



FOX POPULISM: BRANDING CONSERVATISM AS WORKING CLASS

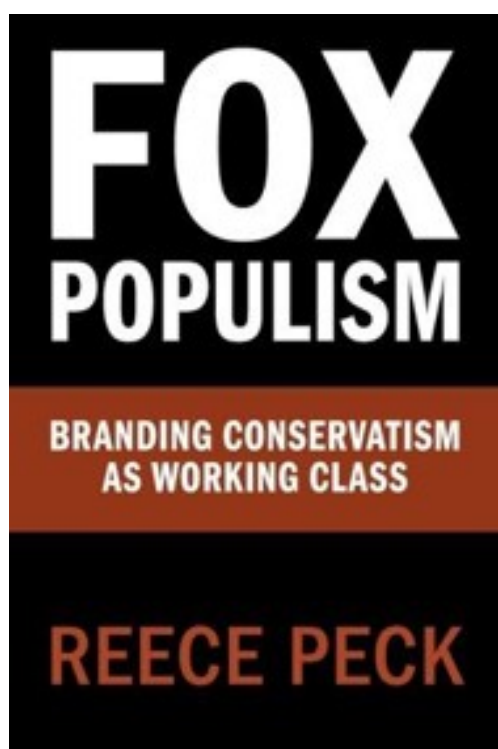
*Leticia Cantarela Matheus**

Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), Rio de Janeiro, Brasil

ORCID: 0000-0002-2860-2607

*Autor correspondente (e-mail: leticia_matheus@yahoo.com.br)

PECK, Reece. **Fox Populism** - branding conservatism as working class. Cambridge University Press, 2019. 289 p.



Afirmar que “Fox Populism: Branding Conservatism as Working Class” é sobre o canal de TV estadunidense não faz justiça à obra de Reece Peck, que discute a relação entre cultura e política, tomando as táticas discursivas da FoxNews como ponto de partida. Publicado em 2019, o livro se torna relevante diante do retorno de Donald Trump à Presidência dos Estados Unidos e à resiliência da extrema direita internacional, que parece ir além de uma onda disruptiva. Por isso, é fundamental entender os malabarismos retóricos que de tempos em tempos surgem no centro das disputas semânticas no campo político. Professor de Cultura da Mídia da City Universidade de Nova Iorque, Reece Peck mostra como valores culturais não pertencem à direita ou à esquerda, mas são disputados para encaixes convenientes em discursos que deslizam por diferentes contextos e gradientes ideológicos.

A qualidade do trabalho começa pelo fato de o autor tratar o objeto como ponto de

partida para observar um problema mais amplo na sociedade. “Fox Populism” é mais do que um livro sobre o telejornalismo praticado pela emissora FoxNews. Trata-se de um perspicaz diagnóstico sobre as táticas discursivas de forças políticas conservadoras nos Estados Unidos, para se apropriarem de valores da classe trabalhadora, sendo capazes, paradoxalmente, de conciliá-los a uma racionalidade neoliberal. Com isso, a obra de Peck apresenta não uma história sobre o sucesso de um canal de TV nos EUA, mas uma reflexão sobre cultura política. O valor da obra se amplia para outros contextos na medida em que a onda conservadora opera globalmente e serve, no Brasil, para pensar discursos igualmente à direita e à esquerda.

Conduzido de maneira leve, sempre tendo em vista o objeto, com metodologia perfeita, o texto é agradável sem ser superficial e sem fugir ao contraditório. Além de análise do discurso da programação da FoxNews, Reece Peck entrevistou ativistas e realizou observação empírica em eventos e conferências em Nevada e na Califórnia entre 2009 e 2011. O autor faz uso preciso da fundamentação teórica, mesmo quando para discordar dos autores, o que não tem sido frequente no campo acadêmico. Não há, em Peck, a necessidade de desqualificar os autores citados para sustentar seu argumento a qualquer preço. Suas escolhas são significativas, não populistas. Seu argumento é claro e permanentemente desafiador, o que só reforça sua honestidade intelectual.

A análise evidencia a habilidade do movimento conservador estadunidense em manejar símbolos e valores da classe trabalhadora. Não há, no livro, a premissa que “trabalhador” não deveria ser de conservador. Pelo contrário. Segundo Peck, a FoxNews não só não ignora como coloca no centro de sua retórica o problema da desigualdade na distribuição de riqueza e na luta de classes, porém o faz por meio de parâmetros não-marxistas, transformando a ideia de elite em elite cultural, mecanismo da qual os chamados progressistas não diferem muito ao, por exemplo, atacarem as universidades, ou seja, a ciência institucionalizada como “elitista”. A questão está em quem a FoxNews entende como trabalhador, para quem endereça seu discurso.

Fundada em 1996 nos Estados Unidos pelo australiano Rupert Murdoch, a FoxNews foi uma adaptação do estilo sensacionalista da tradição britânica dos tabloides, estética que Murdoch já dominava. Fazendo um ajuste moral para adequar a emissora aos padrões estadunidenses (com menos sexo), ele introduziu cobertura política na programação, não apenas *fait divers*, e enfatizou um discurso anti-elite para ser lido como igualdade social. Nessa proposta editorial, os âncoras teriam papel fundamental ao se colocarem no lugar de “quem não sabe”, construindo uma ideia de comunicação mais horizontal. Eles personalizavam o conhecimento, assim como os convidados leigos legitimavam a informação. Esse ponto é importante, pois frequentemente se observa preconceito de intelectuais da esquerda contra conservadores. A Fox entendeu que essas pessoas não rejeitam o conhecimento, apenas têm a necessidade de que a *expertise* seja legitimada por certa performance comunicativa que não as atendia.

Neste quesito, o livro é extremamente esclarecedor. Para o autor, a chave para o entendimento sobre como a Fox se apropriou de valores da classe trabalhadora é pensar em termos estéticos. Não foi pelo chamado “conteúdo”, que tanto se escuta no senso comum e até em alguns circuitos acadêmicos em que a mídia opera, mas pelo que Peck chama de “empacotamento”. Ou seja, em termos comunicacionais, estamos diante da boa e velha estética. Embora a Comunicação tenha a forma como problema central, isto é pouco reconhecido pelas outras ciências sociais. Assim, boa parte dos problemas de ordem política e cultural não se explica integralmente porque se negligencia a observação sobre a forma sónica de como as lutas sociais se dão. Na Comunicação, Peck não teria precisado dar essa “volta”

para chegar à conclusão sobre a centralidade da forma, isto teria sido a premissa. De qualquer modo, a maneira como ele vai apresentando sua descoberta é reveladora quanto ao mecanismo retórico da Fox.

Peck entende que a emissora foi capaz de pegar uma estética popular – uma matriz de experiência, como usar os termos de Martín-Barbero (2001) –, como o sensacionalismo, para tratar temas políticos. É esse raciocínio que lhe permite chamar a FoxNews de populista. Esse “popular” é evidentemente uma convocação ao conceito de “povo”, signo que se encontra no centro das disputas de diferentes retóricas políticas. No caso da FoxNews, a apropriação do popular foi extremamente eficiente. Enquanto os progressistas naufragam em linguagens aburguesadas, os conservadores compreenderam que é preciso se comunicar a partir do ponto de vista da realidade material da audiência.

Segundo Peck, o populismo é uma sensibilidade política segundo a qual os alinhamentos se dão por adesão estética. Desse modo, a mídia ofereceria rituais de alinhamento e a FoxNews foi capaz de fazer convocações políticas pelo gosto. Seus argumentos se encaixam perfeitamente em uma metanarrativa que, à primeira vista, pode parecer contraditória. No entanto, a maneira como a Fox administra essas contradições é seu grande mérito. Além disso, ela sai na frente ao assumir que é partidária, enquanto a mídia liberal insiste em advogar pela objetividade, sendo esta uma estética fruto de certo modo de produção, ou seja, ideológica (Moretzsohn, 2000).

A diferença de classe seria expressa pela Fox como performance de gosto. A rigor, trata-se da despolitização do debate público a partir da partidarização das diferenças. A política passa, então, a ser lida em termos culturais, criando-se nichos identitários, o que Peck chama de modelo de empacotamento social. Por esse mecanismo discursivo, a Fox se posiciona como marca corporativa transformada em identidade política. Na prática, isso significa substituir ideologia por identidade.

Nesse novo mercado identitário, a FoxNews passa a ser capaz de oferecer uma identidade cultural ao público conservador, sobretudo a partir da tática de ataque à mídia liberal e às universidades. A realidade que muitos se recusam a admitir é que a maioria das pessoas lê os partidos políticos em termos estéticos, não em termos ideológicos. A FoxNews reconheceu isto e foi extremamente eficiente na apropriação do valor do trabalho.

Segundo essa metanarrativa, o mundo seria profundamente injusto porque é dividido entre aqueles que trabalham e os “parasitas”. Neste grupo, a “elite” seria representada fundamentalmente por intelectuais. Nesse esquema mental, os âncoras da emissora exerceriam papel fundamental ao encarnar o tipo comum, assumindo um ideal de ordinariedade representativo da audiência. O público da FoxNews é composto majoritariamente por homens brancos sem formação superior, boa parte composta por uma classe média que decaiu nas últimas décadas. É esse público a quem a emissora endereça uma leitura populista de mundo, lembrando que todo populismo depende do acionamento de certa concepção de povo.

O povo que a FoxNews pretende representar seria o pequeno comerciante, que de fato é quem mais emprega trabalhadores nos Estados Unidos, com economia fortemente baseada no terceiro setor, sobretudo depois do processo de desindustrialização. Esse pequeno comerciante não se reconheceria como trabalhador, uma vez que possui um negócio e emprega pessoas. Segundo Peck, ele se identifica com o empresário, a quem considera um igual. Assim, os grandes empresários não são vistos como elite porque são vistos como pragmáticos. Esse valor moral é construído por oposição à elite intelectual, vista como pouco valor prático na sociedade. Há o entendimento que quem produz riqueza são os grandes empresários, que seriam, como em um pensamento mágico, produtores de dinheiro. Há um entendimento privado do que seja

dinheiro, que não é visto como título público. A partir dessa concepção, acredita-se em um “produtismo” empresarial (p. 158), havendo aí uma inversão da gramática marxista.

Segundo o autor, esse discurso vai além da promoção de hipóteses econômicas anti-regulatórias (anti-estado) e passa a assumir um caráter moral. O mercado passa a ter a obrigação de cancelar uma ideia de justiça que precisa recompensar quem trabalha arduamente e que realmente produz valor na sociedade. Só que esse sujeito é o empresário, não o trabalhador. Esse tipo de articulação discursiva coloca o grande empresário no centro do paradigma social, sendo representante da “maioria” trabalhadora, logo, conectando-o à ideia de democracia.

O entendimento sobre liberdade também é muito particular, como liberdade individual, traduzida em termos de ter ou não patrão e não estar submetido ao ordenamento social do estado-nação. Nesse sentido, o “mercado” recebe uma conotação moral, capaz de validar certos indivíduos. O trabalho adquire um senso de sacrifício pessoal, algo tão importante para o orgulho da classe trabalhadora, que passa a ser lido à luz do empreendedorismo.

Mas Peck lembra que esse movimento não é recente nem exclusivo da Fox. Para ele, a semantização do interesse financeiro como valor cultural teve início na década de 1970. A FoxNews apenas faria parte de um crescente movimento de mídia hiper-partidária Recuero *et al.*, 2021; Dos Santos, 2023) pós-broadcasting (Alves dos Santos Junior; De Albuquerque, 2019), que se intensificou a partir da reação conservadora pós-crise financeira de 2008/2009, com base em um modelo de comunicação que tem o gatilho moral como sua principal ferramenta. No Brasil, assistimos à comunicação política ser cada vez mais orientada por mecanismos de indignação moral (Oliveira, 2024). As emoções se tornam modo de acesso privilegiado à inteligência da ordem política.

Peck defende que a virada conservadora começa nas décadas de 1970-1980 com a criação de centros de pesquisa conservadores e de *think tanks* que ajudaram a minar a confiança no jornalismo institucional, dentro de um processo geral de desinstitucionalização, o que teria levado a uma crise epistêmica (cf. Oliveira, 2018; 2019). Nesse sentido, a FoxNews se inseriu em um campo de confrontação à mídia liberal, a partir do senso de transgressão performativa, algo personificado nos âncoras. Aqui, a FoxNews fez ver o próprio jornalismo como elitista. Os âncoras, então, performatizam uma autoridade jornalística alternativa que tem como base a opinião, isto é, um conhecimento experiencial que valida uma espécie de epistemologia leiga do cidadão comum, dando-lhe direito à palavra pública. Em vez de se colocarem na posição de tradutores do conhecimento “oficial” de intelectuais, os âncoras se colocam no lugar de um espectador que se dispõe a analisar com o fígado. E isto tem muito pouco a ver com direita ou esquerda.

Referências

- ALVES DOS SANTOS JUNIOR, M.; DE ALBUQUERQUE, A.. Perda da hegemonia da imprensa - a disputa pela visibilidade na eleição de 2018. **Lumina**, [S. l.], v. 13, n. 3, p. 5-28, 2019. DOI: 10.34019/1981-4070.2019.v13.28668. Disponível em: <https://periodicos.ufjf.br/index.php/lumina/article/view/28668>. Acesso em: 07 dez. 2025.
- DOS SANTOS, Marcelo Alves. As flutuações de longo prazo da polarização no Brasil – análise do compartilhamento de informações políticas entre 2011 e 2019. **DADOS**, Rio de Janeiro, vol.66 (2): e20200076, 2023. <https://doi.org/10.1590/dados.2023.66.2.287>
- MARTIN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações**. Comunicação, Cultura e Hegemonia. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2001.

MORETZSOHN, Sylvia. "Profissionalismo" e "objetividade": o jornalismo na contramão da política. *In: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS*, 9., 2000, Porto Alegre (ou Rio de Janeiro, a depender da fonte exata, mas o ano e o evento são consistentes). Anais [...]. Campinas: Galoá, 2000. Disponível em: <<https://arquivo.bocc.ubi.pt/pag/moretzsohn-sylvia-profissionalismo-jornalismo.pdf>>. Acesso em: 07 dez. 2025.

OLIVEIRA, Rosana Alves de. **Fake news e indignação moral na campanha eleitoral de 2022**. 2024. 211 f. Tese (Doutorado em Comunicação) – Faculdade de Comunicação Social, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2024. Disponível em: <https://www.ppgcom.uerj.br/teses-e-dissertacoes-2#doutorado> Acesso em: 06 dez. 2025

OLIVEIRA, Thaiane Moreira. Autoridade Científica em Tempos de Crise Epistêmica: a circulação de teorias da conspiração nas mídias sociais. **XXVIII Encontro da Compós**. Anais. PUC-RS, 11 a 14 de junho de 2019. Disponível em: <https://proceedings.science/compos/compos-2019/trabalhos/autoridade-cientifica-em-tempos-de-cri-se-epistemica-a-circulacao-de-teorias-da-c?lang=pt-br> Acesso em: 07 dez. 2025

_____. Midiatização da ciência. **MATRIZES**, v. 12, n. 3, p. 101-126, 2018. Disponível em: <https://revistas.usp.br/matrizes/article/view/147868>. Acesso em: 07 dez. 2025

RECUERO, Raquel; SOARES, Felipe; ZAGO, Gabriela. Polarização, hiperpartidarismo e câmaras de eco: como circula a desinformação sobre COVID-19 no Twitter. **Contracampo**, Niterói, v. 40, n. 1, jan./2021-abr./2021. Disponível em: <<https://periodicos.uff.br/contracampo/article/view/45611>>. Acesso em: 02 jan. 2023.



A **Revista de Comunicação Dialógica** (RCD) é editada pela Faculdade de Comunicação Social da Universidade do Estado do Rio de Janeiro e está licenciada sob uma licença Creative Commons Atribuição- Não Comercial- Compartilha Igual 4.0 Não Adaptada.

Link: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

Recebido em: 07/12/2025

Aprovado em: 08/12/2025