

Trajetória do Conceito de Classe Social no Campo da Comunicação: estudos pioneiros¹

Rafael GROHMANN²

FIAM-FAAM – Centro Universitário / Universidade de São Paulo (USP)

Resumo

O artigo discute como o conceito de classe social foi trabalhado em pesquisas no campo da comunicação entre 1970 e 1980, no sentido de evidenciar uma trajetória do conceito a partir de estudos considerados pioneiros, procurando observar seus sentidos teóricos e epistemológicos. Entre abordagens mais próximas à economia política da comunicação e à comunicação popular e outras relacionadas aos estudos culturais e de recepção, os trabalhos analisados mostram um retrato da pesquisa em comunicação na época.

Palavras-chave: classe social; campo da comunicação; epistemologia; pesquisa em comunicação.

1. Introdução

Conceitos não servem para ser “usados”, em um sentido instrumental (assim como os autores, como lembram Martino e Marques (2017) a partir da clássica pergunta “qual autor devo usar?”). Eles respondem a perguntas de pesquisa e, portanto, devem estar vinculados a todo o movimento do processo de pesquisa, que é metodológico (Lopes, 2005). Sobretudo, os conceitos possuem trajetórias – ou historicidade – nos campos (e subcampos) de pesquisa. A história de um conceito no campo nos auxilia a compreender perspectivas e parâmetros epistemológicos, teóricos e metodológicos, de forma a observar alcances e limites, inclusive em relação ao estágio atual de pesquisa na área.

Neste artigo, discutimos um pedaço da trajetória de um conceito específico no campo da comunicação – o de classe social, parte de tese de doutoramento (Grohmann, 2016)³ que procurou compreender sentidos teóricos e epistemológicos do conceito no campo, a partir tanto de pesquisa em artigos, teses e dissertações entre 2010 e 2014 quanto em relação à própria história do conceito nas ciências sociais e nos estudos de comunicação. Mais especificamente, aqui procuramos analisar como eram os estudos que

¹ Trabalho apresentado no GP Teorias da Comunicação do XVII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (USP). Professor e Coordenador Adjunto do Mestrado Profissional em Jornalismo do FIAM-FAAM – Centro Universitário e Professor Contratado III da ECA-USP. E-mail: rafael-ng@uol.com.br

³ Já tratamos em outros momentos (Fíguro; Grohmann, 2014; Grohmann, 2017) de outros pontos específicos desta pesquisa, especialmente em relação aos estudos de recepção. No presente artigo, abordaremos a área da comunicação como um todo, sem, entretanto, repetir o que já dissemos nos outros textos. Isso justifica, por exemplo, a ausência neste texto da análise de obras consideradas pioneiras também como Bosi (1978), Leal (1985), Silva (1985) e Lopes (1988), que já foram analisadas alhures (Fíguro; Grohmann, 2014).

envolveram o conceito de classe social nos estudos de comunicação – tanto internacionais quanto brasileiros – nas décadas de 1970 e 1980, os quais chamamos de pioneiros na área.

O recorte, tanto temporal quanto em relação a obras, foi estabelecido a partir de pesquisa bibliográfica de livros considerados relevantes para a área. Nosso interesse é observar como foi tratado o conceito de classe social nessas obras e como ele se entrelaça com a comunicação. Um marco que define o fim do período destes estudos pioneiros é o lançamento da obra de Jesús Martín-Barbero (1995), “Dos meios às mediações” que impactou teórica e metodologicamente os estudos seguintes sobre classes sociais na comunicação, como mostramos em Grohmann (2016). Assim, as obras aqui apresentadas são de uma época “pré-Martín-Barbero” no campo da comunicação e mostram, de alguma forma, um retrato da pesquisa em comunicação na época.

2. Estudos Internacionais: Armand Mattelart e David Morley

O conceito de classe social não nasce na comunicação, mas nas ciências sociais, e possui diferentes vertentes teóricas, a partir de Weber, Marx, Bourdieu, por exemplo, e também uma trajetória específica nas ciências sociais brasileiras (Grohmann, 2016). Ou seja, assim como muitos outros conceitos, a classe é “estrangeira” na comunicação e isso impacta, de algum modo, na forma como essa noção foi e vem sendo trabalhada no campo.

A institucionalização do campo da comunicação no Brasil ocorre mais sistematicamente a partir dos anos 1960 e 1970. Os primeiros mestrados na área, por exemplo, foram criados em 1972 (USP) e 1973 (UFRJ)⁴. Trata-se de um contexto marcado pela Guerra Fria, em plano mundial, e pela Ditadura Militar, no Brasil e na América Latina. Os estudos dessa época que envolvem classes sociais na comunicação, então, devem ser entendidos nesse contexto.

Em uma perspectiva internacional, Armand Mattelart e Seth Siegelau (1979) organizaram dois volumes de um livro chamado “Comunicação e Lutas de Classe”, com trechos de autores como Marx, Lenin, Althusser, Gramsci e Bourdieu. Entre os textos originais, os editores comentam as relações entre comunicação e classes sociais a partir de uma perspectiva ligada ao imperialismo e às relações “Norte-Sul”, principalmente em relação à questão ideológica. Falar de comunicação e classes sociais, para eles, portanto, era considerar as lutas de classes a partir das relações imperialistas na comunicação e a própria comunicação sendo pensada como articulação de relações sociais. Segundo

⁴ O que justifica, inclusive, o recorte temporal da presente pesquisa.

Siegelau (1979), as lutas de classes são a base fundante sobre a qual se constrói o processo de comunicação.

Em contexto de Guerra Fria, as lutas de classes deveriam ser compreendidas a partir desse “xadrez político” com um olhar internacional globalizado. Não se trata, portanto, somente do “proletário brasileiro” contra o “capitalista brasileiro”, mas de uma luta em relação à imposição ideológica advinda dos países chamados de “centrais” a partir de suas próprias visões etnocêntricas.

As classes, então, são pensadas na década de 70 por Mattelart em termos de “cultura de massa”. Em “Para Ler o Pato Donald” (Dorfman; Mattelart, 1972), escrito em parceria com Ariel Dorfman, as histórias em quadrinhos da Disney, em especial as do Pato Donald, são colocadas em termos de lutas de classes e colonialismo, com o pressuposto de que “o imaginário infantil é a utopia política de uma classe” (Dorfman; Mattelart, 1972, p. 77). Uma das críticas refere-se ao modo como os “subdesenvolvidos” são representados nas narrativas. “Nossos países se transformam em latas de lixo que se rejuvenescem eternamente para o deleite impotente e orgiástico dos países centrais” (Dorfman; Mattelart, 1972, p. 70). Com essa representação midiática dos oprimidos, os autores afirmam que essa mesma imagem começa a aparecer em “nossos espelhos”, de modo a acreditarmos nesses enquadramentos.

Contudo, não são analisados somente o “subdesenvolvido” ou os “países do Sul”, mas também as representações dos proletários. Dorfman e Mattelart (1972) trazem a clássica frase marxiana acerca das classes e ideias dominantes e afirmam que a classe trabalhadora é estereotipada nas histórias da Disney, transformando seus atributos em taras e objetos de riso. Ou seja, as classes são representadas nos meios de comunicação de acordo com a visão das classes dominantes. Os trabalhadores são vistos sempre como “os outros”, “a alteridade”, ou “a massa”.

Mas, segundo Siegelau (1979), as representações de classes não se fazem somente pelas mídias, pois elas não são instituições isoladas. É preciso observar como essa representação se dá na circulação de sentidos da sociedade, e o próprio campo acadêmico não está fora disso. No ano de 1979, Siegelau já afirmava:

o resultado é que a produção acadêmica em teoria da comunicação, muitas vezes, tende a ser desigual na medida em que quase exclusivamente enfoca a vida comunicativa das forças dominantes, o que eles estão fazendo ideologicamente, etc., sem examinar esta vida em sua relação com a vida das classes oprimidas, na comunicação e em outros lugares (Siegelau, 1979, p. 17).

A partir disso, Mattelart (1979) reforça a importância de o pesquisador da comunicação ser um investigador comprometido com a realidade social vivida. Uma Ciência da Comunicação, para ele, deve, por exemplo, “ouvir um grupo de trabalhadores impressores lutando contra a concentração industrial e seu modelo computadorizado” (Mattelart, 1979, p. 24), isto é, dar vazão e visibilizar as lutas de classes na comunicação. Lutas de classes essas que não são bem compreendidas se não houver uma reflexão sobre as relações de hegemonia em um plano “macro”

Para o autor, portanto, somente é possível construir novos meios de produção para a comunicação se houver uma modificação global dessas relações de classes. Por isso, ele enxerga a necessidade de consciência de classe dos sujeitos que compõem as chamadas “audiências”. Para tanto, Mattelart (1979) afirma que o público precisa produzir seus próprios sentidos.

O trabalho de Mattelart, nesse aspecto, é importante pois consegue reunir alguns elementos como: a) a predominância do tema da “luta de classes” na comunicação; b) a importância dos estudos de representações de classes na comunicação ou como é o discurso midiático sobre classes; c) a economia política da comunicação, não se esquecendo das questões de poder e hegemonia no que se refere às empresas de comunicação, por exemplo; d) ao afirmar que os sujeitos precisam criar seus próprios sentidos para o que veem nos meios de comunicação, flerta com o que foi e tem sido construído nos estudos de recepção.

Podemos ainda notar que, embora Mattelart parta de uma dimensão marxista relacionada à transformação social, em alguns momentos, sua perspectiva se assemelha mais à desenvolvida pela Escola de Frankfurt, principalmente no livro “Para Ler o Pato Donald”, onde os autores (Dorfman; Mattelart, 1972) anulam o sujeito diante de uma suposta “escravidão ideológica”. E a crítica aos desenhos da Disney vem acompanhada da crítica ao imperialismo norte-americano.

Ortiz (1988) e Bolaño (2000) situam os trabalhos de Mattelart a partir das teorias da dependência e do imperialismo cultural e, apesar de enaltecerem o impacto político dos trabalhos de Mattelart em cenário de Guerra Fria, o criticam por uma “fragilidade teórica”.

Ainda com relação ao panorama internacional da comunicação envolvendo o conceito de classe social, podemos destacar o trabalho de David Morley. Se em Mattelart,

pudemos observar traços da economia política da comunicação e do discurso midiático sobre as classes, em Morley, o grande destaque fica para os estudos de recepção a partir de uma abordagem dos estudos culturais.

Morley foi, ainda estudante, o primeiro a testar o modelo “codificação/decodificação” proposto por Stuart Hall (2003)⁵. Em *Nationwide Audience* (Morley, 1980), propõe rupturas com abordagens advindas do funcionalismo e dos usos e gratificações, aproximando-se de uma “etnografia de audiências” (flertando com abordagens antropológicas) ao buscar os sujeitos-receptores “reais” em detrimento de leituras somente textuais. Ele procura mostrar como

membros de diferentes grupos e classes, compartilhando códigos culturais⁶ diferentes, também interpretarão determinada mensagem de forma diferente, não apenas em um nível pessoal, mas de uma forma sistematicamente relacionada com sua posição socioeconômica (Morley, 1992, p. 88).

O conceito de classe, então, tem um papel importante em Morley. Mas isso não significa que tudo é explicado diretamente a partir da classe social, pois, para ele não podemos encará-la de forma determinista em relação a como os indivíduos decodificam as mensagens que recebem dos meios de comunicação. Morley (1980) acusa Bernstein (1960) de aplicar o conceito de classe de forma determinista em relação à realidade. Por isso, ele concebe a noção de classe como central, mas também procura observar outras identidades.

Mas com qual conceito de classe Morley trabalha? Se a abordagem de classes de Mattelart se relaciona a uma visão marxista, Morley (1992) se baseia na concepção de classes de Frank Parkin (1979), de inspiração weberiana, que enxerga “classe” e “status” como conceitos distintos e concebe as ocupações como um indicador de classe. A partir disso, realiza o estudo com quatro grupos: gerentes, sindicalistas, aprendizes e estudantes. O autor também pensa “à moda weberiana” ao operacionalizar a pesquisa a partir do “individualismo metodológico”.

Sem a pretensão de esgotar a bibliografia internacional da época sobre o tema, podemos considerar que: a) a abordagem de Mattelart (1979), muita marcada por um contexto de “imperialismo” e Guerra Fria, demonstra uma ênfase nas lutas e com

⁵ Stuart Hall, diferentemente dos pais fundadores do Centro de Birmingham, não pensou diretamente a noção de classe. Do ponto de vista epistemológico, rompe com o marxismo (chegando a afirmar que o marxismo nunca se encaixou perfeitamente nos estudos culturais), se aproximando de um pós-estruturalismo. O “circuito de cultura” (Hall, 2003), proposto por ele, articulando noções de “produção” e “consumo” são um marco nos estudos de recepção.

⁶ Expressão cara a Basil Bernstein (1960), linguista e sociólogo da educação, tido por Morley, em entrevista a Ana Carolina Escosteguy (2001) como uma “versão inglesa” de Pierre Bourdieu.

importância para compreensão da economia política da comunicação e do discurso midiático sobre as classes”; b) a visão de Morley (1980; 1992) é impregnada por uma visão weberiana de classe e pelos “códigos culturais” de Bernstein, além de certa visão estruturalista do modelo “codificação-decodificação” de Hall (2003), mas avança na medida em que trabalha o conceito de classe social a partir dos sujeitos de “carne e osso” em estudos de recepção.

Estes estudos pioneiros trazem a contribuição de introduzir a noção de classe social em pesquisas com foco propriamente na comunicação, mas é principalmente o trabalho de Mattelart e Siegelau (1979) que avança em direção a conceber a luta de classes no próprio processo comunicacional, de forma dinâmica, refletindo propriamente sobre teoria da comunicação. Contudo, o trabalho de Morley – principalmente por sua relação com a obra de Hall – teve mais impacto na área. Por exemplo, entre as 42 teses e dissertações defendidas entre 2010 e 2014 em programas de pós-graduação em comunicação com o termo “classe” no resumo, no título ou nas palavras-chave, há oito citações das pesquisas de Morley e não há uma citação sequer de Mattelart e Siegelau (cf: Grohmann, 2016).

3. Classes subalternas, comunicação popular e imprensa operária

Já o Brasil, no fim da década de 1970, vivia sob o lema da distensão “lenta, gradual e segura” proposta por Ernesto Geisel durante a ditadura militar brasileira. Época também marcada pela Guerra Fria, pelos exílios, pelas lutas nas universidades brasileiras. E, como já afirmado, o campo da Comunicação “nascia” no país naquele período. A partir desse contexto, podemos compreender o evento intitulado “Comunicação e classes subalternas”, organizado por José Marques de Melo em 1979, ano em que foi anistiado e reassumiu seu cargo como professor na Universidade de São Paulo (USP). Ou seja, o evento possui importante significado nas lutas travadas pelas universidades brasileiras em relação à ditadura. É também fundamental salientar o papel de Marques de Melo no campo comunicacional brasileiro, como central ator político e de organização do campo, agendando os debates centrais à comunidade acadêmica. Assim, Marques de Melo (1980) afirma haver uma “dupla cegueira” dos estudos comunicacionais em relação às classes sociais.

Primeiro, por identificarem nos *mass media*, enquanto instrumentos de comunicação mantidos e controlados pelas classes dominantes, os veículos exclusivos de introjeção da sua ideologia na sociedade. Segundo, por adotarem uma posição de menosprezo em relação aos meios de comunicação das classes

subalternas, considerados tão somente como manifestações reacionárias e, portanto, dignas de interesse apenas daqueles pesquisadores ‘oficiais’ (folcloristas) que buscam catalogar as expressões ‘pitorescas’ e ‘inusitadas’ da nossa cultura (Marques de Melo, 1980, p. 11)

Em relação à primeira cegueira, trata-se de uma tentativa de complexificar o debate acerca das classes da comunicação, pois seria simplista afirmar somente “mídia burguesa” como os resultantes de todas as nossas pesquisas. Os valores dominantes circulam pelos meios de comunicação e também pela sociedade, e por isso, não poderíamos colocar os meios de comunicação como “veículos exclusivos de introjeção”. A própria terminologia “introjeção” se assemelha à metáfora da “agulha hipodérmica”, como se os meios de comunicação tivessem esse poder praticamente totalizante.

A partir da segunda cegueira, podemos compreender melhor que “popular” não significa algo “inferior”, nem deve ser visto apenas como o “exótico”, como se fosse um animal no zoológico. Trata-se, portanto, de conceber o popular a partir das atividades concretas dos sujeitos sociais, pensando dialeticamente, e não simplesmente taxando tudo como “reacionário” ou como “lixo”.

É de se notar, ainda, no evento de 1979, o uso da palavra “subalternas” para adjetivar as classes. A expressão possui um significado atrelado à dominação, a pessoas colocadas como “inferiores” e silenciadas pelas classes dominantes, com possibilidades de emancipação e dar voz a esses sujeitos.

No mais, o que o evento organizado por Marques de Melo (1980) traz é uma série de pequenos textos, de autores como Albino Rubim, Carlos Eduardo Lins da Silva e Ismar de Oliveira Soares. As temáticas variam muito, mostrando a elasticidade do conceito de “subalterno” na comunicação. Exemplos: a prática de cinema na favela, a comunicação entre chefes e “subalternos”, a música sertaneja e as classes subalternas, a literatura de cordel, a comunicação católica a serviço dos marginalizados e a comunicação em comunidades homossexuais.

A diversidade também se dá em termos de referenciais teóricos, como Bateson, Weber e o próprio Gramsci. No entanto, as temáticas, apesar de interessantes, não são bem desenvolvidas teoricamente. O livro, que tem um caráter mais de divulgação das “palestras”, acaba caindo em um descritivismo de pouca profundidade, que, de certa forma, é próprio da época do campo da comunicação no Brasil, ainda engatinhando, no fim dos anos 1970.

O que fica evidenciado nesse estudo, pois, é uma preocupação com a “comunicação popular”, que é a tônica de muitas pesquisas realizadas no Brasil nas décadas de 1970 e 1980, em contexto de redemocratização do país, com estudos ligados à mídia alternativa e aos movimentos de base. Outro exemplo semelhante, já na década de 1980, é um livro organizado por Regina Festa e Carlos Eduardo Lins da Silva (1986) sobre comunicação popular e alternativa no Brasil.

O contexto é semelhante ao livro anterior, envolvendo mídia e hegemonia, mas com mais clareza sobre o papel da luta de classes na sociedade e na comunicação, enquanto algo dinâmico e não estanque. “A cultura industrializada revela limpidamente a hegemonia que um conjunto de classes ou frações de classes detêm sobre o conjunto da sociedade” (Silva, 1986, p. 31). Isto é, há uma correlação de forças que se movem sobre a produção comunicacional, como afirma Silva (1986, p. 31): “o conteúdo dos meios de comunicação muda na medida em que muda o panorama da luta de classes na sociedade e no seu próprio interior”. Embora este livro também tenha traços de descritivismo no que tange às análises, é importante pensar as classes em movimento com seus conflitos e em relação com os processos comunicacionais.

Podemos observar, então, nessas décadas de 1970 e 1980, uma preocupação com os conflitos de classes e a busca de uma sociedade brasileira mais justa por meio da comunicação. Maria Nazareth Ferreira (1988) é outro exemplo, mostrando um histórico da imprensa operária no Brasil, e como se podem criar alternativas à hegemonia jornalística, a partir de meios de comunicação a serviço da classe trabalhadora. Para ela, a imprensa operária não é só aquela produzida por operários, mas as que “visam a esse público, abordam uma temática operária e expressam, de uma maneira ou outra, as reivindicações do operariado” (Ferreira, 1988, p. 5).

A partir disso, Ferreira (1988) classifica a imprensa operária em anarcossindicalista, sindical-partidária e sindical, a partir da História do Brasil desde o século XIX até as transformações ocorridas com a luta pela redemocratização na ditadura militar. Elabora, ainda, uma relação de jornais e revistas da imprensa operária⁷ desde 1847 até 1986. Como aspecto positivo, podemos ressaltar a discussão política sobre classe operária relacionada aos meios de comunicação e a importância de a classe trabalhadora criar alternativas. No entanto, podemos colocar como um dos aspectos problemáticos o foco somente na questão “operária”: a autora critica a substituição da palavra “operário”

⁷ Em levantamento realizado no Arquivo Edgard Leuenroth, da UNICAMP.

por “trabalhador”. Podemos perceber, então, certo menosprezo da autora em relação à organização partidária da classe operária e à organização sindical do operário como trabalhador.

Uma das questões levantadas por Ferreira (1988) é que a imprensa sindical, diferentemente das outras (anarcossindicalista e sindical-partidária, segundo sua classificação), não é produzida por um “operário ou intelectual diretamente ligado ao meio operário” (Ferreira, 1988, p. 54), mas um jornalista profissional, assalariado. Para a autora, com isso, “a figura do jornalista da classe operária, saído da sua própria classe, tende a desaparecer nessa fase da imprensa operária” (Ferreira, 1988, p. 54). Ora, ao conceber a classe trabalhadora reduzida ao que chama de operário, Ferreira (1988) acaba por tornar invisível o fato de que o jornalista é também parte integrante da classe trabalhadora, e com possibilidades de ter uma origem e uma trajetória de vida (e família) operária. Então, podemos notar que há uma concepção reducionista em relação ao que chama de imprensa sindical.

O que esses estudos, como Marques de Melo (1980), Festa e Silva (1986) e Ferreira (1988), têm em comum é justamente essa possibilidade de pensar alternativas políticas a partir de termos como “classes subalternas”, “comunicação popular” e “imprensa operária” – embora com certo descritivismo em relação à construção teórico-metodológica.

4. Aspectos simbólicos e a emergência dos estudos de recepção

Em paralelo, podemos notar outro movimento nas pesquisas brasileiras, que procura analisar os meios de comunicação hegemônicos – principalmente a partir do que chamam de “aspectos simbólicos” – e sua recepção, ainda pensada de maneira incipiente. Uma dessas pesquisas é “A Noite da Madrinha”, de Sérgio Miceli (1972), que pode ser considerado um estudo precursor dos estudos de comunicação no país.

O livro se propõe a fazer uma análise do programa da apresentadora Hebe Camargo, procurando unir explicação sociológica com descrição semiológica⁸, utilizando-se da perspectiva teórica do argentino Eliseo Verón. A obra centra sua análise na mensagem a partir tanto dos programas de TV da apresentadora entre 1970 e 1971 tanto a partir dos índices de audiência, matérias de revista, cartas de fãs e críticas,

⁸ É interessante observar como Miceli (1972) coloca os termos adjuntos à cada área do conhecimento: “a sociologia explica” e a “semiologia descreve”.

procurando observar também a relação de Hebe com o público, com os mecanismos de projeção e identificação com a apresentadora, bem como pensar os *ethé*⁹ de mãe, filha, esposa e dona-de-casa e como isso circula pela sociedade brasileira. Entretanto, esse “público” é sempre pensado a partir dos “vestígios” da mensagem, não se tratando, então, propriamente, de um estudo de recepção.

Uma das questões cruciais para Miceli (1972) é a criação e a consolidação de uma indústria cultural no país. Para pensar tal questão, compreende a sociedade capitalista a partir da estrutura de classes antagônicas, sendo Pierre Bourdieu o autor que perpassa toda a obra. A partir da influência bourdieusiana, Miceli (1972) enfatiza os processos simbólicos e ideológicos que transfiguram as relações de classe, com duas vias: relações de força e relações de sentido. Considera, então, que sua pesquisa se centra nas “relações de sentido” do programa Hebe Camargo envolvendo as classes sociais.

O autor também faz uma separação entre “material” e “simbólico”, tal qual Bourdieu: “faz-se necessário fixar uma linha de demarcação entre o sistema das relações de produção, de circulação e de consumo dos bens materiais, e o sistema das relações de produção, de circulação e de consumo dos bens simbólicos” (Miceli, 1972, p. 37). Podemos, então, observar que: 1) embora teorizando de forma tímida, o autor pensa a questão da circulação dos bens, envolvendo produção e consumo; 2) o autor desconsidera, de forma análoga a Bourdieu, a materialidade dos bens simbólicos, como se os “bens materiais” não tivessem nada de “simbólico” e vice-versa.

A hipótese norteadora da pesquisa é a vinculação de Hebe Camargo com os estratos médios da população brasileira, procurando criar vínculos com uma “classe já estabelecida”, a partir de uma linguagem “nobre”, o que tornaria o programa – como diz a própria gíria – “joia”, nos termos do autor. Segundo Miceli (1972, p. 77), “a intenção desta linguagem é oferecer a todos um repertório adequado à expressão dos tons da sociabilidade que caracteriza o estilo de vida de um grupo social”. Ele, então, considera que há no programa de Hebe uma “discrção conservadora” com relação aos valores e costumes perpassados no discurso da apresentadora.

Ao mesmo tempo, a hipótese complementar de Miceli (1972) é com relação aos programas de auditório como os de Sílvio Santos e Chacrinha, para ele, dirigido “às faixas

⁹ Plural de *ethos*.

mais baixas de renda (classes ‘D’ e ‘C’)”¹⁰ (Miceli, 1972, p. 44). Para o autor, esses programas

procuram compensar, no plano simbólico, a ‘exclusão’ social total que caracterizam os contingentes que integram a faixa. Oferecem aos ‘excluídos’ do sistema o ingresso vicário ao mercado de consumo, e chamando os telespectadores pelo refrão ‘minhas colegas de trabalho’, acabam por conceder-lhes recursos para uma identidade social (Miceli, 1972, p. 250).

Ou seja, mais uma vez aparece a distinção entre “material” – colocado somente como renda – e o “simbólico” – a partir do universo da chamada “indústria cultural”. Contudo, é interessante notar como, ao chamar o público de “colegas de trabalho”, se articulam no plano discursivo, as questões de trabalho e consumo envolvendo as classes sociais, embora a atenção do autor esteja centrada no plano do “simbólico”. Então, Miceli (1972) conclui que

o campo simbólico se organiza como um sistema misto de relações de produção, distribuição e consumo de bens simbólicos, obrigando a reproduzir nos ‘bolsões’ a competência cultural das classes e setores de classe já integrados aos mercados de trabalho e consumo – o operariado industrial, os setores médios ocupados no terciário etc. – e, ao mesmo tempo, obrigado a responder às demandas simbólicas exercidas pelas camadas ‘excluídas’. São estas as razões que explicam a existência de inúmeros produtos heterogêneos, passíveis de leituras distintas, veiculados pela indústria cultural (Miceli, 1972, p. 179).

Há, portanto, em Miceli (1972) uma teorização a partir da “reprodução” e das “distinções” entre as classes a partir de mecanismos estruturados pela própria “indústria cultural” com relação às classes, como jogos de inclusão e exclusão. Nesse sentido, podemos pensar o livro “A Noite da Madrinha” como: a) um precursor não só dos estudos entre comunicação e classes (ainda que visto de um departamento de sociologia), mas também introdutório da perspectiva de Pierre Bourdieu, que norteará alguns trabalhos posteriores na área; b) uma pesquisa que procura sair do descritivismo presente, por exemplo, em Marques de Melo (1980); c) um trabalho que também procura se afastar da hegemonia frankfurtiana que dominou os estudos sobre “indústria cultural” nos anos 1970 no Brasil, não colocando o programa de Hebe Camargo somente como “manipulação do sistema”. É, assim, um passo inicial para os “estudos de recepção” no Brasil.

¹⁰ Podemos notar que, apesar de o autor utilizar de um vocabulário propriamente bourdieusiano, como a questão do “campo simbólico”, Miceli (1972), ao falar sobre as classes, trabalha ainda com a questão de renda e a divisão por estratos socioeconômicos, como podemos observar nessa citação.

Já com relação propriamente a investigações consideradas pioneiras nos estudos de recepção, podemos ressaltar Bosi (1979), Leal (1985), Silva (1985) e Lopes (1988) – já analisadas em Grohmann e Fíguro (2014) – além de Chucid da Viá (1977) e van Tilburg (1990), que agora apresentamos, apesar de eles não se intitularem como pesquisas propriamente de recepção.

O livro de Chucid da Viá (1977) apresenta a questão do sindicalismo no Brasil e pretende mostrar como os conceitos de classe social e consciência de classe se diluem a partir de estudo entre trabalhadores têxteis em 1959 e 1972, buscando compreender em que medida os meios de comunicação podem ser considerados como responsáveis por essa “diluição”.

Sua visão se aproxima do funcionalismo, mesmo falando em classes sociais. Fala em “luta de classes”, em “sindicalismo”, mas aplicando autores como Paul Lazarsfeld, o que não chega a ser surpresa, pois a autora ressignifica os “elementos de classe” a partir de uma leitura positivista do mundo, para não dizer elitista. Primeiramente, a classe social não é estudada realmente no sentido de suas lutas e das práticas concretas dos sujeitos sociais, mas do ponto-de-vista de sua “diluição”, assemelhando-se ao Durkheim (2004) preocupado com as mudanças na sociedade, na passagem da “solidariedade mecânica” para a “solidariedade orgânica” e as perdas dos laços sociais.

Depois, os sujeitos não são vistos como tais, mas como mera “massa de manobra” da televisão e dos outros meios de comunicação, como seres “passivos” e à deriva dos efeitos das mídias. Um exemplo do que diz Chucid da Viá (1977, p. 124): “a influência do rádio é grande e se deve, em parte, à falta de escolaridade dos trabalhadores. Em face dessa situação, torna-se mais fácil ouvir do que ler”. Isto é, trata o receptor como sujeito “burro” por não ser escolarizado, e com isso a autora acaba por falar em “classes sociais” a partir do ponto-de-vista do dominante. Quando pesquisa o consumo cultural dos operários, por exemplo, utiliza os resultados de que eles não leem jornais e assistem a programas de auditórios para reforçar o estigma que ela própria criou sobre os trabalhadores, tratando sujeitos sociais como se fossem amebas.

Já o livro de van Tilburg (1990), sobre televisão e mundo do trabalho, foi publicado em 1990, mas sua pesquisa foi desenvolvida desde 1974. O objetivo central de van Tilburg (1990) é saber o que levariam milhões de brasileiros a se tornarem telespectadores assíduos, especialmente da Rede Globo, após um dia inteiro de trabalho. Então, mostra que o caráter cíclico da programação – ou a própria ideia de “grade de

programação” – fortalece a ideia de uma rotina. Essa ideia, pois, de programação se encaixaria no cotidiano das “camadas de baixa renda”, nas palavras do autor, tanto horizontalmente (de segunda à sexta) quanto verticalmente (de manhã à noite).

Apesar de não utilizar essa terminologia, o que se tem aqui é um exame, ainda que superficial, da rotina das classes trabalhadoras na década de 1980 e sua relação com a televisão. O autor separa o tempo em “tempo trabalhado” e “tempo não-trabalhado” e coloca a importância do “cartão de ponto” para demarcação dessa rotina. Um outro ponto importante e que converge com a pesquisa de Silva (1985), por exemplo, é o que Tilburg (1990) chama de “poder de barganha do telespectador”, uma maneira de dizer que o ponto de vista do sujeito-receptor deve ser considerado, não como alvo a ser atingido. “Participação, pois, não é sinônimo de pesquisa de mercado [...]. O poder de barganha que a audiência detém merece estudo mais aprofundado” (Tilburg, 1990, p. 25).

Porém, as fraquezas metodológicas de Tilburg (1990) também ficam evidentes no “descritivismo”, que é a tônica de uma parcela de trabalhos desse período. Não há explicitação ou explicação metodológica: há tabelas, dados, mas não há uma visibilização de como o autor realizou a pesquisa. Não há sistematização do modo como se analisou a narrativa da telenovela bem como colheu os depoimentos dos receptores (há somente observações como “um trabalhador de baixa renda comentou comigo”). Do mesmo modo, não se discute o conceito de classe e naturaliza o termo “baixa renda”, essencializando as classes.

Nas pesquisas de recepção deste período, como já afirmamos em Fígaro e Grohmann (2014), o trabalho de Leal (1985) – com influências de Pierre Bourdieu e da Antropologia – é o mais refinado teórica e conceitualmente, além de trazer pistas para pesquisas posteriores, como Lopes, Borelli e Resende (2002). Para além do descritivismo próprio da época, podemos destacar nesses trabalhos um enfoque nas questões simbólicas, sem, no entanto, relacioná-las de forma mais fecunda aos processos comunicacionais. Há, ainda, uma variedade de olhares para a realidade das diferentes classes – cujo conceito não é discutido teórica e epistemologicamente – desde o elitismo de Chucid da Viá (1977) até certa romantização das classes populares e do “Outro”, presente, por exemplo, em Leal (1985) e van Tilburg (1990) – crítica também feita por Lopes, Borelli e Resende (2002) – passando pela contribuição teórica de Miceli (1972).

5. Considerações Finais

Nos estudos aqui apresentados, podemos notar duas perspectivas teóricas. Uma está mais relacionada à economia política da comunicação e à comunicação popular, recuperando uma noção mais política das lutas de classes, ora com uma maior imbricação aos processos comunicacionais, como Mattelart e Siegelau (1979), ora apenas como um olhar a partir de um *Zeitgeist* próprio das décadas de 1970 e 1980, sem uma discussão propriamente conceitual, como nos estudos brasileiros do período. Esta perspectiva das classes a partir da comunicação popular e da imprensa operária some da pesquisa em comunicação no Brasil, como pudemos mostrar em Grohmann (2016) a partir da análise de 48 artigos e 42 teses e dissertações entre 2010 e 2014.

Outra perspectiva relaciona-se aos estudos culturais e de recepção, ressaltando as questões simbólicas e os sujeitos pertencentes às diferentes classes em contato com as mídias. A recepção do trabalho de Morley no Brasil se dá em um contexto posterior, relacionada à própria recepção de Stuart Hall no país, principalmente entre as décadas de 1990 e 2000 (cf: Jacks; Wottrich, 2016). Os estudos brasileiros, pois, carecem de fundamentação teórica e epistemológica em uma perspectiva comunicacional – além de, em alguns casos, possuírem traços funcionalistas – e podem ser pensados como um embrião de estudos de recepção, que se fortalecem teoricamente, mais tarde, com a perspectiva das mediações de Jesús Martín-Barbero.

Entre as duas perspectivas, perpassam algumas pesquisas envolvendo análise do discurso midiático, como Dorfman e Mattelart (1972) e Miceli (1972), além da falta de discussão em relação ao conceito de classe social. Para além disso, este mapeamento nos mostra que, apesar de dimensões diferentes, trata-se de uma falsa disputa o que se colocou entre economia política da comunicação e estudos culturais (Garham; 1995; Grossberg, 1995), pois encaramos como olhares complementares para a pesquisa em comunicação envolvendo as classes sociais.

Por fim, se os anos de 1980 viveram, de alguma forma, um *boom* das classes sociais na comunicação, o mesmo não pode ser dito em relação aos anos 1990. Como mostram Jacks, Menezes e Piedras (2008) a partir dos estudos de recepção, as pesquisas se voltam a estudar mais as “identidades culturais” em relação com os processos comunicacionais. São celebradas as identidades plurais e contraditórias, como a “identidade regional” e o conceito de classe social é relegado a segundo plano. É como se as classes sociais tivessem caído junto com o Muro de Berlim (Murdock, 2009), mesmo havendo evidências empíricas na vida concreta e material dos sujeitos sociais e

comunicacionais. De alguma forma, analisar a trajetória específica de um conceito em um campo nos auxilia a compreender os caminhos e sentidos da própria pesquisa em comunicação em plano *macro* ao longo dos tempos.

Referências

- BERNSTEIN, Basil. Language and Social Class. **British Journal of Sociology**. N. 11, v. 3, 1960, p. 271-276.
- BOLAÑO, César. **Indústria Cultural, Informação e Capitalismo**. São Paulo: Hucitec/ Polis, 2000.
- BOSI, Ecléa. **Cultura de Massa e Cultura Popular: leituras de operárias**. Petrópolis: Vozes, 1978.
- DA VIÁ, Sarah Chucid. **Televisão e Consciência de Classe**. Vozes, 1977.
- DORFMAN, Ariel; MATTELART, Armand. **Para leer al pato Donald**. Buenos Aires: Siglo XXI, 1972.
- DURKHEIM, Émile. **Da Divisão do Trabalho Social**. São Paulo: Martins Fontes, 2004.
- ESCOSTEGUY, Ana Carolina. **Cartografia dos Estudos Culturais**. Belo Horizonte: Ed. Autêntica, 2001.
- FERREIRA, Maria Nazareth. **Imprensa Operária no Brasil**. São Paulo: Ática, 1988.
- FESTA, Regina; SILVA, Carlos Eduardo Lins da. (org.). **Comunicação Popular e Alternativa no Brasil**. São Paulo: Paulinas, 1986.
- GARHAM, Nicholas. Political Economy and Cultural Studies: reconciliation or divorce? **Critical Studies in Mass Communication**. V. 12, n. 1, p. 62-71, 1995.
- GROHMANN, Rafael. **As Classes Sociais na Comunicação: sentidos teóricos do conceito**. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Universidade de São Paulo (USP). Orientadora: Roseli Fíguro, 2016.
- GROHMANN, Rafael. As classes sociais ainda importam para a recepção? Uma análise de teses e dissertações (2010-2014). **Contracampo**. V. 36, n. 1, 2017.
- GROHMANN, Rafael; FÍGARO, Roseli. O conceito de classe social em estudos de recepção brasileiros. **Animus**. V. 13, n. 25, 2014, p. 57-70.
- GROSSBERG, Lawrence. Cultural Studies vs. Political Economy: is anybody else bored with this debate? **Critical Studies in Mass Communication**. V. 12, n. 1, p. 72-81, 1995.
- HALL, Stuart. Codificação/ Decodificação. In: **Da Diáspora: identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2003, p. 365-384.
- JACKS, Nilda; MENEZES, Daiane; PIEDRAS, Elisa. **Meios e Audiências**. Porto Alegre: Sulina, 2008.
- JACKS, Nilda; WOTTRICH, Laura. O legado de Stuart Hall para os estudos de recepção no Brasil. **Matrizes**, v. 10, n. 3, 2016, p. 159-172.
- LEAL, Ondina Fachel. **A Leitura Social da Novela das Oito**. Petrópolis: Vozes, 1985.
- LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. **O Rádio dos Pobres**. São Paulo: Loyola, 1988.
- LOPES, Maria Immacolata Vassallo de; BORELLI, Sílvia; RESENDE, Vera. **Vivendo com a Telenovela: mediações, recepção, teleficcionalidade**. São Paulo: Sumus, 2002.
- MARQUES DE MELO, José (org.). **Comunicação e Classes Subalternas**. São Paulo: Cortez, 1980.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos Meios às Mediações**. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 1995.
- MARTINO, Luís Mauro Sá; MARQUES, Ângela. Afetividade do conhecimento na epistemologia: a subjetividade das escolhas na pesquisa em Comunicação. **Anais da Compós**. São Paulo, SP, 2017.
- MATTELART, Armand. Introduction: for a class analysis of Communication. In: MATTELART, Armand; SIEGELAUB, Seth (org.). **Communication and Class Struggle: vol. I**. New York: International General, 1979, p. 23-72.
- MATTELART, Armand; SIEGELAUB, Seth (org.). **Communication and Class Struggle: vol. I**. New York: International General, 1979.
- MICELI, Sérgio. **A Noite da Madrinha**. São Paulo: Perspectiva, 1972.
- MORLEY, David. **The Nationwide Audience: structure and decoding**. London: BFI, 1980.
- MORLEY, David. **Television, Audiences and Cultural Studies**. London: Routledge, 1992.
- MURDOCK, Graham. Comunicação contemporânea e questões de classe. **MATRIZES**, São Paulo, v. 2 n. 2, p. 31-56, 2009.
- ORTIZ, Renato. **A Moderna Tradição Brasileira**. São Paulo: Brasiliense, 1988.
- PARKIN, Frank. **Marxism and Class Theory**. New York: Columbia University Press, 1979.
- SIEGELAUB, Seth. A communication on communication. In: MATTELART, Armand; SIEGELAUB, Seth (org.). **Communication and Class Struggle: vol. I**. New York: International General, 1979, p. 11-22.
- SILVA, Carlos Eduardo Lins da. **Muito Além do Jardim Botânico**. São Paulo: Summus, 1985.
- SILVA, Carlos Eduardo Lins da. As brechas da indústria cultural brasileira. In: FESTA, Regina; SILVA, Carlos Eduardo Lins da. (org.). **Comunicação Popular e Alternativa no Brasil**. São Paulo: Paulinas, 1986.
- VAN TILBURG, João Luís. **A Televisão e o Mundo do Trabalho**. São Paulo: Paulinas, 1990.