

JORNALISMO LÍQUIDO

As teorias de Bauman aplicadas às narrativas jornalísticas especializadas

Sergio Quintanilha¹

Resumo

Zygmunt Bauman considerava que o termo pós-modernidade não explicava as profundas transformações da sociedade contemporânea. Em seu lugar, cunhou a metáfora da modernidade líquida. Nesse mundo fluido, sem forma definida e despido das certezas da modernidade, os especialistas foram atingidos na alma. Assim como a modernidade, o jornalismo especializado passou a ser líquido. Ele modifica-se constantemente e adquire formatos diferentes a cada nova tecnologia que o enquadra. Em seu estado sólido, tinha bem definidos o papel do especialista e do amator, do repórter e do leitor. Para aplicar as teorias de Bauman às narrativas jornalísticas, fizemos um estudo de caso sobre o jornalismo automotivo no Brasil, que foi dividido em quatro períodos. A história começou em 1911, com as revistas pioneiras, e foi até a chegada da indústria automobilística, no final dos anos 1950. Só em 1960 surgiu a revista Quatro Rodas, que inaugurou a era moderna dessa especialização. Nesse período havia certezas sobre os procedimentos técnicos; o papel do emissor e do receptor eram bem definidos. Com apenas quatro marcas de carros, a vida dos usuários de automóveis era previsível e a mídia tinha tempo para analisar tecnicamente os modelos à venda. Em 1990, sob influência do neoliberalismo, Collor abriu o país para a importação de carros. Dezenas de novos modelos entraram no mercado, que se tornou mais competitivo e valorizou a mídia especializada. Foi a fase da globalização e do consumismo. Essa época de construção de marcas automotivas durou até 2008, quando a quebra do Lehman Brothers provocou uma crise econômica mundial e mudou a relação da indústria com a mídia. A fase líquida veio em 2009. Jornalistas se emanciparam e criaram novos veículos comunicacionais. Com 3 milhões de carros vendidos por ano, os consumidores, em pleno gozo emancipatório, passaram a rodar até onde o trânsito congestionado permitia; então a emancipação deixou de ser uma conquista para ser um fardo. A população buscou se emancipar da indústria e da mídia especializada ao utilizar novas formas de locomoção, como o aluguel de carros e aplicativos de táxi, carona e bicicletas. Com todos (população, fabricantes e jornalistas) tentando emancipar-se uns dos outros, mas sem conseguir romper sua interdependência, temos uma situação que Bauman nomeia como rebelião das normas. Os rebelados perderam a capacidade de julgar sua própria condição e vivem “uma agonia perpétua de indecisão ligada a um estado de incerteza sobre as intenções e movimentos dos

¹ Doutorando no Programa de Pós Graduação da ECA-USP. E-mail: sergio.quintanilha@usp.br

13^o inter programas

cásp^{er} pesquisa

outros ao redor – o que faz da vida um inferno?”. Assim, a mídia especializada do setor teve que se reinventar, mas, ao invés de pautar, passou a ser pautada pela indústria, tornando-se fluida ou líquida, quando não inconsistente.

Palavras-chave: Jornalismo especializado. Modernidade líquida. Bauman. Automóvel. Consumismo.