

## **Teoria Hipossuficiente do Jornalismo: uma nova abordagem epistemológica<sup>1</sup>**

Tiago de Paula OLIVEIRA<sup>2</sup>  
Fundação Armando Álvares Penteado, São Paulo, SP

### **Resumo**

O presente trabalho é o esboço de uma nova proposta teórica para o Jornalismo que demonstre a relação hipossuficiente do campo aos vários atores e agentes de sua cadeia de produção, demonstrando a vulnerabilidade do fazer jornalístico diante da complexidade de seu novo contexto de produção pós-moderno. O ponto de partida é a Lei nº 8078-11/09/1990, também conhecida como Código de Defesa do Consumidor (CDC), que leva em conta principalmente a vulnerabilidade e a hipossuficiência do consumidor diante do mercado.

**Palavras-chave:** jornalismo; pós-modernidade; hipossuficiência; CDC; vulnerabilidade.

### **Introdução**

A tão alardeada crise do jornalismo chegou e ao que tudo indica para aqueles profissionais e empresários incapazes de se reinventar ela será irreversível e decretará o fim de ambos. Diante disso, o presente artigo propõe uma reflexão sobre dois fundamentos caros ao direito consumerista, a saber: a hipossuficiência e a vulnerabilidade e a aplicabilidade de ambos ao contexto atual da produção jornalística e seus diversos agentes e atores que justificariam a existência de uma nova teoria do jornalismo capaz de refletir criticamente sobre o fazer jornalístico no século XXI e todas suas idiossincrasias.

Via-de-regra é importante destacar que o presente é apenas uma primeira reflexão materializada na linguagem acadêmica e submetida ao crivo dos pares para as devidas correções, contribuições e críticas de toda ordem.

O jornalismo, fundamental ao Estado Democrático de Direito, é parte vital no combate a tendência humana ao autoritarismo e a concentração de poder. É o resultado das utopias modernas que celebravam o gênio humano como redentor das mazelas da humanidade. No entanto, essa nobre função parece acossada pela Pós-Modernidade e seus paradoxos, entre

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Teorias do Jornalismo do XV Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Professor de Teorias do Jornalismo e Epistemologia da Faculdade de Comunicação e Marketing da Fundação Armando Álvares Penteado (FACOM/FAAP), email: [tiago@meglioformaconteudo.com.br](mailto:tiago@meglioformaconteudo.com.br).

eles o binômio segurança e liberdade, para os países desenvolvidos; e crítica e assimilação, se considerarmos os países em desenvolvimento.

O jornalista por sua vez, peça central na produção e seleção do noticiário, debate-se entre o seu papel consagrado de gatekeeper e repudia sua nova função de gatewacher, afastando-se paulatinamente ano a ano do mito do Super-Homem, afinal não é a toa que Clark Kent era jornalista no Planeta Diário.

A crença nos valores da modernidade, por si só já justificavam a profissão do detentor da identidade secreta de um dos maiores heróis do imaginário coletivo, presente no cinema, quadrinhos e todo tipo de material, mas e agora?

Se como propõe BAUMAN (2008), “não importa a rubrica sob a qual seja classificada por arquivista do governo ou jornalistas investigativos, a atividade em que todos estão engajados (por escolha, necessidade ou, o que é mais comum, ambas) é o marketing”.

Em concordância com a proposição acima, ao que tudo indica a hipossuficiência e vulnerabilidade do fazer jornalístico possui o marketing como seu operador categórico, ou seja, será por meio do marketing que o jornalismo irá se liquefazer, pois com uma atividade fundamentalmente humana, e a humanidade imersa no consumo, parece fazer sentido que o jornalismo seja um bem consumível com uma voracidade e velocidade cada vez mais rápida.

A imagem do jornal de ontem que serve para embrulhar peixe no dia de hoje está ultrapassada e se torna um post entre milhões que dilui diante da imensidão de posts, ou então é aquele “non sense” a ser viralizado na rede, justamente por seu absurdo, ou por ser a pantomima de algo que faz sentido a toda humanidade ávida por consumir qualquer coisa. Veja o que diz BAUMAN (2008, p.23):

“Se foi o destino do fetichismo da mercadoria ocultar das vistas a substância demasiado humana da sociedade de produtores, é papel do fetichismo da subjetividade ocultar a realidade demasiada comodificada da sociedade de consumidores.”

### **Crise epistemológica**

O jornalista ora quer que seu trabalho seja o reflexo de uma dada realidade, tal como preconizava a Teoria do Espelho, agarra-se como um Dom Quixote a crença de seu papel

de guardião do portão como pressupunha a Teoria do Gatekeeper e urra no cotidiano das redações pela sua impossibilidade de romper com a Espiral do Silêncio que ronda determinadas pautas, que brilham no ambiente digital independentemente de qualquer mediador, organização (Teoria Organizacional), e comprometimento político ideológico à esquerda ou à direita (Teoria Liberal e Teoria Instrumentalista). O jornalista, tal qual Hamlet, paira nesse novo mundo atormentado por fantasmas de outras eras, atônito indaga-se: ser ou não ser?

Diante dessa narrativa, proponho um novo pacto para analisar o jornalismo, reduzindo-o a um mero bem de consumo da Pós-Modernidade, que servilmente reconhece-se hipossuficiente diante da diversidade de fontes de informação, vulnerável diante dos interesses do capital transnacional e por fim cumprindo um novo papel na Nova Ordem Mundial, que infelizmente ao que tudo indica coloca a profissão na plateia, ao invés do centro do palco e o jornalista, antes um protagonista torna-se um mero expectador, ou quiçá ainda um expectador privilegiado pelas benesses de outros tempos.

Essa crise epistemológica acerca da insuficiência teórica no jornalismo não é exclusividade da nossa profissão, que talvez seja uma das habilitações cuja reflexão teórica seja a mais desenvolvida quando comparada ao campo comunicacional, tão carente de rigor científico HUSSERL (1989) e de paradigmas confiáveis KUHN (1978).

As diversas Teorias do Jornalismo, ao que tudo indica serão sempre datadas, reféns de seu significado naquele breve período ao qual o esforço teórico foi feito, ou seja, a realização parcial e finita da racionalidade KANT (2001).

Ninguém ousa diminuir a importância do jornalismo, pois a ninguém interessa dar a sua real medida no contexto Pós-Moderno. Ao fazê-lo, o intelectual coloca-se em risco, podendo ser julgado e punido como um bárbaro, basta lembrar as recentes discussões vigentes no país sobre controle social da mídia e democratização dos meios de comunicação. Demoniza-se aquele que quer incluir na lógica de um capitalismo de verdade, a tacanha indústria midiática local que é fruto de um clientelismo espúrio que nada tem haver com os valores democráticos e a construção de uma sociedade justa e pacífica.

Se levarmos em conta o que KUHN (1978) chama de "ciência normal", ou seja, pesquisa firmemente baseada em uma ou mais realizações científicas passadas. Essas realizações são reconhecidas durante algum tempo por alguma comunidade científica específica como proporcionando os fundamentos para sua prática posterior.

A ciência normal, atividade que consiste em solucionar quebra-cabeças, é um empreendimento altamente cumulativo, extremamente bem sucedido no que toca ao seu objetivo, a ampliação contínua do alcance e da precisão do conhecimento científico. Em todos esses aspectos, ela se adequa com grande precisão à imagem habitual do trabalho científico. Contudo, falta aqui um produto comum do empreendimento científico. O exame histórico, já realizado soberbamente por pesquisadores como WOLF (2006), sugere que o empreendimento científico, no caso a formulação de uma nova proposta de Teoria do Jornalismo, seja desenvolvida por meio de uma técnica particularmente eficiente na produção de surpresas dessa natureza, aqui a saber o método comparativo com o já consagrado Direito Consumerista brasileiro.

A transição de um paradigma em crise, atualmente o jornalismo respira crise, para um novo do qual pode surgir uma nova tradição de “ciência normal” está longe de ser um processo cumulativo obtido através de uma articulação do velho paradigma. É antes uma reconstrução da área de estudos a partir de novos princípios, reconstrução que altera algumas das generalizações teóricas mais elementares do paradigma, bem como muitos de seus métodos e aplicações.

Para KUHN (1978, p.122), “a transição para um novo paradigma é uma revolução científica”. Será que a situação atual de crise no mercado editorial configura essa possibilidade de ruptura institucional e revisão teórica para toda a cadeia de produção?

### **Jornalismo: hipossuficiência e vulnerabilidade**

A Grécia, berço da civilização ocidental, e sua atual crise político financeira é um bom guia para a crise do jornalismo. A consulta popular na Grécia dá um recado importante aos líderes globais, a política e a democracia devem definir a política econômica e não o contrário, ou seja, o povo grego entende que a primazia da decisão sobre os rumos da economia ainda é ditado pela soberania popular expressa por meio do voto direto em seus representantes e não por seus credores internacionais cujo interesse legítimo será sempre maximizar seu lucro independentemente de quantas pessoas sucumbam no país.

O jornalismo já recebeu seus recados por meio do Wikileaks, que figurou entre as principais manchetes do NY Times um sem número de vezes, vale a pena assistir o documentário “Page One, Inside The New York Times”. Por aqui a falta de transparência com a qual o

“Caso Swissleaks” (<http://fernandorodrigues.blogosfera.uol.com.br/2015/03/12/leia-tudo-sobre-o-caso-swissleaks-hsbc-no-brasil/>) foi tratado e as sinistras contas mantidas por figurões brasileiros no HSBC na Suíça demonstram a vulnerabilidade e hipossuficiência do jornalismo diante dos interesses financeiros dos grandes grupos econômicos, inclusive os midiáticos e suas estrelas como foi comprovado no caso.

Soma-se a tudo isso o cenário da comunicação composto por anunciantes que ao menor sinal de crise diminuem significativamente seus investimentos e assim começam a redirecionar verbas para canais com menos dispersão em relação ao público alvo, trocam as mídias tradicionais em detrimento das mídias digitais interativas; proprietários dos meios de comunicação, ávidos pela construção de um novo modelo de negócio na plataforma digital, mas temerosos pela perda de receita; jornalistas, cada vez mais raros nas ruas das cidades e mais e mais acossados diante das consecutivas demissões em massa realizadas pelos grandes grupos midiáticos; e leitores, mais críticos e ativos do que nunca na construção e repercussão das notícias agora veiculadas por toda a Sociedade em rede, tal como preconizado por CASTELLS (1999).

## **CDC**

A Lei 8078 de 11 de setembro de 1990, popularmente conhecida como Código de Defesa do Consumidor (CDC), completa 25 anos de avanço na conquista de direitos pelos consumidores e imposição de limites aos interesses econômicos da atividade comercial.

O divisor de águas na história moderna do direito do consumidor ocorreu em 1962, quando o então presidente John F. Kennedy enviou mensagem ao Congresso dos EUA, com os seguintes dizeres: “Consumidores, por definição, somos todos nós. O consumidor é o maior grupo econômico na economia, afetando e sendo afetado por quase todas as decisões econômicas, públicas e privadas”. Ao final de sua mensagem estariam consagrados os princípios que norteiam o direito consumerista, a saber: o direito a segurança, a informação, de escolha e de ser ouvido.

No Brasil, com a entrada em vigor da Constituição Federal de 1988, o país passa a ter de forma efetiva uma tutela destinada aos consumidores, bem como tantas outras demandas reprimidas ao longo da ditadura. Foi elaborado um Ato das Disposições Transitórias

(ADCT), que previa a elaboração do Código de Defesa do Consumidor (CDC), baseado na livre iniciativa, desde que observada à tutela ao consumidor.

Após a promulgação da nova Constituição, o Conselho Nacional de Defesa do Consumidor constituiu uma comissão para elaboração de um Anteprojeto de Código de Defesa do Consumidor, que reuniu uma série de juristas renomados para tal fim e teve como ponto de partida o *Projet de Code de La Consommation*, francês, além das codificações espanhola, portuguesa, mexicana e canadense. Geraldo Alckmin, então Deputado Federal e atual governador do Estado de São Paulo, apresentou o primeiro projeto de lei, ao qual foram anexadas outras propostas e aprovado em julho de 1990 pelo Congresso sofreu vetos parciais do então presidente Fernando Collor, e passou a vigorar a partir de 15 de março de 1991, Dia Mundial dos Direitos do Consumidor, conforme instituído pela Assembléia das Nações Unidas em 1985.

### **Hipossuficiência e Vulnerabilidade**

BAUMAN (2008) considera que a sociedade é dominada pelo consumismo, que para ele é o exercício do consumo a atividade central de nossas vidas, comparando o momento atual com a sociedade de produtores, onde, foram substituídos os trabalhadores/produtores desta época em sua alienação, sendo a humanidade de hoje, os treloucados que dedicam suas vidas a uma busca de satisfações momentâneas, já que se trata de extinguir pseudonecessidades criadas com o intuito de não contemplar indivíduos por muito tempo.

Fomentado por grandes corporações, o capital transnacional, a etapa do consumismo atual transformou a realidade humana, tornando cada um de nós obrigados a nos transformar em objetos de consumo, já que consumimos desenfreadamente com o fim de sermos aceitos e admirados pelo grupo do qual somos parte.

O movimento consumerista passou décadas registrando lutas e conquistas sociais em quase toda a parte do mundo, perseguindo sempre a prevalência do interesse social sobre o individual. Visando a esse fim, a sua conquista mais importante foi, sem dúvida nenhuma, a criação de um Direito protetivo, regulador e assegurador de garantias de proteção e defesa dos consumidores, ou seja, o Direito do Consumidor.

A formação contínua das associações de defesa dos consumidores expressa a perpetuação do movimento consumerista. Na realidade, enquanto existir a relação entre consumidor e fornecedor, presente se fará o mencionado movimento. Assim, a sua atuação foi, é e será de grande valia para o cotidiano dos consumidores, seja no oferecimento de serviços profissionais de consultoria e de assessoria jurídica, seja na elaboração e divulgação das pesquisas de preços e qualidades dos produtos e serviços existentes no mercado de consumo, seja na criação de um Código de Defesa do Consumidor.

No entanto, um Direito formalmente assegurado não significa sua efetivação no cotidiano social, bastando, para isso, que a sociedade lute com vigor na sua observância, para que a sua verdadeira finalidade atinja a plenitude.

O jornalismo e a democratização dos meios de comunicação social ainda precisam ser objeto de luta e mobilização social para que os mediadores desses interesses possam estar equilibrados, a saber, a grande imprensa e a publicidade, a exemplo do que ocorreu no direito do consumidor e a relação do indivíduo com as corporações com as quais se relacionava. Reconhecidas a vulnerabilidade e a hipossuficiência do telespectador, do leitor, diante do imaginário simbólico ao qual é submetido é forçoso o Estado ou grupos e associações que atuem na defesa dos direitos coletivos assumam a função de defender o elo mais fraco da corrente.

Vulnerabilidade para um cidadão em um Estado Democrático de Direito pode ser definida a partir da vida cotidiana e a exposição às circunstâncias nas quais o indivíduo não possui o controle, sofrendo as consequências de decisões e ações de terceiros ou da própria natureza do existir.

As normas aqui cumprem papel essencial na manutenção do Estado Democrático de Direito, pois baseado no princípio da isonomia, previsto no art. 5º, caput, da Constituição Federal, é assegurado o tratamento igual aos iguais e si e tratamento desigual aos diferentes, observada à medida que eles se desigualem.

Evidente que a violência explosiva nos grandes centros urbanos brasileiros pode servir como um indicador interessante dessa insuficiência estatal, mas nunca foram cobrados ou sequer questionados os produtores simbólicos que ganham fortunas reforçando a ideia de Bauman, de que só é alguém na Modernidade Líquida aquele que consome, impossibilitado

de consumir e não beneficiado na medida de sua desigualdade pelo Estado, parte dos jovens da periferia entregam-se a aventura de tomar para si aquilo que não podem comprar na missão de tornarem-se alguém a partir daquilo que possuem.

O jornalismo e a mídia de maneira geral massacram esses jovens nos programas policiais pela violência gerada por esse conflito do marginal em busca da sua identidade e durante toda programação incitando o conflito e reforçando o ideário de que só é alguém quem consome.

Já a hipossuficiência é uma situação que determina a falta de suficiência para realizar ou praticar algum ato, ou seja, é uma situação de inferioridade que indica uma falta de capacidade para realizar algo.

Consumidor segundo CDC, art. 2º: “ *é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final. Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo*”.

Sendo assim, entende-se por Consumidor Hipossuficiente aquele que se encontra em situação de impotência ou de inferioridade na relação de consumo, ou seja, está em desvantagem em relação ao fornecedor, decorrente da falta de condições de produzir as provas em seu favor ou comprovar a veracidade do fato constitutivo de seu direito.

Ora o jornalismo é vulnerável, pois depende da anuência do detentor dos direitos concessionários para ser veiculado, e este por sua vez pressionado por mecanismos de toda ordem políticos, econômicos e comerciais impedem o livre exercício do jornalismo pelo profissional que lá trabalha, ficando a atividade jornalística vulnerável a todo tipo de interesse, o que a atual crise de modelo de negócio parece só acentuar.

O jornalismo também é hipossuficiente, pois depende de um sem número de fontes e outras tantas habilidades hoje para o chamado “bom jornalismo”, por exemplo, programação e análise de sistemas, tornando-se impotente diante dos interesses em jogo em sua área de atuação.

Talvez um ícone emblemático do que se deseja representar seja a mítica imagem construída pelos órgãos de imprensa do multimilionário Eike Batista e sua recente



desconstrução relatada minuciosamente pela jornalista Malu Gaspar no livro “Tudo ou nada, Eike Batista e a verdadeira história do grupo X”.

A vida cotidiana de um repórter o leva a construir estereótipos que interferem na vida de todos e sobre os quais raramente o profissional terá condições de se debruçar, paradoxalmente, o bom jornalismo será cada vez mais raro e limitado a outras plataformas que não os convencionais quando pensamos em mídia de massa: rádio, TV ou impresso.

Sendo assim, no presente artigo espera-se ter cumprido o objetivo de caracterizar o jornalismo como vulnerável e hipossuficiente no contexto da Pós Modernidade, pois a produção jornalística encontra-se acossada por uma nova forma de se fazer, uma urgência cada vez maior de se fazer e uma reflexividade acerca do que se faz cada vez menor em função do número cada vez maior de dúvidas e a ausência de paradigmas aos quais possa recorrer na tentativa de sobre ela refletir.

### **Considerações Finais**

Levamos em conta que o exercício aqui proposto gera um novo candidato a paradigma, a saber, a chamada “Teoria Hipossuficiente do Jornalismo” que poderá ter poucos adeptos e em determinadas ocasiões os motivos destes poderão ser considerados suspeitos.

No entanto, caso esses novos cientistas sejam competentes, o que só o tempo e o amadurecimento da proposta teórica poderão aferir, caso venha a surgir um novo grupo esse poderá aperfeiçoar o paradigma, explorando suas possibilidades e mostrando o que seria pertencer a uma comunidade guiada por ele.

O objetivo do atual artigo e dos futuros será converter o maior número de cientistas e fazê-los explorar e rechaçar o novo paradigma, que se escrutinado pela academia com algum grau de anuência prosseguirá.

O número de experiências, instrumentos, artigos e livros baseados no novo paradigma caso aceito pela comunidade científica do campo comunicacional multiplicar-se-á gradualmente. Mais cientistas, convencidos da fecundidade da nova concepção, poderão adotar a nova maneira de praticar a ciência ainda que restem opositores que contribuam indefinidamente para o aprimoramento desse novo candidato a paradigma.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAUMAN, Z. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadoria**; tradução Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. Tradução Roneide Venancio Majer; atualização para a 6ª edição: Jussara Simões. (A era da informação: economia, sociedade e cultura; v.1) São Paulo: Paz e Terra, 1999.

GAMA, Hélio Zagheto. **Curso de direito do consumidor**. Rio de Janeiro: Forense, 2000.

GASPAR, Malu. Tudo ou nada: Eike Batista e a verdadeira história do grupo X”. 2ª edição. Rio de Janeiro: Record, 2014.

HUSSERL, E. **La philosophie comme science rigoureuse**. Collection Epiméthée. Paris: PUF, ([1911]1989).

KUHN, T. S. (1978). **A estrutura das revoluções científicas** (2a. ed.). (B V. Boeira e N. Boeira, Trad) São Paulo: Perspectiva.

WOLF, Mauro. **Teorie delle Comunicazioni di Massa** (9ª ed.). Tradução: Maria Jorge Vilar de Figueiredo. Lisboa, Junho, 2006.

## REFERÊNCIAS ELETRÔNICAS

BRUNS, Axel. **Gatewatching, Not Gatekeeping: Collaborative Online News**. <http://snurb.info/files/Gatewatching,%20Not%20Gatekeeping.pdf>, acessado em 12/06/2015, às 6h12.

KANT, E. **Crítica da Razão Pura**, versão para eBook, eBooksBrasil.org, junho de 2001, <http://www.ebooksbrasil.org/eLibris/critica.html>, acessado em 02/07/2015, às 16h32.

RODRIGUES, F. **Leia tudo sobre o caso Swissleaks HSBC no Brasil**. <http://fernandorodrigues.blogosfera.uol.com.br/2015/03/12/leia-tudo-sobre-o-caso-swissleaks-hsbc-no-brasil/>, acessado em 17/07/2015, às 16h49.

[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L8078compilado.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8078compilado.htm), acessado em 15/07/2015, às 8h43.

<http://www.conteudojuridico.com.br/artigo,vulnerabilidade-hipossuficiencia-conceito-de-consumidor-e-inversao-do-onus-da-prova-notas-para-uma-diferenciacao,43983.html>, acessado em 02/07/2015, às 17h28.

**Page One, Inside The New York Times**, 92 min, Documentary. Director: Andrew Rossi. Denmark. 29 September 2011.