

## Olhar precursor sobre as audiências populares

MARIA APARECIDA BACCEGA<sup>1</sup>

MARIA ISABEL OROFINO<sup>2</sup>

### 6.1 LOPES

Maria Immacolata Vassallo de Lopes realizou a pesquisa de seu mestrado – defendido em 1982<sup>3</sup> e que deu origem ao livro *O rádio dos pobres: comunicação de massa, ideologia e marginalidade social* – no tempo da ditadura, quando era imperativo que houvesse preocupação até com os títulos dos livros citados na bibliografia – que dirá com os livros! Havia um “setor” de segurança instalado na Universidade de São Paulo (USP), junto à reitoria. E a simples escolha de um tema já

- 
1. Professora associada da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP). Mestre e doutora pela Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da USP. Decana do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM).
  2. Pós-doutoranda do Programa de Investigación en Ciencias Sociales, Niñez y Juventud da Red CLACSO de Posgrados. Doutora em Ciências da Comunicação pela ECA-USP, com pesquisa complementar na London School of Economics and Political Sciences (LSE), Inglaterra. Mestre em Educação e bacharel em Comunicação Social pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Práticas de Consumo da ESPM.
  3. O trabalho foi orientado pela professora Nelly de Camargo.

poderia causar um grande transtorno para o futuro acadêmico do docente. E não só.

É nesse contexto que Immacolata assume o tema “comunicação de massa e marginalidade” e começa a investir na pesquisa cujo objetivo consiste em “estudar os efeitos ideológicos do discurso radiofônico popular sobre as populações marginais que vivem em ambiente urbano” (LOPES, 1988, p. 7). E, para tal, opta pelo estudo de três programas que, naquele momento, eram obrigatoriamente acompanhados por todos das classes chamadas menos favorecidas e – por que não dizer? – também por outras classes sociais, estas sempre com a desculpa de que conheciam (ouviam) por causa da empregada doméstica de sua casa ou do táxi que apanhavam para ir ao trabalho e que tinham sempre o rádio sintonizado nesses programas. Eram eles: Zé Bettio, Gil Gomes e Silvio Santos.

O trabalho foi desenvolvido nas seguintes etapas: Caracterização teórica do estrato marginal (Capítulo I); Caracterização teórica da ideologia (Capítulo II); Análise das condições sociais de recepção do discurso radiofônico popular (Capítulo III); Análise das condições de produção do discurso radiofônico popular (Capítulo IV) e Análise do processo de reconhecimento do discurso radiofônico popular (Capítulo V). Todos os capítulos dialogam entre si e formam uma totalidade: a totalidade do processo comunicacional, sendo analisadas tanto a recepção quanto a emissão desses discursos.

Um dos destaques é o primeiro capítulo, visto que vai nos situar no lugar de onde se fará a análise ou, dizendo de outro modo, sobremodaliza toda a pesquisa. Resultado, “em sua totalidade, de um exame conjunto da problemática da marginalidade na América Latina e no Brasil” (LOPES, 1988, p. 13), o referencial teórico que se apresenta é um desfile dos maiores pensadores daquele momento. Mas não desfile de autores e, sim, diálogo entre autores interrelacionando-os à problemática comunicacional. Eis a chave do campo da comunicação.

Fica claro que a marginalidade será vista não como parte “separada” da sociedade, como “desajuste temporário das estruturas”, mas como partícipe no sistema de dominação social, ou seja, só existe dominação sobre a base de um setor marginalizado. E, como diz Antonio Gramsci, com trocas permanentes e luta pela hegemonia. Para dar conta dessa discussão, fez-se necessário a “identificação teórica multidimensional de marginalidade”, tendo em vista os objetivos da pesquisa, os quais a autora resume do seguinte modo: “conhecer um tipo particular de discurso (o ‘popular’), produzido por um meio específico de comunicação (o rádio), em seus efeitos sobre modos de participação de um setor social particular (uma população marginal)” (LOPES, 1988, p. 19).

“Urbanização e marginalidade social” – o Capítulo I – constitui-se numa análise que, embora abranja até a década de 1970, merece ser lida e discutida,

pois possibilita compreender melhor o processo das mudanças históricas que levam à realidade socioeconômica da contemporaneidade, bem como o papel dos meios de comunicação. Estamos principiando a era do consumo, e a dimensão ideológica, segundo este quadro teórico, pode ser apreendida utilizando-se o conceito de efeito-demonstração ampliado, para o qual a autora cita Gunnar Myrdal (apud LOPES, 1988, p. 28):

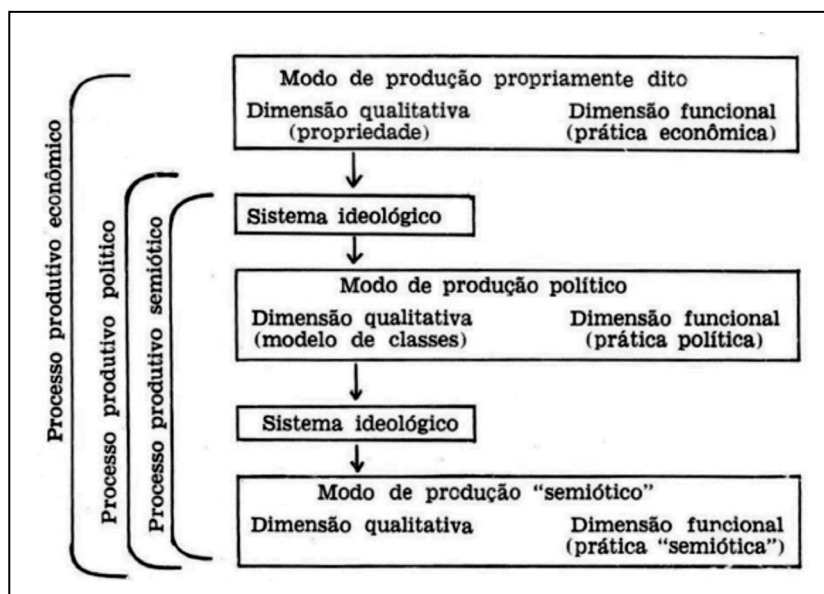
quando as pessoas entram em contato com mercadorias ou formas de consumo superiores, com novos artigos e novas maneiras de satisfazer velhas necessidades, estarão, depois de algum tempo, dispostas a sentir um certo desassossego e insatisfação. O seu conhecimento é ampliado e é estimulada a imaginação, novos desejos são despertados e a propensão para consumir se eleva.

Os meios de comunicação (bem como a educação) são os veiculadores do “efeito-demonstração” dos padrões de vida superiores dos países industrializados. Destaque-se ainda a discussão dos meios de comunicação e seu papel no sentido da agudização das contradições sociais, quer seja no nível ideológico e político, quer seja no sentido de estimular a migração. Ocorre que, paralelamente, os meios de comunicação educam. A população rural, que foi obrigada a deslocar-se para a cidade, começa a aprender comportamentos, modos de acesso a bens (como o serviço médico, que inexistia no campo), escolas (em geral com possibilidades de chegar até elas, pois já não distavam quilômetros), telefone, etc. É o processo de urbanização para o qual colaboram os meios.

Essas discussões tornam-se aprofundadas no Capítulo II, que tem como título “Caracterização teórica da ideologia”. Aqui, tem lugar a abordagem da comunicação de massa, a qual será tratada a partir tanto de seu “sentido imanente quanto de elementos que condicionam do exterior sua produção, distribuição, consumo, deixando suas marcas inscritas no próprio interior do processo de comunicação” (LOPES, 1988, p. 35). E, sobretudo, as relações ideologia-estrutura e história. Temos aqui uma abordagem de Louis Althusser, da qual a autora retira reflexões que se adéquam ao campo e, especificamente, à sua pesquisa. Chamaria a atenção para o fato de ser, ainda, uma das melhores abordagens das relações Althusser-campo da comunicação.

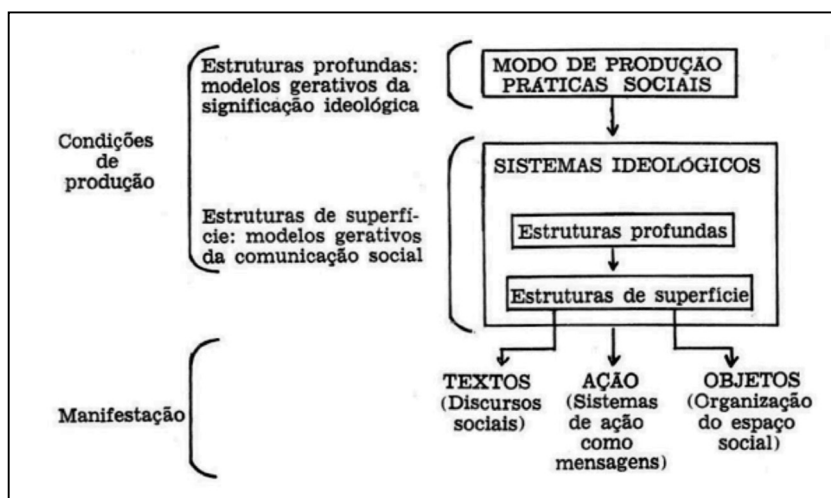
Além de Claude Lévi-Strauss e Karl Marx, esse capítulo também traz em destaque as contribuições de Edgar Morin e Eliseo Verón, sem esquecer Algirdas Greimas, culminando nas figuras que encerram a abordagem:

Figura 1 – Sistema ideológico e modo de produção



Fonte: Lopes (1988, p. 50)

Figura 2 – Sistema ideológico e manifestação ideológica



Fonte: Lopes (1988, p. 52)

No Capítulo III – “As condições sociais de recepção do discurso radiofônico popular: a caracterização empírica do estrato marginal” –, fica estabelecido claramente o objeto da pesquisa: “o discurso popular de rádio que circula na realidade social na forma de materialidade significativa auditiva ou discurso falado” (LOPES, 1988, p. 57). Aborda, então, o discurso em seu processo de produção-circulação-consumo, uma vez que busca apresentar as relações discurso-ideologia. Assim sendo, a autora lembra:

o princípio básico acerca do fenômeno ideológico, segundo o qual a ideologia não consiste em propriedades internas à mensagem, mas num sistema de relações entre a mensagem, de um lado, e as condições de sua produção (engendramento), circulação e consumo (recepção ou reconhecimento), de outro. O conteúdo do conjunto destas condições é sempre de ordem social e histórica e é altamente pertinente à investigação da CM [comunicação de massa] porque deixa suas marcas no interior da mensagem (LOPES, 1988, p. 56).

A autora defende o critério de classe social como o que autoriza a análise ideológica das mensagens. “Este critério é extratextual e se funda na diferenciação social: são as condições de recepção, que correspondem a uma situação empírica de classe, que conferem um caráter diferencial aos discursos” (LOPES, 1988, p. 57). Aborda, então, as estratégias metodológicas da pesquisa empírica, pelas qual buscou identificar os *efeitos de sentido* do discurso radiofônico popular problematizando as abordagens diversas que se deparam com o fenômeno da marginalidade urbana no âmbito das ciências sociais. Marginalidade compreendida aqui como possuidora de características complexas e “que se inserem no sistema social inclusivo na forma de exclusão integrada” (LOPES, 1988, p. 99). Na sequência, apresenta os dados levantados na identificação das condições de existência em contextos de marginalidade social, desde aqueles relativos a trabalho e renda até a definição de categorias como condição de migrante, situação ecológica, consumo material, formas de participação política e a situação social junto às agências de socialização como a família, a escola e os meios de comunicação de massa.

No Capítulo IV – “As condições de produção do discurso radiofônico popular: rádio, programação e classe social” –, é apresentado um panorama do contexto de produção do conjunto de discursos radiofônicos denominados populares, “cujas condições de produção mantêm relações com a marginalidade enquanto situação de recepção destes discursos” (LOPES, 1988, p. 99). Ao problematizar o fato de esses discursos serem produzidos e dirigidos preferen-

cialmente para as populações marginais, a autora mostra que são reveladores de uma estrutura popular e que “apontam para alguns processos de ordem social e ideológica que estão na base das *condições de produção* deste discurso” (LOPES, 1988, p. 99). A partir de dados quantitativos, identifica os índices de audiência radiofônica e as preferências populares com relação às emissoras, os programas e seus *gêneros*, sobretudo o *sertanejo* identificado no programa de Zé Bettio; o *policial* de Gil Gomes e o de *variedades* com Silvio Santos.

O capítulo apresenta ainda uma reflexão acerca dos *efeitos de sentido* produzidos nos três programas (destacados anteriormente) em relação ao contexto institucional da produção do discurso radiofônico popular, a partir de uma perspectiva histórica que toma como objeto o caso da Rádio Record, fundada em 1932, no estado de São Paulo. Na sequência, encontra-se um belo mapeamento das estratégias discursivas articuladas pela produção (engendramento) nos três diferentes gêneros radiofônicos (sertanejo, policial, variedades), pontuando as *operações de significação* que mobilizam as audiências em setores populares com o uso de apelos textuais, verbais, musicais e demais efeitos sonoros.

Intitulado “O processo de reconhecimento do discurso radiofônico popular”, o último capítulo oferece uma ampla reflexão sobre os resultados alcançados na observação do objeto específico da investigação: os *efeitos de sentido* (ou efeitos ideológicos) do discurso radiofônico popular. E afirma:

ambos os processos de produção e consumo mantêm vínculos com os mecanismos de base do funcionamento social, isto é, entrelaçam-se com as práticas econômicas e as práticas políticas expressas pelas diferentes classes sociais. O que se manifesta na forma de investimento de sentido nas matérias significantes, tanto na sua produção como no seu reconhecimento; é um trabalho semiótico como modalidade do trabalho social [...]. Isto porque todo reconhecimento engendra uma produção e toda produção resulta de um sistema de reconhecimento (LOPES, 1988, p. 127).

Nas páginas seguintes, a autora elabora uma reflexão sobre os esquemas significantes dos discursos radiofônicos populares como “materialidade significante” a partir do uso da voz, do ruído, a estrutura da narrativa e de seus conteúdos. E demonstra como ocorrem os *processos de reconhecimento*, ou seja, os discursos agora produzidos pelos ouvintes na condição de receptores de cada um dos programas analisados.

Nas conclusões, temos uma surpreendente articulação de todas as dimensões constitutivas do debate. Como diz a autora, trata-se de “uma breve sistematização das principais teses da pesquisa” (LOPES, 1988, p. 188). São apresentados

os argumentos que oferecem uma compreensão (que não pretendeu ser genérica) dos processos ideológicos da comunicação de massa, desde a identificação das condições de marginalidade social até chegar “ao esclarecimento das *operações de sentido* presentes no interior do discurso radiofônico popular” (LOPES, 1988, p. 188). Nesse jogo, “as condições de recepção têm a maior importância, pois só em relação a elas é que o discurso pode realizar a sua eficácia simbólica e ser efetivamente incorporado às práticas sociais de determinada população” (LOPES, 1988, p. 188). Por fim, é destacado que o consumo das mensagens não é um processo passivo “mas implica um novo investimento de sentido integrado no conjunto das condições concretas de existência marginal” (LOPES, 1988, p. 189).

A leitura desse livro de Maria Immacolata Vassallo de Lopes nos surpreende pelo seu caráter absolutamente precursor. Afinal, é preciso lembrar que, quando foi elaborado, não havia em circulação o grande número de pesquisas que hoje alimentam o debate em torno das audiências e seus modos de recepção, usos e consumo dos discursos midiáticos. Estamos, portanto, diante de um trabalho que de modo muito antecipado, em 1983, já indagava sobre a problemática da comunicação a partir de uma *visão integral* que não exclui a importância de se levar em consideração cada uma das dimensões constitutivas do processo, a saber: produção, circulação e recepção. Um argumento epistemológico que se consolidou com a difusão das teorias latino-americanas das mediações. E é uma bela evidência de que a preocupação com a atividade das audiências, seus modos de reconhecimento e de resistências, já se apresentava na América Latina em paralelo à emergência dos Estudos Culturais na Inglaterra.

## Referências

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. **O rádio dos pobres**: comunicação de massa, ideologia e marginalidade social. São Paulo: Loyola, 1988.