entre sua posição de classe e a das pessoas da classe trabalhadora. Isso indica que, por vezes, as limitações do ambiente dos produtores podem ser superadas se os produtores têm um suficiente compromisso profissional com a representação respeitosa e envolvida de uma variedade de pessoas, experiências e vozes. Se isso é correto, então se sugere que o contexto do produtor – em termos de *raça*, gênero, nacionalidade ou classe – pode ter um importante papel (afinal, na citação anterior, Curran escreve que a atribuição de causalidade ao contexto pessoal é apenas *parcialmente* enganosa), porém esse papel pode ser compreendido mais em termos de moldar do que consertar o que é possível em termos de representação. Isso faz que certos resultados sejam mais prováveis, em vez de inevitáveis. Em outras palavras, a APM sugere que o contexto do produtor é *mediado* por outros fatores, por exemplo, pelos discursos, pelas convenções e pelos valores organizacionais, culturais e ocupacionais.

Entretanto, é vital não superestimar o significado do profissionalismo (como alguns jornalistas e educadores da área fazem). A discutida falha geral de representação da mídia sugere que o compromisso profissional não é atualmente suficiente para combater os problemas derivados da assimetria de classe. As consequências positivas do profissionalismo têm sido bastante limitadas (Curran, 2002: 130-132).



## EXPLICANDO O FRACASSO REPRESENTACIONAL 2: INFLUÊNCIAS SISTÊMICAS E ESTRUTURAIS NA PRODUÇÃO

Tenho argumentado que a APM pode oferecer ferramentas para ajudar a explicar representações midiáticas dúbias de classe, além da explicação da assimetria de classe. Os principais métodos de pesquisa que têm sido usados pela APM para analisar os fatores discutidos antes são as entrevistas e as observações. Porém, é importante estar ciente das limitações desses métodos empíricos, e, portanto, da pesquisa demasiadamente dependente deles. Quando as pessoas são entrevistadas pelos pesquisadores a respeito do seu trabalho, elas podem se precaver em suas respostas, com respeito às suas práticas e às de seus colegas. Elas podem se sentir obrigadas (seja por lealdade, ansiedade ou até mesmo por medo de repercussões) a apresentar uma avaliação geralmente positiva da organização para a qual trabalham. Elas podem muito bem ignorar aspectos problemáticos importantes dessas organizações.

Essas limitações são particularmente evidentes no caso dos métodos de entrevistas, e o uso do método conhecido como *observação participante* pode complementá-los. Mas a observação participante requer considerável acesso, e, se os pesquisadores críticos são francos sobre suas preocupações, pode ser bastante difícil obter permissão para observar as organizações, especialmente aquelas que estão preocupadas com o escrutínio ou a exposição pública, tal como os estúdios de Hollywood<sup>8</sup>. Um problema é que, se o acesso é obtido com sucesso, os pesquisadores que utilizam a observação participante podem vir a compartilhar alguns dos valores da organização na qual fazem a investigação. Uma possibilidade é que eles possam estabelecer boas relações pessoais com as pessoas que trabalham lá. Embora seja possível nessa situação manter a distância crítica, os pesquisadores podem, consciente ou inconscientemente, sentirem-se inibidos em tornar pública uma avaliação rigorosamente honesta das dinâmicas de produção.

<sup>8</sup> Ver Ortner (2011).

Há outro problema, até mais sério, com as pesquisas com base em entrevistas e observação. Mesmo se os pesquisadores obtêm permissão para realizar observações detalhadas e entrevistas, é improvável que os fatores *sistêmicos* que historicamente moldam o produto, tal como o grau de mercantilização em um meio (televisão, cinema ou música popular) ou um gênero (*reality television*, comédia romântica ou hip-hop), sejam suficientemente analisados somente por observação e entrevistas. Na verdade, esses fatores podem estar tão impregnados nos envolvidos na organização de mídia que eles dificilmente os percebem ou não são considerados dignos de atenção.

A mesma coisa pode se aplicar ao tema deste ensaio: as possíveis causas da má representação. Um exemplo de causa, no todo, difusa (e, portanto, difícil

de notar e articular) da má representação pode ser o fato de que a maioria dos produtos midiáticos é feito como parte de negócios comerciais, orientados ao lucro por proprietários ou acionistas privados. As formas de pressão exercidas por isso nos produtores de mídia variam bastante de indústria para indústria, de organização para organização, dependendo, entre outras coisas, das atitudes em relação aos objetivos comerciais incorporadas nas culturas organizacionais. Por vezes, determinados grupos de produtores de mídia estão relativamente protegidos dos imperativos comerciais, mesmo dentro de empresas com fins lucrativos, enquanto outros estão expostos a pressões implacáveis para gerar lucros de curto prazo. Essas variações podem ser encontradas até dentro de uma *mesma* organização, dependendo de sua divisão ou dos projetos específicos que estão sendo realizados. Certos gêneros (os gêneros são muitas vezes a base da estrutura organizacional nas indústrias de mídia) podem ser mais protegidos que outros, talvez porque possa haver a história de um setor específico de produção de conteúdo que tenha alcançado aclamação da crítica – como um destacado departamento de ficção literária numa grande editora.

É claro que esses diferentes fatores podem ser investigados pelas entrevistas e métodos observacionais discutidos antes. Mas outros fatores relativos ao que alguns autores chamam de “dialética arte-comércio” (Ryan, 1992), e outros perspectivam em termos como “tensões criatividade-comércio”, podem escapar dos pesquisadores que dependem muito de métodos empíricos primários. Por exemplo, existem convenções antigas a respeito de como as relações entre a criatividade e o comércio são negociadas, o que pode ajudar a explicar padrões recorrentes, incluindo o modo pelo qual certas noções românticas de liberdade artística mantêm os imperativos comerciais a relativa distância, ou, alternativamente, camuflam a exploração ao encorajar as pessoas a pensarem que é bom trabalhar por muito pouco, ou de graça, como se o dinheiro não tivesse importância – “trabalho sacrificial”, como Ross (2000) chama.

Em outras palavras, ao explicar qualquer conjunto problemático de representações, é necessário examinar as *forças estruturais e históricas que moldam as práticas, os valores e os discursos relevantes*. A história é necessária, mesmo quando se estuda a mídia contemporânea. Por exemplo, em determinadas conjunturas históricas, indústrias inteiras podem mudar para novos arranjos entre comércio e criatividade, como resultado de mudanças políticas, culturais e regulatórias. Há razões para pensar que, desde a década de 1980, alguns sistemas de mídia contemporâneos se tornaram significativamente mais comerciais – ou seja, eles se tornaram mais orientados para uma maximização de vendas e/ou lucros, em vez de proporcionarem representações ricas, reveladoras ou verdadeiras a serviço da democracia e da qualidade de vida. O direcionamento da política

governamental na maioria dos países em todo o mundo tem sido a proliferação de meios de comunicação, canais e textos em nome da concorrência, embora muitas vezes com pouca tentativa de confrontar o surgimento de poderosos oligopólios corporativos (Hesmondhalgh, 2013: capítulo 4). Essas histórias de médio prazo, que remontam a décadas, são vitais para entender o que está acontecendo *agora*.

Como uma APM ampla e historicamente informada pode conectar tais mudanças institucionais sistêmicas ao conteúdo da mídia? Nos contextos altamente comercializados criados pelos desenvolvimentos que acabamos de esboçar, para se destacar da concorrência os produtores podem muito bem – estejam conscientes disso ou não – serem pressionados a representações negativas, sensacionalistas ou inadequadas (por exemplo) da vida da classe trabalhadora. Na continuidade das demais situações, os realizadores de programas de televisão têm mais probabilidade de criar um conteúdo *baseado na realidade*, no qual as vidas das pessoas da classe trabalhadora são consideradas como objetos de assombro, espanto e repugnância, em vez de tentarem fazer programas em que elas falem por si mesmas, com suas próprias palavras. Não há nada, certamente, de errado em produzir uma emoção forte. Porém, se os produtores recaem na simplificação e nas distorções das vidas das pessoas para produzir essas emoções, algo está errado.

Nem é uma questão de fazer documentários sociológicos, em vez de entretenimento. Refiro-me ao que pode ser alcançado por meio de uma vasta gama de conteúdos de mídia imaginativos, realizados com habilidade: isso se aplica à comédia e ao drama, bem como ao documentário (e, de fato, o documentário pode ser profundamente apaixonante e revelador do mundo; veja-se a representação de vidas brutais da classe trabalhadora no documentário da Netflix *Making a murderer*). As *soap operas* britânicas, no seu melhor, têm oferecido uma rica mistura de representações da vida da classe trabalhadora (e média) há décadas. E, embora eu esteja utilizando o exemplo da televisão aqui, isso também se aplica a outras mídias. As sensibilidades da classe trabalhadora podem e têm sido imaginativamente articuladas na música e nos videogames, assim como em longas-metragens ou na televisão de *qualidade*.

Contudo, um problema com esse conteúdo cuidadoso e/ou imaginativo e/ou poderoso, baseado num envolvimento mais profundo com a experiência da classe trabalhadora, é que provavelmente ele é mais caro para ser feito. Além disso, tais *textos* podem ter dificuldades para encontrar audiências no contexto contemporâneo de mídia, no qual muitos membros da audiência têm pouco tempo para filtrar com cuidado as grandes quantidades de conteúdo oferecidas. Por outro lado, em uma situação de intensa mercantilização comercial e de forte

# D

## O fracasso da mídia em representar a classe trabalhadora

(embora oligopolista) competição entre muitos canais de televisão diferentes, e várias outras opções de lazer, os executivos de televisão e os produtores buscam fazer e comercializar conteúdos que eles sentem que provavelmente gerarão atenção rápida e generalizada. Essa busca pela atenção, pode explicar em parte a recente onda de programas na TV Britânica que parecem deliberadamente buscar antipáticos beneficiários de programas sociais com reclamações e retratá-los de forma negativa e sensacionalista, sugerindo que a maioria ou todos os beneficiários que reclamam são *parasitas irresponsáveis*, contribuindo para um mal-entendido público sobre a escala das fraudes no sistema de assistência social (Jones, 2014).

Meu ponto é que os fatores sistêmicos, como a mercantilização, precisam ser analisados, explicados e entendidos como parte da APM quando se busca explicar certos fenômenos de mídia, incluindo a representação inadequada das pessoas da classe trabalhadora. Uma aprimorada APM exigiria, no mínimo, uma análise contextual de como as políticas de mídia têm mudado e alguma consideração sobre como os fatores sistêmicos de nível *macro* podem interagir com os fatores mais situacionais *micro*, observados pelos pesquisadores etnográficos<sup>9</sup>. Os governos moldam os sistemas de mídia de maneira vital. Eles podem fornecer incentivos para a produção de conteúdos verdadeiros, reflexivos e investigativos, estipulando que determinados fundos ou financiamentos só podem estar disponíveis se determinada quantidade de conteúdo desse tipo for disponibilizada. Obviamente, há limites para quanto conteúdo pode ou deve ser controlado. Mas qualquer análise séria precisa ultrapassar a posição ingênua de que *qualquer* regulamentação governamental democrática do conteúdo representa um tipo de *censura*. A tendência geral na regulação da mídia pelo governo tem sido a redução das medidas destinadas a fornecer conteúdo de alta qualidade no interesse do bem-estar social. O ponto chave deste artigo é que a APM poderia – e, de fato, deveria – chamar nossa atenção para os potenciais fatores causais sistêmicos, relacionados com as políticas públicas, a mercantilização e o comercialismo, e oferecer avaliações plausíveis de como esses contextos sistêmicos afetam, em termos da produção e do conteúdo *na base*, mesmo que possa ser difícil provar de maneira final e conclusiva um conjunto claro de vínculos causais.

<sup>9</sup> Tal investigação da mercantilização seria auxiliada pelas mais sofisticadas contribuições da economia política da mídia – por exemplo, Hardy (2014) – e por relatos históricos do crescimento da produção cultural comercial, como Williams (1981).

### COMO AS SOCIOLOGIAS DE CLASSE PODEM APERFEIÇOAR O ENTENDIMENTO DA APM SOBRE COMO AS MÁIS REPRESENTAÇÕES ACONTECEM

Os fatores discutidos na seção anterior podem melhorar ainda mais a explicação da assimetria de classe ao identificar outros fatores, ao lado dessa

assimetria, que podem explicar por que as representações tomam a forma que tomam, como os fatores político-econômicos e os ligados às políticas sociais. Mas há outro elo perdido na explicação da assimetria de classe. Como podemos explicar e entender a tendência de pessoas da classe média e da classe alta falharem na representação da classe trabalhadora, além de simplesmente dizer que elas são diferentes e, portanto, devem cometer erros? Em outras palavras, como o caráter de classe média (ou classe alta) dos produtores de mídia *penetram* nas representações desta. Para responder isso, precisamos ir além da APM; ou, mais que isso, a APM precisa ir além de suas próprias fronteiras, dirigindo-se a outras áreas das ciências sociais e humanidades.

Uma contribuição de vital importância para pensar sobre essas questões veio do sociólogo francês Pierre Bourdieu. Para Bourdieu, o status concedido a certos objetos, práticas e maneiras de ser (e, no domínio da cultura, para certos textos, gêneros e artistas) não é arbitrário, mas moldado pelos conjuntos compartilhados de disposições corporais e intelectuais criadas nas pessoas durante sua formação educativa; o termo de Bourdieu para tal conjunto de disposições é “habitus”<sup>10</sup>. Assim, por exemplo, em seu livro sobre consumo cultural, *A distinção*, Bourdieu (1984: 53-54) discutiu como a “distância da necessidade” das várias frações da classe dominante (analisada através de pesquisas de diferentes grupos ocupacionais) predispõe, em diferentes graus, a um estado de espírito estético que permite que elas separem o conteúdo e a função – como não estar interessado no *horror do horrível* – e se concentrem em questões de *estilo*, forma e habilidade do artista. Ao contrário, segundo Bourdieu, a classe dominada (essencialmente, seu termo para a classe trabalhadora) tende, por causa das dificuldades de alcançar a “distância da necessidade” da classe dominante, a recusar a experimentação artística (Ibid.: 44), autopoliciando-se contra qualquer “pretensão” (Ibid.: 38), e a avaliar as obras de arte não em termos de seu estilo ou realização artística, mas pelas características estéticas do que é representado (por exemplo, comentando a beleza da paisagem ou da pessoa em uma fotografia, não a própria técnica fotográfica).

O que Bourdieu oferece, então, é um modo de entender e *explicar* as práticas, os gostos e os valores bastante variados das diferentes classes. Há um potencial aqui para entender por que ao menos alguns produtores da *classe-média* podem representar de maneira inadequada as pessoas da classe trabalhadora<sup>11</sup>. Entretanto, a sociologia da cultura de Bourdieu (1996) não se preocupa em explicar os padrões recorrentes de representação, do tipo que discutimos aqui, envolvendo representações profundamente *ideológicas* da classe. Em vez disso, seu trabalho sobre a produção cultural foi baseado na análise histórica de como alguns produtores conquistam um grau de autonomia diante do estado, da religião e dos imperativos comerciais<sup>12</sup>.

<sup>10</sup> Bourdieu vê as relações de classe em termos de competição e diferenciação; ele não coloca ênfase na exploração, como alguns marxistas fazem; ver Sayer (2005: 80).

<sup>11</sup> O modo de análise de Bourdieu de como o habitus manifesta-se na cultura, baseado no estudo da cultura francesa nas décadas de 1960 e 1970, sem dúvida requer adaptação a diferentes contextos nacionais e a diferentes épocas. Alguns esforços têm sido feitos nessa direção – (ver Weininger e Lareau (2003) –, embora com poucos estudos preocupados em entender a experiência da classe trabalhadora.

<sup>12</sup> Bourdieu elaborou algumas análises breves, polêmicas e até pouco desenvolvidas do jornalismo e da televisão, e outros têm feito admiráveis esforços para aplicar suas ideias ao jornalismo, por exemplo, Benson Neveu (2005).

Até mais importante no contexto atual, a abordagem estruturalista de Bourdieu compartilha um problema com a explicação da assimetria de classe: parece confiar excessivamente numa noção homogênea de como as identidades de classe se manifestam na vida das pessoas, minimizando a agência e a variabilidade individual (Lahire, 2003). Aqui o conceito de “posições de classe contraditórias” desenvolvido pelo sociólogo estadunidense Erik Olin Wright pode ser útil. Wright mostrou que a noção comum de classe média envolve uma grande variedade de posições de classe, em termos de autoridade e habilidade, desde gerentes especializados aos trabalhadores *sem qualificação*, não gestores e muitos pontos intermediários (gerentes não especialistas, supervisores qualificados). Isso é relevante para a produção midiática, pois as indústrias de mídia, tais como os programas de televisão (ou seja, os com mais responsabilidade em termos de representações) estão em papéis não gerenciais, mas com níveis bastante elevados de habilidades e até especificidade (Ryan, 1992; Hesmondhalgh; Baker, 2011: 67-70). Na verdade, tais produtores de mídia podem ser pensados como intelectuais – não no sentido cotidiano de uma pessoa muito inteligente ou muito lida, mas em sentido sociológico (associado famosamente ao escritor marxista italiano Gramsci) de “pessoas cuja atividade é primordialmente a de elaborar e disseminar ideias” (Wright, 1979: 192).

Embora não haja espaço aqui para sintetizar seus argumentos na íntegra, Wright, em essência, mostra que intelectuais – como professores e, embora ele não os nomeie, artistas, jornalistas e produtores de mídia – tendem a ocupar posições particularmente contraditórias nas relações de classe. Isto é, primeiramente em termos de sua posição *econômica*: de alguns modos eles estão mais próximos da classe trabalhadora quanto ao emprego e, com frequência, são explorados; em outros modos, eles são como a burguesia em termos do envolvimento com o trabalho intelectual, não manual. Em segundo lugar, é verdade em termos de sua posição *ideológica*: por vezes eles produzem valores centrais dos mais poderosos grupos sociais e às vezes eles os confrontam. Além disso, como mostra a sociologia da *produção* cultural de Bourdieu – em oposição a sua sociologia do consumo bastante determinista –, os intelectuais como professores e produtores de mídia, dependendo das circunstâncias, e com considerável variação em diferentes sociedades, possuem graus variados de autonomia que lhes permite se afastarem dos interesses da *classe dominante*, o que faz que as sociedades cindidas em classes mostrem que ainda preservam algumas características dos valores liberais (hoje bastante vulneráveis).

O conceito de “habitus” de Bourdieu, temperado pela atenção de Wright à variabilidade dentro da classe média, pode nos ajudar a entender como o caráter de *classe média* dos produtores de mídia se traduz em representações

pobres da classe trabalhadora. Como observa Andrew Sayer (2005: 77), a aprofundada análise de Bourdieu sobre as diferenças culturais e educacionais entre as classes permite que ele “forneça ideias inigualáveis sobre a dominação simbólica e, portanto, sobre a experiência e o sentido subjetivos de classe, que é sempre muito mais do que uma consciência das diferenças em riqueza material”. Os seus esforços para identificar as correspondências entre o plano contextual e a educação, por um lado, e os gostos, os comportamentos e as práticas, por outro, através do conceito de “habitus”, oferece a possibilidade de que a APM identifique aquilo que, nas vidas, nas práticas e nos valores da classe trabalhadora, principalmente os produtores de mídia de classe média, não conseguem entender e apreciar como resultado de seu habitus diferente e como isso pode levar a uma representação inadequada.

Isso é, até onde perceba, um desafio ainda a ser enfrentado pela APM e certamente não realizado por Bourdieu em seu pequeno trabalho sobre a mídia. Mas várias vias de investigação dos produtores de mídia baseadas no pensamento de Bourdieu sobre a classe podem ser possíveis, três das quais esboço brevemente aqui – ver também Randle, Forson e Calveley (2015). Alguém poderia observar interações entre as pessoas da classe trabalhadora e os realizadores conforme as produções de mídia acontecem. No seu trabalho sobre educação, Bourdieu e seu colaborador Passeron discutiram como os professores assumem que os estudantes sabem os códigos subjacentes das conversas (Bourdieu; Passeron, 1977), e os pesquisadores educacionais identificaram, por meio de observações em escolas, como tais pressuposições representam um obstáculo, por exemplo, nos encontros entre os professores e os pais da classe trabalhadora (Weininger; Lareau 2003). Isso poderia ser ampliado para interações entre os produtores de mídia e os participantes de classe trabalhadora na pesquisa, no planejamento e na filmagem de documentários, *reality television* e outros conteúdos de mídia *factuais*.

Uma segunda via de pesquisa pode focar em questões como a razão pela qual as empresas de produção de mídia podem achar difícil reconhecer habilidades e talentos em pessoas da classe trabalhadora (ou pessoas de origens da classe trabalhadora) que se candidatam para trabalhar em suas organizações porque elas não entendem como e por que as comunidades da classe trabalhadora valorizam certos modos de falar, fazer e ser.

Uma terceira rota potencial de pesquisa seria concentrar-se nas transições da educação para o local de trabalho, examinando ao longo do tempo como as pessoas de variados grupos de classe respondem de forma diferente ao desafio de conquistar acesso na produção de mídia. É possível, por exemplo, que estudantes de classe média tenham obtido conhecimento e informações sobre qual a melhor forma de abordagem a possíveis empregadores, e, por essa forma

crucial, tenham maior confiança em colocar em prática tais conhecimentos e informações do que os estudantes provindos dos meios da classe trabalhadora?

No entanto, para explicar as representações da mídia inadequadas, há outro fator que precisamos considerar, baseando-se em relatos sociológicos e outros de mudanças nas relações de classe, e isso, realmente, pode ser o fator mais importante de todos. Isso nos faz regressar à importância de compreender as forças históricas e estruturais, entretanto, aqui não em termos de seus efeitos na produção e nas indústrias de mídia, mas sobre o domínio social que a mídia representa e medeia. Nós assistimos em vários países a uma grave deterioração da vida da classe trabalhadora, uma devastação de suas instituições (como os sindicatos), e uma erosão da crença das pessoas da classe trabalhadora em sua própria capacidade para produzir mudança positiva para si. Isso é provavelmente o maior fator entre todos os que influenciam a forma como os produtores de mídia representam a classe trabalhadora. É necessário levar em consideração os outros fatores discutidos antes, mas qualquer explicação que não reconheça os ataques políticos e econômicos mais gerais à classe trabalhadora nos últimos quarenta anos será incapaz de ter uma visão clara sobre o assunto. Qualquer APM que não tenha prestado atenção a esse fator corre o risco de um incapacitante midiacentrismo.

### O QUE PODE SER FEITO?

Neste artigo, procurei firmar como a APM poderia contribuir para compreender as causas da falha generalizada da mídia em representar as pessoas da classe trabalhadora de maneira adequada. Fiz isso por meio de uma tentativa de elaborar, e também de ir além da parcialmente correta, mas simplista, explicação (a *assimetria de classe*) baseada no fato inegável de que os produtores de mídia estão posicionados na classe média e alta. Mostrei como, embora a APM tenha, na maioria das vezes, negligenciado a análise de classe, alguns dos métodos, das técnicas e das realizações empíricas podem ser adaptados de maneira produtiva para explicar as más representações de classe, uma vez que eles sejam combinados com 1) um entendimento dos fatores político-econômicos e das políticas públicas que podem estar *atrasadas* ou acima dos contextos situacionais observados ou descobertos por entrevistas; 2) uma compreensão da experiência subjetiva de classe, com base na combinação das teorias bourdieusiana do “habitus” de classe e da dominação simbólica, com a análise marxista-weberiana de Wright das posições contraditórias nas relações de classe; 3) um senso da condição política atual da classe trabalhadora e como isso pode moldar as escolhas representacionais dos produtores de mídia. Isso precisa ser combinado com



discussões do que poderia constituir melhores representações das pessoas da classe trabalhadora e um exame rigoroso das necessidades correntes e potenciais das próprias pessoas dessa classe.

Mas é claro que a análise acadêmica pode desempenhar apenas um pequeno papel na melhoria das condições das pessoas da classe trabalhadora. O que pode ser feito para reduzir o fosso entre os sistemas de produção de mídia existentes e as representações adequadas da classe trabalhadora? Uma solução comumente proposta para o problema da desigualdade de classe é a educação. Porém, a educação tende a *remover* as pessoas da classe trabalhadora de sua classe – e com frequência com custo psíquico para as pessoas que realizam essa mudança.

Diante desse problema, alguns analistas veem na internet e na digitalização a solução para os problemas da mídia, por supostamente oferecem um meio para os grupos marginalizados representarem a si mesmos, superando as barreiras dos grupos profissionais que protegem seus próprios privilégios de classe. Não é completamente claro que a digitalização possua um significativo potencial emancipador para as pessoas da classe trabalhadora. Muitos anos de pesquisa têm mostrado a forte relação entre, por um lado, as desigualdades de renda e de educação (que, como outros estudos sugerem, tendem a ser fortemente correlacionadas à classe) e, por outro lado, desigualdades no acesso à comunicação digital. Os analistas têm notado a emergência de uma “subclasse digital” (Helsper; Reinsdorf, 2016), até em países relativamente igualitários como a Suécia, relacionada a custos e à falta de habilidades, com níveis especialmente baixos de participação entre os menos educados, os idosos e as pessoas socialmente isoladas. Deixando de lado a questão das fortes desigualdades no acesso à mídia digital, a evidência de uma representação inadequada de pessoas da classe trabalhadora citadas no início também sugere que a digitalização e a internet estão tendo efeitos positivos bastante limitados. A digitalização e a internet estão presentes em algumas sociedades há algum tempo e não parece haver uma melhora significativa na forma como as pessoas da classe trabalhadora são representadas nessas sociedades.

A resposta política padrão à desigualdade de classe, da esquerda e da direita, é a busca, ao menos da boca para fora, por maior mobilidade social<sup>13</sup>. Mas a sociologia de Bourdieu, com sua ênfase na natureza altamente enraizada (embora não imutável) das disposições de classe, sugere que a mobilidade de classe pode não ser tão facilmente alcançada.

Por que é assim? Um problema é que enfrentar o desafio de representar grupos marginalizados e com frequência oprimidos de classe requer um conjunto específico de habilidade, que pode ser definido de maneira geral como *produção simbólica*: utilizar palavras, imagens, sons etc. para transmitir

<sup>13</sup> Ver Milburn (2012).

significado. Embora seja vital lembrar que as indústrias cultural e de mídia dependam do trabalho de muitas pessoas, incluindo ocupações que envolvem construção, fabricação, limpeza e assim por diante (Mayer, 2011; Ross, 2015), as ferramentas fundamentais no centro da produção cultural envolvem essa produção simbólica. Em sociedades como a do Reino Unido e a dos Estados Unidos, como muitas outras também, uma variedade de fatores faz que essas habilidades sejam dominadas pelas pessoas da classe média. As escolas tendem a valorizar as habilidades de produção simbólica, especialmente envolvendo a linguagem escrita, que geralmente se desenvolvem entre os grupos de classe mais privilegiados<sup>14</sup>.

<sup>14</sup> Ver Bernstein (1971).

Certamente, então, a solução reside em desvincular a classe da educação e das habilidades, de modo que seja dada às pessoas da classe trabalhadora a educação e as habilidades necessárias para se representarem por si mesmas? Esse poderia ser meu ponto de vista – embora a política educacional, incluindo a formação de professores, tenha se afastado da meta de compreender e apreciar verdadeiramente as culturas de classe dos estudantes nos últimos trinta anos (Reay, 2006).

De maneira mais fundamental, a crença na produção cultural da classe trabalhadora foi seriamente prejudicada. As histórias sociais escritas por autores como Michael Denning (1996) e Jonathan Rose (2001) têm mostrado a capacidade das pessoas e instituições da classe trabalhadora, em determinados momentos, de se envolverem com símbolos e ideias, alcançando formas distintas de produção cultural. Não há nada natural ou inevitável na forma como o trabalho intelectual e o trabalho manual, e os diferentes modos de expressão, são distribuídos entre as classes. Mas essas distribuições desiguais podem ser difíceis de mudar. As inspiradoras conquistas registradas por Denning e Rose ocorreram num período em que o movimento trabalhista forneceu, por um século ou até a década de 1970, um foco para uma consciência de classe, orgulho e autoconfiança sem precedentes. Restaurar essa política é a principal maneira pela qual as representações duvidosas serão superadas, mas será uma tarefa tremendamente desafiadora. ■

## REFERÊNCIAS

- BENSON, R.; NEVEU, E. *Bourdieu and the journalistic field*. Cambridge: Polity Press, 2005.
- BERNSTEIN, B. *Class, codes and control*. Londres: Routledge & Kegan Paul, 1971.
- BIRESSI, A.; NUNN, H. *Class and contemporary British culture*. Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2013.

- BORN, G. *Uncertain vision: Birt, Dyke and the reinvention of the BBC*. Londres: Secker & Warburg, 2005.
- BOURDIEU, P. *Distinction: a social critique of the judgement of taste*. Cambridge: Harvard University Press, 1984.
- \_\_\_\_\_. *The rules of art: genesis and structure of the literary field*. Cambridge: Polity Press, 1996.
- BOURDIEU, P.; PASSERON, J.-C. *Reproduction in education, society and culture*. Londres: Sage, 1977.
- CURRAN, J. *Media and power*. Londres: Routledge, 2002.
- DENNING, M. *The cultural front: the laboring of American culture in the twentieth century*. Londres: Verso, 1996.
- GILENS, M. *Why Americans hate welfare: race, media, and the politics of anti-poverty policy*. Chicago: University of Chicago Press, 1999.
- HARDY, J. *Critical political economy of the media: an introduction*. Londres: Routledge, 2014.
- HAVENS, T. *Black television travels: African-American media around the globe*. Nova Iorque: New York University Press, 2013.
- HELSPER, E. J.; REISDORF, B. C. The emergence of a “digital underclass” in Great Britain and Sweden: changing reasons for digital exclusion. *New Media & Society*, Thousand Oaks, v. 19, n. 8, p. 1253-1270, 2016.
- HESMONDHALGH, D. Media industry studies, media production studies. In: CURRAN, J. (Ed.). *Media and society*. 5. ed. Londres: Bloomsbury, 2010. p. 145-163.
- \_\_\_\_\_. *The cultural industries*. 3. ed. Londres: Sage, 2013.
- HESMONDHALGH, D.; BAKER, S. *Creative labour: media work in three cultural industries*. Londres: Routledge, 2011.
- JENSEN, T. Welfare commonsense, poverty porn and doxosophy. *Sociological Research Online*, Thousand Oaks, v. 19, n. 3, p. 1-7, 2014. DOI: <https://doi.org/10.5153/sro.3441>.
- JENSEN, T.; TYLER, I. ‘Benefits broods’: the cultural and political crafting of anti-welfare commonsense. *Critical Social Policy*, Thousand Oaks, v. 35, n. 4, p. 470-491, 2015. DOI: <https://doi.org/10.1177/0261018315600835>.
- JONES, O. *Chavs: the demonization of the working class*. Londres: Verso, 2011.
- \_\_\_\_\_. Benefits Street: a healthy media would stand up to the powerful and wealthy. Ours targets the poor and voiceless. *Independent*, Londres, 8 jan. 2014. Disponível em: <<https://goo.gl/EczvE5>>. Acesso em: 5 dez. 2017.
- KELLY, M. Regulating the reproduction and mothering of poor women: the controlling image of the welfare mother in television news coverage of

- welfare reform. *Journal of Poverty*, Abingdon, v. 14, n. 1, p. 76-96, 2010. DOI: <https://doi.org/10.1080/10875540903489447>.
- LAHIRE, B. *The plural actor*. Cambridge: Polity Press, 2003.
- LEWIS, T. *TV transformations: revealing the makeover show*. Londres: Routledge, 2009.
- MARCHETTI, D. Subfields of specialized journalism. In: BENSON, R.; NEVEU, E. (Eds.). *Bourdieu and the journalistic field*. Cambridge: Polity Press, 2005. p. 64-84.
- MAYER, V. *Below the line: producers and production studies in the new television economy*. Durham: Duke University Press, 2011.
- MILBURN, A. Fair access to professional careers. a progress report by the independent reviewer on social mobility and child poverty, [s.l.], 2012. Disponível em: <<https://goo.gl/thbjeM>>. Acesso em: 5 dez. 2017.
- MOSCO, V.; WASKO, J. (Eds.). *The critical communications review – Volume 1: labor, the working class and the media*. Nova Jérsei: Ablex, 1982.
- O'BRIEN, D. et al. Are the creative industries meritocratic? An analysis of the 2014 British Labour Force Survey. *Cultural Trends*, Abingdon, v. 25, n. 2, p. 116-131, 2016. DOI: <https://doi.org/10.1080/09548963.2016.1170943>.
- O'BRIEN, D.; OAKLEY, K. *Cultural value and inequality: a critical literature review*. Swindon: Arts and Humanities Research Council, 2015.
- ORTNER, S. B. Studying sideways: ethnographic access in Hollywood. In V. MAYER (ed.). *Production studies: cultural studies of media industries*. Nova Iorque: Routledge, 2011. p. 175-189.
- RANDLE, K.; FORSON, C.; CALVELEY, M. Towards a bourdieusian analysis of the social composition of the UK film and television workforce. *Work, Employment and Society*, Thousand Oaks, v. 29, n. 4, p. 590-606, 2015. DOI: <https://doi.org/10.1177/0950017014542498>.
- REAY, D. The zombie stalking english schools: social class and educational inequality. *British Journal of Educational Studies*, Abingdon, v. 54, n. 3, p. 288-307, 2006. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1467-8527.2006.00351.x>.
- ROSE, J. *The intellectual life of the British working classes*. New Haven: Yale University Press, 2001.
- ROSS, A. The mental labor problem. *Social Text*, Durham, v. 18, n. 2, p. 1-32, 2000.
- \_\_\_\_\_. *The gulf: high culture/hard labour*. Nova Iorque: OR Books, 2015.
- RYAN, B. *Making capital from culture: the corporate form of capitalist cultural production*. Berlim: Walter de Gruyter, 1992.
- SAVAGE, M. *Social class in the 21st century*. Londres: Penguin Books, 2015.
- SAYER, A. *The moral significance of class*. Cambridge: Cambridge University Press, 2005.

- SKEGGS, B.; WOOD, H. *Reality television and class*. Londres: BFI, 2011.
- STIERNSTEDT, F.; JAKOBSSON, P. Ghettos and gated communities in the social landscape of television: representations of class in 1982 and 2015. In: WAYNE, M.; O'NEILL, D. (Eds.). *Considering class: theory, culture and media in the 21st Century*. Leiden: Brill, 2017. p. 255-272.
- SUTTON TRUST. The educational backgrounds of leading journalists. [s.l.], 15 jun. 2006. Disponível em: <<https://goo.gl/8tnNwm>>. Acesso em: 5 dez. 2017.
- TYLER, I. Classificatory struggles: class, culture and inequality in neoliberal times. *The Sociological Review*, Londres, v. 63, n. 2, p. 493-511, 2015. DOI: <https://doi.org/10.1111/1467-954X.12296>.
- WEAVER, D. H.; WILHOIT, G. C. *The American journalist in the 1990s*. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates, 1996.
- WEININGER, E. B.; LAREAU, A. Translating Bourdieu into the American context: the question of social class and family-school relations. *Poetics*, Amsterdam, v. 31, n. 5, p. 375-402, 2003. DOI: [https://doi.org/10.1016/S0304-422X\(03\)00034-2](https://doi.org/10.1016/S0304-422X(03)00034-2).
- WILKINSON, R.; PICKETT, K. *The spirit level*. Londres: Penguin, 2009.
- WILLIAMS, R. *Culture*. Londres: Fontana, 1981.
- WRIGHT, E. O. Intellectuals and the class structure of capitalist society. In: WALKER, P. (Ed.). *Between labor and capital*. Boston: South End Press, 1979. p. 191-211.
- \_\_\_\_\_. *Class counts: comparative studies in class analysis*. Cambridge: Cambridge University Press, 1997.

---

Artigo recebido em 5 de novembro de 2017 e aprovado em 28 de novembro de 2017.