
Entrevista com Hugh O'Donnell por Anabela de Sousa Lopes e Maria José Mata

Hugh O'Donnel

**Edição electrónica**

URL: <http://journals.openedition.org/cp/7743>
DOI: 10.4000/cp.7743
ISSN: 2183-2269

Editora

Escola Superior de Comunicação Social

Edição impressa

Data de publicação: 31 dezembro 2008
Paginação: 17-22
ISBN: 1646-1479
ISSN: 16461479

Referência eletrónica

Hugh O'Donnel, « Entrevista com Hugh O'Donnell por Anabela de Sousa Lopes e Maria José Mata », *Comunicação Pública* [Online], Vol.3 nº 6 | 2008, posto online no dia 30 setembro 2020, consultado o 05 dezembro 2020. URL : <http://journals.openedition.org/cp/7743> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/cp.7743>

Este documento foi criado de forma automática no dia 5 dezembro 2020.



Comunicação Pública Este trabalho está licenciado com uma Licença Creative Commons - Atribuição-NãoComercial 4.0 Internacional.

Entrevista com Hugh O'Donnell por Anabela de Sousa Lopes e Maria José Mata

Hugh O'Donnell

- 1 **Q:** O jornalismo é tido como um dos principais agentes da construção da história, mas ele entra em concorrência com outras narrativas, nomeadamente com as da cultura popular. Qual é a sua opinião sobre a influência ou as consequências que isso pode ter, quer para o jornalismo quer para a forma como a história será construída doravante?
- 2 **R:** Na maior parte dos países ocidentais que conheço, o jornalismo não é a principal fonte de construção da história, pelo menos para a maior parte da população. Tomando o exemplo da Grã-Bretanha, as *soap operas* têm mais significado, bem como as séries e o cinema. Os números assim o indicam. Na Escócia, o jornal mais vendido não ultrapassará uma tiragem de meio milhão de exemplares por dia, para uma população de 5 milhões. É considerado um jornal de sucesso, mas há 15 anos vendia 800 mil exemplares por dia. Por volta de 1990, tivemos um jornal que saía aos domingos que vendia 1.2 milhões de cópias; hoje em dia estará a vender cerca de 300 mil. Portanto, o número de pessoas a ler jornais na Escócia, tal como no Reino Unido, está a descer, o que já acontece há mais tempo do que nos Estados Unidos. Apesar de não conhecer os números, acredito que esteja a acontecer o mesmo em Portugal.
- 3 Se olharmos para as séries televisivas, os telespectadores também são cada vez menos. A novela mais popular no Reino Unido – *EastEnders* – pas-sou o seu episódio mais popular em Dezembro de 1986. A população do Reino Unido é de 64 milhões; cerca de metade da população viu a série. A série continua a ser a mais popular mas, de momento, atrai cerca de 11 ou 12 milhões. As razões são complexas: desde logo, os mais jovens não lêem jornais, nem vêem televisão – pelo menos, não da mesma forma –, o que significa que uma boa parte da audiência anda por outros sítios. Mas, ainda assim, o número de pessoas que vêem séries é muito superior ao das que lêem jornais.
- 4 Parece-me óbvio que as formas de cultura popular são as dominantes, como as *soap operas*, no Reino Unido, ou telenovelas, em Portugal, ou séries, nos Estados Unidos. Têm

estilos diferentes, mas pertencem à mesma família e são extraordinariamente ricas para estudarmos a sociedade.

- 5 **Q:** Visto assim, então, quando os poucos que lêem desaparecerem, desaparece o jornalismo, pelo menos segundo as formas tradicionais...
- 6 **R:** O jornalismo tem de se adaptar. Por exemplo, os meus alunos não lêem jornais; contudo, lêem muito na Internet. Quando se fala de jornalismo tradicional tem de se perceber que ele tem estado sempre em processo de mudança.
- 7 **Q:** Nesse processo de mudança, os próprios géneros jornalísticos têm sofrido alterações, nomeadamente ao nível da contaminação entre si. Isso é algo natural, que não ameaça os valores do jornalismo, ou uma certa hibridéz é negativa?
- 8 **R:** Os valores puros, como a objectividade, nunca foram alcançados na prática. Pessoalmente, não acredito na possibilidade de se apresentar algo de forma neutra, mas reconheço que alguns mitos têm sido úteis para se prevenirem excessos. Vivemos num tempo em que todas as fronteiras estão a entrar em colapso. Não é só em relação aos géneros jornalísticos; toda a sociedade vive esse fenómeno. Estamos num período de transição, o que causa grandes ansiedades. A questão das fronteiras entre jornalismo e outras formas de comunicação é apenas uma parcela de tudo isto. Temos de reconhecer que as potencialidades são sempre positivas e negativas, claramente produtivas.
- 9 **Q:** Assistimos, segundo diz, a um florescimento dos valores do neo- liberalismo e a uma falência dos valores da social-democracia. A crise do jornalismo é também reflexo disto?
- 10 **R:** Sim, tal como a crise da educação. Bom, não serei tão radical... reconheço que, no Reino Unido, os ideais da social-democracia são socialmente dominantes: a maioria da população acredita que é a melhor base social. O problema é que quem faz política já não acredita verdadeiramente nessas ideias, o que é uma herança de Margaret Thatcher, que adoptou completamente o neo-liberalismo, em 1979, assim como a administração Reagan, nos Estados Unidos. Tony Blair, mais tarde, alterou algumas coisas, mas, no essencial, a sua política baseou-se na mesma ideologia. Na Escócia, os cidadãos acreditam verdadeiramente nos valores da social-democracia e se, no referendo de 2010, nos desligarmos dos ingleses será por essa razão. A maioria das pessoas não quer a imposição ideológica de Londres.
- 11 **Q:** A questão das ideologias dominantes é um dos aspectos que mais tem trabalhado, nomeadamente a partir do estudo da mediatização de certos acontecimentos desportivos. Antes de entrar nessa discussão, talvez possamos começar por estabelecer aqui um paralelismo entre desporto e novelas: tem havido um certo preconceito – que parece estar a esbater-se – em relação ao estudo das novelas. Parece-lhe que em relação ao desporto houve, ou ainda existe, algum preconceito junto da comunidade académica?
- 12 **R:** A maior parte dos estudos que faço são textuais. Ocasionalmente, faço pesquisa nas redacções. Verifiquei que, em Portugal, como noutros países, o jornalismo desportivo é um jornalismo com estatuto diferente, mas, academicamente, no Reino Unido – não sei como é em Portugal – é total-mente aceite. Quando comecei, o número de livros sobre desporto era reduzido; actualmente, é bastante vasto. Há, por exemplo, um forte campo académico dedicado aos Jogos Olímpicos.

- 13 O desporto é, inegavelmente, um fenómeno muito forte nas sociedades contemporâneas. É importante economicamente, politicamente. Não podemos ignorar que muitas pessoas investem neste campo, de formas muito variadas.
- 14 **Q:** Uma das acusações que se costumam fazer ao jornalismo desportivo, nomeadamente em Portugal, é o facto de este ser o mais permeável a passar determinado tipo de mensagens, sobretudo por parte do poder político e económico; de ser aquele onde mais facilmente se estabelece uma certa familiaridade entre os jornalistas e os agentes desportivos, o que o torna mais permeável a certas pressões. Também é assim em Inglaterra, na Escócia?
- 15 **R:** Estas tensões existem, de uma maneira geral, entre jornalistas e as suas fontes, só que no desporto tornam-se mais visíveis. Todos ficamos a saber quando um treinador ou um dirigente impede a entrada de jornalistas no clube. Mas, atenção, não podemos esquecer que existem desportos muito diferentes. Em muitos casos – e falo do Reino Unido – o tratamento jornalístico das diferentes modalidades não exige esse tipo de relação próxima com os dirigentes. Agora em Portugal reparei que, pelo menos n' *A Bola*, o futebol ocupa quase todo o espaço do jornal, o que seria impensável no Reino Unido.
- 16 **Q:** Quando fala de diferentes modalidades, tem em mente que os discursos de identidade também variam. Para falar de futebol e para falar de ténis produzem-se narrativas diferentes, especialmente porque os públicos são diferentes, não é verdade?
- 17 **R:** Absolutamente! Na Grã-Bretanha há uma concepção generalizada sobre a constituição dos públicos em relação a cada modalidade. Todos concordam sobre as características de cada grupo de audiências. E isso não tem mudado radicalmente ao longo dos tempos. Há um entendimento geral de que o futebol pertence às classes trabalhadoras; isto claro, generalizando. Contudo clubes como o Manchester United e o Chelsea têm uma grande camada de adeptos pertencentes à classe média. Quanto ao ténis, é consensual que é uma modalidade das classes médias. Claro que as narrativas são diferentes, com base nestas ideias consensuais sobre o tipo de público adepto de cada modalidade.
- 18 **Q:** Há, nessas narrativas, uma circulação de estereótipos, em termos de raça, de género. Tem notado alguma alteração nos jornais em relação a este aspecto?
- 19 **R:** Um estudo que iniciei em 1990 e que prossegui, de forma intensa, até 2002, fez-me chegar a um ponto de saturação: nada de novo aconteceu. Como, entretanto, abrandei a análise de forma intensiva, talvez alguma coisa esteja a mudar e eu não a esteja a apanhar! Mas os estereótipos são históricos. O que está a acontecer agora na China [questão do Tibete] pode, eventualmente, levar a algum tipo de mudança, nomeadamente na forma como o Ocidente vê a China. Há pequenos sinais disso; o Ocidente leva a China mais a sério. Na minha universidade há imensos chineses, e são pessoas interessadas no diálogo. Percebemos que, afinal, não somos assim tão diferentes uns dos outros. São pequenos passos que podem fazer mover os estereótipos.
- 20 **Q:** Eles traduzem também uma necessidade de recriar mitos, a nossa necessidade de estabilidade social...
- 21 **R:** Sim, é o poder do discurso. O problema é quando ele se congela e se reproduz! A análise dos artigos sobre o desporto dá conta de discursos inalteráveis: por exemplo, reproduzem antigas querelas, disputas antigas entre os países. As análises de conteúdo revelam vários exemplos e uma das características dos estereótipos é serem facilmente

reconhecidos. Mas interessa-me especialmente o discurso; é nele que se forma o sentido.

- 22 **Q:** Já fez essa análise do discurso do ponto de vista da imagem? É outro campo onde a criação de estereótipos é visível.
- 23 **R:** Quando comecei a interessar-me pela televisão apercebi-me do grande poder da imagem.
- 24 Comecei a colocar questões como: qual a razão de estarem a filmar desta forma? As técnicas da televisão fccionam o real e isso é algo muito poderoso que, por vezes, não se tem em conta. Mas a palavra também tem uma grande importância na televisão. Por exemplo, um escocês e um inglês têm diferenças de pronúncia quando utilizam a língua inglesa. Se, numa televisão escocesa, se ouve a pronúncia inglesa, isso localiza a pessoa geograficamente e em termos de classe social. Assim como, se for a Inglaterra, a minha pronúncia me identifica como escocês e, de imediato, me são atribuídas características que podem ou não estar correctas, mas que fazem parte do senso comum, como ser prático e honesto. Por exemplo, muitos dos *call centers* da Grã-Bretanha estão na Escócia porque a nossa pronúncia «diz»: «pode confiar em mim».
- 25 Na BBC, é possível um pivô de telejornal ter um ligeiro sotaque diferente do londrino, mas tem de ser muito suave. Na Escócia temos um fenómeno interessante; as pessoas falam escocês em casa, e no espaço público, como as aulas, falam inglês.
- 26 **Q:** A língua inglesa é hoje universal, mas não lhe parece que esse mérito é, sobretudo, dos americanos?
- 27 **R:** Bem, tudo começou com o Império Britânico. Mas sim, os Estados Unidos têm um papel mais forte actualmente e não somos nós que reinamos hoje!
-

RESUMOS

Hugh O'Donnell é Leitor de Linguagem e Media na Glasgow Caledonian University e membro da Association of Cultural Studies e da Association for Contemporary Iberian Studies.

Como investigador, tem centrado o seu trabalho na análise comparativa de produtos da cultura popular, com destaque para publicações sobre temas como a mediatização do desporto (*Sport and National Identity in the European Media*), as telenovelas (*Good Times, Bad Times: Soap Operas and Society in Western Europe*), as representações da monarquia (*Media, Monarchy and Power Media*) e as notícias televisivas (*Someone Else's News, Someone Else's Truth: Television News and Public Debate*). Um dos aspectos mais interessantes do seu trabalho é a combinação do interesse pela teoria hegemónica neo-gramscianiana com uma abordagem foucaultiana à análise de discurso.

Embora a maior parte dos seus estudos incida sobre a realidade cultural da Europa Ocidental, O'Donnell tem procurado, amiúde, alargar o seu campo de investigação a outras regiões: América do Norte, América Latina e Rússia são alguns dos exemplos. Foi, aliás, esta preocupação de alargamento de horizontes de observação que o levou a aprender mandarim, com o objectivo de poder vir a estudar adequadamente a cobertura dos últimos Jogos Olímpicos.

Professor visitante em universidades nos Estados Unidos, na Argentina, em Espanha e na Rússia,

esteve recentemente em Portugal, no âmbito do Curso de Mestrado em Jornalismo da Escola Superior de Comunicação Social do Instituto Politécnico de Lisboa.