



Matrizes

ISSN: 1982-2073

ISSN: 1982-8160

matrizes@usp.br

Universidade de São Paulo

Brasil

Grohmann, Rafael

Trajetória de luta: estudos pioneiros sobre classe social no campo da comunicação 1

Matrizes, vol. 12, núm. 3, 2018, pp. 215-235

Universidade de São Paulo

Brasil

DOI: <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v12i3p215-235>

Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=143065736016>

- ▶ Como citar este artigo
- ▶ Número completo
- ▶ Mais informações do artigo
- ▶ Site da revista em redalyc.org

UABEM
redalyc.org

Sistema de Informação Científica Redalyc

Rede de Revistas Científicas da América Latina e do Caribe, Espanha e Portugal

Sem fins lucrativos acadêmica projeto, desenvolvido no âmbito da iniciativa
acesso aberto

Trajetória de luta: estudos pioneiros sobre classe social no campo da comunicação¹

History of struggle: pioneering studies on social class in communication studies

RAFAEL GROHMANN^a

Universidade de São Paulo, Departamento de Comunicações e Artes, São Paulo – SP, Brasil

RESUMO

O artigo discute como o conceito de classe social foi trabalhado na pesquisa em comunicação nas décadas de 1970 e 1980, buscando evidenciar uma trajetória do conceito a partir de estudos considerados pioneiros. O foco esteve na pesquisa brasileira, procurando observar sentidos teóricos e epistemológicos e suas potencialidades e limites. Em geral, as pesquisas eram próximas à economia política da comunicação, ao marxismo e à comunicação popular. Há também outras mais ligadas aos estudos culturais e de recepção, que ressaltam questões simbólicas e relações de sujeitos de diferentes classes com as mídias. Além dessas, também foram encontradas pesquisas enfocando jornalismo e relações públicas. Ao traçar essa trajetória, mostramos a pertinência de estudar as classes e suas lutas na comunicação. **Palavras-chave:** Classe social, campo da comunicação, epistemologia, pesquisa em comunicação, luta de classes

¹ Artigo originalmente 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.

^a Professor contratado da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP). Realiza estágio de pós-doutoramento na ECO-UFRJ. Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-1063-8668>. E-mail: rafael-ng@uol.com.br

ABSTRACT

This article discusses how the concept of social class was studied in communication research between the 1970s and 1980s, highlighting a trajectory of the concept from pioneering studies, with a focus on Brazilian research and on understanding their theoretical and epistemological meanings and considering positive and negative aspects. On the one hand, there are works close to the political economy of communication, Marxism and popular communication. On the other, there is the emergence of cultural and reception studies, which emphasize symbolic issues and the relation of the subjects of different classes with the media. In addition, there are studies focusing on journalism and public relations. Thus, this article shows the relevance of studying classes and class struggles in communication. **Keywords:** Social class, communication studies, epistemology, communication research, class struggles

DOI: <http://dx.doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v12i3p215-235>

V.12 - Nº 3 set./dez. 2018 São Paulo - Brasil RAFAEL GROHMANN p. 215-235

MATRIZES

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?”. Conceitos respondem a perguntas de pesquisa e, portanto, devem estar vinculados a todo o desenvolvimento da pesquisa, que é metodológico (Lopes, 2005). Sobretudo, 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. Ele foi abordado em tese de doutoramento (Grohmann, 2016)² que procurou compreender seus sentidos teóricos e epistemológicos no campo a partir tanto de pesquisa em artigos, teses e dissertações entre 2010 e 2014 quanto em relação a sua própria história nas ciências sociais e nos estudos de comunicação. Mais especificamente, aqui procuramos analisar como eram os estudos que envolveram classe social na área de comunicação – tanto internacionais quanto brasileiros (com ênfase nestes) – nas décadas de 1970 e 1980, os quais chamamos de pioneiros na área³.

Nosso interesse é observar como foi tratado o conceito nessas obras e como ele se entrelaça com a comunicação⁴, no sentido de buscar compreender como as perspectivas epistemológicas fundamentam – por vezes também cristalizando e estereotipando – sentidos das classes sociais no campo. O marco do fim dos estudos pioneiros é o lançamento da obra *Dos meios às mediações* de Jesús Martín-Barbero (1995), 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 e mostram, de alguma forma, um retrato da pesquisa na época.

O conceito de classe social não nasce na comunicação, mas nas ciências sociais, e possui diferentes vertentes teóricas. Autores como Karl Marx, Louis Althusser, Edward P. Thompson, Adam Przeworski, Erik Olin Wright, Max Weber, Pierre Bourdieu etc. foram alguns a trabalhar a noção, que também apresenta uma trajetória específica nas ciências sociais brasileiras (Grohmann, 2016). Cada concepção de classe leva a determinadas escolhas metodológicas – não há como separar teoria de metodologia – e implicam em diferentes desenhos de pesquisa, sendo necessária, pois, uma reflexividade no próprio processo de pesquisa. Por exemplo, uma perspectiva weberiana está mais interessada em questões de estratificação, renda e ocupação, enquanto um olhar marxista está mais atento ao conflito, à exploração e às lutas, considerando as classes a partir

² Já tratamos em outros momentos (Grohmann; Figaro, 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 da análise de obras consideradas pioneiras também como Bosi (1978), Leal (1985), Silva (1985) e Lopes (1988), que já foram analisadas alhures (Grohmann; Figaro, 2014).

³ O recorte, tanto temporal quanto bibliográfico, foi estabelecido a partir de pesquisa de obras e artigos que circularam na área de comunicação, considerando o contexto do campo no Brasil. Para tanto, foram selecionados alguns autores internacionais com finalidade panorâmica, procurando mostrar como algumas correntes teóricas – a saber, a economia política da comunicação e os estudos culturais e de recepção – trabalharam a noção de classe. Posteriormente, damos ênfase à trajetória do conceito de classe social no campo no Brasil, considerando o recorte temporal citado.

⁴ Como protocolo metodológico, procuramos observar: a) do que as obras tratam quando abordam a questão das classes sociais – objeto e perspectiva; b) quais os fundamentos teórico-epistemológicos da noção de classe social; c) como o tema das classes sociais se relaciona com a comunicação.

dos sujeitos sociais e de suas relações, principalmente de produção⁵. Ou seja, assim como muitos outros conceitos, a classe é *estrangeira* na comunicação e isso impacta na forma como essa noção é 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, na Universidade de São Paulo (USP), e 1973, na Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ)⁶. Trata-se de um contexto marcado pela Guerra Fria, em plano mundial, e pelas ditaduras militares, no Brasil e na América Latina. Os estudos dessa época que envolvem classes sociais na comunicação, então, devem ser entendidos nesse contexto.

⁵ Não é nosso interesse aqui discutir as diferentes perspectivas acerca da noção de classe. Para isso, conferir Milner (1999), Murdock (2009) e Grohmann (2016).

⁶ O que justifica, inclusive, o recorte temporal da presente pesquisa.

ESTUDOS INTERNACIONAIS: ENTRE ECONOMIA POLÍTICA DA COMUNICAÇÃO E ESTUDOS CULTURAIS

Em uma perspectiva internacional, Armand Mattelart e Seth Siegelaub (1979) organizaram dois volumes de um livro chamado *Comunicação e lutas de classe*, com trechos de autores como Marx, Lenin, Althusser, Gramsci e Bourdieu. Conjuntamente aos 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 quanto 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. Além disso, a própria comunicação era pensada como articulação de relações sociais. Segundo Siegelaub (1979), as lutas de classes são a base fundante sobre a qual se constrói o processo de comunicação.

No contexto da 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 contra a imposição ideológica advinda dos países chamados de centrais a partir de suas próprias visões etnocêntricas.

As classes, na década de 1970, são pensadas 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 luta de classes e colonialismo, com o pressuposto de que “o imaginário infantil é a utopia política de uma classe”⁷ (Ibid.: 77, tradução nossa). 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”⁸ (Ibid.: 70, tradução nossa). Com essa representação midiática dos oprimidos, os autores afirmam que essa

⁷ No original: “Lo imaginario infantil es la utopía política de una clase”.

⁸ No original: “Nuestros países se transforman en tarros de basura que se remozan eternamente para el deleite impotente y orgiástico de los países del centro”.

mesma imagem começa a aparecer em “nossos espelhos”: passamos a acreditar nesses enquadramentos.

Contudo, não são analisados somente o subdesenvolvido ou os países do Sul, mas também as representações dos proletários. Dorfman e Mattelart (Ibid.) trazem a clássica frase marxiana acerca das classes e ideias dominantes e afirmam que a classe trabalhadora é estereotipada nas histórias da Disney, seus atributos são transformados 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 classe 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. Já naquele ano, Siegelau afirmava que:

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.⁹ (Siegelau, 1979: 17, tradução nossa)

⁹No original: “The result is that the academic production of communication theory often tends to be lopsided in that it almost exclusively focuses on the communication life of the dominant forces and what they are doing ideologically, etc., without examining this life in its real relation to the life of the oppressed classes, in communication and elsewhere”.

¹⁰No original: “to listen to a group of printing workers struggling against industrial concentration and its model of a computerized press”.

A partir disso, Mattelart (1979) reforça a importância de o pesquisador da comunicação ser um investigador comprometido com a realidade social. Uma ciência da comunicação, para ele, deve, por exemplo, “ouvir um grupo de trabalhadores impressores lutando contra a concentração industrial e seu modelo computadorizado”¹⁰ (Ibid.: 24, tradução nossa). Isto é, deve dar vazão e visibilizar as lutas de classe na comunicação. E elas não serão 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 classe. Por isso, ele enxerga a necessidade de consciência social dos sujeitos que compõem as chamadas audiências. Para tanto, Mattelart 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 classe na comunicação ou como é o discurso midiático sobre classes; c) a economia política da comunicação, não esquecendo as questões de poder e hegemonia nas relações das empresas de comunicação, por exemplo; e d) a afirmação que os sujeitos precisam criar seus próprios sentidos para o que

veem nos meios de comunicação, flertando com o que foi e é construído nos estudos de recepção.

Podemos notar que, embora Mattelart parta de uma dimensão marxista relacionada à transformação social, em alguns momentos sua perspectiva se assemelha mais à da Escola de Frankfurt – principalmente em *Para ler o Pato Donald*, no qual os autores 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 no contexto das teorias da dependência e do imperialismo cultural e, apesar de enaltecerem seu impacto político no cenário da Guerra Fria, o criticam por fragilidade teórica.

A partir do exposto, podemos considerar a economia política da comunicação como uma das perspectivas a trazer o conceito de classe social para a área. Da mesma maneira, os estudos culturais auxiliam a pensar questões de classes. Os pais fundadores dos estudos culturais de Birmingham colocaram a noção de classe no centro da análise do popular, das sociabilidades e da relação com a mídia, com Thompson (1987) e Hoggart (1973) entendendo o conceito a partir da *cultura vivida*. Não se trata de uma coisa, mas de algo que acontece na vida concreta, material e cotidiana (Thompson; 1981; 1987)¹¹. Ao se perguntar “quem integra a ‘classe trabalhadora’?”, em *As utilizações da cultura* (1973), Hoggart faz um esboço de definição a partir da experiência de vida cotidiana dos sujeitos, de sua própria experiência de vida e de sua problemática de pesquisa, sem se preocupar em abarcar toda a classe trabalhadora. Dessa forma, o olhar dos estudos culturais para comunicação e classes sociais considera os processos comunicacionais e sociais a partir do cotidiano e da realidade material e concreta dos sujeitos construída em suas experiências de classe. No entanto, uma crítica que se pode fazer a essa obra, se relaciona a certa romantização das resistências dos trabalhadores.

Stuart Hall et al. (1978) também dão pistas sobre as relações entre comunicação – e, aqui, especificamente mídia – e classes sociais a partir do prisma dos estudos culturais. Partindo de citações de Marx e Engels (2007) sobre classe e ideias dominantes e do weberiano Frank Parkin (1971), Hall et al. (1978) não concebem a mídia como transmissora direta da ideologia das classes dominantes, mas como reprodutora de relações estruturadas. As fontes do poder dessas relações estariam nas bases de consentimento/consenso entre as classes dominantes e as populares por meio de processos de significação (mapas de significação). Em outra obra, Hall e Jefferson (2014) reafirmam o diálogo com uma perspectiva weberiana – especialmente a de Parkin e Goldthorpe –, mas também com Marx, Althusser e Poulantzas, a ponto de afirmarem que “a luta

¹¹ “Existe atualmente uma tentativa generalizada em se supor que a classe é uma coisa. [...]. ‘Ela’, a classe operária, é tomada como tendo uma existência real, capaz de ser definida quase matematicamente – uma quantidade de homens que se encontram numa certa proporção com os meios de produção” (Thompson, 1987: 10)

¹²No original: “la lucha entre clases sobre la vida material y social siempre asume las formas de una lucha continua sobre la distribución del ‘poder cultural’”.

de classes sobre a vida material e social sempre assume as formas de uma luta contínua em torno da distribuição do ‘poder cultural’”¹² (Ibid.: 65, tradução nossa). Nesse sentido, falam em *culturas de classe*.

No âmbito mais próximo à comunicação, a partir dos estudos de recepção, David Morley (1980) testou o modelo codificação/decodificação proposto por Hall (2003), considerando alguma centralidade da classe nos estudos de recepção. Em *Nationwide audience* (Morley, 1980), ele 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 que

¹³Expressão cara a Basil Bernstein (1960), linguista e sociólogo da educação. Para Morley, segundo entrevista a Ana Carolina Escosteguy (2001), é uma “versão inglesa” de Pierre Bourdieu.

membros de diferentes grupos e classes, compartilhando códigos culturais¹³ diferentes, também interpretarão determinada mensagem de forma diferente, não apenas em um nível pessoal, mas de uma forma sistematicamente relacionada com sua posição socioeconômica.¹⁴ (Morley, 1992: 49, tradução nossa)

¹⁴No original: “how members of different groups and classes, sharing different ‘cultural codes’, will interpret a given message differently, not just at the personal, idiosyncratic level, but in a way systematically related to their socioeconomic position”.

O conceito de classe, então, tem um papel importante para Morley. Mas isso não significa que tudo, para ele, é explicado diretamente a partir da classe social, pois, não podemos encarar-la de forma determinista em relação à forma como os indivíduos decodificam as mensagens que recebem dos meios de comunicação. Morley (1980) acusa Bernstein (1960) de aplicar o conceito de classe dessa forma 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 está relacionada 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 indicadores de classe. A partir dessa proposta, realizou seu 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.

Contudo, nas décadas seguintes, os estudos culturais descentralizaram a questão da classe de suas preocupações e/ou perderam seu potencial crítico a partir de questões como: a) romantização das resistências dos receptores, ao realçar somente aspectos como a criatividade; b) a proliferação das múltiplas identidades, pensando somente em questões de diferenças, não de desigualdades; etc. No caso b, há uma total descentralização de identidades, procurando tirar do foco a classe social, relegada quase ao papel de uma *última identidade*, no

fim da fila¹⁵ do quarteto raça, gênero, etnicidade e classe. Conforme Mattelart e Néveu (2004: 15),

tributária do marxismo, sua inspiração teórica deve encarar a desvalorização dessa abordagem, confrontar-se com a ascensão de novas ideologias e teorias, com os efeitos das mudanças sociais: revalorização do sujeito, reabilitação dos prazeres ligados ao consumo da mídia, ascensão de visões neoliberais, aceleração da circulação de bens culturais.

Os estudos culturais norte-americanos, como Grossberg (1995; 2012) por exemplo, têm parcela de responsabilidade nessa virada, ao *adocicarem* temas ligados ao poder e à desigualdade.

Mas, nos limites temporais estabelecidos para o presente texto, 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 pela Guerra Fria, demonstra uma ênfase nas lutas de classe e dá importância para compreensão da economia política da comunicação e do discurso midiático sobre as classes; b) as pesquisas pioneiras dos estudos culturais sobre classe e vida cotidiana dão pistas para a compreensão das classes sociais na comunicação, embora elas só se concretizem no campo posteriormente; c) Stuart Hall, embora seus trabalhos apresentem pistas sobre o tema, também é um dos autores que auxilia a descentrar a noção de classe social; d) já Morley (1980; 1992) é impregnado por uma visão weberiana de classe e pelos códigos culturais de Bernstein, além de apresentar 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.

Esses 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 a teoria da comunicação.

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, época também marcada pela Guerra Fria, pelos exílios, pelas lutas nas universidades.

¹⁵Segundo Eagleton (2012: 148), “convencidos de que a classe está tão morta quanto a Guerra Fria, eles agora se voltam para a cultura, a identidade, a etnia e a sexualidade. No mundo de hoje, porém, essas coisas estão tão entrelaçadas com a classe social como sempre estiveram”.

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 USP. Esse evento possui importante significado nas lutas travadas pelas universidades brasileiras em relação à ditadura. É fundamental salientar o papel de Marques de Melo no campo comunicacional brasileiro, como ator político e de organização do campo central, agendando os debates mais importantes da comunidade acadêmica na época. Assim, ele (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. (Ibid.: 11)

A partir da *primeira cegueira*, era preciso realizar uma tentativa de aprofundamento do debate, no sentido já apontado por Hall et al. (1978), de não fazer uma relação causa-efeito entre mídia e burguesia, pois, embora elas existam fortemente, não se trata de um espelho totalizante. 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. Trata-se, portanto, de conceber o popular a partir das atividades concretas dos sujeitos sociais, pensando dialeticamente, e não simplesmente taxando suas representações como reacionárias, por exemplo.

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, abrindo a possibilidade de emancipação e de se dar voz a esses sujeitos.

No mais, o que o evento organizado por Marques de Melo (1980) trouxe foi 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. Por exemplo, a prática de cinema na favela, a comunicação entre chefes e funcionários, a música sertaneja e as classes populares, 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, desde Bateson, e Weber até 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 no campo da comunicação no Brasil, ainda engatinhando, no fim dos anos 1970.

O que fica evidente nesse estudo, pois, é uma preocupação com a comunicação popular, que é a tônica de muitas das 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), chamado *Comunicação popular e alternativa no Brasil*.

O contexto é semelhante ao de seu predecessor, envolve mídia e hegemonia, Mas apresenta mais clareza sobre o papel da luta de classes na sociedade e na comunicação, a considerando 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: 31). Isto é, há uma correlação de forças que se movem sobre a produção comunicacional, como afirma Silva (Ibid.): “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 o livro também tenha traços de descritivismo em suas análises, é importante pensar as classes em movimento com seus conflitos e em relação com os processos comunicacionais.

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

A partir disso, Ferreira classifica a imprensa operária em anarcossindicalista, sindical-partidária ou sindical, tendo como base a história do Brasil desde o

¹⁶ A partir de levantamento realizado no Arquivo Edgard Leuenroth, da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp).

século XIX até as lutas pela redemocratização no fim da ditadura militar. Elabora, ainda, uma relação de jornais e revistas da imprensa operária¹⁶ desde 1847 até 1986. Como aspecto positivo, podemos ressaltar a discussão política sobre classe operária em sua relação com os meios de comunicação e a importância de a classe trabalhadora criar alternativas a eles. No entanto, um dos aspectos problemáticos da obra é o foco somente centrado na questão operária: a autora critica a substituição da palavra operário por trabalhador. Podemos perceber, com isso, 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 é que a imprensa sindical, diferentemente das outras (anarcossindicalista e sindical-partidária), não é produzida por um “operário ou intelectual diretamente ligado ao meio operário” (Ibid.: 54), mas por 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” (Ibid.). Ora, ao conceber a classe trabalhadora reduzida ao operário, Ferreira (1988) acaba por tornar invisível o fato de o jornalista ser também parte integrante da classe trabalhadora, com possibilidade de ter uma origem e uma trajetória de vida (e família) operária. Então, podemos notar que há uma concepção reducionista em relação à chamada imprensa sindical.

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

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 uma precursora 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 semiológica¹⁷, 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

¹⁷ É interessante observar como Miceli (1972) coloca os termos adjuntos à cada área do conhecimento: “a sociologia explica” e a “semiologia descreve”.

entre 1970 e 1971 quanto dos índices de audiência, matérias de revistas, cartas de fãs e críticas. Com isso, procura observar também a relação de Hebe com o público, com os mecanismos de projeção e identificação com a apresentadora, bem como pensar os *ethé*¹⁸ de mãe, filha, esposa e dona-de-casa, além da circulação disso pela sociedade brasileira. Entretanto, esse público é sempre pensado a partir dos vestígios da mensagem, não se tratando propriamente de um estudo de recepção.

Uma das questões cruciais para Miceli 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 Bourdieu¹⁹ o autor que perpassa toda a obra. A partir da influência bourdieusiana, Miceli 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” (Ibid.: 37). Podemos observar que: 1) embora teorizando de forma tímida, o autor pensa a questão da circulação dos bens, envolvendo produção e consumo; e 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 (Ibid.: 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 discrição conservadora com relação aos valores e costumes perpassados no discurso da apresentadora.

Ao mesmo tempo, a hipótese complementar de Miceli tem relação com os programas de auditório como os de Sílvio Santos e Chacrinha, para ele, dirigidos “às faixas mais baixas de renda (classes ‘D’ e ‘C’)”²⁰ (Ibid.: 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

¹⁸ Plural de *ethos*.

¹⁹ Consideramos a original contribuição de Bourdieu para a teoria das classes a partir de olhares tanto durkheimianos quanto weberianos e marxistas. Para detalhes, cf. Grohmann, 2016.

²⁰ Podemos notar que, apesar de o autor utilizar um vocabulário propriamente bourdieusiano, como a questão do campo simbólico, ao falar sobre as classes, trabalha ainda com a questão de renda e a divisão por estratos socioeconômicos, como podemos observar nessa citação.

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. (Ibid.: 250)

Ou seja, mais uma vez aparece a distinção entre o material – colocado somente como renda – e o simbólico – a partir do universo da 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 das relações simbólicas. Então, Miceli 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 (Ibid.: 179).

Há, portanto, em sua obra, uma teorização a partir da *reprodução* e das *distinções* entre as classes a partir de mecanismos estruturados pela própria indústria cultural com relação a elas, 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); e c) um trabalho que também procura se afastar da hegemonia frankfurtiana que dominou os estudos sobre a indústria cultural nos anos 1970, no Brasil, não colocando o programa de Hebe Camargo somente como uma forma de manipulação pelo sistema. É, assim, um passo inicial para os estudos de recepção no Brasil.

Já com relação propriamente a investigações consideradas pioneiras nos estudos de recepção, podemos ressaltar Bosi (1978), Leal (1985), Silva (1985) e Lopes (1988) – já analisadas em Grohmann e Fígaro (2014) – além de Viá (1977) e Tilburg (1990), que agora apresentamos, apesar de eles não se intitularem como pesquisas dessa escola.

Em *Televisão e consciência de classe*, 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 realizado 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 e 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 a 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*, submetidos aos efeitos das mídias. Um exemplo do que diz Chucid da Viá (1977: 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 inferior por não ser escolarizado, tratando as 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, mas assistem a programas de auditórios. Dessa forma, reforça o estigma que ela própria criou sobre os trabalhadores, tratando sujeitos sociais de forma inferior e não dialética.

O livro de Tilburg, *A televisão e mundo do trabalho*, foi publicado em 1990, mas sua pesquisa já vinha sendo desenvolvida desde 1974. O objetivo central do autor é saber o que levaria milhões de brasileiros a se tornarem telespectadores assíduos, especialmente da Rede Globo, após um dia inteiro de trabalho. Nesse sentido, 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, colocando a importância do cartão de ponto para demarcação dessa rotina. Outro aspecto 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 ser o 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” (Ibid.: 25).

Porém, as fraquezas metodológicas de Tilburg também ficam evidentes no descritivismo, como já indicado em relação a outros trabalhos. 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 analisou a narrativa da telenovela, bem como não há de 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 Grohmann e Fígaro (2014), o trabalho de Leal (1985) – com influências de Pierre Bourdieu e da antropologia – é o mais refinado teórico e conceitualmente, além de trazer pistas para pesquisas posteriores, como a realizada por Lopes, Borelli e Resende (2002). Para além do descritivismo próprio da época, podemos destacar nesses trabalhos o 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 teórico 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 Tilburg (1990) – crítica também feita por Lopes, Borelli e Resende (2002) – passando pela contribuição teórica de Miceli (1972).

LUTAS DE CLASSES NAS RELAÇÕES PÚBLICAS E NO JORNALISMO

Nos anos 1980, a questão das classes sociais, no âmbito da comunicação, aparece não somente nos estudos de recepção e pesquisas sobre comunicação popular, mas também nas áreas de jornalismo e relações públicas, com estudos tais como *Relações públicas no modo de produção capitalista*, de Cicília Peruzzo (1986) e *O segredo da pirâmide: para uma teoria marxista do jornalismo*, de Adelmo Genro Filho (1987). Ambos tomam o marxismo como referencial teórico, algo, por vezes, invisibilizado em suas obras, como mostra Pontes (2015) em relação a Genro Filho. Além disso, assim como os estudos analisados anteriormente, são pioneiros, impactando não somente as pesquisas na área, mas a formação profissional.

Peruzzo (1986) parte da concepção de classe em Lenin como lugar na produção para teorizar sobre as relações públicas e as classes sociais, abordando também questões de mais-valor e alienação. Segundo a autora, a profissão

surge “em circunstâncias em que os conflitos de classes se tornam mais fortes nas democracias burguesas” (Ibid.: 33), e procura, com uma aparência de harmonia social ou conciliação de classes, “fazer convergir os interesses de toda a sociedade aos interesses do capital” (Ibid.).

Apesar da aparência de estar acima dos interesses de classe, não há neutralidade nas relações públicas, conformando-se, principalmente, como um mecanismo de controle dos trabalhadores, sendo, pois, “um dos instrumentos que se utiliza para envolver os trabalhadores e suas famílias a fim de garantir a produção e reprodução da força de trabalho” (Ibid.: 89). Ou seja, as relações públicas atuam na luta de classes²¹. Peruzzo, então, contrapõe a atividade de relações públicas quando a serviço das classes dominantes – como ato não crítico – e quando a serviço das classes dominadas, a partir de uma concepção *libertadora* da educação – com base nos preceitos de Paulo Freire (1970). Desta forma, a luta de classes está no cerne da perspectiva da autora a partir da atividade de relações públicas, inclusive na busca de alternativas a essa atividade, como relações públicas comunitárias, por exemplo, que dialoguem com as perspectivas enunciadas anteriormente em relação à comunicação popular.

Adelmo Genro Filho (1987), na busca por teorizar acerca do jornalismo como forma de conhecimento, a partir de bases eminentemente lukácsianas, parte do marxismo como “maneira de considerar a realidade histórico-social que compreende as determinações subjetivas como algo real e ativo” (Ibid.: 25). Ele toma a *práxis* como algo central e, com isso, pensa o jornalismo não somente como manipulação ou controle.

Embora não haja uma teorização – assim como em outros trabalhos pioneiros – acerca da noção de classe, Genro Filho também trata de colocar a luta de classes como algo central para o jornalismo, assim como qualquer outra atividade realizada em uma “sociedade de classes”, segundo ele próprio. Contudo, não concorda que o jornalismo seja redutível aos interesses ou à ideologia da classe dominante em uma relação direta, sem mediações²².

Assim como no exemplo anterior, Genro Filho tece outras críticas a autores ou correntes teóricas por, em sua visão, não compreenderem as lutas de classes no jornalismo (ou na mídia em geral). Podemos resumir suas críticas nos seguintes aspectos: a) ao funcionalismo, por apartar a luta de classes da visão direcionada aos meios de comunicação, tendo as funções da comunicação, elas próprias, um caráter de classe; b) ao jornalista Clóvis Rossi, por achar ser possível “um jornalismo ‘imparcial’ em relação às questões fundamentais da luta de classes, desde que a subjetividade (individual) ficasse confinada a certos parâmetros” (Ibid.: 48); c) a Cremilda Medina, por sua teorização eclética (entre premissas frankfurtianas e classificações funcionalistas) e um não enfrentamento teórico

²¹ Como também mostra Claudia Rebechi (2014) em relação ao papel do Instituto de Organização Racional do Trabalho (IDORT) no período de desenvolvimento das relações públicas no Brasil, entre os anos 1930 e 1960.

²² Esta é a crítica que Genro Filho (1987) faz a Ciro Marcondes Filho.

da luta de classes em relação ao fenômeno jornalístico; e d) a Marshall McLuhan, por, em sua visão, partilhar “da decisão de suprimir todos os problemas da base econômica, e do intuito idealista de minimizar a luta de classe no azul celeste de um vago humanismo” (Ibid.: 64). O que Genro Filho nos mostra, pois, é a insuficiência teórica da pesquisa e da prática do jornalismo para compreender a luta de classes no âmbito da atividade jornalística.

Para o autor lukácsiano, considerar o jornalismo – e também dos conflitos e embates – a partir da *práxis* é conceber que a angulação no jornalismo, por exemplo, não está separada da luta de classes. Desta maneira, no jornalismo, “a participação mais ou menos consciente na luta de classes possibilita identificar os interesses em jogo, bem como a origem dos discursos e das diversas abordagens da realidade” (Ibid.: 215).

Como podemos ver, as abordagens pioneiras (e marxistas) de jornalismo e relações públicas no Brasil compreendem as classes menos como um estrato ou alvo do que algo em movimento na história e também nas atividades profissionais de comunicação, complementando, pois, as outras abordagens analisadas anteriormente, como a comunicação popular e a imprensa sindical.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Compreender a trajetória das classes sociais como objeto/sujeito da pesquisa em comunicação a partir dos estudos pioneiros é não somente uma tarefa de resgate da história do campo, mas também uma atividade epistemológica. Permite-nos acessar o que deixamos de estudar a partir de determinadas perspectivas e os sentidos que foram tomando as classes sociais na pesquisa em comunicação, ao ressignificá-las ou invisibilizá-las, como mostramos em Grohmann (2016). Atualmente, expressões como classes sociais, ideologia e marxismo são consideradas ultrapassadas, com *cheiro de naftalina*, como se fossem confinadas somente a determinada época histórica (Eagleton, 2012; Murdock, 2009).

Nos estudos aqui apresentados, podemos notar principalmente duas perspectivas teóricas. Uma está relacionada à economia política da comunicação, ao marxismo e à comunicação popular, recuperando uma noção eminentemente política das lutas de classes, ora com uma maior imbricação aos processos comunicacionais, como em 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, o que se verifica nos estudos brasileiros do período. Essa 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. Ela concebe a luta de classes em movimento nos diferentes processos comunicacionais e também abarca estudos marxistas de jornalismo e relações públicas, como os de Peruzzo (1986) e Genro Filho (1987).

Outra perspectiva está relacionada aos estudos culturais e de recepção, ressaltando questões simbólicas e sujeitos pertencentes às diferentes classes em contato com as mídias. A partir dos trabalhos pioneiros dos estudos culturais de Birmingham, que consideram a classe a partir da vida concreta e cotidiana, Stuart Hall e colaboradores abordam culturas de classe, colocando em diálogo autores weberianos e Louis Althusser, além de teorizar o modelo codificação/decodificação (Hall, 2003), marco para a aplicação de David Morley, com centralidade da noção de classe. A recepção do trabalho de Morley no Brasil se dá em 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 na perspectiva comunicacional – além de, em alguns casos, possuírem traços funcionalistas – e podem ser pensados como um embrião dos estudos de recepção, que se fortaleceram teoricamente, mais tarde, com a perspectiva das mediações de Jesús Martín-Barbero. Há também o pioneirismo na obra de Miceli (1972), que introduz Pierre Bourdieu ao campo.

Entre as duas perspectivas, perpassam algumas pesquisas envolvendo análise do discurso midiático, como Dorfman e Mattelart (1972) e Miceli (1972), além da falta de uma discussão a respeito do 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)²³. Encaramos – assim como Williams (1979; 2016) – essas abordagens como olhares complementares para a pesquisa em comunicação envolvendo as classes sociais, pois a comunicação engloba tanto economia quanto cultura, bem como suas interrelações.

A despeito das críticas apresentadas, registramos o pioneirismo das obras aqui elencadas no sentido de pavimentar a importância da classe social para a pesquisa em comunicação, compreendendo-a como lugar de embates e lutas. Dessa forma, podemos entre-ver a comunicação a partir de uma perspectiva crítica, considerando suas interfaces com a vida concreta e material. Esses trabalhos mostram um compromisso da pesquisa e do sujeito-pesquisador com a persistente realidade desigual do país.

Essa trajetória de luta (de classes), de alguma maneira, se perdeu na pesquisa em comunicação a partir dos anos 1990. Como mostram Jacks, Menezes e Piedras (2008), a partir dos estudos de recepção as pesquisas se voltam principalmente ao estudo das *identidades culturais* em relação com os processos comunicacionais. São

²³O argumento de Grossberg (1995) reside no clássico problema do determinismo econômico de que a economia política ignoraria a vida cotidiana e as questões de consumo. Para Garham (1995), os estudos culturais – ao menos do modo como foram sendo reapropriados ao longo do tempo – dariam prioridades às práticas culturais e ignorariam o modo capitalista de produção, algo como a crítica do reducionismo econômico que se torna exatamente o seu “defeito inverso” (Cevasco, 2003: 87).

celebradas as identidades plurais e contraditórias, como a identidade regional e o conceito de classe social é relegado ao segundo plano. É como se elas tivessem caído junto com o Muro de Berlim (Murdock, 2009), mesmo que ainda sejam evidentes empiricamente na vida concreta e material dos sujeitos sociais e comunicacionais.

De alguma forma, analisar a trajetória específica de um conceito no campo nos auxilia a compreender os caminhos e sentidos da própria pesquisa em comunicação em plano macroestrutural ao longo do tempo. Podemos compreender, portanto, que a classe social possui uma trajetória de lutas – internas e externas ao campo – de legitimação, enquadramento e classificação (Bourdieu, 1990), assim como a própria noção expressa conflitos e embates. As classes sociais e suas lutas não deixaram de existir, mas há modos de ver para não realmente enxergar, como regimes de visibilidade (ou uma visibilidade difícil, engolida a contragosto) que concebem as classes como algo *démodé* ou, então, somente como um estrato, como se não estivessem inscritas nos processos comunicacionais. Tomada como objeto/sujeito estrangeiro ao campo comunicacional, deixa-se de entre-ver o papel da comunicação nas lutas de classes ontem e hoje.

Uma agenda renovada para as classes sociais e para as lutas de classes nos processos e relações de comunicação passa por apreendê-las em suas distintas dimensões: consumo, recepção, linguagens, discursos, mediação, midiaticização (e desigualdades de classe), circulação (e também a circulação das lutas, como aponta Dyer-Witheford, 2015), financeirização (Sodré, 2014), mundo do trabalho (Huws, 2014; Fuchs, 2017), trabalho digital (e suas materialidades) ou trabalho e tecnologia (com as implicações, por exemplo, dos algoritmos para a desigualdade de classes, indicadas por Eubanks, 2018), entre outros. Não se pode esquecer, por um lado, o entrelaçamento com os temas clássicos aqui analisados e, por outro, a perspectiva da pesquisa em comunicação no Sul Global e sua persistente desigualdade. Parafraseando Bourdieu (*A sociologia...*, 2002), a comunicação é um esporte de combate e de luta. ■

REFERÊNCIAS

- A SOCIOLOGIA é um esporte de combate: Pierre Bourdieu. Direção: Pierre Carles. Produção: Véronique Fregosi e Annie Gonzalez. C-P Productions: Montpellier 2001. 146min.
- BERNSTEIN, B. Language and social class. *British Journal of Sociology*, London, v. 11, n. 3, p. 271-276, Sep. 1960. DOI: <https://doi.org/10.2307/586750>
- BOLAÑO, C. *Indústria cultural, informação e capitalismo*. São Paulo: Hucitec, 2000.
- BOSI, E. *Cultura de massa e cultura popular: leituras de operárias*. Petrópolis: Vozes, 1978.

- BOURDIEU, P. *Coisas ditas*. São Paulo: Brasiliense, 1990.
- CEVASCO, M. E. *Dez lições sobre estudos culturais*. São Paulo: Boitempo, 2003.
- DORFMAN, A.; MATTELART, A. *Para leer al Pato Donald*. Buenos Aires: Siglo XXI, 1972.
- DURKHEIM, E. *Da divisão do trabalho social*. São Paulo: Martins Fontes, 2004.
- DYER-WITHEFORD, N. *Cyber-proletariat: global labour in the digital vortex*. London: Pluto, 2015.
- EAGLETON, T. *Marx estava certo*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2012.
- ESCOSTEGUY, A. C. D. *Cartografia dos estudos culturais: uma versão latino-americana*. Belo Horizonte: Autêntica, 2001.
- EUBANKS, V. *Automating inequality: how high-tech tools profile, police, and punish the poor*. New York: St. Martin's, 2018.
- FERREIRA, M. N. *Imprensa operária no Brasil: 1880-1920*. São Paulo: Ática, 1988.
- FESTA, R.; SILVA, C. E. L. (Orgs.). *Comunicação popular e alternativa no Brasil*. São Paulo: Paulinas, 1986.
- FREIRE, P. *Pedagogia do Oprimido*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1970.
- FUCHS, C. *Social media: a critical introduction*. 2. ed. London: Routledge, 2017.
- GARHAM, N. Political economy and cultural studies: reconciliation or divorce? *Critical Studies in Mass Communication*, Washington, v. 12, n. 1, p. 60-71, 1995. DOI: <https://doi.org/10.1080/15295039509366919>
- GENRO FILHO, A. *O segredo da pirâmide: para uma teoria marxista do jornalismo*. Porto Alegre: Tchê!, 1987.
- GROHMANN, R.; FÍGARO, R. O conceito de classe social em estudos de recepção brasileiros. *Animus*, Santa Maria, v. 13, n. 25, p. 57-70, 2014. DOI: <http://dx.doi.org/10.5902/2175497715775>
- GROHMANN, R. *As classes sociais na comunicação: sentidos teóricos do conceito*, 2016, 365 f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2016.
- _____. As classes sociais ainda importam para a recepção? Uma análise de teses e dissertações (2010-2014). *Contracampo*, Niterói, v. 36, n. 1, 2017. DOI: <http://dx.doi.org/10.22409/contracampo.v36i1.970>
- GROSSBERG, L. Cultural Studies vs. Political Economy: is anybody else bored with this debate? *Critical Studies in Mass Communication*, Washington, v. 12, n. 1, p. 72-81, 1995. DOI: <https://doi.org/10.1080/15295039509366920>
- _____. *Estudios culturales en tiempo futuro*. Buenos Aires: Siglo XXI, 2012.
- HALL, S. Codificação/Decodificação. In: _____. *Da diáspora: identidades e mediações culturais*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003. p. 365-384.
- HALL, S. et al. *Policing the crisis: mugging, the State, and law and order*. London: Macmillan, 1978.

- HALL, S.; JEFFERSON, T. (Eds.). *Rituales de resistencia: subculturas juveniles en la Gran Bretaña de Postguerra*. Madrid: Traficantes de Sueños, 2014.
- HOGGART, R. *As utilizações da cultura: aspectos da vida cultural da classe trabalhadora*. v. 1. Lisboa: Presença, 1973.
- HUWS, U. *Labor in the global digital economy: the cybertariat comes of age*. New York: Monthly Review, 2014.
- JACKS, N. et al. (Orgs.). *Meios e audiências: a emergência dos estudos de recepção no Brasil*. Porto Alegre: Sulina, 2008.
- JACKS, N.; WOTTRICH, L. H. O legado de Stuart Hall para os estudos de recepção no Brasil. *MATRIZES*, São Paulo, v. 10, n. 3, p. 159-172, 2016. DOI: <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v10i3p159-172>
- LEAL, O. F. *A leitura social da novela das oito*. Petrópolis: Vozes, 1985.
- LOPES, M. I. V. *O rádio dos pobres: comunicação de massa, ideologia e marginalidade social*. São Paulo: Loyola, 1988.
- _____. *Pesquisa em comunicação: formulação de um modelo metodológico*. 8. ed. São Paulo: Edições Loyola, 2005.
- LOPES, M. I. V.; BORELLI, S.; RESENDE, V. *Vivendo com a telenovela: mediações, recepção, teleficcionalidade*. São Paulo: Sumus, 2002.
- MARQUES DE MELO, J. (Org.). *Comunicação e classes subalternas*. São Paulo: Cortez, 1980.
- MARTÍN-BARBERO, J. *Dos meios às mediações*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1995.
- MARTINO, L. M. S.; MARQUES, A. Afetividade do conhecimento na epistemologia: a subjetividade das escolhas na pesquisa em Comunicação. In: ENCONTRO DA COMPÓS, 26., 2017, São Paulo. *Anais...* São Paulo: Compós, 2017.
- MARX, K.; ENGELS, F. *A ideologia alemã*. São Paulo: Boitempo, 2007.
- MATTELART, A. Introduction: for a class analysis of communication. In: MATTELART, A.; SIEGELAUB, S. (Orgs.). *Communication and class struggle*. New York: International General, 1979. p. 23-72. v. 1.
- MATTELART, A.; NÉVEU, E. *Introdução aos estudos culturais*. São Paulo: Parábola, 2004.
- MATTELART, A.; SIEGELAUB, S. (Orgs.). *Communication and class struggle*. New York: International General, 1979. v. 1.
- MICELI, S. *A noite da madrinha*. São Paulo: Perspectiva, 1972.
- MILNER, A. *Class*. London: Sage, 1999.
- MORLEY, D. *The Nationwide audience: structure and decoding*. London: BFI, 1980.
- _____. *Television, audiences and cultural studies*. London: Routledge, 1992.

- MURDOCK, G. Comunicação contemporânea e questões de classe. *MATRIZES*, São Paulo, v. 2 n. 2, p. 31-56, 2009. DOI: <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v2i2p31-56>
- ORTIZ, R. *A moderna tradição brasileira*. São Paulo: Brasiliense, 1988.
- PARKIN, F. *Class, inequality and political order: class inequality and political stratification in capitalist and communist societies*. London: MacGibbon & Kee, 1971.
- _____. *Marxism and class theory: a bourgeois critique*. New York: Columbia University Press, 1979.
- PERUZZO, C. K. *Relações públicas no modo de produção capitalista*. São Paulo: Summus, 1986.
- PONTES, F. S. *Adelmo Genro Filho e a teoria do jornalismo*. Florianópolis: Insular, 2015.
- REBECHI, C. N. *Prescrições de comunicação e racionalização do trabalho: os ditames de relações públicas em diálogo com o discurso do IDORT (anos 1930-1960)*. 2014. 351 f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2014.
- SIEGELAUB, S. A communication on communication. In: MATTELART, A.; SIEGELAUB, S. (Orgs.). *Communication and class struggle*. New York: International General, 1979. p. 11-22. v. 1.
- SILVA, C. E. L. *Muito além do Jardim Botânico*. São Paulo: Summus, 1985.
- _____. As brechas da indústria cultural brasileira. In: FESTA, R.; SILVA, C. E. L. (Orgs.). *Comunicação popular e alternativa no Brasil*. São Paulo: Paulinas, 1986.
- SODRÉ, M. *A ciência do comum: notas para o método comunicacional*. Petrópolis: Vozes, 2014.
- THOMPSON, E. P. *A miséria da teoria ou um planetário de erros: uma crítica ao pensamento de Althusser*. Rio de Janeiro: Zahar, 1981.
- _____. *A formação da classe operária inglesa: a árvore da liberdade*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987. v. 1.
- TILBURG, J. L. *A televisão e o mundo do trabalho*. São Paulo: Paulinas, 1990.
- VIA, S. C. *Televisão e consciência de classe: o trabalhador têxtil em face dos meios de comunicação em massa*. Petrópolis: Vozes, 1977.
- WILLIAMS, R. *Marxismo e literatura*. Rio de Janeiro: Zahar, 1979.
- _____. *Televisão: tecnologia e forma cultural*. São Paulo: Boitempo, 2016.