UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO

RAFAEL DO NASCIMENTO GROHMANN

As classes sociais na comunicação:
sentidos teóricos do conceito

São Paulo

2016

RAFAEL DO NASCIMENTO GROHMANN

As classes sociais na comunicação:
sentidos teóricos do conceito

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação para obtenção do título de Doutor em Ciências da Comunicação.

Linha de Pesquisa: Epistemologia, Teoria e Metodologia da Comunicação

Área de Concentração: Teoria e Pesquisa em Comunicação

Orientadora: Profa. Dra. Roseli Figaro

São Paulo

2016

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

Catálogo na Publicação
Serviço de Biblioteca e Documentação
Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo
Dados fornecidos pelo(a) autor(a)

Grohmann, Rafael do Nascimento

As classes sociais na comunicação: sentidos teóricos do conceito / Rafael do Nascimento Grohmann. -- São Paulo: R. N. Grohmann, 2016.
365 p.: il.

Tese (Doutorado) - Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação - Escola de Comunicações e Artes / Universidade de São Paulo.
Orientadora: Roseli Figaro
Bibliografia

1. Classes Sociais 2. Comunicação 3. Epistemologia 4. Marxismo 5. Teoria da Comunicação I. Figaro, Roseli II. Título.

CDD 21.ed. - 302.2

FOLHA DE APROVAÇÃO

GROHMANN, Rafael do Nascimento.

As classes sociais na comunicação: sentidos teóricos do conceito.

Tese apresentada à Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo para obtenção do título de Doutor em Ciências da Comunicação.

Aprovado em: _____

Banca Examinadora

AGRADECIMENTOS

A caminhada de uma tese de doutorado é antes uma corrida de resistência que uma prova de velocidade. E é, ao mesmo tempo, solitária e coletiva. Coletiva, em várias dimensões. É nesse sentido que agradeço:

- Às mulheres e aos homens que vieram antes de mim e que se dedicaram a tentar transformar o Brasil e o mundo em algo menos desigual, seja nos livros e/ou nas ruas;
- À minha família, em especial meus pais, por me aguentarem;
- À Roseli, por ter acreditado naquele menino de 21 anos recém-graduado, pela relação de aprendizado, respeito e amizade construída ao longo desses anos;
- Às e aos colegas do Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho (CPCT) e do PPGCOM-USP, por dividirem as aventuras da pesquisa e do ser pesquisador;
- Aos professores, funcionários e alunos da ECA-USP, por terem transformado minha vida ao longo desses quase sete anos;
- À professora Maria Aparecida Baccega e ao professor Ricardo Antunes pela aula de sabedoria, generosidade e simplicidade na banca de qualificação;
- A colegas, alunas e alunos do FIAM-FAAM – Centro Universitário e da Faculdade Cásper Líbero, pelo aprendizado diário, por serem tão especiais;
- Aos amigos, especialmente pela paciência.

“Menino no farol cê humilha e detesta
Acha que tá bom, né não, nem te afeta
Parcela no cartão essa gente indigesta”
(Criolo)

“Esses boy conhece Marx,
Nóis conhece a fome”
(Emicida)

“Na luta de classes, todas as armas são boas: pedras, noite e poemas”
(Paulo Leminski)

RESUMO

GROHMANN, Rafael do Nascimento. **As classes sociais na comunicação:** sentidos teóricos do conceito. 2016. 361f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2016.

O objetivo desta tese é compreender o lugar e a relevância do conceito de classe social no campo da comunicação e quais sentidos teóricos o conceito apresenta na área. Como ponto de partida, apresentamos mapeamento e análise de teses, dissertações e artigos de congressos (Compós, Comunicon e Intercom) entre os anos de 2010 e 2014. Em geral, podemos observar fragilidades teórico-metodológicas com relação aos conceitos de classes e comunicação, ocorrendo muitas vezes uma naturalização do conceito de classe. Além disso, em alguns casos, não há relação mais explícita com a perspectiva comunicacional ou vigilância epistemológica entre instâncias e fases da pesquisa. Em alguma medida, salvo exceções, os sentidos teóricos das classes são banalizados ou pouco aprofundados, não considerando questões de lutas e conflitos, com as desigualdades sendo transformadas em meras diferenças. Então, partindo de uma perspectiva marxista, discutimos implicações teórico-metodológicas das teorias de classes, em suas diferentes abordagens e procuramos traçar uma trajetória do conceito de classes nos estudos de comunicação. A partir dos sentidos do conceito no *corpus*, esboçamos três eixos teóricos, a saber: a) estudos de recepção; b) eixo discursivo; c) eixo da produção, de modo a englobar a complexidade dos processos comunicacionais. Propomos, então, pensar em midiatização, mediação e circulação das classes (e suas lutas), sendo a circulação a categoria mais ampla, envolvendo a circulação comunicacional e do próprio capital. A partir dessas categorias, podemos compreender as lutas de classes nas relações de comunicação.

Palavras-chave: Classes Sociais; Comunicação; Epistemologia; Marxismo; Teoria da Comunicação.

ABSTRACT

GROHMANN, Rafael do Nascimento. **Social classes in communication:** theoretical meanings of the concept. 2016. 361f. Thesis (PhD in Sciences of Communication) – School of Communications and Arts. University of São Paulo, São Paulo, 2016.

The aim of this thesis is to understand the place and the relevance of the concept of social class in communication research and which theoretical senses the concept presents in the studies. As starting point, we present an analysis of PhD and Master thesis, and conference papers of Compós, Comunicon and Intercom between 2010 and 2014. In general, we can observe theoretical and methodological weakness in classes and communication concepts. Moreover, in some cases, there is no explicit relationship with communicational perspective or an epistemological reflexivity between research instances and phases. To some extent, with some exceptions, theoretical meanings of concept are trivialized and not considering issues of struggles and conflicts, with inequalities transformed into mere differences. Then, from a Marxist approach, we discuss theoretical and methodological implications of class theories, in their different approaches and try to draw a way of the concept of classes in communication studies. From the meanings of concept, then, we outlined three theoretical areas: a) reception studies; b) discursive axis; c) production axis, in order to encompass the complexity of communication processes. We propose, then, to think of mediatization, mediation and circulation of classes (and struggles of classes), with circulation as broadest category, involving communicational and capital circulation. From these categorias, we can understand class struggles in communicational relations.

Keywords: Communication; Communication Theory; Epistemology; Marxism; Social Classes.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Relação de artigos científicos selecionados	28
Tabela 2 – Relação de teses e dissertações selecionadas	29
Tabela 3 – Autores citados nos artigos com, no mínimo, duas citações	34
Tabela 4 – Linhas de Pesquisa dos orientadores com mais trabalhos	41
Tabela 5 – Autores citados nas teses e dissertações	42
Tabela 6 – Esquema de Posições de Classes – Básico	116
Tabela 7 – Diferenças entre os Conceitos de Subproletariado, Precariado e Batalhadores ..	163

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Autores mais citados nos artigos	34
Gráfico 2 – Instituições de origem das teses e dissertações	40
Grafico 3 – Autores mais citados nas teses e dissertações	42

SUMÁRIO

Introdução	15
 1. As Classes Sociais no Campo da Comunicação entre 2010 e 2014	23
1.1. Parâmetros Metodológicos	26
1.2. Análise Quantitativa – Artigos	32
1.3. Análise Quantitativa – Teses e Dissertações	40
1.4. Análise Qualitativa – Artigos	53
1.5. Análise Qualitativa – Teses e Dissertações	72
1.6. Algumas Considerações .....;	94
 2. Teorias de Classes e Implicações Teórico-Metodológicas	96
2.1. Classe em Marx e nos Marxismos	98
2.2. A Perspectiva Weberiana	119
2.3. A Perspectiva de Pierre Bourdieu	125
2.4. Negri, Hardt e Žižek	138
2.5. As Classes na Teoria Social Brasileira	146
2.6. Sim, Classe Importa	166
 3. Comunicação e Classes em Perspectiva Histórica: os primeiros estudos	168
 4. Começando a Pensar os Eixos: estudos de recepção e reconfigurações	194
4.1. A Mediação: dos ingleses aos latino-americanos	195
4.2. Impactos na Pesquisa Brasileira da Primeira Década do Século XXI	208
4.3. Reconfigurações Tecnológicas e Consequências para os Estudos de Recepção	217

4.4. O que os Estudos de Consumo fizeram com as Classes Sociais?	234
4.5. A Questão da Mídiação	242
5. Desenvolvendo e Articulando os Eixos das Classes na Comunicação .	255
5.1. Eixo Discursivo	256
5.2. O Lado “Invisível” da Produção	268
5.3. Circulação, Mediação e Mídiação das Classes	285
6. As Lutas de Classes nas Relações de Comunicação	291
Reflexões (In)Conclusivas	321
<i>Corpus Analisado no Capítulo 1 (por tipo) .....</i>	326
a) Artigos do Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós)	326
b) Artigos do Congresso Internacional em Comunicação e Consumo (Comunicon)	327
c) Artigos do Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom)	329
d) Teses e Dissertações	332
Referências	336

INTRODUÇÃO

Em uma pesquisa, os objetos são construídos a partir da realidade concreta e as escolhas teórico-metodológicas de um pesquisador podem ser compreendidas também a partir de suas trajetórias pessoais, ou seja, o pesquisador como sujeito. Longe de um “esboço de autoanálise” (Bourdieu, 2005) ou de um memorial, a intenção é apenas de contextualização, o que, em meu caminho, ajuda a entender um pouco dos motivos de falar em classes sociais. Mesmo assim, é apenas um panorama. Trazer todos os detalhes à tona seria um trabalho de memória que provavelmente demoraria mais do que a tese.

Não é uma vida sofrida ou de superação, nem única – longe disso. Nasci em 1988 em Guaratinguetá, interior de São Paulo, com os pais recém-saídos da adolescência, precisando “se virar”. O pai, filho de comerciantes, trabalhava em uma fábrica multinacional, em um cargo que, no organograma, só estava acima da faxineira. A mãe, filha de um bancário e uma dona-de-casa, viajava de ônibus ao Paraguai para revender itens como secretária eletrônica, aparelhos de som, whiskies e brinquedos para a elite da cidade, principalmente médicos e advogados. Ambos, pai e mãe, somente com ensino médio completo. Não é, portanto, uma família de bem-nascidos ou algo assim, mas parte de uma classe-que-vive-do-trabalho.

Em 1992, já com o segundo filho nascido, meu pai sai da empresa onde trabalhava e começa a revender semi-joias junto com minha mãe. O negócio foi crescendo. Dali a um tempo, já tinham seus próprios revendedores de peças, ou seja, vendiam para que outras pessoas as vendessem para o consumidor final. Trabalhadores da circulação.

Até 1995, morávamos em uma pequena casa alugada. Aos fins de semana, não era incomum ouvir forró e lambada na companhia de amigos e vizinhos dos pais, que também frequentavam bailes de um clube popular na cidade. Em primeiro de maio daquele ano – dia do trabalho – algo acontecia. Mudávamos para uma casa própria. Um sobrado que se destacava em meio às outras casas do bairro. Signo de ascensão social. Como se fosse o início de mudanças de hábitos (e *habitus*). Dois carros na garagem, trocados praticamente ano-a-ano. O forró e a lambada foram ficando raros (talvez porque Beto Barbosa já não era mais tão famoso assim). Quase não conhecia os vizinhos. É como se fosse um mundo completamente diferente. Meu irmão, cujas primeiras lembranças já aconteciam dentro desse ambiente, tomava esse novo *habitat* como o natural.

Nunca estudamos em escola pública, mas também nunca nos colégios mais caros da cidade. Como uma blindagem aos mais pobres e aos mais ricos da cidade. Em relação à escola

mais elitizada da cidade, lembro-me do seguinte comentário vindo dos meus pais: “Lá rola muita droga”. Nessa realidade, a escola foi se tornando, aos poucos, um lugar de mediação central para a minha vida – para o meu olhar como pessoa. Professores, uma inspiração. Lembro-me de frequentar por diversas vezes a sala da diretora, mas raramente para ser repreendido. Eram papos sobre a escola, sobre a cidade, sobre o país.

Enquanto acontecia essa cúmplice relação com a escola, incluindo aí os colegas de sala, o negócio dos meus pais crescia. Loja comercial de semi-joias, empresa de informática (por parte da minha mãe)... até hoje possuem uma pequena indústria ligada às semi-joias. A crença em uma ética do trabalho se somava a certa crença no mérito individual. As percepções de mundo, em alguma medida, se chocavam, na passagem da escola para casa, de casa para a escola.

Mesmo dentro de casa, havia diferentes percepções sobre o popular, o pobre. Era comum tocarem a campainha de casa dois homens negros muito pobres que moravam no bairro. Se minha mãe atendesse, a resposta, em geral, era – do interfone ou da sacada – de que não havia nada ali para eles. Caso fosse meu pai, eles eram recebidos pessoalmente e teciam uma conversa que podia durar uns trinta minutos. Mas nunca entraram em casa. A desigualdade era latente.

Em minha adolescência, andava todos os dias de bicicleta pela cidade com meus aminhos de vizinhança – um deles também era meu colega de classe. E começaram a ser frequentes conversas minhas com esses dois homens negros que, ou perambulavam pela rua, ou estavam na padaria ao lado bebendo uma cachaça. Das nossas conversas, uma frase recorrente me marcava por todo o sempre: “meu filho, estude e procure fazer coisas para melhorar a vida da geração do meu filho pequeno”. Sim, uma questão de classe.

Fui fazer a graduação em Juiz de Fora, Minas Gerais, e logo no segundo ano, em 2007, um livro, apresentado pelo professor Jessé Souza, me marcou: “A Distinção”, de Pierre Bourdieu. Foi como se minha vida, de algum modo, estivesse ali, em algumas de suas análises. Em 2009, ainda na graduação, voltei-me a pensar a questão do trabalho – outra categoria que, de alguma maneira, é presente em minha biografia, com a miséria e riqueza do trabalho. Em 2010, então, vim para a Universidade de São Paulo cursar o mestrado em Ciências da Comunicação, orientado pela professora Roseli Figaro.

Quando decidi o tema das classes para o projeto de doutorado, é como se o tema, de alguma forma, estivesse sempre presente em minha trajetória: acadêmica, desde a graduação; de vida, desde pequeno. As questões de classes e lutas de classes nos afetam cotidianamente, pois somos sujeitos inseridos na sociedade.

A tese, então, traz como título “As Classes Sociais na Comunicação: sentidos teóricos do conceito”. Os estudos na área da comunicação tratam das classes sociais? O conceito de comunicação tem classes sociais? Assim, pretendemos compreender como o campo da comunicação tem tratado ou não-tratado a questão das classes ao longo dos tempos. Os “sentidos” podem ser sinônimos tanto de direção (“para onde vão as classes na comunicação”) quanto de significado (“quais os significados das classes na comunicação”).

A presente tese de doutorado, então, pretende mostrar o lugar e a relevância do conceito de classe social na área de comunicação. Insere-se na linha de pesquisa “Epistemologia, Teoria e Metodologia da Comunicação” na área de concentração “Teoria e Pesquisa em Comunicação”, em busca de explorar novos “mapas noturnos” (Martín-Barbero, 1995), muitas vezes, para as chamadas “velhas questões”. Em tempos de teorias celebratórias das novas (e nem tão novas) tecnologias, ou de tudo o que é “novo” na comunicação, em uma era pintada de cor-de-rosa por olhares convergentes e líquido-modernos, consideramos crucial pensar como uma “velha” questão permanece “nova”, atual e revigorada.

Ou seja, o nosso olhar nesse projeto é um pensar teórico e epistemológico das classes sociais na comunicação. Encaramos a presente tese doutoral como um início, a construção de um edifício teórico, que se pretende, em alguma medida, sólido, para poder melhor sedimentá-lo por toda a vida acadêmica. Um ponto de partida, não a reta de chegada. Fazer pesquisa, produzindo teoria, é uma verdadeira “aventura”, conforme Lopes (2004). Porém, não se trata de puro caos, mas de um rigor sem rigidez (Bourdieu, 1999), um rigor que se relaciona a uma reflexividade epistemológica.

Nosso ponto-de-partida e “lugar de fala” é a comunicação. Não é a sociologia, a economia, a filosofia ou a história. Não que não devam nos utilizar de conceitos advindos dessas disciplinas, pelo contrário, o campo científico da comunicação (Bourdieu, 1983) nasce como uma confluência de discursos de outras áreas, que são ressignificados a partir do ponto-de-vista comunicacional (Baccega, 1998). Ao nos apropriarmos do saber sociológico, por exemplo, ele adentra o universo comunicacional com outra roupagem, obedecendo aos objetivos e os limites da área do saber. Devemos, ao mesmo tempo, pensar nos conceitos já sedimentados no próprio campo, que é jovem, nascido no século XX, e também observar como conceitos de outros lugares nos ajudam a compreender a comunicação.

Essas ressignificações e metassignificações “redundam, obviamente, em novas posturas epistemológicas, a partir das quais se procurará dar conta da efetividade dos processos comunicacionais” (Baccega, 1998, p. 103). A ciência não é feita por robôs.

Podemos e devemos dialogar com outras ciências, mas que são ressignificadas a partir de determinado olhar.

A especificidade do campo é, propriamente, o olhar comunicacional sobre os objetos: um dialético “olhar para dentro” e “olhar para fora”, com um entre-olhar para as interfaces, tais como: comunicação e política, comunicação e cidadania, comunicação e trabalho, por exemplo. Signates (2013) critica os estudos de “interfaces” que somente pensam, por exemplo, “política”, “cidadania” e “trabalho” e não retornam ao papel da comunicação nessas relações.

Concordamos com essa posição, no entanto: a) não se faz ciência da comunicação sem dialogar tanto com as referências bibliográficas do próprio campo quanto de outros lugares também (o tal “olhar dialético para dentro e para fora”); b) não entendemos o “olhar propriamente comunicacional” com uma visão estreita da comunicação. Uma das grandes questões da linha de pesquisa “Epistemologia, Teoria e Metodologia da Comunicação” é pensar a comunicação como alvo de disputas e embates.

O que entendemos pelo conceito de comunicação, e que ficará mais claro ao longo da tese, é produção de sentido, atividade humana e interação. “Não existe vida pessoal e coletiva sem vontade de falar, de comunicar, de trocar, tanto na escala individual quanto coletiva” (Wolton, 2011, p. 19), e, portanto, comunicação não é transmissão ou mera ferramenta. Entre o “emissor” e o “receptor” do “esquema linear de comunicação”, existe uma vastidão de mundo e de sentido, como a questão da subjetividade, essencial para os estudos de comunicação: “a subjetividade nada mais é do que o resultado da polifonia que cada indivíduo carrega. Essa condição de paciente/agente leva-nos a designá-lo indivíduo/sujeito” (Baccega, 1995, p. 52). É nesta relação com o outro, com a alteridade que os sujeitos e os sentidos se formam. Nas relações de comunicação.

Ou seja, não se trata de mera questão de “técnica” ou “aparato” – apesar de fazer parte da comunicação, isso não pode ser tomado como o cerne do processo comunicacional. Do mesmo modo, não podemos reduzir o conceito apenas à questão midiática, pois a interação e a produção de sentido também ocorrem fora do âmbito das mídias.

Nessa ressignificada articulação com outras áreas, compreendemos o campo da comunicação como uma confluência de duas matrizes: uma de ordem social, e outra de ordem discursiva. Sabemos que os discursos estão nas sociedades, e somente podemos pensar os signos socialmente e contextualmente (Bakhtin/Volochinov, 2010; Citelli, 2004), materializados na comunicação e no cotidiano. No entanto, não podemos compreender as

sociedades sem abarcar os discursos que emanam do cotidiano. “Pode-se [...] ‘ler’ a consciência dos homens através do conjunto de signos que a expressa” (Citelli, 2004, p. 31).

Como mostraremos à frente, pensamos a atividade languageira como o que nos torna humanos e propicia a produção de sentido, materializando e representando a realidade viva (Leontiev, 2004; Blikstein, 2003). Compreender a linguagem na comunicação é entender as relações de sentido construídas no processo comunicacional a partir dos sujeitos sociais. Como diz Fígaro (2012, p. 11),

a linguagem verbal é o objeto privilegiado de estudo na área da Comunicação. Ela interessa a esse campo como enunciado produzido por sujeitos sociais e, de alguma maneira, está presente em todas as outras ‘linguagens’ (de forma híbrida e/ou sincrética como organização e/ou planejamento) [...]. Vai se demarcando, portanto, uma abordagem teórica da Comunicação que trata a linguagem verbal no âmbito das relações de sentido, construídas no processo comunicacional, na formulação de enunciados e discursos.

Do mesmo modo que a linguagem se encontra na origem da sociedade humana, não se pode compreender comunicação – que se dá a partir da atividade dos homens – sem entender a sociedade onde se vive. “Não há teoria da comunicação sem uma teoria implícita, ou explícita de sociedade” (Wolton, 2003, p. 16). Do contrário, a comunicação seria uma ciência vazia. Há sempre uma perspectiva de “sociedade” envolvida em qualquer teoria da comunicação. Por isso, precisamos pensar a comunicação também a partir de uma teoria social geral que explique a sociedade e as relações sociais. Se pensarmos o conceito de comunicação como uma *práxis* social e languageira, são os valores em circulação na sociedade que produzem sentido comunicacionalmente.

As palavras que usamos no cotidiano passam por “corredores isotópicos” (Blikstein, 2003) a partir de percepções melhorativas ou pejorativas da sociedade. No mundo acadêmico, há “palavras mágicas”, que encantam os autores a cada nova safra, sendo referência necessária para a legitimação do capital científico (Bourdieu, 2004) de determinada área. Ou seja, os conceitos funcionam como *Zeitgeists*¹ teóricos, expressando o espírito do tempo científico, visibilizando embates, conflitos e hegemonias, ou “quem está na crista da onda” no momento.

No campo da comunicação, enquanto pluralidade, fluidez, interatividade e convergência são algumas das palavras “para-se-dar-bem-em-qualquer-congresso”, ou seja, ajustadas às prescrições do trabalho científico hegemônico em comunicação, o conceito de classe social parece relegado ao cheiro de naftalina, ao passado e (ultra)passado. Uma peça de

---

¹ Espírito do tempo, em alemão.

museu da comunicação. “Classes ainda existem? No Brasil de hoje? Imagina! Que *démodé*”. “Esse é um modo tacanho de entender a realidade múltipla pós-moderna”. Há quem acredite (por exemplo, Hayek, 1990) que o que há na sociedade é somente uma coleção de indivíduos soltos no mundo. Murdock (2009), no entanto, alerta para algumas diferenças entre práticas discursivas em um campo científico e as práticas sociais da realidade concreta.

A classe pode ter sido abolida retoricamente em muitos textos, mas uma quantidade impressionante de evidência empírica confirma que ela permanece como uma força essencial para modelar a maneira como vivemos hoje. É extremamente irônico que a ‘virada’ teórica pós-moderna, que impulsionou questões de identidade, consumo e diferença para o centro da atenção acadêmica, coincidiu quase exatamente com a revolução neoliberal em diretrizes sociais e econômicas. É fácil ‘pensar que a classe não importa’ se você permanece relativamente ‘não-afetado por privações e exclusões que ela causa’ (Murdock, 2009, p. 33).

João Freire Filho (2007) também se mostra incomodado com estudos, mesmo os pertencentes aos Estudos Culturais, que preferem “realçar a criatividade, os experimentalismos, o agenciamento individual dos membros flutuantes das neotribos” (Freire Filho, 2007, p. 55) e desdenham em seus programas de pesquisa das desigualdades objetivas na vida dos sujeitos. Como afirma Eagleton (2012): não é “só porque os presidentes de empresa hoje podem usar tênis, ouvir *Rage Against the Machine* e implorar a seus empregados para os chamarem de ‘fofos’” (Eagleton, 2012, p. 134) que a classe social foi varrida da Terra. Ora, a classe ainda importa para a comunicação? Como o conceito tem sido tratado? Como importa e como deveria importar? Como as marcas das classes sociais e das lutas de classes atravessam a comunicação?

A tese tem, portanto, como objetivo geral compreender o lugar e a relevância do conceito de classe social no campo da comunicação e quais sentidos – sempre, ao mesmo tempo, teóricos, epistemológicos e metodológicos – o conceito apresenta na área. Sentidos esses que são mostrados a partir de um escavar conceitual, como fios de um novelo. Como objetivos específicos, podemos citar:

- a) analisar, como ponto de partida, as classes sociais no campo da comunicação em teses, dissertações e artigos entre os anos de 2010 e 2014;
- b) discutir conceitualmente a classe social em suas diferentes correntes e suas implicações teórico-metodológicas;
- c) destrinchar, a partir do material analisado, eixos teóricos para as classes na comunicação;

d) apresentar uma proposta ou agenda de pesquisa para as classes na comunicação.

Para cumprir com os objetivos da tese, eminentemente teórico-conceituais, há um objeto teórico “as classes sociais na comunicação”, ou seja, as classes, como conceito, no campo científico da comunicação. Assim, trata-se de uma pesquisa teórica, onde o empírico se mostra a partir dos seus rastros ou “indícios” (Ginzburg, 2006). Trata-se de uma “pesquisa exploratória”, que nos termos de Bonin (2008, p. 127), “permite experimentar, vivenciar e testar métodos e procedimentos para compor e construir arranjos metodológicos sensíveis às demandas da problemática e das lógicas dos objetos empíricos”. Trata-se de, com a pesquisa, descobrir rastros, pistas e experimentações do ponto-de-vista teórico-metodológico. Quais são as opções epistemológicas, teóricas e metodológicas dos autores para estudar o conceito de classe na comunicação? O quanto o conceito, utilizado pelos autores, evidencia a luta de classes?

Ao escolher as classes como centrais para uma tese doutoral em comunicação, o que há é, além de tudo, um compromisso social com uma investigação que busque a transformação do campo da Comunicação, sim, mas sobretudo do Brasil. Ou seja, é a busca de compreender o país a partir do olhar comunicacional. Segundo Lopes e Romancini (2014, p. 137),

a justificativa já deveria trazer a marca do compromisso do investigador com os problemas que necessitam ser pesquisados, com as perguntas importantes a ser feitas hoje, aqui e agora. São as opções sobre quais temas pesquisar que devem ser as mais conscientes possíveis, declaradamente assumidas (Lopes; Romancini, 2014, p. 137).

Para Sodré (2012), o prestígio do campo comunicacional não deriva da “objetividade” do conhecimento gerado, mas da produção de um valor social, político e cultural. É, portanto, o compromisso com a transformação da sociedade vigente que nos aproxima do objeto das classes sociais na comunicação.

O caminho da tese, então, percorrerá a seguinte trajetória:

No capítulo 1, como ponto de partida, analisamos como o conceito de classe social tem sido estudado no campo da comunicação entre os anos de 2010 e 2014 a partir de uma pesquisa com teses, dissertações e artigos de congressos, a saber: Encontro Anual da Associação dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós), Congresso

Internacional em Comunicação e Consumo (Comunicon) e Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom).

No capítulo 2, apresentamos teorias de classes e suas implicações teórico-metodológicas. Dessa forma, traçamos uma trajetória do conceito em Marx e nos marxismos, em Weber e em seus seguidores, em Pierre Bourdieu, e nos teóricos atuais Antonio Negri, Michael Hardt e Slavoj Žižek. Terminamos o primeiro capítulo mostrando como o conceito de classe atravessa historicamente a teoria social brasileira, bem como a atualidade dessa noção.

No capítulo 3, procuramos traçar uma trajetória do conceito de classe social no campo da comunicação a partir de obras de referência desde a década de 1970, no sentido de mostrar um histórico, começando a observar eixos teóricos para as classes na comunicação.

No capítulo 4, destrinchamos um desses eixos, os estudos de recepção, a partir de onde parou o capítulo anterior. Assim, passamos por mediação – dos ingleses ao latino-americanos, mostramos algumas implicações para a pesquisa brasileira, bem como alguns deslocamentos dos estudos de recepção, como questões de consumo, tecnologias e a noção de midiatização. Assim, procuramos mostrar o impacto desses deslocamentos para pensar recepção e classes. No capítulo 5, buscamos organizar outros dois eixos: o discursivo e o da produção, com o intuito também de teorizar sentidos sobre as classes na comunicação. Encerramos o capítulo abordando midiatização, mediação e circulação das classes.

Já o sexto e último capítulo busca sintetizar o caminho traçado na tese e teorizar as lutas de classes nas relações de comunicação. Mostramos, então, o que não consideramos como conflito na comunicação e o que não consideramos como comunicação para, enfim, pensar o que seriam as lutas de classes nas relações de comunicação.

1. AS CLASSES SOCIAIS NO CAMPO DA COMUNICAÇÃO ENTRE 2010 E 2014

O ponto de partida, enquanto “singularidade concreta” (Lukács, 2012), para a discussão sobre as classes na comunicação é a produção científica brasileira no campo da comunicação entre os anos de 2010 e 2014. As lutas também se revelam no fazer científico e suas disputas podem mostrar aspectos da própria luta de classes.

Bourdieu (1983) considera o campo científico como um lugar de disputa pelo monopólio da competência científica, espaço de autoridade e poder em que se manifestam relações de dominação e desigualdades no interior do próprio campo. Enquanto (sub)campos com relativa autonomia – o que, em alguma medida, acaba por tornar visíveis aspectos do “macro” da sociedade vigente – os conflitos ocorridos dentro deles são sempre de ordem epistemológica e política. Como salienta Schneider (2013), as duas ordens possuem especificidades, mas são muito próximas, e é impossível compreender o caráter epistemológico da ciência sem o aspecto político, pois

nenhum posicionamento epistemológico (ou comunicativo) pode ser (axio)logicamente neutro ou apolítico, ainda que sua dimensão valorativa permaneça menos ou mais latente, no discurso ou na consciência do cientista (e do comunicador) (Schneider, 2013, p. 225).

Os campos científicos, então, apesar de possuírem regras internas próprias, devem ser entendidos como parte da sociedade. As escolhas teórico-metodológicas do pesquisador envolvem valores com implicações sociais. Segundo Mészáros (2004), é comum encontrar

a afirmação de que a adoção deste ou daquele quadro metodológico nos isentaria automaticamente de qualquer controvérsia sobre os valores, visto que eles são sistematicamente excluídos (ou adequadamente ‘postos entre parênteses’) pelo próprio método cientificamente adequado, poupando-nos assim de complicações desnecessárias e garantindo a objetividade desejada e o resultado incontestável (Mészáros, 2004, p. 301)

Completamos o autor com outra afirmação frequente: “vou usar autor X e autor Y nessa pesquisa”. A relação com um autor ou um conceito nunca é de “uso” no sentido utilitário ou instrumental. As escolhas sobre conceitos e autores, bem como todo o desenho de pesquisa, revelam lugares de fala e posicionamentos, inclusive com reapropriações conceituais a partir do olhar do pesquisador. Há, então, implicações epistemológico-políticas

para a ciência, e consequentemente, para a sociedade, não existindo uma “metodologia pela metodologia” como uma “neutralidade axiológica”. Para Mészáros (2004, p. 302),

os proponentes do ‘método correto’ evitam todas as dificuldades que acompanham o reconhecimento das divisões e das incompatibilidades reais, à medida que elas necessariamente se desenvolvem a partir dos interesses sociais antagônicos que estão nas raízes de abordagens alternativas e dos conjuntos de valores rivais a elas associados.

Isto é, as disputas metodológicas revelam os antagonismos sociais existentes e as contradições da vida concreta. Assim, as escolhas teóricas e metodológicas feitas por cada pesquisador envolvem “por um lado, uma ou outra concepção do ser, do real, isto é, de uma ontologia, e, por outro, as condições de trabalho do pesquisador” (Schneider, 2013, p. 222). Assim, além de tornar visível o lugar de fala, mostra o que se entende por sujeito.

Procuraremos compreender, então, como as classes sociais (des)aparecem² no campo da comunicação. Mas o que entendemos por “campo da comunicação”? Romancini (2006) elenca três dimensões: o campo acadêmico, o ensino superior e as práticas profissionais de mercado. Aqui estamos trabalhando com a primeira delas, o campo científico ou acadêmico da comunicação³.

Não é nossa intenção aqui debruçar-nos em uma história do campo no Brasil⁴. Gostaríamos apenas de salientar que o campo nasce institucionalmente no país a partir de egressos de outros departamentos, como Sociologia, Letras ou História, em meados dos anos 1970 e, desde então, tem procurado sua autonomia institucional enquanto área própria, com avanços desde então. Hoje, perante à Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Ensino Superior (CAPES), a Comunicação está na área de Ciências Sociais Aplicadas I, junto com Ciência da Informação e Museologia. Além disso, nasceram e consolidaram-se instituições como a Associação Nacional de Pós-Graduação em Comunicação (Compós) e a Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares em Comunicação (Intercom).

Houve também um crescimento dos programas de pós-graduação, principalmente a partir dos anos 2000. A título de exemplo: até 1980, havia cinco programas; até 1990, sete⁵. Em 2005, conforme Romancini (2006), havia 21 programas de pós-graduação em comunicação. Pouco mais de dez anos depois, em agosto de 2016, havia, apenas dentre os

² No sentido de compreender como ela aparece, e em que sentido ela pode ficar invisibilizada.

³ Salientamos, contudo, que seria interessante, para o futuro, procurar compreender como o debate sobre classes sociais ocorre nas outras dimensões.

⁴ Para isso, cf: Romancini (2006); Marques de Melo (2008).

⁵ Cf: Romancini (2006).

filiados à Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação⁶, 46 programas em funcionamento⁷. Este é o contexto onde está inserido o objeto empírico do presente capítulo.

---

⁶ Há programas de pós-graduação na área de comunicação não filiados à Compós, como o da Universidade Federal do Mato Grosso do Sul (UFMS), por exemplo, até a data de entrega desta tese.

⁷ Fonte: <www.compos.org.br>. E há programas que, até a presente data, não se filiaram à Compós, como o Mestrado em Comunicação da Universidade Federal do Mato Grosso do Sul (UFMS), por exemplo. Isto é, o número de programas de pós-graduação na área atualmente é ainda maior.

1.1. Parâmetros Metodológicos

O período de análise do material, entre 2010 e 2014, como ponto de partida, se justifica por: a) ser uma radiografia atual⁸ do campo, sendo que cinco anos é um período razoável para realização de uma metapesquisa; b) ser a época onde o termo “nova classe média” circulou com força na sociedade, na mídia e no próprio campo acadêmico. São desse período, por exemplo, as novelas *Cheias de Charme* (2012) e *Avenida Brasil* (2012)⁹, além de livros como Neri (2010), Souza (2010), Pochmann (2012) e Ronsini (2012), mostrando certo reavivamento da questão de classe. Além disso, é o ponto de partida para que possamos traçar uma trajetória do conceito no campo.

Uma metapesquisa nada mais é do que uma “pesquisa da pesquisa” (Bonin, 2008), que permite compreender avanços e permanências ou insuficiências em determinada área, permitindo “visualizar os problemas já enfrentados na investigação, os conhecimentos obtidos e daí trabalhar na formulação de questionamentos que tragam à luz novas dimensões dos fenômenos comunicacionais” (Bonin, 2008, p. 123). Trata-se, então, de mapear a produção e trabalhá-la a partir de tensionamentos. Nessa metapequisa, procuramos observar como o conceito de classe social tem circulado pelo campo da comunicação entre 2010 e 2014, o que, em certa medida, nos dá um retrato sobre o próprio da comunicação em parâmetros teóricos, metodológicos e epistemológicos.

Qual é, então, o material a ser analisado? Escolhemos analisar artigos científicos e teses e dissertações que foram publicados/defendidos entre 2010 e 2014 no âmbito do campo da comunicação. Os artigos científicos foram selecionados a partir de três congressos, a saber: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom); Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós) e Congresso Internacional em Comunicação e Consumo (Comunicon/ ESPM). O Intercom foi selecionado por ser o mais antigo da área (acontece desde 1977) e reúne, em média, 3500 participantes por edição¹⁰, sendo o congresso com o maior número de trabalhos apresentados tanto em nível de pós-graduação quanto de graduação. Para a presente pesquisa, foram somente selecionados os textos ligados aos Grupos de Pesquisa, ou seja, cujos pesquisadores apresentadores de trabalho sejam, no mínimo, alunos de mestrado. O Encontro da Compós foi selecionado por ser o congresso da entidade ligada efetivamente aos programas de pós-graduação em

⁸ O período foi escolhido tomando o período de cinco anos no momento real da pesquisa empírica.

⁹ As duas telenovelas trataram, em certa medida, de relações de classes, e o campo comunicacional brasileiro tem uma tradição de pesquisa em telenovela.

¹⁰ Fonte: Site da Intercom. <<http://intercom.org.br>>. Acesso em 03 jan. 2016.

comunicação, sendo um dos mais concorridos da área, no qual predominantemente os autores são professores doutores que apresentam seus trabalhos. Já o Comunicon foi escolhido por apresentar um grupo de trabalho específico para questões de classes e gêneros na comunicação. O único óbice é que o evento se iniciou em 2011, não tendo, portanto, artigos apresentados em 2010.

Trata-se, a nosso ver, de um conjunto de eventos representativos do campo da Comunicação no Brasil, e, portanto, da própria produção científica da área. Os eventos com apresentação de artigos fazem circular mais trabalhos do que os livros publicados, mostrando, de alguma forma, a produção científica dos programas de pós-graduação. As revistas científicas da área não foram analisadas, pois há 477 revistas com QUALIS na área de Ciências Sociais Aplicadas I¹¹ segundo a classificação de periódicos do ano de 2014 e seria uma base de dados muito grande para analisar todas as revistas entre os anos de 2010 e 2014. Outra justificativa é que uma parcela significativa dos artigos publicados em periódicos científicos já foram apresentados em eventos científicos anteriormente. Portanto, a nosso ver, não ter as revistas como objeto de estudo não se traduziu em prejuízos para a análise.

Se, por um lado, os artigos apresentados em eventos científicos podem ser considerados *work in progress*, que podem ser parte de pesquisas mais amplas ou apenas uma publicação avulsa, as teses de doutorado e as dissertações de mestrado se configuram como uma importante produção no interior dos programas de pós-graduação. Para a seleção das teses e dissertações, foi realizada uma busca nas bibliotecas digitais de todos os programas de pós-graduação na área de comunicação¹²

Os textos (tanto dos congressos quanto as teses e dissertações) foram selecionados a partir de título, resumo e palavras-chave. Qual o critério? Ter a palavra “classe” (ou “classes”) – sempre no sentido de “classes sociais”, não de “classes de palavras” ou “classes das escolas”, por exemplo – em, pelo menos, um dos seguintes lugares: título, resumo ou palavras-chave. Foram excluídos da análise os textos escritos por mim no período (sozinho ou em coautoria).

A partir dos critérios acima, foram selecionados 48 artigos científicos e 42 teses e dissertações (sendo 32 dissertações de mestrado – 76% do total – e 10 teses de doutorado – 24% do total)¹³. A tabela 1¹⁴ traz a relação dos artigos científicos dos congressos, com nomes

¹¹ Fonte: Plataforma Sucupira – QUALIS – CAPES – Base: 2014. <<http://qualis.capes.gov.br>>. Acesso em 03 jan. 2016.

¹² Incluindo, por exemplo, os Programas em Jornalismo da UFSC e em Multimeios da Unicamp

¹³ Os dados serão melhor analisados nas próximas seções.

¹⁴ As referências completas dos trabalhos, inclusive com títulos, encontram-se na seção de Referências da tese.

dos autores, ano, congresso e respectivo grupo de trabalho e a tabela 2 mostra a lista de teses e dissertações, com nome de autor(a), ano, se é mestrado (M) ou doutorado (D), instituição e orientador(a)¹⁵.

Tabela 1 – Relação de artigos científicos selecionados

Autores	Ano	Congresso	Grupo de Trabalho
Vera França e Denise Prado	2010	Compós	Comunicação e Cultura
José Cardoso Ferrão Neto	2011	Compós	Comunicação e Cultura
Veneza Ronsini	2011	Compós	Estudos de Televisão
Rozinaldo Miani	2013	Compós	Comunicação e Cidadania
Mariana Souto	2013	Compós	Estudos de Cinema, Fotografia e Audiovisual
Ana Carolina Escosteguy	2014	Compós	Estudos de Televisão
Marcio Serelle	2014	Compós	Cultura das Mídias
Vera França e Raquel Dorneles	2014	Compós	Comunicação e Sociabilidade
Bibiana Almeida e Patricia Menda	2011	Comunicon	Comunicação, Consumo, Gênero e Classes
Rita Paludetto	2011	Comunicon	Comunicação, Consumo, Gênero e Classes
Maria Bacha e Celso Figueiredo	2012	Comunicon	Comunicação, Consumo, Gênero e Classes
Carla Barros	2012	Comunicon	Comunicação, Consumo, Gênero e Classes
Ligia Prezias Lemos	2012	Comunicon	Comunicação, Consumo, Gênero e Classes
Natália Rocha	2012	Comunicon	Comunicação, Consumo, Gênero e Classes
Monica Rugai Bastos e Plinio Sousa	2012	Comunicon	Comunicação, Consumo, Gênero e Classes
Candida Hansen	2013	Comunicon	Comunicação, Consumo, Gênero e Classes
Janaína Jordão	2013	Comunicon	Comunicação, Consumo, Gênero e Classes
Maria Stella Galvão Santos	2013	Comunicon	Comunicação, Consumo, Gênero e Classes
Milena Oliveira-Cruz	2013	Comunicon	Comunicação, Consumo, Gênero e Classes
Monica Rugai Bastos e Plinio Sousa	2013	Comunicon	Comunicação, Consumo, Gênero e Classes
Janaína Jordão	2014	Comunicon	Comunicação, Consumo, Gênero e Classes
Shirley Torquato	2014	Comunicon	Comunicação, Consumo, Gênero e Classes
Bruno Pompeu e Marcia Akinaga	2014	Comunicon	Consumo, Literatura e Estéticas Midiáticas
Maria Barbotin e Anderson Retondar	2014	Comunicon	Comunicação, Consumo, Gênero e Classes
Renata Córdova da Silva	2010	Intercom	Teorias da Comunicação
Nelson Toledo Ferreira	2010	Intercom	RP e Comunicação Organizacional
Layse Nascimento	2010	Intercom	História do Jornalismo
Lirian Sifuentes	2010	Intercom	Comunicação e Culturas Urbanas
Laura Wottrich	2010	Intercom	Comunicação para a Cidadania
Nelson Toledo Ferreira	2011	Intercom	Comunicação para a Cidadania
Jôse Fogaça	2011	Intercom	Publicidade e Propaganda
Carlos Alberto Gonçalves et alli	2011	Intercom	Políticas e Estratégias da Comunicação
Julia Schnorr	2011	Intercom	Comunicação e Desenvolvimento Regional e Local

¹⁵ Instituição e orientador(a) foram colunas colocadas apenas para as teses e dissertações, pois são produções que são mais diretamente vinculadas às produções dos programas de pós-graduação. Nos artigos dos congressos, por exemplo, os autores podem se vincular a mais de uma instituição, e os dados não nos ajudariam muito.

Filipe Bordinhão e Veneza Ronsini	2012	Intercom	Comunicação e Culturas Urbanas
Edson Dalmonte e Maria Lucineide Fontes	2012	Intercom	Telejornalismo
Gisela Castro	2012	Intercom	Cibercultura
Rosana Mauro e Eneus Trindade	2012	Intercom	Ficção Seriada
Flavio Porcello	2012	Intercom	Telejornalismo
Jacqueline Sobral	2012	Intercom	Ficção Seriada
Fabíola Tarapanoff e Julio Cesar Fernandes	2012	Intercom	Televisão e Video
Márcia Tondato	2012	Intercom	Ficção Seriada
Pablo Bastos	2013	Intercom	Comunicação para a Cidadania
Beatriz Beraldo	2013	Intercom	Comunicação e Culturas Urbanas
César Bolaño e Eloy Vieira	2013	Intercom	Economia Política da Comunicação
Célio Losnak	2013	Intercom	História do Jornalismo
Rosana Mauro	2013	Intercom	Publicidade e Propaganda
Iara Moura	2013	Intercom	Ficção Seriada
Haraldo Capote Filho e Monica Fort	2014	Intercom	Publicidade e Propaganda

Fonte: Levantamento realizado pelo autor

Tabela 2 – Relação de teses e dissertações selecionadas

Autor(a)	Ano	M/D	Instituição	Orientador(a)
Ani Mari Hartz Born	2010	D	UNISINOS	Suely Fragoso
Priscila Simões	2010	D	USP	Adilson Citelli
Juliana Normando	2010	M	UFG	Ana Carolina Temer
Vicente Dutra Fonseca	2010	M	UFRGS	Flavio Porcello
Lirian Sifuentes	2010	M	UFSM	Veneza Ronsini
Carla Fregni	2010	M	UNISO	Miriam Cristina Carlos Silva
Silvio Sato	2010	M	USP	Clotilde Perez
Fabiana Silva	2011	D	USP	Maria Nazareth Ferreira
Lia Ribeiro Dias	2011	M	Cásper Líbero	Walter Teixeira Lima Jr.
Carlos Senna	2011	M	PUC-MG	Teresinha Pires
Ana Carolina Barreto Balthazar	2011	M	PUC-RJ	Everardo Rocha
Sílvia Cardoso	2011	M	UFF	Marildo Nercolini
Lara Lima Paiva	2011	M	UFG	Maria Luiza Mendonça
Mariana Souto	2011	M	UFMG	Vera França
Zilda Barbosa	2011	M	UFRJ	Muniz Sodré
Gustavo Serra Nogueira de Paula	2011	M	UFSC	Mauro César Silveira
Solange Prediger	2011	M	UFSM	Veneza Ronsini
Laura Wottrich	2011	M	UFSM	Veneza Ronsini
Renata Córdova da Silva	2011	M	UFSM	Veneza Ronsini
Michele Helena del Monte	2011	M	USP	Leandro Leonardo Batista
Lourdes Ana Pereira Silva	2012	D	UFRGS	Nilda Jacks
Francislanda Penha	2012	M	UFG	Magno Medeiros
Bianca Alighieri	2012	M	UNISINOS	Antonio Fausto Neto
Márcia Bernardes	2012	M	UNISINOS	Denise Cogo
Viviane Madureira	2012	M	UNISO	Miriam Cristina Carlos Silva

Ewerton Visotto Faria	2012	M	USCS	Gino Giacomini Filho
Alexandre Barbosa	2013	D	USP	Celso Frederico
Fernanda Cintra de Paula	2013	M	ESPM	Maria Isabel Orofino
Natália de Andrade Rocha	2013	M	PUC-RJ	Everardo Rocha
Anderson Luis de Vargas Silva	2013	M	PUC-RS	Ana Carolina Escosteguy
Francislene Pereira de Paula	2013	M	UFJF	Paulo Roberto Figueira Leal
Júlia Schnorr	2013	M	UFSM	Veneza Ronsini
Regina Cardoso Silva	2013	M	UNISO	Mauricio Reinaldo Gonçalves
Lírian Sifuentes	2014	D	PUC-RS	Ana Carolina Escosteguy
Guilherme Carvalho da Rosa	2014	D	PUC-RS	Doris Haussen
Wesley Grijó	2014	D	UFRGS	Karla Müller
Reinaldo Cardenuto	2014	D	USP	Eduardo Morettin
Ana Lúcia Oshiro	2014	D	USP	Sidineia Gomes de Freitas
Jacqueline Sobral	2014	M	ESPM	Maria Isabel Orofino
Rafael Drumond	2014	M	PUC-MG	Maria Angela Mattos e Eduardo Jesus
Flora Dutra	2014	M	UFSM	Veneza Ronsini
Rosana Mauro	2014	M	USP	Eneus Trindade

Fonte: Levantamento realizado pelo autor

A partir dessa seleção, a análise passa por duas etapas. A fase quantitativa se utiliza da técnica da bibliometria, que é utilizada principalmente para medição e análise dos índices de produção científica. Sua área mais importante, segundo Carlos Alberto Araújo (2006), é a análise de citações, que nos permite descobrir “autores mais citados, autores mais produtivos, elite de pesquisa [...] procedência geográfica e/ou institucional dos autores mais influentes em um determinado campo de pesquisa” (Araújo, 2006, p. 18-19). O índice de autores citados possui correlação, em alguma medida, com sua relevância e seu lugar no campo científico, como também afirma Romancini (2006). Um de nossos objetivos principais, ao aplicar essa técnica, é buscar os autores mais citados nas pesquisas.

Reconhecemos que a aplicação da bibliometria na presente tese não alcança todo o seu potencial metodológico¹⁶, como por exemplo, medir fator de impacto de publicações ou criar uma média de citações por trabalho. A etapa da bibliometria nos serve para mapear no sentido de dar pistas para a própria etapa qualitativa e o avanço da problemática, não se fechando, portanto, como uma técnica única e tomada por si mesma. É preciso também comentar as limitações da técnica, pois não nos permite distinguir as citações essenciais do trabalho em relação às citações perfunctórias (não essenciais) ou às citações negativas (Romancini, 2006). Entendemos, no entanto, que a simples menção a um autor significa sua visibilização e circulação em determinada área, permitindo-nos enxergar relações de poder no campo.

¹⁶ Cf: Spinak (1998); Araújo (2006); Romancini (2006).

Para a bibliometria, foram copiadas todas as referências bibliográficas dos trabalhos em planilhas criadas no software Excel, sendo uma planilha para os artigos e outra para as teses e dissertações. A partir disso, foram filtrados os autores que aparecem citados, no mínimo, em dois trabalhos. Os autores são contados apenas uma vez por trabalho, independentemente de quantas vezes foi citado ou de quantas obras são referenciadas, evitando possíveis distorções, por exemplo, por um autor que fosse citado em 20 obras, mas apenas por uma pessoa, não circulando pelo campo. Foram excluídas também as autocitações. A partir disso, foram feitas tabelas e gráficos com os autores mais citados.

Na parte qualitativa da análise, houve, primeiramente, uma leitura do material selecionado. Os artigos foram lidos todos na íntegra. As teses e dissertações tiveram o seguinte protocolo de leitura: a) resumo, sumário, introdução e considerações finais; b) busca por (e respectiva leitura de) capítulos conceituais sobre classes e comunicação; c) percurso metodológico; d) busca pela palavra-chave “classe” ao longo do trabalho, com respectiva leitura dos trechos. Com isso, pretendemos mostrar como o conceito de “classe social” tem sido concebido nessas pesquisas e quais os impactos teórico-metodológicos-epistemológicos para a pesquisa em comunicação. Também para fins de análise qualitativa, os trabalhos foram categorizados a partir de seus objetos de pesquisa (por exemplo: cinema, ficção televisiva, religião, internet) e eixos de pesquisa (por exemplo, estudos de recepção)¹⁷. Além disso, foram apontados os trabalhos que discutem, de uma maneira ou outra, questões ligadas à chamada “nova classe média” (com viés crítico ou não).

---

¹⁷ Ressaltamos que não é nosso objetivo, nessa tese, quantificar as técnicas de pesquisa adotadas pelos trabalhos

1.2. Análise Quantitativa – Artigos

Dos 48 artigos, oito são da Compós, 16 do Comunicon e 24 do Intercom. É um número que mostra, à primeira vista, que o conceito de classe tem sido estudado no campo da comunicação. Mas precisamos olhar em um contexto. Por exemplo, somente a título de ilustração, o Encontro da Compós – considerado o mais representativo da pós-graduação em comunicação – até 2010, abrigava 12 GTs com 10 trabalhos em cada, passando para 15 GTs com 10 trabalhos cada a partir de 2011. Em uma conta aproximada¹⁸, foram apresentados 720 textos entre 2010 e 2014. Se os artigos que falam, de alguma maneira, sobre classes são oito, isso totaliza apenas 1,11% dos trabalhos durante o quinquênio. O quadro se agrava quando procuramos nos arquivos da Compós¹⁹ artigos desde 1992 que contivessem “classe” ou “classes” no título ou nas palavras-chave. O resultado: apenas mais dois textos (um em 2004, outro em 2007²⁰). Isto é, trata-se menos de uma invisibilidade ou uma questão puramente estatística, mas de representatividade em um campo.

Outro ponto a ser considerado é o contexto temporal, pois dos 48 artigos, 24 deles, ou seja, metade confere uma centralidade à chamada “nova classe média”²¹, independentemente do viés teórico adotado em relação a ela. Trata-se de uma discussão em voga na mídia e pela sociedade principalmente entre o final do segundo governo Lula em 2009 e o final do primeiro governo Dilma, em 2014, praticamente nosso período de análise. Como a produção de artigos acontece de forma mais rápida em relação às teses e dissertações, o resultado das pesquisas aparece mais instantaneamente. É importante salientar também que a maior parte dos artigos no Comunicon e no Intercom se concentra nos anos de 2012 e 2013, com boa parte dos textos se dedicando à temática da “nova classe média”.

Dentre os 8 artigos apresentados na Compós entre 2010 e 2014, percebe-se uma fragmentação dos grupos de trabalho: dois estão no GT “Comunicação e Cultura”, dois em “Estudos de Televisão”, com os GTs “Comunicação e Cidadania”, “Estudos de Cinema, Fotografia e Audiovisual”, “Cultura das Mídias” e “Comunicação e Sociabilidade” tendo um representante cada²². Contudo, apesar da variedade de GTs, alguns grupos como “Estudos de Jornalismo” e “Epistemologia da Comunicação” não apresentaram trabalhos com essa

¹⁸ Há casos excepcionais de GTs com nove trabalhos por motivos de ausência do autor ou de falta de seleção qualificada de artigos. Para essa estimativa, não entramos nesses casos.

¹⁹ Fonte: <www.compos.org.br>. Acesso em 03 jan. 2016.

²⁰ Falaremos melhor deles na seção de análise qualitativa.

²¹ Cujas discussões abordaremos à frente.

²² Se considerarmos os dois outros artigos encontrados desde 1992, um foi apresentado no GT “Comunicação e Sociabilidade” e outro em “Mídia e Recepção”.

temática. Já o grupo “Recepção: processos de interpretação, usos e consumos midiáticos” apenas apresentou textos de nossa autoria (Fígaro; Grohmann, 2013; 2014) com a temática de classes, que não estão no foco da presente tese por causa da autoria.

No Comunicon, dos 16 trabalhos, apenas um não pertence ao GT “Comunicação, Consumo, Gênero e Classes”²³. A exceção foi apresentada no GT “Consumo, Literatura e Estéticas Midiáticas”. Trata-se de um encontro destinado prioritariamente a discutir o consumo na comunicação. Uma pergunta a ser respondida ao longo da tese, então, é: o que os estudos de consumo fazem com as classes sociais?

Já no Intercom, percebe-se maior fragmentação entre os GTs: os 24 trabalhos estão distribuídos por 13 grupos, sendo o de “Ficção Seriada” com maior número de representantes: quatro. Uma observação a ser feita é que os quatro possuem como eixo teórico de pesquisa as chamadas “representações midiáticas” de classe, envolvendo em todos os casos a questão da “nova classe média”. A área de ficção televisiva possui ligação com o conceito de classe no Brasil desde os estudos de recepção dos anos 1980²⁴. Em segundo lugar, com três trabalhos apresentados, aparecem os grupos “Comunicação e Culturas Urbanas”, “Comunicação para a Cidadania” e “Publicidade e Propaganda”. É interessante notar como o Comunicon – um encontro que discute principalmente consumo e com muitos pesquisadores de publicidade – possui 16 trabalhos (o dobro de todo o Encontro da Compós) e que o grupo de “Publicidade e Propaganda” do Intercom aparece como um dos que mais possui trabalhos relacionados à classe, o que nos faz pensar em motivos para o interesse da área e como se dá o uso do conceito. Também é interessante notar que o grupo de Economia Política da Comunicação, tradicional área crítica no campo, possui apenas um trabalho envolvendo classes no quinquênio²⁵.

Considerando os 48 artigos, então, quais foram os autores mais citados nas referências dos trabalhos? Segue abaixo, no gráfico 1, os autores mais citados, e, em seguida, na tabela 3, todos os autores com, no mínimo, duas citações.

²³ Atualmente, o nome do GT é “Comunicação, Consumo e Identidade: materialidades, atribuição de sentidos e representações midiáticas”. Assim, a nomeação de “classe” (assim como a de gênero, diga-se de passagem – enquanto marcadores não somente da diferença, mas das desigualdades) some em prol de “identidade”.

²⁴ Como será discutido à frente.

²⁵ O grupo de Relações Públicas e Comunicação Organizacional também apresentou apenas um trabalho no quinquênio. Contudo, não é difícil de imaginar os motivos da baixa representação, em uma área tradicionalmente propensa a “consensos” e a ouvir mais o “mundo da organização” que o “mundo do trabalho”, como bem mostrou o trabalho de Rebechi (2014).

Gráfico 1 – Autores mais citados nos artigos

Fonte: Levantamento realizado pelo autor

Tabela 3 – Autores citados nos artigos com, no mínimo, duas citações

Autores	Número de citações
BOURDIEU, Pierre	25
MARTÍN-BARBERO, Jesús	11
BAUMAN, Zygmunt	11
MARX, Karl	9
NERI, Marcelo	9
GARCÍA CANCLINI, Néstor	8
HALL, Stuart	8
SOUZA, Jessé	8
BAUDRILLARD, Jean	7
DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD, B.	7
LOPES, Maria Immacolata	6
MILIBAND, Ralph	6
BAKHTIN, Mikhail	5
BENJAMIN, Walter	5
CAMPBELL, Colin	5
LOPES, BORELLI; RESENDE	5
MURDOCK, Graham	5
RONSINI, Veneza	5
BERGER, Peter; LUCKMANN, Thomas	5
BARROS, Carla	4

ESCOSTEGUY, Ana Carolina	4
KELLNER, Douglas	4
QUADROS, Waldir; ANTUNES, Davi	4
WILLIAMS, Raymond	4
WOODWARD, Kathryn	4
ROCHA, Everardo	4
MILLER, Daniel	4
McCRACKEN, Graham	4
ADORNO, Theodor	3
BARTHES, Roland	3
CERTEAU, Michel de	3
CHAUÍ, Marilena	3
DUARTE, Jorge	3
GIANNOTTI, Vito	3
GRAMSCI, Antonio	3
JACKS, Nilda	3
LÉVI-STRAUSS, Claude	3
MAFFESOLI, Michel	3
MAINGUENEAU, Dominique	3
MORIN, Edgar	3
POCHMANN, Marcio	3
RECUERO, Raquel	3
SLATER, Don	3
WEBER, Max	3
WOLF, Mauro	3
ALMEIDA, Heloisa B.	2
ANTUNES, Ricardo	2
AUGÉ, Marc	2
BACCEGA, Maria Aparecida	2
BADINTER, Elizabeth	2
BARBOSA, Marialva	2
BERMAN, Marshall	2
BERNARDET, Jean-Claude	2
BRAGA, José Luiz	2
BUCCI, Eugenio e KEHL, Maria Rita	2
CAPELATO, Maria H.	2
CASTELLS, Manuel	2
CEVASCO, Maria Elisa	2
CHARLES, Mercedes	2
COUTINHO, Carlos Nelson	2
DARNTON, Robert	2
DUARTE, Luis Fernando	2
FERREIRA, Maria Nazareth	2
FREIRE FILHO, João	2

FREYRE, Gilberto	2
FUCHS, Christian	2
GEERTZ, Clifford	2
GIDDENS, Anthony	2
HAMBURGER, Esther	2
HARVEY, David	2
HOGGART, Richard	2
IANNI, Octavio	2
JAMESON, Fredric	2
JENKINS, Henry	2
LEFEBVRE, Henri	2
LINS, Consuelo	2
LIPOVETSKY, Gilles	2
MARCONDES FILHO, Ciro	2
MATTOS, Patricia	2
MATTOS, Sergio	2
McLUHAN, Marshall	2
MORLEY, David	2
MOSCOVICI, Serge	2
MOTTER, Maria Lourdes	2
OROZCO, Gomes, Guillermo	2
ORTIZ, Renato	2
PARENTE, Juracy	2
RIBEIRO, Ana Paula Goulart	2
ROJEK, Chris	2
SAHLINS, Marshall	2
SANTOS, José Alcides Figueiredo	2
SARLO, Beatriz	2
SARTI, Cynthia	2
SILVA, Gislene	2
SILVA, Tomaz Tadeu	2
SIMMEL, Georg	2
SODRÉ, Nelson Werneck	2
SOUZA, Amaury; LAMOUNIER, Bolívar	2
TRAQUINA, Nelson	2
TRINDADE, Eneus	2
TURNER, Graeme	2
WRIGHT MILLS, Charles	2

Fonte: Levantamento realizado pelo autor

Podemos notar que Pierre Bourdieu é, de longe, o mais citado, com 25 citações, sendo que o segundo lugar possui apenas 11. Assim, o autor é mencionado em mais da metade dos

artigos. Como será que ele se tornou “o” autor relacionado às classes na comunicação? Como será que sua obra é aplicada nas pesquisas?

Na lista dos 12 mais citados, vemos que Martín-Barbero, Néstor García Canclini e Stuart Hall são os autores mais vinculados à comunicação internacionalmente²⁶, o que, de algum modo, mostra a relação com os Estudos Culturais (entendido de forma ampla). Do campo da comunicação no Brasil, apenas aparece Maria Immacolata Vassallo de Lopes. Aliás, dos 12 autores, apenas três são brasileiros, o que evidencia certa falta de diálogo com os pesquisadores brasileiros, principalmente da área da comunicação. A importância de Maria Immacolata Vassallo de Lopes é ratificada quando observamos a continuidade da lista e a referência à obra “Vivendo com a Telenovela”, de Lopes, Borelli e Resende (2002). Se o trabalho em coautoria fosse somado às suas citações, Lopes chega a 11 citações.

Os outros dois brasileiros são Jessé Souza e Marcelo Neri, ambos envolvidos na discussão sobre a chamada “nova classe média” (sendo Neri um criador/propulsor da expressão e Souza um crítico), o que confirma a importância do tema nos artigos.

O terceiro colocado da lista é Zygmunt Bauman, o sociólogo da “modernidade líquida”. Perguntamo-nos: será que os artigos enxergam a liquidez examinada pelo teórico como uma crítica ou como uma constatação, um fato? E a partir disso, como será que os conceitos do autor nos ajudariam a pensar as classes na comunicação? Se estamos na “modernidade líquida”, como ficam as classes? Por aqui podemos perceber uma hipótese de que há trabalhos que falam sobre classes para não falar realmente, apagando contradições.

Karl Marx é o quarto colocado. Como é o modo de citação mais comum ao autor? Como (e se) foram construídas as relações com os outros autores citados? É interessante notar como, em geral, não há autores relacionados a questões de conflitos, contradições e dialética²⁷, sendo Marx o único representante na lista.

Completam a relação Jean Baudrillard, Mary Douglas com Baron Isherwood e Ralph Miliband. Baudrillard é um autor cuja concepção de consumo se choca frontalmente com a de Marx (Frederico, 2008). Além disso, há uma leitura do autor muitas vezes ligada a questões pós-modernas. Já Mary Douglas e Baron Isherwood (2009), no livro “O Mundo dos Bens”, tratam de uma antropologia do consumo a partir da questão dos “bens”. Sua presença na lista nos faz perguntar: o conceito de classe é “antropologizado” pela comunicação? Dá-se uma transformação de “desigualdades” para meras “diferenças”? O que, pois, os estudos de

---

²⁶ Mesmo que a formação de origem dos autores não seja a comunicação, a partir de suas pesquisas e seus legados, é razoável afirmar que eles são pesquisadores (também) da comunicação.

²⁷ O que não invalida, de forma alguma, a ênfase culturalista, principalmente quando pensada de maneira crítica. Não são abordagens estanques.

consumo fazem com as classes sociais no campo da comunicação? Finalmente, o texto de Miliband (1999), em uma coletânea organizada por Anthony Giddens e Jonathan Turner, é uma tentativa de mostrar a atualidade do conceito de classe, comentando-a a partir principalmente do marxismo, o que pode nos apontar outra vertente para o estudo das classes.

Para além dos 12 mais citados, podemos observar na tabela 3, em geral, três tendências de autores logo abaixo²⁸. A primeira é formada por autores como Mikhail Bakhtin, Walter Benjamin, Graham Murdock e Raymond Williams, que possuem, de certa maneira, relação com o marxismo e com o pensamento crítico. A segunda é constituída por Colin Campbell, Carla Barros, Everardo Rocha, Daniel Miller e Graham McCracken. São autores ligados mais à questão do consumo, principalmente a partir da Antropologia – as classes a partir do consumo. A terceira tendência é formada por autoras do campo da comunicação no Brasil, como Lopes, Borelli e Resende, Veneza Ronsini e Ana Carolina Escosteguy, ligadas a pesquisas nas áreas de ficção televisiva, estudos de recepção e estudos culturais.

A partir da leitura do material, tentamos categorizar os trabalhos a partir do objeto de estudo e de um eixo teórico. Houve certa dificuldade na apreensão exata do objeto e dos eixos, pois, a depender do texto, há diferentes objetos ou eixos em questão, sendo essa dificuldade também a de “nomeação”. Por isso, evitaremos uma quantificação generalizada, nos servindo, então, somente como pistas ou balizas das dimensões envolvidas. Aqui estamos chamando de “eixo teórico” um olhar/enquadramento do objeto a partir de uma área (ou mais) de estudo na comunicação, como algo que, de alguma forma, sustenta a questão das classes na comunicação.

A maior concentração dos textos tem por objeto a televisão: 16 (de um total de 48 artigos), sendo 11 com foco na ficção televisiva, o que mostra a importância desse segmento na pesquisa sobre classes, principalmente a telenovela. Em seguida, a área com o maior número de trabalhos é a publicidade, com seis trabalhos (sendo que um dos textos fala sobre publicidade e ficção televisiva e outro sobre publicidade e funk). Em terceiro lugar, aparece o jornalismo com cinco trabalhos, sendo dois sobre telejornalismo (e que também foram contabilizados nos trabalhos sobre televisão). Em seguida, há quatro sobre mundo do trabalho, envolvendo principalmente comunicação sindical e comunicação comunitária. O restante apresenta uma dispersão de assuntos, como internet, *fast fashion*, mundo rural, cinema e “rolezinhos”²⁹, por exemplo.

---

²⁸ Nos autores com, no mínimo, quatro citações.

²⁹ Para saber mais, cf: Fígaro e Grohmann (2014).

Quanto aos eixos, 27 (de um total de 48, ou seja, mais que a metade) apresentam pesquisas relacionadas à representação das classes nas mídias ou ao discurso midiático sobre as classes. Dos 27, dois também trabalham com o eixo do consumo e um com o de recepção, exatamente o segundo e o terceiro lugar. Há, no total, 12 trabalhos identificados com o eixo teórico dos estudos de consumo e cinco com os estudos de recepção, sendo os eixos que mais aparecem³⁰. No mais, os eixos que aparecem em mais de um trabalho são os de comunicação sindical e economia política, com dois representantes cada.

---

³⁰ No mais, é interessante pensar que os estudos de recepção foram pioneiros ao tratar o tema das classes no campo da comunicação (como mostraremos à frente), mas, ao menos nessa amostra, vão sendo suplantados pelos chamados estudos de consumo. A nós, não é somente uma mudança puramente nominal, mas com implicações teórico-epistemológicas.

1.3. Análise Quantitativa– Teses e Dissertações

Foram encontradas 42 teses e dissertações nos programas de pós-graduação em comunicação no Brasil com a palavra “classe” no título, no resumo ou nas palavras-chave. Dentre elas, 32 (ou 76%) são dissertações de mestrado e apenas 10 (ou 24%) são teses de doutorado, o que indica que a maioria está na sua formação como pesquisador. O ano com mais trabalhos é o de 2011, com 11, seguido do ano de 2014, com nove teses ou dissertações.

No total, há apenas 41 autores, pois uma autora (Sifuentes, 2010; 2014) está representada por sua dissertação de mestrado, defendida em 2010 na UFSM, e sua tese de doutorado, defendida em 2014 na PUC-RS. Do conjunto de 41 pessoas, 30 são mulheres e apenas 11 homens. Esse dado pode nos dar pistas para futuros estudos, já que não é nossa pretensão aqui explorar essa temática: o fato de 73% dos trabalhos serem de autoria feminina seria somente um reflexo da composição de gênero no campo acadêmico da comunicação brasileiro? Haveria outras áreas de pesquisa mais masculinas na área?

Os estados de origem das pesquisas são, principalmente, São Paulo e Rio Grande do Sul, com 15 trabalhos cada um. A universidade com maior número de representantes é a Universidade de São Paulo (USP), com oito trabalhos, seguido pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), com seis teses ou dissertações. As outras instituições possuem, no máximo, três trabalhos na relação, como mostra o gráfico abaixo:

Gráfico 2 – Instituições de origem das teses e dissertações

Fonte: Levantamento realizado pelo autor

As distribuições por estado e universidade nos ajudam a mapear as questões institucionais ligadas à pesquisa em comunicação, principalmente em relação às classes. As teses e dissertações também nos possibilita observar mais fortemente a relação da produção científica discente com a docente. Na lista de orientadores, há apenas um nome com mais de duas orientações: Veneza Ronsini, da UFSM (seis orientações). Ou seja, todas as pesquisas da UFSM foram orientadas por ela. Além dela, somente outros quatro pesquisadores orientaram mais de um trabalho sobre classes na comunicação no período. Isso nos ajuda a identificar, por um lado, a UFSM como um importante polo de pesquisa na área e, por outro, a dispersão no restante da área. Inclusive, dos oito trabalhos oriundos da USP, houve oito orientadores diferentes, o que mostra a dispersão mesmo no interior de um mesmo programa. Essa dispersão pode ter o aspecto positivo de mais universidades e programas pesquisarem o tema, mas pode também mostrar uma falta de diálogo entre os trabalhos e, por consequência, entre os próprios pesquisadores e universidades.

Além de Veneza Ronsini, os quatro orientadores com mais de um trabalho são: Ana Carolina Escosteguy (PUC-RS), Everardo Rocha (PUC-RJ), Maria Isabel Orofino (ESPM) e Miriam Cristina Carlos Silva (Uniso). Foram levantadas também as linhas de pesquisa onde se inserem os docentes orientadores, e consequentemente, os discentes autores dos trabalhos, como mostra a tabela abaixo (tabela 4):

Tabela 4 – Linhas de Pesquisa dos orientadores com mais trabalhos

Orientador(a)/ Instituição	Linha de Pesquisa
Veneza Ronsini (UFSM)	Mídia e identidades contemporâneas
Ana Carolina Escosteguy (PUC-RS)	Práticas culturais nas mídias, comportamentos e imaginários da sociedade da comunicação
Everardo Rocha (PUC-RJ)	Comunicação e Representação
Maria Isabel Orofino (ESPM-SP) ³¹	Processos de recepção e contextos socioculturais articulados ao consumo
Miriam Cristina Carlos Silva (Uniso)	Análise de Processos e Produtos Midiáticos

Fonte: Levantamento realizado pelo autor

Podemos observar, como palavras-chave, “identidades”, “práticas”, “representação”, “recepção”, “consumo”, “processos” e “produtos”, o que pode nos dar algumas pistas sobre os próprios trabalhos apresentados. A expressão “cultural” aparece ainda em duas linhas de pesquisa. As palavras deixam entrever, em alguma medida, abordagens culturalistas com

³¹ A professora Maria Isabel Orofino não faz parte do corpo docente da ESPM-SP desde o ano de 2015. Mantivemos a linha de pesquisa onde ela orientou os trabalhos selecionados na nossa pesquisa.

relação aos objetos de pesquisa. De alguma forma, a lista de autores mais citados pode evidenciar esse percurso institucional: universidade de origem, linha de pesquisa e orientador, bem como suas respectivas pesquisas.

A seguir, um gráfico com os 12 autores mais citados nas teses e dissertações (gráfico 3) e, em seguida, a tabela completa com todos os autores que tenham sido citados em, ao menos, dois trabalhos (tabela 5)

Gráfico 3 – Autores mais citados nas teses e dissertações

Fonte: Levantamento realizado pelo autor

Tabela 5 – Autores citados nas teses e dissertações

Autores	Número de citações
HALL, Stuart	32
MARTÍN-BARBERO, Jesús	31
BOURDIEU, Pierre	29
GARCIA CANCLINI, Néstor	28
BAUMAN, Zygmunt	20
ESCOSTEGUY, Ana Carolina	20
CASTELLS, Manuel	19
ORTIZ, Renato	19
HAMBURGER, Esther.	16

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de	16
WILLIAMS, Raymond.	16
SODRÉ, Muniz.	15
GIDDENS, Anthony	14
JACKS, Nilda	13
SOUZA, Jessé	13
KELLNER, Douglas	12
RONSINI, Veneza V. Mayora	12
OROZCO GOMEZ, Guillermo	11
ESCOSTEGUY, Ana Carolina e JACKS, Nilda	10
GEERTZ, Clifford	10
MORIN, Edgar	10
SILVERSTONE, Roger.	10
WOODWARD, Kathryn.	10
BAKHTIN, Mikhail	9
DAMATTA, Roberto.	9
FOUCAULT, Michel	9
FRANÇA, Vera Regina Veiga.	9
GOMES, Itania Maria Mota	9
LEAL, Ondina Fachel	9
SANTOS, Boaventura de Sousa	9
THOMPSON, John B.	9
CERTEAU, Michel de	8
CHAUÍ, Marilena.	8
LOPES, M. I.; BORELLI, S.; RESENDE, V.	8
MORLEY, David.	8
NERI, Marcelo	8
SARTI, Cynthia	8
ANG, Ien.	7
BACCEGA, Maria Aparecida.	7
BARDIN, Laurence	7
BAUDRILLARD, Jean	7
CEVASCO, Maria Elisa	7
DOUGLAS, Mary e ISHERWOOD, Baron.	7
DUARTE, Jorge	7
IANNI, Octavio.	7
JACKS, Nilda; MENEZES, D.; PIEDRAS, E.	7
LIPOVETSKY, Gilles.	7
ROCHA, Everaldo	7
WEBER, Max.	7
WOLF, Mauro	7
ABRAMO, Helena Wendel.	6
BERGER, Peter L., LUCKMANN, Thomas	6
BORELLI, Silvia Helena Simões	6
BRAGA, José Luiz	6

CAMPBELL, Colin.	6
JENKINS, Henry	6
LA PASTINA, Antonio	6
MARX, Karl	6
MORAES, Dênis de.	6
SIFUENTES, Lírian	6
SOUSA, Mauro Wilton	6
TRAQUINA, Nelson.	6
ADORNO, Theodor	5
BARBOSA, Marialva Carlos.	5
BEAUVOIR, Simone de.	5
BONIN, Jiani Adriana	5
CHARAUDEAU, Patrick	5
COUTINHO, Carlos Néilson	5
ECO, Umberto	5
FEATHERSTONE, Mike.	5
FONSECA, Cláudia	5
FREYRE, Gilberto.	5
GASKELL, George.	5
GOFFMAN, Erving.	5
GRAMSCI, Antonio.	5
KIM, Sujeong.	5
LÉVY, Pierre	5
MARCONDES FILHO, Ciro	5
MATTELART, Armand	5
MILIBAND, Ralph.	5
MURDOCK, Graham.	5
OROFINO, Maria Isabel	5
PAIVA, Raquel.	5
QUADROS, Waldir; ANTUNES, Davi J. N.	5
RECUERO, Raquel	5
SANTOS, José Alcides Figueiredo	5
SANTOS, Milton.	5
SILVA, Tomaz Tadeu da	5
WOLTON, Dominique	5
ALMEIDA, Heloisa B.	4
ANTUNES, Ricardo.	4
ARENDT, Hannah	4
ARIÈS, Philippe.	4
BARTHES, Roland	4
BOSI, Ecléa.	4
BRAGA, Adriana	4
BUCCI, Eugênio	4
FAUSTO NETO, Antônio	4
FREIRE FILHO, João	4

GUBER, Rosana.	4
GUIMARÃES, Antônio S. A.	4
HOBSBAWM, Eric.	4
JOHNSON, Richard	4
JUNQUEIRA, Lília.	4
KEHL, Maria Rita.	4
LEMONS, André.	4
LIVINGSTONE, Sonia	4
MALDONADO, Alberto Efendy	4
MATTOS, Patrícia	4
MINAYO, Maria Cecília de Souza	4
SIGNATES, Luiz.	4
SLATER, Don.	4
SOUSA, Jorge Pedro.	4
TAPSCOTT, Don e WILLIAMS, Anthony.	4
TODOROV, Tzvetan.	4
TRAVANCAS, Isabel Siqueira	4
VELHO, Gilberto	4
VIZEU, Alfredo	4
XAVIER, Ismail.	4
ALSINA, Miquel Rodrigo	3
AMARAL, Márcia Franz	3
ANDRADE, Roberta Manuela Barros de.	3
ANGRIMANI, Danilo	3
AUMONT, J.	3
BARROS, Myriam Lins de	3
BAUER, Martin; GASKELL, George	3
BENJAMIN, Walter	3
BENTES, Ivana.	3
BERNARDET, Jean-Claude.	3
BHABHA, Homi K.	3
BUTTONI, Dulcília Schroeder	3
CARDOSO, Fernando Henrique.	3
CUCHE, Denys	3
FELIPPI, Ângela C. T.	3
FREDERICO, Celso.	3
FREIRE, Paulo.	3
GOMES, Wilson	3
GORZ, André	3
GRUPPI, Luciano	3
GUERRA, Alexandre	3
HAGUETTE, Teresa Maria Frota	3
HALBWACHS, Maurice.	3
HARVEY, David.	3
HOLANDA, Sérgio Buarque de.	3

KOTLER, Philip	3
LE GOFF, Jacques	3
LÉVI-STRAUSS, Claude	3
LIMA, Venício A. de.	3
LINS DA SILVA, Carlos Eduardo	3
MAFFESOLI, Michel	3
MAINGUENEAU, Dominique	3
MALINOWSKI, Bronislaw	3
MARSHALL, T. H.	3
MARTINS, José de Sousa.	3
MAZZIOTTI, Nora.	3
MCCRACKEN, Grant.	3
MCLUHAN, Marshall.	3
MEIRELLES, Clara Fernandes	3
MELO, José Marques de.	3
MESSA, Márcia Rejane P.	3
MILLS, Wright.	3
MOSCOVICI, Serge.	3
ORLANDI, Eni.	3
PAIS, José Machado	3
PERUZZO, Cicilia M. Krohling	3
POLLAK, Michael	3
PONTE, Cristina.	3
RADWAY, Janice.	3
ROCHA, Glauber.	3
ROCHA, Simone	3
SANTAELLA, Lucia	3
SARLO, Beatriz.	3
SARQUES, Jane Jorge.	3
SCHWARZ, Roberto.	3
SENNETT, Richard.	3
SILVA, Lourdes Ana Pereira.	3
SILVA, Renata Córdova da.	3
SILVEIRA, Sergio Amadeu da.	3
SIMMEL, Georg	3
SOUZA, Amaury de; LAMOUNIER, Bolivar.	3
SOUZA, José Carlos Aronchi	3
SOUZA, Maria Carmem Jacob de.	3
STAM, Robert.	3
VEBLEN, Thorstein.	3
ABRÃO, Larissa	2
AMANCIO, Tunico.	2
ANDERSON, Benedict.	2
ANDERSON, Chris.	2
AQUINO, Luseni	2

ARANTES, Antônio.	2
AUGÉ, Marc.	2
AUTRAN, Arthur.	2
BADINTER, Elisabeth.	2
BAHIA, Juarez.	2
BAITELLO JUNIOR, Norval	2
BARBOSA, Livia.	2
BARROS, Laan Mendes de	2
BECKER, Beatriz	2
BENSON, April Lane	2
BERGER, Christa.	2
BOGO, Ademar.	2
BOTTOMORE, Tom	2
BRANDÃO, Carlos R	2
BRANDÃO, Helena Nagamine	2
BRITTOS, Valério Cruz.	2
BUCKHINGHAM, David.	2
BUTLER, Judith.	2
CALVINO, Ítalo	2
CHAMPAGNE, Patrick.	2
CHARLES, Mercedes	2
CHARTIER	2
COMOLLI, Jean-Louis	2
CURRAN, James	2
DAGNINO, Evelina	2
DEBORD, Guy.	2
DELEUZE, Gilles.	2
DURKHEIM, Émile	2
ELIAS, Norbert.	2
ELLSWORTH, Elizabeth.	2
FAIRCLOUGH, Norman.	2
FERNANDES, Bernardo Mançano.	2
FERREIRA, Maria Nazareth	2
FÍGARO, Roseli.	2
FIORIN, José Luiz.	2
FLUSSER, Vilém.	2
GALEANO, Eduardo.	2
GARCIA, Miliandre.	2
GENRO FILHO, Adelmo.	2
GIL, Antonio Carlos.	2
GONZÁLEZ, Jorge A.	2
GREGOLIN, Maria do Rosário.	2
HARAWAY, Donna	2
HERSCOVITZ, Heloiza Golbspan	2
HOHLFELDT, Antônio	2

JAMESON, F.	2
JENSEN, K. B.	2
JORGE, Marina Soler.	2
JOST, François.	2
KAPLÚN, Mario	2
KLEIN, Naomi	2
KOVACH, Bill; ROSENSTIELL, Tom	2
LAGE, Nilson	2
LEFEBVRE, Henri.	2
LOPES, Fernanda Lima	2
LUKÁCS, Gyorgy.	2
MAGNANI, José G. C.	2
MARTINO, Luis Mauro Sá	2
MARTINO, Luiz Claudio	2
MATTOS, Sérgio.	2
MAUSS, Marcel	2
MEDINA, Cremilda.	2
MEIRELLES, Renato	2
MEKSENAS, Paulo.	2
MENDONÇA, Maria Luiza M.	2
MEYER, Marlyse	2
MICELI, Sérgio.	2
MIÈGE, Bernard.	2
MIELNICZUK, Luciana.	2
MILLER, Daniel.	2
MOTTA, Luiz Gonzaga.	2
MOTTER, Maria Lourdes	2
MUNANGA, K.	2
NAPOLITANO, Marcos.	2
NICHOLS, Bill.	2
ORICCHIO, Luiz Zanin.	2
PENA, Felipe	2
PEREIRA JÚNIOR, Alfredo Vizeu	2
POCHMANN, Marcio.	2
POSTMAN, Neil.	2
REZENDE, Guilherme Jorge de	2
RIBEIRO, Darcy.	2
RICOEUR, Paul	2
RIFKIN, Jeremy	2
RODRIGUES, José Carlos.	2
ROMANELLI, Geraldo.	2
ROSENFELD, Anatol.	2
ROSSATO, Alexania.	2
SACRAMENTO, Igor.	2
SADER, Eder.	2

SADER, Emir	2
SAFFIOTI, Heleieth	2
SAHLINS, Marshall.	2
SARMENTO, Manuel Jacinto.	2
SASSEN, Saskia	2
SAWAIA, Bader B.	2
SCALZO, Marília	2
SCHMITZ, Daniela Maria	2
SCOTT, Joan	2
SEN, Amartya	2
SHAPIRO, Carl e VARIAN, Hal. R.	2
SHIMP, Terence.	2
SIERRA, Francisco	2
SILVA, Juremir Machado da Silva.	2
SINGER, Paul.	2
SKIDMORE, Thomas E.	2
SODRÉ, Nelson Werneck	2
SORJ, Bernardo	2
SOUZA E SILVA, Adriana Araújo.	2
SPIVAK, Gayatri Chakravorty.	2
SPOSATI, Aldaíza	2
SPOSITO, Marília Pontes.	2
SUNKEL, Guillermo	2
THOMPSON, Paul	2
TRINDADE, Eneus.	2
TURNER, Graeme.	2
UGARTE, David de.	2
VALLADARES, Licia.	2
VERÓN, Eliseo	2
WOTTRICH, Laura.	2
YACCOUB, Hilaine.	2
ŽIŽEK, Slavoj.	2

Fonte: Levantamento realizado pelo autor

Notamos que não há, comparativamente aos artigos, apenas um autor que se sobressaia em relação aos demais (como foi o caso de Pierre Bourdieu), com as citações sendo mais equilibradas. É importante também dizer que: a) as citações nas teses e dissertações mostram um campo menos disperso, ao menos nas primeiras posições³²; b) sendo assim, é impossível comparar os artigos com as teses e dissertações de acordo com o número de citações; o que fizemos aqui foi relacioná-lo à posição de citações em relação a outros autores.

³² O 1º lugar nos artigos teve 25 citações e o segundo 11, em um total de 48 trabalhos, enquanto nas teses e dissertações os primeiros colocados tiveram respectivamente 32, 31, 29 e 28 citações, de um total de 42.

Há um “top-4” que foi citado em mais da metade das teses e dissertações: Stuart Hall (1º, com 32 citações, 76% dos trabalhos), Martín-Barbero (2º, com 31 citações, 73,8% dos trabalhos), Pierre Bourdieu (3º, com 29 citações, 69% dos trabalhos) e Néstor García Canclini (4º, com 28 citações, 66,6% dos trabalhos), todos presentes também na lista dos 12 autores mais citados nos artigos.

A classificação acima diz respeito, em alguma medida, ao próprio campo da comunicação e seus alicerces teórico-epistemológicos. Os quatro autores já constavam na lista dos autores estrangeiros mais citados nos programas de pós-graduação em comunicação no ano de 2004 elaborada por Romancini (2006). Bourdieu era o 5º colocado; Martín-Barbero, 7º; Canclini, 8º; e Stuart Hall, 12º. A combinação dos quatro autores em uma pesquisa sobre classes na comunicação é algo a se conferir mais de perto.

Entre os 12 autores mais citados, outras semelhanças em relação aos artigos pesquisados são Zygmunt Bauman (20 citações) e Maria Immacolata Vassallo de Lopes (16 citações)³³. Nessa lista, aparecem mais brasileiros, sendo Ana Carolina Escosteguy a mais citada (20)³⁴, com trabalhos vinculados aos Estudos Culturais. Notamos aí, então, certa coerência teórica entre a maioria dos pesquisadores citados até aqui: Stuart Hall, Martín-Barbero, Canclini, Immacolata e Escosteguy.

Os outros brasileiros são Renato Ortiz (19 citações), Esther Hamburger (16 citações) e Muniz Sodré (15 citações). Ortiz, ligado à sociologia da cultura, é também incorporado aos autores da comunicação. Em 2004, foi o autor nacional mais citado nos programas de pós-graduação em comunicação no Brasil – sem considerar os docentes desses programas (Romancini, 2006). Já Esther Hamburger tem trajetória ligada aos estudos de televisão, sendo o seu livro mais citado “O Brasil antenado: a sociedade da novela” (Hamburger, 2002). Muniz Sodré é um dos mais importantes teóricos da comunicação brasileiros, com estudos também sobre cultura popular e educação, entre outros. Ele aparece na pesquisa de Romancini (2006) como o terceiro autor mais citado dentre os docentes dos programas de pós-graduação em comunicação no Brasil, somente atrás de Lúcia Santaella e Arlindo Machado. Completa a lista dos doze mais citados o sociólogo espanhol Manuel Castells, teórico da “sociedade em rede”, globalização e internet.

Em relação à lista dos autores mais citados nos artigos, há uma maior incidência de autores fortemente vinculados ao campo da comunicação. No entanto, perguntamo-nos: como

---

³³ Somando essas citações ao trabalho de coautoria com Sílvia Borelli e Viviane Resende, a autora fica com 24 citações.

³⁴ Somando essas citações ao trabalho de coautoria com Nilda Jacks, a autora fica com 30 citações, somente abaixo de Stuart Hall e Martín-Barbero.

eles nos auxiliam na compreensão das classes sociais na comunicação? Os dozes mais citados nas teses e dissertações, em geral, possuem uma abordagem mais culturalista. Não que seja algo contrário, mas qual será o lugar dos conflitos e das desigualdades em seu arsenal teórico-epistemológico? É interessante notar que Karl Marx some nessa lista de citações, aparecendo somente em seis trabalhos, menos que Max Weber e Gilles Lipovetsky, com sete.

Outros nomes que somem dos mais citados nas teses e dissertações são Jessé Souza (13 citações) e Marcelo Neri (8 citações), que aparecem na lista, mas em posições abaixo, o que é um indício em relação ao próprio tema da chamada “nova classe média”. Se metade dos artigos falavam dessa temática, apenas cinco das 42 teses e dissertações abordam-na, o que pode ser reflexo da própria temporalidade diferente das teses e dissertações em relação a artigos científicos.

Dentre outros autores citados (com, no mínimo, citações em oito trabalhos), podemos destacar: a) autores ligados, de alguma forma, aos estudos culturais, como Raymond Williams, Douglas Kellner, Guillermo Orozco, Roger Silverstone, David Morley e Micheal de Certeau, o que apresenta coerência, inclusive, com os autores mais citados nas teses e dissertações; b) autoras brasileiras ligadas aos estudos de recepção como Nilda Jacks (e também em coautoria com Ana Carolina Escosteguy), Veneza Ronsini, Itânia Gomes (que também têm citados seus trabalhos sobre televisão) e Ondina Fachel Leal (com produção significativa nos anos 1980); c) cientistas sociais como Anthony Giddens, Edgar Morin e Boaventura de Sousa Santos, com obras diversas dos autores; d) antropólogos como Clifford Geertz e Roberto daMatta, o que nos faz reforçar a pergunta: qual será o impacto da perspectiva antropológica para os estudos das classes sociais na comunicação? Outra lembrança interessante na lista é a de Michel Foucault, que, apesar da alta relevância de seus estudos, nunca se destinou a falar de classes sociais, preferindo questões como (bio)poder e dispositivos.

Quanto aos objetos de pesquisa das teses e dissertações, assim como nos artigos, há um predomínio da televisão³⁵, com 17 trabalhos, sendo 10 na área de ficção televisiva e três de telejornalismo. Em seguida, podemos destacar o jornalismo, com oito produções³⁶. Outros objetos com mais de dois representantes são celular, cinema e publicidade, com três teses ou dissertações cada um.

---

³⁵ Algo também confirmado nas teses e dissertações na área dos estudos de recepção nas décadas de 1990 e 2000, como mostram Jacks, Menezes e Piedras (2008) e Jacks (2014).

³⁶ Também contabilizando os três trabalhos envolvendo telejornalismo.

Quanto a eixos teóricos, assim como nos artigos, a predominância é de trabalhos ligados ao que chamamos de “representações midiáticas”, com 22 teses ou dissertações (em um total de 42), sendo que seis também trabalham com recepção e dois com consumo. Em segundo lugar, há 15 teses ou dissertações na área de recepção, o que é diferente em relação aos artigos. Dentre os 15 trabalhos, um também se coloca o eixo do consumo, seis no de representações midiáticas e um no de sociabilidade. Em terceiro, aparecem nove pesquisas na área de consumo, sendo que um também trabalha com recepção, dois com representações midiáticas e um com comunicação e educação. Essas classificações³⁷ – nos mostram que há dois eixos fortes nos estudos sobre classes sociais na comunicação: as representações midiáticas/ discursos midiáticos sobre as classes e os estudos de recepção e consumo, ora próximos um do outro, ora com abordagens distintas. Chama-nos, ainda, a atenção a ausência de pesquisas ligadas mais fortemente à economia política. O que há de semelhante é um trabalho sobre comunicação das classes trabalhadoras e outro sobre comunicação e contra-hegemonia. Trataremos mais detalhadamente desses eixos nos capítulos 4 e 5.

---

³⁷ Reiteramos: é sempre problemático classificar, mas as categorizações nos auxiliam com pistas e indícios.

1.4. Análise Qualitativa – Artigos

A leitura e análise do material nos possibilita certa “saturação de sentido” com relação ao objeto. Comentaremos, então, texto por texto, e depois procuraremos apontar questões gerais.

Da Compós, optamos por trazer também para análise os dois artigos fora do período 2010-2014, ou seja, fora do *corpus*, os únicos a aparecerem com a palavra “classe” no título ou nas palavras-chave entre 1992 – ano de início da associação – e 2009, isto é, uma invisibilidade que também significa. Os dois textos são de Andrade (2004) e Ronsini (2007b)³⁸.

Andrade (2004) fala sobre gênero, classe e geração na televisão brasileira, com um marco teórico advindo dos estudos culturais britânicos. Entretanto, fala-se de classe, mas não como ponto central. Como a própria autora diz: “apesar de ter eleito a classe social como categoria constitutiva da minha pesquisa, não é objetivo deste trabalho estabelecer um viés de análise que tenha como ponto central essa questão” (Andrade, 2004, p. 2). Assim, a autora elege uma categoria teórica e ainda ressalta seu caráter constitutivo da pesquisa, contudo o conceito não abarca o nível analítico, o que traz prejuízos ao desenho metodológico de qualquer pesquisa. Além disso, a parte analítica do artigo permanece em um nível descritivo dos enunciados das mulheres pesquisadas, mas não há teoria de classe ou de comunicação envolvida com o objeto empírico necessariamente dito.

Já Ronsini (2007b), ao contrário, discute, sim, o conceito de classe e a partir da subordinação e das desigualdades para compreender a recepção da mídia por grupos juvenis. Segundo a autora, “o objetivo deste trabalho é pensar a reprodução, entendida como a apropriação acrítica das proposições da mídia no tocante à sociedade de classes” (Ronsini, 2007b, p. 4). Então, procura defender uma concepção marxista de mundo, afirmando que, além da sociedade de classes, a relação capital-trabalho se mantém viva. “A pergunta que fazemos [...] é como classe deixou de ser uma fonte importante de identidade social se ela ainda importa tanto? Talvez por que ela importa é que necessite ser absolutamente negada pelo discurso da mídia?” (Ronsini, 2007b, p. 3). Ela, então, procura compreender o lugar da classe nas “leituras midiáticas”.

Notamos, ao longo de nossa pesquisa, que o trabalho de Veneza Ronsini (bem como seus orientandos) se configura como uma exceção no campo da comunicação, sendo assim,

---

³⁸ Por estarem fora do *corpus* do período estudado, as referências completas dos artigos se encontram na parte de referências bibliográficas gerais, não do *corpus*.

uma referência para a área. Aproveitamos, então, para discutir outro artigo dela contido na lista selecionada da Compós, de 2011, onde procura compreender a reprodução ideológica da desigualdade e da pobreza e da telenovela, ou de como a “ideologia meritocrática” perpassa esse discurso midiático, com conflitos entre pobres e ricos muitas vezes vistos como algo “de caráter”. Para cumprir, mobiliza, principalmente a partir de Gramsci, os conceitos de ideologia e resistência.

O arsenal teórico traz, do campo da comunicação, Stuart Hall e Martín-Barbero, o que mostra ser uma constante em seus trabalhos, combinando o modelo *coding-decoding* de Hall (2003) com o mapa das mediações de Martín-Barbero (1995). Jessé Souza é um autor central para o entendimento das classes e da desigualdade no Brasil³⁹. Enquanto no texto de 2007, Ronsini trabalha a recepção midiática, em Ronsini (2011), ela compreende a comunicação a partir dos discursos midiáticos sobre a classe, nesse caso a telenovela. Outro ponto em comum, tanto do seu trabalho quanto dos seus orientandos, é o estudo da comunicação tanto a partir do que chamamos de “representações midiáticas” (ou “discurso midiático”) quanto da recepção, concebendo, desse modo, a comunicação (e a própria sociedade vista daí) a partir da circulação midiática (embora a autora não use exatamente esse termo).

Nos artigos selecionados do encontro da Compós, Vera França possui dois textos, ambos em coautoria. Em França e Prado (2010), discutem as produções culturais da periferia a partir do que chama “teoria da legitimidade cultural” de Bourdieu, embora o autor nunca tenha feito uso dessa expressão. A partir disso, trata a comunicação como “produção cultural” e procura conceituar “produção cultural da periferia”. “A produção cultural e a maneira como diferentes produtos circulam e são dispostos na sociedade constituem, sim, elementos de distinções e terreno de luta simbólica” (França e Prado, 2010, p. 8). A partir disso, afirmam ser o objeto empírico do artigo a série semanal de entrevistas “Minha periferia”, exibida pela Rede Globo no ano de 2006, afirmando ser o programa também objeto de uma pesquisa maior. Entretanto, o que há no texto é uma reflexão teórica apontando questões de legitimidade cultural, com o “Minha periferia” servindo somente como *background* e não sendo efetivamente analisado. Da mesma maneira, não há discussão ou conceituação de classes (vista, em geral, como sinônimo de “periferia”) e nem uma relação entre o conceito de comunicação enquanto “produção cultural” e a questão das classes.

Já na Compós de 2014, Vera França escreve com Raquel Dornelas um texto intitulado “No bonde da ostentação: o que os ‘rolezinhos’ estão dizendo sobre os valores e a

---

³⁹ Bourdieu é também um autor central tanto para Ronsini quanto para Jessé Souza.

sociabilidade da juventude brasileira?”. O ponto alto do artigo mostra a disputa pela nomeação que representa as barreiras de classes: “É arrastão ou apenas uma reunião de jovens? Nomear é promover um enquadramento, situar lugares [...]” (França e Dornelas, 2014, p. 3). Diferentemente do texto de França e Prado (2010), França e Dornelas (2014) afirmam que falam das classes a partir da sociabilidade, dos valores e da dimensão cultural, além de aspectos políticos-ideológicos, e acabam por ligar essas questões ao consumo. Para tanto, os autores centrais do texto são Georg Simmel, Jean Baudrillard e Michel Maffesoli. Assim, há uma noção de consumo que é descolada da produção e, portanto, acaba por falar de classes de um ponto de vista que invisibiliza a própria noção de luta de classes.

No ano de 2011 na Compós, há o texto “Os outros: povo e oralidade na comunicação” de Ferrão Neto (2011), que busca mostrar o conceito de “povo” como categoria importante para a comunicação. A palavra “classe” aparece no resumo, mas é invisibilizada no texto, partindo diretamente para a conceituação de povo. Do mesmo modo, não fica claro o conceito de comunicação. O conceito de povo é pensado pelo autor a partir da oralidade e da cultura popular, com auxílio de autores como Richard Hoggart e Edward Thompson. Entretanto, autores como Mikhail Bakhtin e Robert Darnton aparecem misturados a outros como Marshall McLuhan e Pierre Lévy, sem a devida diferenciação teórico-epistemológica. Por exemplo, a História para McLuhan (1969) é centrada, a partir de um prisma midiológico, nos próprios meios de comunicação, bem diferente da concepção de Thompson (1987), entre outros.

Em 2013, há também somente um texto, o de Rozinaldo Miani (2013), “A construção de uma nova postura política no sindicalismo brasileiro: o sindicato cidadão nas páginas da imprensa sindical”. Trata-se de um dos poucos textos a se debruçar sobre a questão do trabalho. Seu ponto central é sobre a perda da perspectiva classista dos sindicatos em prol de um “sindicalismo cidadão” a partir do contexto trabalhista dos anos 1990. Para Miani (2013, p. 14), “o discurso da cidadania potencializa de maneira hegemônica uma diminuição das práticas de enfrentamento e valoriza, no caso específico do sindicalismo, o discurso de parceria e cooperação”. No plano teórico, a partir de ressaltar a importância dos sindicatos e trazer falas de Marx, Lenin e Gramsci, não há conceituação sobre classes nem um desenvolvimento sobre a imbricação da comunicação com as classes sociais ou com o trabalho. Além disso, não há procedimentos metodológicos para a análise da imprensa sindical, objeto empírico central do texto, havendo pouco espaço para sua análise.

No ano de 2014, há três textos abordando classes na Compós. O primeiro, de Mariana Souto (2014), retrata como as relações de classes aparecem no cinema brasileiro, indagando

se haveria uma “pequena reviravolta coletiva” a partir dos anos 2000. Após um “modelo sociológico” de cinema nos anos 1960, a autora afirma que houve uma guinada subjetiva para, a partir dos anos 2000, a temática ser recolocada. Mas Souto (2014) rejeita os conceitos de representação, ideologia e identidade para análise das classes no cinema, afirmando que a pesquisa precisa de “novos operadores teóricos”. “Temos como intuito lançar luz sobre as relações de diferença e de poder constituídas na escritura dos documentários” (Souto, 2014, p. 13). Perguntamo-nos se seria mesmo o conceito de “diferença” o melhor para analisar as relações de classes, visto que essas relações são marcadas por questões antes desiguais que diferentes. A autora, então, faz uma revisão do conceito de classe a partir de Sedi Hirano, Ralph Miliband e Jessé Souza. Contudo, nega o conceito marxista de classe para a sociedade contemporânea: “este quadro se torna, assim, insuficiente para a nova e complexa realidade contemporânea, carecendo de algumas revisões”. O trabalho de Souto (2014), embora com resultados interessantes sobre as relações de classes nos filmes e documentários – além de trazer uma análise (com críticas) a autores ligados ao cinema como Jean-Claude Bernardet – peca por cair no conto do “novo”, tanto ao negar os conceitos acima comentados como ao considerar a sociedade atual como “nova e complexa” em detrimento de um passado, pretensamente “velho e simples”, onde se encaixaria a teoria marxista.

Já o artigo de Escosteguy (2014) analisa um quadro do programa Fantástico, da Rede Globo, “Manda quem pode, obedece quem tem juízo”, exibido em 2009 e trata da narrativa midiática da “nova classe média”. O quadro é colocado na “contramão” narrativa das novelas “Avenida Brasil” e “Cheias de Charme” e se trata de um “programa de transformação”. Segundo Escosteguy (2014, p. 2), “o que se pretende observar no referido texto midiático diz respeito 1) à constituição de um determinado formato de família, 2) à acumulação de recursos econômicos e 3) à acumulação de recursos simbólicos”. A bibliografia ligada à comunicação aparece a partir de Nick Couldry e João Freire Filho; já as classes, a partir de Marcelo Neri. Se, por um lado, o ponto de vista comunicacional é bem situado e tratado com a devida atenção, o mesmo não pode se dizer do conceito de classe. A autora prefere falar em “segmentos populares” do que exatamente “classe”, invisibilizando, assim, discursivamente, o termo “classe” no texto. Do mesmo modo, prefere focar suas análises na “acumulação de recursos” que em aspectos de conflitos ou lutas (a partir de visibilidades/ invisibilidades na mídia, por exemplo).

O texto de Serelle (2014) também traz uma análise de como as classes são representadas pela mídia, no entanto, sem um objeto específico. “A guinada dos populares: mídia e vida social” é mais um ensaio sobre a relação da “nova classe trabalhadora”

(definição a partir de Jessé Souza) com a mídia, partindo do *reality-show* “The Voice Brasil”, pensando a questão da cultura das celebridades e micro-celebridades na internet, passando pelo conceito de tabloidização, pelos “rolezinhos” e pelo programa “Decora”, do canal GNT. Com isso, o artigo é mais um panorama do que uma análise profunda de um objeto específico, trazendo bons *insights*⁴⁰, mas que não se traduzem em algo mais fundamentado teoricamente e empiricamente. Uma questão, por exemplo, que está presente na nota de rodapé abaixo (a partir do programa “Decora”), mas que o autor não avança teoricamente: o discurso midiático opera colocando a “luta de classes” como conversação, diálogo amistoso, atenuando, desse modo, os próprios conflitos em prol de algo personalizado. Outra amostra de que o artigo poderia ser mais bem trabalhado teoricamente é esse trecho: “se a noção de classe passa necessariamente por questões de afeto e gosto, a cultura midiática é hoje, um espaço vital [...]” (Serelle, 2014, p. 13). Por mais que tenha falado da construção social do gosto (principalmente a partir de Bourdieu), em nenhum momento o autor definiu o conceito de “afeto” e sua relação com as classes.

Em geral, os artigos da Compós, além de poucos, demonstram uma não-conversação entre os textos, no sentido de os autores serem lidos e citados pelos colegas, além de os temas serem esparsos entre si. Já no congresso Comunicon, da ESPM, os artigos, via de regra, têm o consumo – objeto central do congresso – como elemento que liga a comunicação às classes sociais. Dentre os 16 artigos, dois foram apresentados no ano de 2011, Almeida e Menda (2011) e Paludetto (2011).

Almeida e Menda (2011) abordam como as “consumidoras de classe C” percebem o *fast-fashion* e as coleções especiais de estilistas. A primeira questão a notar é que a classe é apreendida a partir do consumo, como *target*, isto é, apenas importando enquanto “comportamento do consumidor”, sua única faceta disponível. Mesmo no tópico sobre “classe C” apenas é ressaltada a questão do consumo, como se classe fosse apenas uma questão de consumo, sendo usadas a partir de estratificações como “A”, “B”, “C” e como “altas” e “baixas”, por exemplo em: “essa característica é muito comum no segmento de vestuário, onde as classes mais altas utilizam determinada peça de roupa que é imediatamente buscada pelas classes mais baixas” (Almeida; Menda, 2011, p. 6). Há também um reforço a partir do

⁴⁰ Como esse, a partir dos “rolezinhos”: “A noção de política, nos confrontos e ressonâncias sociais criados a partir de fenômenos como esses, relaciona-se, portanto, estreitamente com a noção de direitos e a ocupação de espaços, inclusive os midiáticos, que colocam em relevo formas de interação, mas também a persistência de clivagens sociais” (Serelle, 2014, p. 7). Ou esse, a partir do programa “Decora”, do GNT, “por mais que o *reality show* promova, na superfície, o diálogo amistoso entre classes, a conversação, permeada todo tempo por distinções, deixa vários restos, entre eles, a velha máquina de lavar, que antes na laje convivia com as festas, e que agora não possui lugar no *lounge*. ‘Você terá que lavar a roupa fora, Didi’, diz a arquiteta” (Serelle, 2014, p. 12).

senso comum sobre o que significaria pertencer à “classe C”, sem um mínimo de reflexão teórica, como em: “a classe C, no Brasil, vem crescendo ano após ano, constituindo a maioria dos brasileiros” (Almeida; Menda, 2011, p. 7) ou em “de um modo geral, pode-se constatar que a classe C está cada vez mais buscando informações, inserida no mundo da Internet e também da moda. Por isso, é necessário dar uma atenção especial a esse público” (Almeida; Menda, 2011, p. 13). Nota-se, então, uma inconsistência teórica em relação ao conceito. Além do mais o termo importa enquanto mercado, “por isso é necessário dar atenção especial”. Na parte metodológica, além de não haver reflexão sobre as técnicas de entrevista e análise de conteúdo, não há uma reflexão sobre as consequências do uso metodológico de classe, como fica evidenciado em: “na definição da classe social das entrevistadas, foi aplicado o filtro de renda de acordo com o IBGE” (Almeida; Menda, 2011, p. 9). Portanto, classe é colocada como sinônimo de renda, o que ajuda a compreender melhor a própria relação com o consumo – a partir do *target* e do poder aquisitivo.

Já no texto de Paludetto (2011), “Continuum: as classes sociais e o espírito do consumo na história da evolução da sociedade moderna”, a primeira pergunta a ser feita é o lugar da comunicação, pois trata-se de um ensaio a respeito de classes e consumo, em um sentido semelhante ao do artigo anterior. A partir de um “panorama da sociedade moderna” – objeto um pouco amplo para um artigo – a autora traz o conceito de “espírito do consumo” a partir de Max Weber. Enquanto isso, Marx é citado somente em uma passagem sobre a questão das cidades, junto a Simmel. A autora, então, termina o artigo falando em “evolução” da sociedade, de Marshall McLuhan e da “era da informatização”. A escolha de temas e autores não ajuda a solidificar a compreensão da comunicação nem das classes. Em um trecho do texto, poderia ser traçado um paralelo com a “teoria dos usos e gratificações” (Blumler; Katz, 1974), de cunho funcionalista, devido à aproximação que essa perspectiva tem com o seguinte trecho da autora:

A seleção de acontecimentos contemplou “a ‘satisfação de necessidades’ e a ‘aquisição’, e como preceitos para definir a ‘aspiração’ como força do processo evolutivo da sociedade moderna porque contempla a realização do consumo tanto pela satisfação de necessidade como pela aquisição de bens e serviços pelo desejo (Paludetto, 2011, p. 15)

O trecho, então, nos mostra um ajustamento a um posicionamento teórico ligado à “satisfação de necessidades” e “aspiração” ao consumo, sendo também esse ponto de vista sobre as classes.

No Comunicon de 2012, Bacha e Figueiredo (2012) apresentaram o trabalho intitulado “Virei um Big Mac: as classes CD e a vaidade fast food”. Assim como no artigo anterior, classe é ligada à renda e ao consumo (“consumidores de baixa renda”, por exemplo) e à estratificação em A, B, C e D. Além disso, há a percepção de algumas generalizações sem a devida teorização ou “vigilância epistemológica” (Bourdieu; Passeron; Chamboredon, 2007), como em “tem-se a percepção de que as classes C e D parecem buscar a satisfação de seus desejos imediatos antes de ceder aos apelos de saúde e promessas de sucesso que os cuidados com a aparência pessoal sugerem” (Bacha; Figueiredo, 2012, p. 1). A partir disso, afirma que a “classe alta” gosta de consumir produtos exclusivos, enquanto a “classe baixa” “busca produtos que ofereçam a ideia de inclusão” (Bacha; Figueiredo, 2012, p. 3). O foco do texto é um *survey* aplicado “em uma amostra de 420 indivíduos de classes C e D” (Bacha; Figueiredo, 2012, p. 12), com amostra não-probabilística e por conveniência, para saber mais sobre “as atitudes dos consumidores”. Não há, entretanto, nenhuma reflexão sobre as condições de produção do *survey*. A conclusão nos confirma o fato de a classe ser vista como um *target*: “verifica-se que as mudanças no padrão de consumo das classes C e D vêm atraindo as empresas, obrigando ao desenvolvimento de novas estratégias e novos produtos” (Bacha; Figueiredo, 2012, p. 12). Isto é, as classes são alvo para que sejam desenvolvidas novos produtos e estratégias. Além disso, apenas gostaríamos de ressaltar a visão que os autores têm de “materialismo”, que não se relaciona – e, na verdade, nem os autores reivindicam essa relação – com o cunho marxista do termo: para Bacha e Figueiredo (2012), materialismo se relacionaria mais à posse e aquisição de bens materiais. Ou seja, tratam a noção a partir do senso comum, fora do sentido científico e filosófico.

Outro texto de 2012 é o de Carla Barros, “A empregada doméstica na mídia e na música popular: notas sobre confrontos de classe”. Podemos notar como esse artigo é o primeiro do Comunicon até aqui que fala, ao menos no título, das classes não somente como consumo, mas a partir de “confrontos”. Mas que confrontos seriam esses? Não fica claro no texto a conceituação, mas a autora afirma, desde o início, que não se trata do sentido marxista. “Cabe apenas sinalizar que não está se usando o termo dentro de uma conotação marxista, mas sim como sinônimo de segmento social delimitado, especialmente, por visões de mundo e estilos de vida particulares” (Barros, 2012, p. 3). Isto é, classe vista como algo “segmentado”, a partir do que se tem de particular. O objetivo do artigo é compreender a representação da empregada doméstica na mídia e na música popular. Contudo, não há problematização metodológica sobre como serão analisadas as representações, não existindo também um método analítico, apenas um panorama sobre as representações.

Já o texto de Lemos (2012) trata da chamada “nova classe média” na TV paga e o mote é mostrar dados sobre como essa parcela da população tem consumido a televisão por assinatura. O artigo coloca essa “nova classe média” como algo dado e naturalizado, sem discussão teórica sobre o assunto, sempre pensando a questão de classe como nível socioeconômico: “e a nova classe C no Brasil, por enquanto, vai muito bem” (Lemos, 2012, p. 12).

Rocha (2012) se propõe a analisar, em seu artigo intitulado “Uma classe consumista na sociedade de consumo”, “os discursos do consumo na mídia”, mas como o título mesmo sugere, acaba por se mostrar um material por demais genérico, inclusive em relação ao tratamento teórico e metodológico do objeto. No início do texto, a autora diz que a “nova classe média” é “exaltada e criticada”; no entanto, a discussão teórica envolvendo classes não acontece. E da mesma forma que outros artigos, a classe é vista a partir de seu consumo, o que fica explícito desde o título “classe consumista”, como se somente uma classe o fosse. Outro problema do texto é a falta de uma explicitação metodológica adequada para o recorte empírico (matérias do Jornal Hoje, do Jornal Nacional e do Jornal da Record), além de a análise ter ficado em um plano mais descritivo. Entretanto, há um ponto a ser ressaltado no artigo de Rocha (2012): a importância de se representar midiaticamente as classes, afirmando que o discurso midiático não dá conta da totalidade da vida social dessa parcela da população: “percebe-se que há uma ampliação do fator consumo, deixando de fora as especificidades de cada grupo que a compõe. Não se fala em fatores culturais, educacionais, formas de ver o mundo” (Rocha, 2012, p. 4).

No último texto de 2012, Rugai Bastos e Sousa (2012) trazem “Características da ‘nova classe média’ brasileira e seu consumo cultural”. A primeira questão a ser observada, já a partir do título, é que o texto não chega a problematizar ou pensar a comunicação, nem mesmo a relação do consumo com a comunicação. Trata-se menos do resultado que da apresentação de um projeto de pesquisa envolvendo classe e consumo, buscando mapear o consumo cultural. Não há também uma reflexão teórica sobre o que significa o consumo cultural no campo da comunicação (Toaldo; Jacks, 2013). Além disso, não há detalhes metodológicos do questionário que será aplicado, por exemplo. No entanto, mesmo sendo um projeto de pesquisa ainda, é um dos poucos textos a discutir a noção de classe a partir dos clássicos Marx e Weber, preferindo, contudo, a conceituação de Bourdieu.

Em 2013, os autores apresentam outro texto, intitulado “Identidade pelo consumo: expectativas para a classe C brasileira” (Rugai Bastos; Sousa, 2013). Uma vez mais, não há nada comunicacional, assemelhando-se a um ensaio vindo das ciências sociais ou a um artigo

jornalístico, pois não há objeto definido. A questão dos autores é mais definir os conceitos de identidade e consumo e, assim, o próprio conceito de classe social se dá a partir do consumo. Além do mais, podemos observar que não há avanços em relação ao projeto de pesquisa anunciado em 2012 pelos mesmos autores (Rugai Bastos; Sousa, 2012).

Outros dois textos do congresso do mesmo ano procuram problematizar a questão da distinção. Janaína Jordão (2013)⁴¹ propõe analisar algumas representações sobre a “nova classe trabalhadora” (utilizando o conceito de uma forma diferente a quem apenas louva o termo “nova classe média”). Para tanto, disserta sobre o consumo como comunicação e as representações sociais (e não midiáticas ou comunicacionais, por exemplo). Pierre Bourdieu é um ator-chave no texto para mostrar como o (bom e o mau) gosto é produzido no discurso midiático. Entretanto, nessa análise, há comentários/ descrições sobre vários produtos midiáticos (tais como Folha de S. Paulo, Zorra Total e Avenida Brasil) sem justificativas e reflexões metodológicas, o que não permitiu dissecar o objeto.

O artigo de Maria Stella Santos (2013), intitulado “O funk chega à classe A de carona no Mercedes Benz” também apresenta problemas metodológicos semelhantes, pois a parte teórica, na qual a autora fala de análise do discurso a partir de autores como Antonio Fausto Neto e Mikhail Bakhtin, não dialoga com a análise do material empírico, em que há somente uma descrição do vídeo analisado e dos respectivos comentários, sem análise a partir de quaisquer conceitos ou teorias. A autora também afirma que se trata de um estudo de caso; contudo, não explicita o que seria um estudo de caso, não dialogando com sua literatura metodológica. Além disso, em nenhum momento há discussão sobre o conceito de classe, naturalizando-o, como evidencia o próprio título: “chega à classe A”.

Os outros textos apresentados no Comunicon em 2013 tratam da questão da “nova classe média”. Hansen (2013) procura analisar a cobertura jornalística sobre essa parcela da população e teoriza a respeito do jornalismo como tradução, além das teorias do *newsmaking* e do *gatekeeping*. O trabalho, então, se encaixa entre aqueles que analisam as representações das classes na mídia. Porém, naturaliza-se o conceito de “nova classe média” como um acontecimento, sem a sua devida problematização, como podemos ver em Hansen (2013, p. 6).

A nova classe média tem pautado a mídia brasileira nos últimos tempos. Considerada por muitos um símbolo do novo momento vivido pelo país, com uma economia forte e menor desigualdade social, a nova classe média está presente na

---

⁴¹ A autora apresentou outro artigo no ano de 2014. Por uma questão de exposição textual, falaremos, excepcionalmente, do texto apresentado em 2014 após os que foram apresentados em 2013.

pauta de jornais, telejornais e revistas. Até mesmo as telenovelas têm dedicado espaço e protagonismo para a ‘classe C’ ascendente

A essa naturalização do termo “nova classe média” soma-se o fato de não haver discussão sobre o próprio conceito de classe.

Já Milena Freire (2013) discute o conceito de “estrutura de sentimento” a partir de Raymond Williams para pensar a “nova classe média”, também com a ajuda de Pierre Bourdieu. Trata-se de um texto teórico buscando compreender a experiência social em construção da identidade do que seria a “nova classe média”. Contudo, apesar da interessante reflexão, não há problematização, definição ou aproximação ao conceito de comunicação.

No ano de 2014, há quatro artigos. Um deles é o outro texto de Janaína Jordão (2014), chamado “O gosto de classe e o jogo das classificações nos espaços de consumo”, em que discute o gosto como demarcador de classe nos espaços de consumo. Para tanto, foi aplicado um questionário com uma amostra de 100 pessoas em espaços de consumo na cidade de Goiânia. Apesar de haver uma descrição sobre os lugares aplicados, além das questões e dos resultados, não há uma discussão teórica-metodológica sobre o questionário enquanto técnica de pesquisa. Também não há uma discussão sobre comunicação. Um ponto que poderia ser interessante é quando a autora fala em “poder de nomeação da mídia”, mas não há uma discussão teórica-conceitual. Por fim, a autora afirma sobre o conceito de classe: “não vamos fazer a tentativa de uma revisão bibliográfica desta vasta discussão” (Jordão, 2014, p. 2). Entretanto, tece algumas palavras sobre o conceito em Marx e Weber em um mesmo parágrafo.

De antemão, deixamos claro que não pensamos na detenção dos meios de produção como o maior diferenciador entre classes opostas – burgueses e operários – a partir da teoria marxista. Entendemos, na esteira do pensamento de Weber (2009), que o prestígio também é uma forma de distribuição de poder na sociedade. Ou seja, não é somente o viés econômico que define a posição de uma pessoa na estrutura social (Jordão, 2014, p. 2)

A partir disso, podemos considerar que há um reducionismo da própria teoria marxista de classes (como veremos melhor à frente) e que Weber considera o prestígio como parte da dimensão de *status*, não de classe (como também abordaremos adiante). Ou seja, há uma inadequação do conceito de classe a partir dos dois autores.

Barbotin e Retondar (2014) discutem os conceitos de identidade, consumo e pobreza a partir de uma etnografia realizada em João Pessoa, na Paraíba com foco em representações sociais do consumo. O material empírico é rico, mas não há uma discussão sobre

comunicação ou mídia, o que poderia nos ajudar a compreender o lugar da comunicação no fato de os sujeitos pesquisados não se identificarem como pobres.

Por sua vez, a pesquisa de Torquato (2014), também etnográfica, é realizada em um conjunto habitacional na época recém-construído pelo Programa de Aceleração do Crescimento (PAC) do Governo Federal e tem como proposta compreender dois cenários: “o da publicidade voltada para o consumo doméstico das camadas populares e o consumo propriamente dito de algumas famílias pertencentes a esse universo socioeconômico” (Torquato, 2014, p. 2). No entanto, o universo de análise da publicidade se dá apenas em um parágrafo, de forma resumida (Torquato, 2014, p. 9). O artigo apresenta uma boa descrição da pesquisa empírica, mas não avança para um plano interpretativo ou conceitual, não havendo também uma preocupação comunicacional. É interessante notar que o texto fala em “conflitos” envolvendo os moradores, mas não há sua conceitualização. Pela leitura, podemos perceber que seu significado está mais para um “conflito cotidiano”, “ordinário” que para a questão propriamente da luta de classes.

Por fim, o último artigo do Comunicon é “Consumo de classe alta e consumo de classe baixa: os dois lados do consumo brasileiro na publicidade contemporânea”, de Pompeu e Akinaga (2014). O conceito de classe é colocado a partir da classificação socioeconômica (A, B, C, D). Então, as classes são compreendidas como alvo – mais especificamente como público-alvo – ainda que de forma mais complexa⁴² em relação às primeiras teorias funcionalistas, por exemplo. Não são vistas, portanto, como sujeitos, mas somente em sua faceta de consumidor, como em: “já não se deve mais pensar apenas no quanto uma família pode comprar, mas também se deve levar em conta o que ela pode consumir, sempre tentando entender o que motiva o seu consumo” (Pompeu; Akinaga, 2014, p. 5).

Em geral, o que os artigos apresentados no Comunicon nos dão indícios é como os estudos sobre consumo têm ressignificado os usos do conceito de classe na comunicação, invisibilizando suas lutas e, muitas vezes, os sujeitos, além do próprio conceito de comunicação. Já no Intercom⁴³, os artigos possuem maior diversidade temática em relação ao Comunicon; no entanto, alguns textos também abordam o consumo.

Fogaça (2011), em “O consumo, o gosto, a ponte e a cerca: um estudo exploratório sobre gosto e referências estéticas em propagandas dirigidas à baixa renda”, a exemplo de

---

⁴² Assumindo que “não se consegue a partir da instância comunicacional – da publicidade, neste caso – definir de forma clara e objetiva a classe social do público-alvo pretendido” (Pompeu; Akinaga, 2014, p. 2).

⁴³ Por ser o congresso com o maior número de trabalhos apresentados e com maior diversidade temática, apresentaremos os trabalhos de acordo com temática ou afinidade teórica e não por ano, como no caso dos outros congressos

muitos textos apresentados, trata a classe a partir do consumo, especificamente a partir do “mercado de baixa renda”. Fala-se em construção social do gosto, não a partir de Bourdieu, mas de Waldenyr Caldas e Clotilde Perez, abordando também Mary Douglas para a questão do consumo. Como diz a autora, “este texto teve por proposta iniciar uma discussão sobre existência de particularidades no gosto dos consumidores de baixa renda e sua repercussão no mundo da propaganda” (Fogaça, 2011, p. 14). Há, então, a análise de peças publicitárias, sendo que a justificativa para a escolha dessas peças (de marcas como Casas Bahia, Lojas Marisa, Supermercado Extra, Paola da Vinci, Giorgio Armani, Blue Man e revista Máxima) foi: “a clara remissão às classes de interesse” (Fogaça, 2011, p. 11). Desse modo, há uma naturalização das escolhas metodológicas, “clareza” esta que nos ajuda a compreender uma naturalização do próprio conceito de classe, tomado como dado, imutável e, conseqüentemente, tomado como público-alvo. Outro ponto que nos remete à mesma problemática é uma das análises: “o estilo da casa e o da protagonista não remetem em nada à baixa renda. A casa tem referências estéticas de classe AB” (Fogaça, 2011, p. 13). Ora, o que seria uma “referência estética de classe AB”? Como é essa imagem teoricamente? Se o gosto é construído socialmente – como discutido no próprio texto – como é possível tal afirmação? Com isso, o texto acaba por mostrar incoerências entre os planos teóricos e analíticos.

Capote Filho e Fort (2014) também abordam representações publicitárias, pensando a classe a partir das estratégias mercadológicas. “A publicidade, atenta aos movimentos da sociedade de consumo, percebe logo a necessidade de atrair todo este grande universo de potenciais consumidores para o mercado” (Capote Filho; Fort, 2014, p. 7). Eles colocam a publicidade como espaço de “diálogo” para os consumidores da “nova classe média”, conceito aqui naturalizado e sem debate. Não há nenhuma discussão sobre classe, e ela aparece somente elipsada no consumo, com os sujeitos tendo a alcunha de “consumidor contemporâneo”. Isto é, reforça-se que as classes apenas interessam quando se trata de questões mercadológicas, possuindo, ainda, uma visão próxima às teorias funcionalistas da comunicação, como em “buscar o melhor canal, o melhor código, a mais sedutora mensagem, o mais adequado argumento; a publicidade mira o receptor” (Capote Filho; Fort, 2014, p. 5).

Outro texto que liga a classe à ideia de consumo é o de Beraldo (2013), “O vestuário feminino: da moda de classe até a era da sua reprodutibilidade sexy”, no qual nega-se o que chama de “moda de classe” – que seria antiga e ultrapassada (como se o próprio conceito de classe o fosse, aliás) – em prol de uma “moda de consumo”, mais moderna e jovial. Há também uma deturpação da análise marxista, como se o “tudo que é sólido se desmancha no ar” (Marx; Engels, 1996 [1848]) se ajustasse a tudo quanto é “mudança jovial” (seja moderna,

pós ou hipermoderna...), destituindo da abordagem marxista, portanto, todos os aspectos relacionados aos conflitos e às contradições do capital, por exemplo. Segundo a autora,

a análise marxista que realiza a metáfora das vestimentas concorda com a visão diluidora de certezas advinda do mundo moderno. Em outras palavras, percebeu-se através da nova maneira de lidar com o consumo e seus elementos simbólicos que a sociedade estaria despida, pois, todos os códigos de conduta, inclusive no que tange a moda, haviam sido modificados (Beraldo, 2013, p. 5)

Desse modo, a palavra “classe” no artigo aparece em seu sentido pejorativo: fala-se de classe para negá-la enquanto elemento importante da sociedade e da comunicação.

Já o texto de Gonçalves e Lisboa (2011) trata do adorno como objeto simbólico de um determinado *habitus* de classe, principalmente a partir da referência de Pierre Bourdieu. O artigo, então, procura traçar uma história do adorno, abordando a questão dos estilos de vida. É um dos poucos a, minimamente, discutir o conceito de classe, a partir das noções de “condição de classe” e “posição de classe” em Bourdieu (2007). No entanto, não são exploradas as disputas (essa palavra aparece somente uma vez no texto, no resumo) ou conflitos ou mesmo lutas. E se, por um lado, há uma mínima discussão sobre classe, não há nenhuma evidência sobre o papel da comunicação no trabalho, sendo relegado à invisibilidade.

Nos textos do Intercom relacionados à questão do consumo, podemos notar, então, problemáticas semelhantes aos textos do Comunicon com relação tanto ao conceito de comunicação quanto ao de classe. Já outra série de artigos (cinco, no total) é de autoria de Veneza Ronsini e/ou seus orientandos na Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). São cinco textos, com pontos em comum entre todos, a saber: a) trabalham com representações de classe na mídia e/ou estudos de recepção, algumas vezes integrando as duas perspectivas; b) trazem influências principalmente de Stuart Hall e Martín-Barbero, para a comunicação, e Pierre Bourdieu e Jessé Souza, para questões ligadas à classe social; c) em geral, procuram mostrar a importância da classe social para os estudos de comunicação.

Assim, Renata Córdova da Silva (2010) faz uma etnografia crítica de recepção com mulheres de classe popular, procurando entrelaçar estudos culturais, feminismo e poder. Sifuentes (2010) traz um estudo de recepção de telenovela, também na interface entre classe e gênero. Já o texto de Wottrich (2010) mostra uma perspectiva eminentemente teórica sobre a relevância do conceito de classe especialmente para os estudos de recepção, considerando a categoria de mediação. Finaliza o artigo comentando pesquisa de recepção em andamento sobre as representações de velhice na novela *Passione*, da Rede Globo, e as apropriações por

mulheres de classe popular na faixa de 60 a 75 anos. A pesquisa de Schnorr (2011), por sua vez, foca na juventude rural – tema pouco explorado – e o debate sobre classe social na comunicação. Por fim, o texto de Filipe Bordinhão e Veneza Ronsini (2012) trata de masculinidade e publicidade – também a partir de representações midiáticas e estudo de recepção – com um recorte de classe. O foco está na “mediação das leituras do discurso publicitário por quatro receptores de classe popular no que diz respeito às categorias de beleza, sexualidade, trabalho e família” (Bordinhão; Ronsini, 2012, p. 1). Mostra, por exemplo, como as representações de trabalho na publicidade estão pautadas pela ideia de meritocracia.

O ponto alto, então, desse grupo de artigos é mostrar como a mediação de classe age nos processos de recepção, mostrando nem sempre a aceitabilidade dos sujeitos em relação à representação midiática – em geral, também analisada – com um referencial teórico alinhado à comunicação. Podemos tratar, em alguma medida, esse grupo de trabalhos como uma exceção à regra dos trabalhos sobre classes na comunicação pelo que vimos analisando até aqui. Uma outra questão interessante a ser levantada é que os trabalhos, embora com abordagens semelhantes, foram apresentados em diversos GTs (Teorias da Comunicação, Comunicação e Culturas Urbanas, Comunicação e Desenvolvimento Regional e Comunicação para a Cidadania). Isso implica dizer que, por um lado o conceito de classe pode aparecer em diversos lugares de um mesmo congresso, mas, por outro, não há debate mais intenso sobre classe na comunicação em um GT que aprofunde as discussões, ou seja, torna-se um objeto disperso no campo.

O terceiro grupo de trabalhos se relaciona aos artigos sobre televisão, principalmente sobre ficção televisiva⁴⁴, totalizando oito artigos. Dalmonte e Fontes (2012) abordam como aparecem as representações de classe e regionalidade nas matérias jornalísticas sobre crimes familiares e de gênero a partir de crimes de destaque na imprensa. Segundo Dalmonte e Fontes (2012, p. 3), “nenhum caso ocorrido em zonas de pobreza, urbanas ou rurais, mereceu destaque e relevância”. Trata-se de um bom estudo sobre representações midiáticas em sua parte empírica, porém o ponto fraco se encontra na não-discussão teórico-conceitual sobre classes e nem mesmo tecendo considerações teóricas para além do objeto empírico analisado no âmbito da comunicação.

Os outros sete textos, de uma forma ou de outra, acabam por abordar a questão da “nova classe média” em suas pesquisas – o que pode evidenciar certa vinculação dos estudos

---

⁴⁴ Além de alguns artigos do grupo de alunos orientados por Veneza Ronsini, já aqui apresentados, que também apresentam essa temática

sobre essa parcela da população aos estudos na área de televisão. Porcello (2012) traz o texto “De Boni a Boninho: a mudança estética e conceitual da TV brasileira para atrair a nova classe média”. Como podemos perceber logo pelo título, trata-se de “atrair a nova classe média”, tratando-a mais a partir de questões mercadológicas – como vem sendo a tônica de muitos trabalhos – do que propriamente como sujeitos, sendo mais “consumidores-mercadorias”, como afirma o próprio autor no seguinte excerto, positivando a crítica do autor citado: “o propósito deste artigo foi fazer uma reflexão sobre as mudanças que ocorrem na televisão brasileira com a entrada desta nova e expressiva camada de pessoas ao mercado de consumo. ‘Consumidor-mercadoria’ como diz Bauman” (Porcello, 2012, p. 9). Do mesmo modo, naturaliza-se “nova classe média” como conceito trazendo-o apenas por meio de dados numéricos de aumento de consumo por parte da população, não havendo nenhuma discussão mais profunda sobre classe.

O restante dos textos sobre televisão tem como objeto as telenovelas (sendo que um compara a representação na telenovela e na publicidade). Tondato (2012) aborda o consumo alimentar e a distinção social representadas nas telenovelas a partir dos espaços e estilos de alimentação. A autora fala em “mobilidade material das classes D e E, ampliando a classe C” (Tondato, 2012, p. 6), mas não apresenta dados nem discute conceitualmente a questão das classes. O que há é uma breve discussão sobre o conceito de *habitus* em Bourdieu (2007) já no fim do texto, mas não o de classe especificamente. Um ponto problemático do texto é, sobre a telenovela, que seria responsável pela “apresentação e introdução de novos hábitos e ‘prazeres’, ações educativas, formação dos emergentes para a nova realidade a qual adentram” (Tondato, 2012, p. 6). Tudo se passa, então, como se a telenovela fosse educar um gosto legítimo, como se o gosto da “classe emergente” fosse ilegítimo e “selvagem”, como se, de alguma forma, ensinasse “o jeito certo” de sentar à mesa. Vale ressaltar: concordamos que a televisão possui um importante papel educativo para os sujeitos (por exemplo, como Baccega, 2002). Mas esse papel se daria, em nossa visão, com uma perspectiva comunicacional e educacional de ordem dialógica (Freire, 1983), compreendendo os receptores-educandos como sujeitos. No entanto o que o texto em análise dá a entender são reproduções das distinções entre a mesa de jantar e a alimentação de ricos e pobres, o que contribui menos para considerar os receptores como sujeitos que para legitimar um “jeito certo”, sendo, portanto, anti-bourdiesiano.

Já o texto de Tarapanoff e Fernandes (2012) apresenta o imaginário de “classe C” em duas telenovelas exibidas pela Rede Globo em 2012: “Cheias de Charme” e “Avenida Brasil”, que foram temas também de outras pesquisas. Toma-se o conceito de classe como poder

aquisitivo, a partir da renda, considerando a classe também como “público-alvo”: “e muitas empresas que criavam produtos para as classes A e B, hoje apostam na nova classe emergente como público-alvo” (Tarapanoff; Fernandes, 2012, p. 7), utilizando também a classificação em A, B, C e D sem a devida problematização conceitual. Há, nesse sentido, uma naturalização da visão de Neri (2010) sem a sua discussão teórico-conceitual. Além disso, a análise do material das novelas acaba por ficar em um plano descritivo, sem discussão ou aplicação de conceitos por todo o texto.

Castro (2012) também focaliza a novela “Cheias de Charme”, mas do ponto de vista das estratégias utilizadas pela Rede Globo para incentivar a interação dos usuários na internet no artigo “Cheia de charme: a classe trabalhadora no paraíso da cibercultura”. É um dos poucos textos, de todo o universo da pesquisa – considerando artigos, teses e dissertações – a trabalhar com a questão da classe na internet. Apesar de no próprio título enunciar “classe trabalhadora” – o que poderia render uma interessante discussão – trata-se mais de uma metáfora que uma discussão sobre o termo, que é inexistente. Com isso, percebe-se ser mais um texto introdutório, sem se aprofundar em alguma pesquisa sobre a relação dessa “classe trabalhadora” na internet, tornando o texto mais um breve panorama.

Rosana Mauro, por sua vez, apresentou dois textos sobre classes no Intercom no período analisado; em 2012, em coautoria com Eneus Trindade, sobre a personagem Carminha na novela “Avenida Brasil” (Mauro; Trindade, 2012) e em 2013, em autoria individual, sobre a representação da empregada doméstica na ficção televisiva e na propaganda (Mauro, 2013). Ambos os textos possuem como foco as representações midiáticas, com ênfase para os aspectos discursivos. Em Mauro e Trindade (2012), busca-se entender o estereótipo de “vilã emergente”, mas não há definição ou discussão teórica sobre o que seria esse “emergente” e a noção de classe se dá basicamente a partir de Marcelo Neri (2010), sem haver um debate mais crítico. Há avanços, entretanto, no texto apresentado no ano seguinte (Mauro, 2013) com discussão sobre classes a partir de Marx e Bourdieu, pontuando a relevância do conceito na comunicação a partir de Graham Murdock (2009). Também ressaltamos a discussão sobre trabalho doméstico no âmbito das questões de classe e gênero em meio a mudanças na regulamentação trabalhista em relação às empregadas domésticas, mesmo não havendo discussão sobre o conceito de trabalho. É, ainda, um dos poucos trabalhos a trazer a discussão sobre mediatização – aqui mediatização a partir principalmente de Braga (2006b). Por fim, destacamos o seguinte trecho, sobre a representação midiática da empregada doméstica: “colocam em visibilidade a problemática de classe social que se encontra discursivamente nas produções levantadas em uma zona de

conflito e contradições” (Mauro, 2013, p. 13). A autora fala em “zona de conflito”, mas apenas *en passant*, sem a devida problematização. Enxergamos aqui um potencial conceito para desenvolvimento posterior: o quanto essa zona de conflito na circulação midiática e comunicacional não se configura como uma dimensão da própria luta de classes?⁴⁵

O último texto dessa série sobre televisão é o de Moura (2013), também sobre a representação da “nova classe C” na telenovela. Em geral, o artigo traz perspectivas interessantes que, no entanto, acabam ficando confusas inclusive teoricamente. Como pontos positivos, vemos a corroboração com as críticas de Jessé Souza (2010) e de Pochmann (2012) em relação ao termo de “nova classe média” e a afirmação de que “o resgate dos aportes teóricos marxistas sobre a relação entre classe, cultura e ideologia parece-nos vital à edificação de análises que deem conta do fenômeno exposto acima” (Moura, 2013, p. 12). Contudo, há questões problemáticas na análise do marxismo: a) considera-se como economicismo o marxismo que denomina vulgar, nas palavras da própria autora, “para o qual o critério fundamental é a posição na cadeia produtiva” (Moura, 2013, p. 1) – sem problematizar o que seria considerar a classe a partir do lugar na produção; b) não há realmente a discussão do conceito de classe a partir do aporte marxiano e marxista, havendo preponderância do conceito de ideologia; c) considera-se Roland Barthes como um autor de “uma perspectiva marxista e por isso mesmo histórico e dialética” (Moura, 2013, p. 4), citando a questão do mito na obra do autor (Barthes, 2009) afirmando que o autor também faz uso da crítica histórica; entretanto, o que o texto não explora é que a noção de história para Barthes (2009) não é a mesma do materialismo histórico, havendo, portanto, uma confusão teórica-epistemológica. Também há misturas de cunho teórico e epistemológico que não são devidamente problematizadas, colocando de um mesmo lado autores como Martín-Barbero e Theodor Adorno, por exemplo. O texto, então, procura trazer tanto contribuições advindas dos Estudos Culturais Britânicos quanto de exemplos de telenovelas. Porém, acaba por nem se aprofundar conceitualmente, nem apresentar procedimentos metodológicos adequados para análise do material empírico nem uma análise propriamente aprofundada do material. Por fim, gostaríamos de ressaltar o seguinte trecho, quando se faz uma defesa contra um pretenso economicismo ligado à classe: “segundo a perspectiva que adotamos, existem valores imateriais em disputa no processo de reprodução das classes sociais” (Moura, 2013, p. 2). No entanto, não se explicita o que seria “valor imaterial”⁴⁶ e como isso se ajustaria à perspectiva dos aportes teóricos marxistas, os quais a autora julga central.

⁴⁵ Pretendemos desenvolver melhor esse argumento no último capítulo da presente tese.

⁴⁶ No próximo capítulo, discutiremos as implicações do conceito de “imaterial”.

Então, os próximos artigos se relacionam à imprensa e à política, com apenas dois trabalhos: Nascimento (2010) e Losnak (2013). Como pontos em comum entre eles, podemos destacar: a) ambos tratam de história do jornalismo e, inclusive, apresentaram os artigos no grupo de trabalho destinado a essa temática; b) não abordam questões comunicacionais, considerando mais a relação entre imprensa e política. Conceitualmente, o texto de Nascimento (2010) – que fala sobre a relação entre a imprensa paranaense e a ditadura militar iniciada em 1964 – trabalha o conceito de classe a partir de Antonio Gramsci e dos interesses políticos de classe. Já Losnak (2013) – em texto intitulado “Imprensa, Política e Sociedade no início do século XX” – não discute o conceito de classe, apesar de falar em classes populares. Enquanto Nascimento (2010) mostra como a imprensa paranaense possuía interesses políticos ligados à classe dominante, Losnak (2013) – apesar do título generalizante – foca na ligação do jornal “O Bauru” com as classes populares, defendendo a organização dos trabalhadores. Então, se por um lado, esses textos não trazem uma vinculação à questão comunicacional, por outro, mostram, de alguma forma, como se dão as lutas de classes a partir dos dispositivos jornalísticos, com uma abordagem crítica.

Esses textos se aproximam dos últimos trabalhos analisados, que apresentam também uma visão mais próxima dos trabalhadores e da luta de classes, com abordagem crítica, com temas como mundo do trabalho, mídia sindical, mídia comunitária e economia política da internet, com quatro textos. Nelson Toledo Ferreira tem dois artigos, um apresentado no grupo de “Relações Públicas e Comunicação Organizacional” (Ferreira, 2010) e outro no de “Comunicação para a Cidadania (Ferreira, 2011). Em Ferreira (2010), aborda as mudanças de identidade das organizações e dos trabalhadores. É o único dos artigos analisados a falar sobre reestruturação produtiva, principalmente a partir de autores como David Harvey e Ricardo Antunes, com críticas às organizações. Porém, como os textos abordados no último parágrafo, não há nenhum diálogo com o campo e com o conceito de comunicação. Já em Ferreira (2011), a comunicação aparece por meio da mídia sindical, considerada como dispositivo de interação entre minorias e classe trabalhadora. Discute-se a organização da classe trabalhadora e a mídia como território de lutas – que é o grande diferencial desses últimos artigos analisados em relação aos outros. Não obstante, há um problema no entendimento sobre o que é o mundo do trabalho, como no trecho a seguir: “a noção de trabalhador como um sujeito político que reage apenas na relação capital e trabalho é reducionista, a partir do momento que o trabalhador atua e se desloca em inúmeros campos sociais para se fazer respeitado e incluído socialmente” (Ferreira, 2011, p. 13). O mundo do trabalho, como mostram Antunes (2001) e Fígaro (2001), não envolvem só a relação capital e trabalho, mas

também sociabilidade, relações de comunicação para além do local de trabalho, relacionando-se à ontologia do ser social (Lukács, 2012) e também constituindo as identidades, sendo assim, um reducionismo achar que o trabalho se resume à função técnica ocupada na relação capital e trabalho.

Enquanto isso, Bastos (2013) traz o texto “Presente no retrovisor: comunicação e memória do Mutirão da Vila Comunitária”, onde procura discutir um modo de produção alternativo e comunitário da classe trabalhadora por meio de narrativas que compõem memória de sujeitos do Mutirão da Vila Comunitária, a partir de uma abordagem de comunicação popular e história oral. Para tanto, discute os conceitos de memória social e mutirão e de essência e gênero humano em Marx (2010 [1844]). Tem o mérito, portanto, de discutir as lutas de classes a partir das vivências dos trabalhadores. Contudo, não há nenhuma discussão sobre o papel da comunicação, pois embora fale em “comunicação popular”, não há discussão teórica ou conceitual.

O último texto é de Bolaño e Vieira (2013), onde analisam a economia política da internet, considerando os sites de redes sociais e as lutas de classes. É o único trabalho que fala explicitamente a partir do lugar da economia política da comunicação, procurando pensar a internet como plataforma de acumulação do capital. Então, há uma discussão sobre a produção da “mercadoria audiência”, discordando da acepção de “trabalho produtivo” que Christian Fuchs (2014a) dá para o termo⁴⁷. No entanto, apesar de constar no título do trabalho, o termo “luta de classes”⁴⁸ não aparece nenhuma vez, não havendo, portanto, nenhuma discussão conceitual sobre classes ou luta de classes nem uma argumentação explícita sobre como os sites de redes sociais impactam na luta de classes – que apenas ocorre para falar sobre o acúmulo de capital pelos grandes conglomerados de internet, que, como pretendemos mostrar, é apenas uma das facetas da luta de classes na comunicação.

Os artigos apresentados no Intercom, então, nos dão um panorama mais amplo sobre como o campo da comunicação tem tratado o tema das classes em seus diversos eixos. Com relação aos 48 artigos, não retomaremos agora as discussões pormenorizadas, mas podemos considerar que há muitos artigos, dentre os analisados, com dificuldades teórico-metodológicas no que tange às classes – invisibilizando as lutas – e/ou à comunicação, sem a devida discussão teórica, metodológica e epistemológica necessárias.

---

⁴⁷ Explicaremos melhor essa discussão no capítulo 3.

⁴⁸ A palavra “classe”, por sua vez, aparece somente uma vez, em: “o valor econômico só é produzido após o processamento e refinamento dos dados através de softwares e algoritmos que constituem a base das atividades de uma parcela da classe trabalhadora que lida com isso dentro das empresas de tecnologia da informação (Bolaño; Vieira, 2013, p. 10). Isto é, não há também nenhuma discussão sobre o conceito.

1.5. Análise Qualitativa – Teses e Dissertações

Para analisar as 42 teses e dissertações, procuramos – tal qual fizemos na análise dos artigos do Intercom – na medida do possível, colocar próximos os trabalhos que possuem temáticas parecidas⁴⁹, seja por eixo teórico de pesquisa (consumo ou representações midiáticas, por exemplo) ou por objeto. Pudemos notar semelhanças com as direções apontadas pelos artigos do Intercom, tais como: consumo, recepção (às vezes com os dois), representações midiáticas e trabalhos ligados à questão da “produção” (seja a partir do trabalho, das contra-hegemonias...).

Na área de consumo, há duas dissertações de mestrado da PUC-RJ, orientadas por Everardo Rocha. Balthazar (2011) apresenta uma pesquisa sobre o consumo de jovens mulheres da classe alta da zona Sul do Rio de Janeiro a partir de um estudo etnográfico, com referências a Louis Dumont, Mary Douglas e Roberto daMatta, estando a questão central na atividade de compra dos indivíduos (e não sujeitos). O conceito de classe não é discutido em nenhum momento, com o contexto social sendo discutido a partir da noção de indivíduo (compreendido como valor social) e individualismo em Dumont (1985), ou seja, fala-se em classes para dizer que elas não mais importam. Da mesma forma, o conceito de comunicação é praticamente invisibilizado, sendo o consumo a noção central.

Enquanto isso, o trabalho de Rocha (2013), “Ser ou não ser: nova classe média, consumo e comunicação” procura compreender a representação midiática da “nova classe média” comparando-a com um autorretrato/autorrepresentação dos moradores de Nilópolis/RJ. Diferentemente do trabalho anterior, há um capítulo dedicado à comunicação (em interface com o consumo). A autora ressalta que, “como o objeto escolhido não é apenas de comunicação, cabe colocá-los nas perspectivas da área” (Rocha, 2013, p. 11). Todavia, não é apenas o objeto escolhido pela autora que não é somente e estritamente de comunicação, mas é o olhar que constrói o objeto reflexivamente. Rocha (2013) fala sobre a relação das pessoas com os meios de comunicação e comenta a expressão “estudos de recepção”, mas não há uma referência sequer sobre o assunto. O trabalho também não apresenta procedimentos metodológicos, nem justificativas ou procedimentos de análise do material empírico.

Na interface entre publicidade e consumo, a dissertação de mestrado de Michele del Monte (2011) tem como título “A influência da publicidade televisiva no consumo da população de classe C: os anunciantes do varejo popular”. Podemos perceber, já de início, a

---

⁴⁹ Contudo, ressaltamos que se trata mais uma questão de organização textual, pois, em alguma medida, alguns trabalhos analisados apresentam aderência a mais de um tema ou objeto.

palavra “influência”, ligada às teorias funcionalistas da comunicação. Isso se confirma ao observar a “teoria dos efeitos” como central do trabalho, juntamente com uma perspectiva de “comportamento do consumidor”. Não há discussão teórica ou conceitual sobre classe, que somente é citada a partir de “*cases*” e dados, inclusive com uma estranha relação entre o número de gatos e a “classe C”, como no enunciado abaixo:

um exemplo desse impacto foi o aumento de 13,3% no número de gatos domésticos no ano de 2009 no Brasil, segundo pesquisa encomendada pelo Sindicato da Indústria de Produtos para Saúde Animal. Ainda segundo a mesma pesquisa, 50% dos gatos vivem em lares de famílias pertencentes à classe C no país. O presidente do sindicato, Luiz Luccas, aponta motivos para essa concentração: “Os gatos precisam de menos tempo e dedicação. Como em uma família de classe C todos trabalham, moram longe e passam pouco tempo em casa, os gatos se encaixam mais” (Del Monte, 2011, p. 30)

Isto é, falta ruptura epistemológica em relação ao senso comum, o que evitaria generalizações. Classe, então, é igualada à renda e tratada a partir do consumo – “cuja importância mostrou-se evidente, por seu poder de compra e tomada de crédito, que aquecem a economia do país” (Del Monte, 2011, p. 2). São as estratégias mercadológicas que guiam o interesse por essa parcela da população, vista como instrumento de marketing. Um dos tópicos de um capítulo é intitulado “as dificuldades em lidar com a classe C” (Del Monte, 2011, p. 30), um enunciado com interdiscursividade com o próprio discurso midiático sobre essa parcela da população (como mostramos a partir da revista IstoÉ Dinheiro em Grohmann, 2015), isto é, tratada como objeto, algo a ser atingido. A autora ainda fala em “comunicação para a nova classe média”, uma visão das próprias agências de publicidade, de forma acrítica e generalizante.

O trabalho de Faria (2012) passa pelas mesmas questões: a visão de classe como renda e mercado, com a estratificação em A, B, C, D e E. “Pessoas pertencentes às classes C, D e E ganharam renda, poder de consumo, projeção social, tipificando uma camada popular emergente” (Faria, 2012, p. 3). Todavia, não há conceituação para o que chama de “camada emergente”, vista como público-alvo a ser “atingido” pela publicidade. Palavras que perpassam todo o trabalho são “marketing”, “concorrência” e “comunicação estratégica”.

A pesquisa de Fregni (2010), por sua vez, fala sobre as relações de consumo presentes na revista Cláudia, tratando, assim como os trabalhos anteriores, de classes a partir da renda, como segmento de mercado, que precisam ser “atingidas pela revista”. Não discute o conceito de classe, apenas dizendo se tratar de uma revista voltada à classe média, somente no plano descritivo. Também não há o devido cuidado teórico conceitual com autores, como no trecho seguinte:

nossas posições, em relação ao consumo, estão muito mais embasadas na análise dos signos do que na análise econômica. Mais voltadas a Barthes do que a Marx. Mais atreladas à ideia do poder da agência humana do que à ideia de alienação e domínio do homem (Fregni, 2010, p. 17).

Como podemos ver, não há clareza conceitual sobre o conceito de sujeito social em Marx⁵⁰, como se somente envolvesse alienação e não emancipação ou expressão humana, e como se a obra marxiana se reduzisse a uma análise econômica.

Já Sato (2010) e Madureira (2012) tem por objeto o celular, Sato (2010) a partir das expressões de mobilidade na comunicação das marcas e Madureira (2012), o uso do celular pela “mulher contemporânea”. Ambos os trabalhos colocaram a palavra “classe” no resumo, mas, no fundo, são conceitos laterais. Por exemplo, a palavra classe só aparece uma vez na dissertação de Sato (2010), em “rápida adesão ao uso entre toda a população, em todas as faixas etárias e classes sociais” – o que, de fato, naturaliza-se o conceito de rapidez e generaliza-se o comportamento dos sujeitos das classes. Já Madureira (2012) procura aplicar um questionário para “mulheres de classe média alta”, sem nenhuma discussão sobre o que isso significaria. Aliás, o objeto da autora é pouco recortado, já que busca entender a relação entre o celular e a “mulher contemporânea”. Ao escolher aplicar o questionário para mulheres de classe média alta, Madureira (2012) acaba por naturalizar o conceito de classe, como se essas mulheres fossem o signo de “contemporâneo”, com as outras classes invisibilizadas e/ou vistas como “ultrapassadas”.

A dissertação de mestrado de Normando (2010) procura entender a cidadania e o consumo nos programas femininos na televisão, especificamente o programa “Mais Você”, da Rede Globo. No resumo, aparece o termo “movimentos de classe”, entretanto o termo classe aparece pouco durante o trabalho. O conceito central é mesmo o de consumo, discutido a partir de Mike Featherstone, Néstor García Canclini e Everardo Rocha. Então, segundo Normando (2010, p. 53), “caberia à TV controlar a luta de classes na medida em que oferecesse produtos certos para cada uma delas”. Trata-se de um trecho ambíguo: estaria a autora incentivando a televisão a controlar a luta de classes ou uma crítica a esse controle pelo consumo? Pela leitura da dissertação, podemos concluir a partir da segunda opção. Contudo, gostaríamos de salientar que ao controlar os modos de ser cidadão pelo consumo, os meios de comunicação não estão controlando a luta de classes; pelo contrário, eles estão na própria luta, acirrando-a.

---

⁵⁰ Cf: Marx; Engels, 2007 [1845-1846].

Já o trabalho de Fernanda Cintra de Paula (2013) procura estabelecer uma relação entre o consumo alimentar e a recepção publicitária em um estudo com crianças de classes populares, a partir dos Estudos Culturais. Uma vez mais, fala-se muito em classe, sem definição ou discussão do conceito. A autora afirma que pesquisará “dez crianças de classe C”, mas não há justificativa de como chegou a esses sujeitos a partir de quaisquer definições de classes. Mesmo não discutindo teoricamente, é interessante notar que, diferentemente da maioria, ela opta por “classes populares” em vez de “nova classe média”, mesmo justificando a importância dessa parcela da população a partir do consumo, como no seguinte trecho:

As classes populares ganharam importância no cenário econômico-social do país, assim como as crianças ganharam relevância dentro de suas casas e também às vistas do mercado, que quer usufruir tanto de seu poder de decisão de consumo, como de seu poder de influência dentro de casa (Paula, 2013, p. 121).

Um outro grupo de teses e dissertações é representado por orientandos de Veneza Ronsini na Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), cujo trabalho já analisamos também nos artigos do Intercom. Dos cinco trabalhos, quatro se relacionam à telenovela e três com recorte de gênero. Em geral, os autores centrais dos trabalhos são Stuart Hall (com o modelo *decoding-encoding*) e Martín-Barbero (com as mediações), e mesclando a representação midiática das classes com estudo de recepção. A classe, então, é vista como uma mediação central da comunicação. Para discutir o conceito de classe, Pierre Bourdieu é o autor mais mobilizado pelos trabalhos, assim como Ralph Miliband.

Contudo, para operacionalização das pesquisas empíricas, o trabalho mais usado é o de Quadros e Antunes (2001), “Classes Sociais e Distribuição de Renda no Brasil dos anos noventa”. Os autores falam em “classes sócio-ocupacionais” e trazem uma categorização de estratificação das classes a partir, principalmente, da ocupação do chefe e família. Ora, por um lado, o texto de Quadros e Antunes (2001) pode auxiliar a operacionalizar uma pesquisa empírica a partir da realidade brasileira (aliás, assim como Santos, 2002) e os trabalhos analisados têm o mérito de se apoiar em uma referência para a construção do objeto empírico de pesquisa (com a seleção dos sujeitos entrevistados), porém: a) nenhuma das dissertações aqui elencadas traz quaisquer reflexões sobre as consequências epistemológicas, teóricas e metodológicas da aplicação do modelo de Quadros e Antunes (2001) para suas respectivas pesquisas (como, por exemplo, o fato de os autores falarem em “classes sócio-ocupacionais” e não “classes sociais”); b) Quadros e Antunes (2001) não colocam questões enfrentadas nem por Bourdieu – um autor central nas dissertações – nem pela tradição marxista, assemelhando-

se mais a uma abordagem neweuberiana⁵¹ (como explicaremos no próximo capítulo), o que nos faz questionar, para além dos trabalhos aqui analisados; c) que papel – inclusive de reflexão – pode desempenhar o campo da comunicação (ou, qual pode ser nossa contribuição) em (re)pensar esses “modelos” de estratificação social, pensando principalmente na luta de classes?⁵²

Um bom ponto notado nas dissertações da Universidade Federal de Santa Maria é que, diferentemente da maioria dos trabalhos, há, além de referências bibliográficas em comum, diálogos entre os autores. Por exemplo, Renata Córdova da Silva, também autora de dissertação aqui analisada, teve duas citações em outros dois trabalhos (como mostra a tabela de citações na análise quantitativa de nossa pesquisa). Desse modo, ajuda a sedimentar melhor o estado atual do campo, sem “recomeçar do nada” todas as pesquisas, como se, realmente, fossem um marco zero⁵³.

Então, Prediger (2011) discute a relação entre mídia e representação juvenil a partir da recepção do “programa Malhação”⁵⁴, da Rede Globo, por seis jovens de classe popular de Santa Maria/RS, cruzando com as representações de juventude e classe no programa. As mediações de institucionalidade, tecnicidade, socialidade e ritualidade em Martín-Barbero (1995) são centrais para a pesquisa. Já Renata Córdova da Silva (2011) trata da recepção da telenovela “Passione”, da Rede Globo, por mães e filhas das classes populares, pensando classe, gênero e geração. Entretanto, acaba por privilegiar a discussão de gênero em detrimento de classe, cujo conceito não foi discutido. Wottrich (2011), por sua vez, também tem uma preocupação de gênero somada a uma preocupação etária, mas a partir de idosas das classes populares e a novela “Passione”, pontuando a classe não é “somente” uma diferença a mais: “a análise das classes sociais adquire relevância em sua articulação com a pesquisa empírica, em categorizações, análise e discussão dos dados” (Wottrich, 2011, p. 32).

Julia Schnorr (2013) também trabalha com uma questão geracional, a partir dos jovens, mas – como já abordado na análise dos artigos do Intercom – a juventude rural,

---

⁵¹ Inclusive, os autores falam em “mercado de trabalho”, o que pressupõe um olhar mais para as relações econômicas de mercado, diferentemente da expressão “mundo do trabalho” (Antunes, 2001), que se relaciona ao sujeito social em todas as esferas de sua vida, em um jogo de “expressão” e “expropriação” (Huws, 2014) e que não se restringe ao local de trabalho.

⁵² Nesse sentido, há de se destacar a tese de doutorado de Lirian Sifuentes (2014), defendida na Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC-RS). Não há aplicação do modelo de Quadros e Antunes, mas há uma reflexividade sobre o que significam os critérios de definição de classe para a pesquisa empírica, também com discussão teórica exemplar. A tipologia utilizada pela autora é baseada principalmente em Jessé Souza (2010): classe média, batalhadora e raladora.

⁵³ Assim, podemos já indicar que a falta de diálogo, em geral, entre os próprios autores que discutem classe no campo da comunicação é prejudicial ao avanço das pesquisas nessa área.

⁵⁴ Assim definido pela autora

especificamente seis jovens rurais ligados a movimentos sociais. O interessante de sua pesquisa é que, mesmo sem um maior desenvolvimento conceitual, a comunicação é pensada a partir de suas relações políticas no cotidiano, e como se desenvolvem as desigualdades sociais no campo. As classes também são vistas, ainda que timidamente, a partir da questão do trabalho: “Para os jovens da amostra, falar sobre o rural é versar sobre o trabalho pesado e que, por vezes, exercem desde tenra idade; é ver o trabalhador como um guerreiro, mas também como um sofredor” (Schnorr, 2013, p. 210).

Esses trabalhos seguem a linha geral teórico-metodológica assinalada acima e também na análise dos artigos do Intercom. A dissertação que mais foge ao padrão é a de Flora Dutra (2014), em que fala de “usos e apropriações” do celular por jovens de classe popular – aliás, o único trabalho sobre celular dentre os trabalhos aqui analisados. A autora afirma que não concebe os conceitos de “recepção” e “consumo” como equivalentes, como podemos ver no trecho a seguir:

a contribuição desta pesquisa configura-se em um viés distinto de interpretar os usos dos aparelhos celulares pela cultura juvenil pelo olhar barberiano do consumo. Nota-se que, muitas vezes, os autores optam por unificar os sentidos do consumo e de recepção, mas aqui não será o caso. Muitas vezes, o entendimento do consumo funde-se ao de recepção. Da materialidade às tramas vivenciadas por jovens de classe popular em seu contexto social, abandona-se a competência de recepção e suas leituras dos textos midiáticos ligados às audiências para entender o consumo e seus “usos sociais” relacionados ao aparelho de celular. Nesta pesquisa, usa-se o mapa das mediações como aporte interpretativo (Dutra, 2014, p. 38).

Quanto aos sujeitos pesquisados – jovens de classe popular – é comum em relação aos outros trabalhos do mesmo grupo. Contudo, sua pesquisa se debruça mais na noção de consumo, e menos nos aportes de Stuart Hall e Martín-Barbero. Dutra (2014), então, procura mostrar o consumo como distinção e comunicação, principalmente a partir de Néstor García Canclini, em diálogo com autores como Mary Douglas e Baron Isherwood e Thorstein Veblen. Em determinados momentos, o conceito de classe aparece mais relacionada ao consumo, como na afirmação seguinte: “consumidores de todas as classes sociais tendem a buscar o novo, o diferente” (Dutra, 2014, p. 65). Do mesmo modo, o que seria conceitualmente esse “novo”, “diferente”⁵⁵? Podemos notar também a utilização de muitas matérias jornalísticas para legitimar questões ligadas à chamada “nova classe média” – que, aliás, a autora usa como sinônimo de “classe popular” e “classe C” (Dutra, 2014, p. 42) – sem a devida problematização teórica. Da mesma maneira, ao falar sobre as classes no Brasil, há uma

---

⁵⁵ Outro exemplo de generalização ocorre em Dutra (2014, p. 138): “O consumo de celular é mais afetivo do que econômico para os jovens de classe popular”.

mistura de autores de posicionamentos diferentes, como Antonio Sérgio Guimarães, Cinthya Sarti e Jessé Souza sem a devida discussão. Aliás, nesse mesmo ponto (Dutra, 2014, p. 43), acaba por colocar na mesma discussão a expressão “classe de idade”, a partir de Edgar Morin, tratando-se de algo não-relacionado ao sentido de classe traçado pelos outros autores.

A última autora desse grupo conta com sua dissertação de mestrado (Sifuentes, 2010) e sua tese de doutorado (Sifuentes, 2014) em nosso *corpus* de pesquisa, sendo que o mestrado foi orientado por Veneza Ronsini da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) e o doutorado por Ana Carolina Escosteguy na Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC-RS)⁵⁶. Em comum, ambos buscam olhar as classes a partir da ótica das mulheres: em Sifuentes (2010), jovens de classe popular e em Sifuentes (2014), mulheres de diferentes classes. A telenovela é também objeto em ambas as pesquisas.

Sifuentes (2010) faz sua pesquisa com 12 jovens entre 16 e 24 anos, moradoras do bairro de Urlândia em Santa Maria/RS e sua fundamentação teórica tem como pilares Stuart Hall, Martín-Barbero e Pierre Bourdieu. Ela procura mostrar como gênero está entrelaçado com as questões de classe, inclusive traçando um paralelo entre feminismo e marxismo. Então, procura observar a “ideologia meritocrática” presente tanto na recepção das jovens quanto nas representações da telenovela, como no seguinte trecho: “compactua-se com a injustiça social, reproduz-se que ser pobre é bom, que o ‘povo’ é mais feliz que a ‘elite’, e que ascender socialmente depende do esforço individual” (Sifuentes, 2010, p. 100), mostrando como há uma “dissimulação das diferenças de classe”, nas palavras da própria autora (Sifuentes, 2010, p. 202).

Em Sifuentes (2014), a autora pesquisou 12 mulheres moradoras da Grande Porto Alegre, entre 27 e 37 anos. Há discussão tanto sobre o conceito de classe quanto dos estudos de recepção, bem como discussão metodológica. O protocolo metodológico da pesquisa se dá em três etapas: “modos de viver”, “modos de ver a mídia” e “modos de ver a telenovela” e a tipologia de classes foi desenhada a partir de Jessé Souza (2010): classe média, batalhadoras e raladoras.

A autora chega a enunciar, em seu trabalho, aspectos marxistas: “daremos foco à relação dos Estudos Culturais com o marxismo, assim como com os estudos de classe de forma mais ampla, os quais se estabelecem desde a constituição da corrente” (Sifuentes, 2014, p. 22). Contudo, apesar de citar alguns autores (como David Morley) dizendo a importância

---

⁵⁶ Mesmo a tese de doutorado não tendo sido orientada por Veneza Ronsini, ela foi aqui incluída por se tratar de uma continuidade do trabalho da autora.

de retomar conceitos de Marx, é Bourdieu⁵⁷ o autor central sobre classes na tese. Assim, aspectos eminentemente marxianos e marxistas, tais como a luta de classes e a relação com a circulação do capital estão ausentes da pesquisa.

Um outro grupo de trabalhos também procura compreender as classes a partir dos estudos de recepção. No total de teses e dissertações pesquisados (incluindo as que já analisamos), há 16 que, de alguma forma, trabalham com a questão da recepção⁵⁸, ou seja, 38% do *corpus*. Da Universidade Federal do Rio Grande Sul, há duas teses de doutorado: Pereira Silva (2012) e Grijó (2014). A primeira fala sobre “usos, consumo e recepção” em um estudo sobre telenovela e o “bumba-meu-boi”, abordando a identidade de uma família de classe popular. Apesar de evocar o termo “classe popular” em seu objeto empírico, a autora não discute o conceito de classe, sendo que há apenas três páginas dedicadas à relação entre trabalho e classe, tratando-se mais da descrição do objeto empírico que uma inter-relação entre os conceitos de classe e trabalho com o observado empiricamente. Em Silva (2012, p. 31), afirma que seguirá o conceito de classe em Ernesto Laclau, porém não cita nem desenvolve o pensamento do autor. Do mesmo modo, o conceito de “renda” não possui nenhuma ancoragem teórica. Uma exceção com relação à questão da classe é uma pequena consideração, que poderia ser ampliada:

levando em consideração os relatos acima sobre a questão de classe, cabe ressaltar que o casal Zuza e Isabel, além de vender sua força de trabalho era também, em pequena escala, proprietário dos meios de produção. Assim, a renda, de acordo com a teoria marxista, não é um indicador de classe social, mas a ‘fonte de renda’ sim, uma vez que o que importa é sua localização no modo de produção (Silva, 2012, p. 173)

Um ponto positivo de seu trabalho é a explicitação do conceito de comunicação com o qual trabalha, diferenciando o que é da ordem do midiático e o que é da ordem do comunicacional: “a necessidade de deixar explícito o que se compreende por comunicação contribui para a defesa de que uma pesquisa de campo não tenha que ter necessariamente um objeto exclusivamente midiático” (Silva, 2012, p. 22).

Já a pesquisa de Grijó (2014) aborda as mediações quilombolas e as apropriações étnicas na recepção de telenovela, principalmente a partir da História Oral. O conceito identitário principal da tese é etnia, mas uma das temáticas das entrevistas realizadas pelo autor é “relações de classe”. Uma vez mais, o conceito é naturalizado e tratado somente a

⁵⁷ No capítulo seguinte, abordaremos a relação entre Marx e Bourdieu nos estudos sobre classes.

⁵⁸ Considerando o trabalho de Flora Dutra (2014) que, embora utilize mais a noção de “usos e apropriações”, há a palavra “recepção” no resumo e certa discussão sobre o termo.

partir da descrição das telenovelas e dos depoimentos dos entrevistados, sem nenhuma relação conceitual. Em outro trecho, Grijó (2014) classifica as temáticas das telenovelas em três tipos de “retratos”: das elites – “aquelas telenovelas centralizadas no cotidiano das classes abastadas e seus dilemas familiares” (Grijó, 2014, p. 219), da história, “cuja temporalidade está no passado com questões sobre escravidão e relações de classe” (Grijó, 2014, p. 219) e, por fim, do contemporâneo, “mais focada nos problemas das novas classes consumidoras brasileiras”. Como observamos em outras análises na presente tese, falar em “classes consumidoras” significa compreender os sujeitos sociais somente como consumidores, tratando-os mais a partir da questão do consumo que do lugar na produção ou das lutas. A falta de discussão conceitual sobre classe também é evidenciada nas diversas terminologias utilizadas para descrever o grupo social estudado: “grupo socialmente marginalizado”, “classes subalternas”... Para além disso, um ponto positivo no que tange ao conceito de comunicação é a tentativa do autor de aproximar o conceito de hegemonia⁵⁹.

Outros dois trabalhos, também do Rio Grande do Sul, falam sobre televisão. Anderson Silva (2013) faz um estudo de recepção com telespectadores gaúchos de classe média sobre o Jornal do Almoço, telejornal do grupo RBS, a partir de um referencial teórico baseado nos estudos culturais, principalmente as mediações de tecnicidade e ritualidade em Martín-Barbero (1995). As justificativas da pesquisa são dadas a partir do público do jornal, classificando as classes em esquema “ABCD” e colocando “o telespectador de classe média” como um ente único, generalizando a discussão. A discussão sobre classe se dá de forma resumida a partir de autores como Anthony Giddens, Bolívar Lamounier e Marcelo Neri, em uma abordagem mais semelhante a um neweberianismo (como explicaremos no próximo capítulo). Contudo, não há a devida discussão de fundo epistemológico e conceitual sobre as implicações desse uso do conceito de classe para a pesquisa. Na verdade, o próprio autor destaca que não é o intuito do trabalho discutir a questão de classe, colocada como uma questão menor frente à pesquisa:

considerando que nosso trabalho enfoca a classe média brasileira, não poderíamos nos esquivar de alinhar algumas considerações sobre essa discussão. No entanto, dado à vastidão desse debate, sobretudo no âmbito da sociologia, nossas observações são apenas um indicativo de que não desconhecemos a polêmica sobre o tema, sem, contudo, abordá-lo em profundidade, já que nosso objeto de estudo é outro (Silva, 2013, p. 43).

---

⁵⁹ Embora haja alguns tropeços conceituais, como no seguinte trecho: “é na obra de Antonio Gramsci (...) que essa noção para pensar as relações sociais vai ser mais elaborada, sem cair no materialismo e no idealismo encontrados no pensamento de outros autores” (Grijó, 2014, p. 89), pois Gramsci se colocava como um materialista.

O autor ainda trata classe como sinônimo de renda, seguindo critério da Fundação Getúlio Vargas (FGV), além de naturalizar o conceito, como em “a classe econômica que mais cresce no Brasil, a classe média” (Silva, 2013, p. 50) ou “o conteúdo ficou menos ‘A e B’” (Silva, 2013, p. 50), isto é, considerando classe a partir de critérios mercadológicos. Logo depois, aplica ao seu estudo as mediações de Martín-Barbero. No entanto, não há coerência epistemológica em aplica-las, pois, diferentemente de Martín-Barbero, Silva (2013) considera a classe como um alvo a ser atingido e não como sujeitos ativos.

O trabalho de Rosa (2014), por sua vez, estuda a televisão a partir da sociabilidade ocorrida no comércio popular, um objeto menos estudado. Entretanto, apesar de ter sido elencado como um dos conceitos-base no enquadramento teórico-metodológico, a noção de classe aparece somente na parte analítica. Nas cinco páginas em que se dedica a discutir o conceito de classe, Rosa (2014) coloca a visão de classe a partir do lugar na produção como algo ultrapassado, como um “paradigma inicial”, propondo, então, falar de classe a partir “do pensamento inverso” (Rosa, 2014, p. 66): o consumo. Ocorre que, se pensarmos na questão marxiana da circulação, produção e consumo são dois momentos distintos, mas parte de um mesmo processo, o que impede de considerar essas duas instâncias como algo estanque. O autor também acaba por colocar no marxismo a pecha de economicista a partir da leitura de Jessé Souza (2010)⁶⁰ e a referência principal de classe para o autor é Pierre Bourdieu.

Sena (2011), por sua vez, estuda a recepção do padre Marcelo Rossi a partir de seus fãs-devotos em uma “comunidade de classe popular” na periferia da cidade de Contagem, Minas Gerais. O conceito principal é o de mediatização, mas não há uma discussão relacionando os estudos de recepção com este conceito. A temática da recepção aparece somente logo antes da parte analítica, funcionando como uma espécie de apêndice para os conceitos de mediatização e celebridade, sem tecer nenhum diálogo relacionando-os. Nesse universo, a palavra classe aparece de forma bem lateral, geralmente ligada à questão da religião, como em: “na América Latina e no Brasil, optou-se por uma postura evangelizadora de conscientização das classes, principalmente pobres e marginalizados, e formação de comunidades transformadoras de sua realidade” (Sena, 2011, p. 22). Ora, a classe aparece como “comunidade” para falar das pessoas entrevistadas, ora como “classe A e B” e, portanto, naturalizando o conceito.

---

⁶⁰ Discutiremos esse ponto no próximo capítulo.

No trabalho de Sobral (2014), “Você gosta de alguém? Representações de amor, erotismo e sexo construídas por crianças em contextos populares a partir da cultura midiática”, o conceito de classe também não é o principal mobilizado, mas o de infância. A autora pesquisou crianças de sete a onze anos das classes populares que frequentam uma organização governamental na zona oeste da cidade de São Paulo a partir de quatro conceitos teóricos chave: recepção ativa, cultura de pares, mediação familiar e reprodução interpretativa, seguindo uma linha teórica via Estudos Culturais e o conceito de mediação em Martín-Barbero (1995). Apesar de citar autores como David Buckingham e Annette Laureau para mostrar como a classe afeta a vida das crianças, o conceito não entra como uma mediação na parte analítica, não havendo também discussão sobre o conceito e seu impacto para a comunicação.

Para finalizar as teses e dissertações na área de recepção, há três sobre internet: Drumond (2014), Bernardes (2012) e Dias (2011). O primeiro discute a novela “Avenida Brasil” em “trânsito” na circulação em rede a partir do Twitter a partir de uma netnografia. Trata-se de uma dissertação com procedimentos metodológicos bem justificados, com reflexividade sobre/na pesquisa. Drumond (2014), então, procura relacionar telenovela e representação e como se relaciona a uma imagem de país considerando a dimensão simbólica ou fabulativa empreendida pela mídia, como um olhar elitizado dirigido às camadas populares – ponto que nos ajuda a compreender também as representações de classe na mídia, ou seja, como se simula um diálogo com as classes populares para realmente não conversar. Não há, no trabalho, uma discussão conceitual no sentido clássico do termo, mas há uma discussão sobre o recente debate em torno do conceito (ou não-conceito) de “nova classe média”, sempre relacionando o termo à telenovela, objeto do estudo: “modos de representação de uma possível identidade de classe” e “mídiatização da nova classe média”⁶¹. Mas o termo “luta de classes” aparece somente uma vez, a partir da questão da linguagem em Stuart Hall (2003).

Os outros trabalhos têm por foco a relação de jovens com a internet. Bernardes (2012) mostra as interações comunicacionais de mulheres jovens em situações de vulnerabilidade social e também apresenta um percurso metodológico. Mas, mesmo falando no resumo em “interações comunicacionais”, a expressão não aparece uma única vez no texto. O “lugar da comunicação” – com título de capítulo homônimo – é definido somente no terceiro capítulo a partir dos estudos culturais, tendo como conceitos-chave usos sociais, mediações, tecnologia,

---

⁶¹ Aliás, podemos notar como o conceito de mídiatização começa a aparecer nos debates no campo da comunicação, especialmente ligando-se ao conceito de classe. O trabalho de Drumond (2014), por exemplo, traz questões semelhantes ao de Mauro (2014).

identidade e sociabilidade. Os autores utilizados para falar de classe são: Axel Honneth, Georg Simmel, George Mead, Peter Berger e Thomas Luckmann, o que nos sugere uma abordagem de cunho teórico mais ligado ao interacionismo. Fala-se, então, mais em socialização via interações e em “luta por reconhecimento” (Honneth, 2003). A partir disso, Bernardes (2012) discute a questão da comunicação comunitária. A partir desse trabalho, podemos nos indagar em que medida um olhar teórico mais interacionista nos permite enxergar as lutas de classes na comunicação.

Já a dissertação de Lia Dias (2011) não é exatamente sobre recepção – já que o termo nem aparece no trabalho, mas traz entrevistas com sujeitos sobre a relação deles com a internet. Quando se fala de comunicação, é somente da “comunicação em rede”: o conceito de comunicação não é discutido a partir dos sujeitos sociais e das interações envolvendo a mediação de classe, por exemplo. A autora procura compreender, então, a inclusão digital como fator de inclusão social. No resumo, a classe aparece a partir da estratificação em C, D e E. Ao longo do trabalho, então, podemos perceber que o conceito de classe é lateral e são privilegiados termos como “sociedade do conhecimento” e “comunicação em rede”. Essa concepção “envergonhada” de classe se soma à defesa do conceito de “trabalho imaterial”, principalmente a partir de Maurizio Lazzarato e André Gorz. Podemos refletir como essa concepção de “trabalho imaterial” ajuda a ressemantizar tanto o mundo do trabalho quanto a luta de classes, reajustando-os ao *establishment*.

Enquanto isso, outro grupo de teses e dissertações – 10, no total – se dedica a estudar como as classes sociais são representadas na mídia. Fonseca (2010) aborda o telejornalismo popular e a questão do sensacionalismo no programa televisivo “Balanço Geral”, principalmente a partir das teorias do jornalismo. Já o conceito de classe não é problematizado em nenhum momento, naturalizando a estratificação a partir das letras do alfabeto (A, B, C...). Paula (2013) também aborda o popular, mas nos jornais “Super Notícia” e “Meia Hora”, buscando compreender representações e projeções identitárias. A pesquisa fala em classe (principalmente “nova classe média”), mas coloca cidadania como categoria central de análise, o que, de certa forma, ajuda a deslocar a centralidade das lutas. Um conceito central em sua pesquisa é o de identidade e são autores centrais Peter Berger e Thomas Luckmann, Erving Goffman e Stuart Hall. Nesse apagamento das lutas, a “nova classe média” é definida a partir de questões comportamentais e de consumo (tendo a renda como indicador básico), como no trecho abaixo:

de um lado, uma nova classe média, que já soma mais da metade dos brasileiros. Média por estar na faixa de renda abaixo dos 10% mais ricos e acima dos 50% mais pobres. Uma classe média que pode ser conceituada sob duas perspectivas: uma leitura possibilitada pelas atitudes dessa nova classe C; ou possibilitada pelo seu potencial de consumo, que pode ser visto à luz da sua capacidade de geração e manutenção da riqueza a longo prazo, graças a mecanismos como a educação e a inserção ocupacional. Essa nova classe média, segundo pesquisadores, apresenta padrões de comportamento próprios e traz anseios e perspectivas específicas (Paula, 2013, p. 250).

Outros indicadores como educação e inserção ocupacional nos remetem a uma análise neoweberiana de classe, como descreveremos no próximo capítulo.

Gustavo de Paula (2011) também apresenta uma pesquisa sobre os tabloides populares em “A Classe C vai às bancas” a partir de uma análise de conteúdo de manchetes e chamadas de primeira página dos jornais “Meia Hora”, “Diário Gaúcho” e “Super Notícia”. O autor inicia abordando a história do chamado “jornalismo popular”, procurando uma definição para o seu objeto de pesquisa:

o segmento em questão não encontra equivalência, por exemplo, nas definições de jornalismo operário, alternativo, sindical ou comunitário. Não está relacionado a publicações gratuitas, desprovidas de objetivos comerciais e/ou circulação irrelevante. O nosso olhar está voltado a jornais diários pagos com tiragens significativas e cuja proposta editorial se destina ou destinava não às elites, mas ao proletariado urbano, às classes de baixo e médio poder aquisitivo e nível de escolaridade (Paula, 2011, p. 17).

No entanto, não há conceituação desse “proletariado urbano” nos pormenores; aparece apenas como sinônimo de “classe C” ou até mesmo “camadas mais amplas”. Então, fala-se em “classes C e D” a partir do “Critério Brasil”. No único momento onde faz referência à situação econômica do país, utiliza a visão de Marcelo Neri (2010). A partir de uma análise de conteúdo dos valores-notícia dos veículos, Paula (2011) coloca ênfase no produto jornalístico, em seu modelo editorial e se ele traz inovações ou não, invisibilizando (ou deixando em segundo plano) os sujeitos “das classes”: não se trata, portanto, de mostrar como os jornais representam ou não as classes e as desigualdades, mas de enxergar essas pessoas como *target* ou público-alvo a ser atingido.

Ainda na esfera do jornalismo impresso, Monteiro (2012) analisa as estratégias enunciativas presentes nas revistas “Ana Maria” e “Malu”, “direcionadas para o público feminino de classe popular” (Monteiro, 2012, p.6). Como no trabalho anterior, ocorre a não-problematização do conceito de classe, reproduzindo a divisão de classes a partir das letras do alfabeto, não problematizando também o termo “nova classe média”. Nota-se não haver um esforço de “ruptura epistemológica”, ocorrendo algumas generalizações em determinados

momentos, como: “é como se a necessidade e curiosidade da mulher brasileira de classe popular não pudessem esperar um mês pela condensação de conteúdos que lhe interessam” (Monteiro, 2012, p. 8) e “as revistas acompanham a informatização da classe média” (Monteiro, 2012, p.30). Além disso, há uma visão linear do processo comunicacional, apesar de abordar a questão da mediação, pois os sujeitos são vistos como *target*, além de uma concepção simplista de identidade, como podemos ver pelo exemplo a seguir: “A mulher que lê Ana Maria e Malu é ainda mais complexa – ela é heterogênea. E as revistas sabem disso, por isso, trabalham para falar com a gordinha, a não gordinha, a mãe de filhos adolescentes [...]” (Monteiro, 2012, p. 130).

Já o objeto de Born (2010) é o colunismo social de Porto Alegre e as representações da elite na mídia. Trata-se de um universo/objeto pouco explorado no campo da comunicação: as representações das elites e seus sentidos no “Programa Sociedade”, programa de colunismo social em Porto Alegre. Do ponto de vista metodológico, há uma consistente reflexão, inclusive a partir de uma “pesquisa da pesquisa”. Houve uma pesquisa sobre como alguns termos, por exemplo, “classe social” e “elite” aparecem em resumos de teses, dissertações e artigos. A partir disso, conceitualmente, a autora trabalha mais com a noção de elite do que propriamente de classe ou luta – a partir de autores como Wright Mills e Tom Bottomore. Segundo Born (2010, p. 90),

De acordo com o exposto, nota-se que os teóricos trabalham a noção de elite de um modo geral ou escolhem e enfatizam um ou dois tipos de elites, normalmente a política e a econômica. Além disso, apesar dessa noção ser considerada polissêmica, adota-se nesta tese a noção de elite como sendo uma minoria que detém o poder baseado em condições *sine qua non* em uma dada sociedade, condições essas que as distinguem da população em geral.

A partir disso, a autora entrevista participantes do programa e os classifica a partir das seguintes categorias: “elite profissional”, “elite com cargos sociais”, “elite econômica-financeira”, “elite política” e “elite estética”. O trabalho, então, centra seus esforços em compreender as representações e os sentidos de elite, considerando questões de estilo de vida e distinção social (principalmente a partir de Pierre Bourdieu). Aí encontra-se a maior contribuição da pesquisa para a questão das classes: como há uma disputa discursiva entre o “gosto considerado legítimo” pela elite e o considerado “brega”, dos “emergentes”. “Os entrevistados reforçam a preocupação com a representação da mídia daqueles que somente possuem dinheiro (os emergentes)” (Born, 2010, p. 191). Porém, se por um lado, há o mérito em mostrar as disputas “simbólicas” – sem, no entanto, teorizar sobre classes ou luta de

classes – por outro, considera-se que há uma busca por ascensão social que “ocorre através da participação do colunismo social” (Born, 2010, p. 191). Ora, não se consegue “medir” ou pensar ascensão social – o que envolve toda a vida concreta e material dos sujeitos – a partir da participação em um programa televisivo destinado ao “colunismo social”, no máximo sendo busca por ascensão de status em determinados grupos da sociedade.

Cardoso (2011) também aborda a disputa discursiva pelo gosto a partir da música considerada “brega”, associado negativamente àquilo que é popular, que sofre estigmatização. Seu enfoque é na indústria fonográfica e na crítica musical no Brasil dos anos 1970. A referência principal do trabalho é Pierre Bourdieu, porém, não há debate algum sobre classes sociais ou comunicação na pesquisa.

Já no âmbito televisivo, Penha (2012) aborda as representações midiáticas da pobreza, tendo como foco o programa “Esquentar”, da Rede Globo. A primeira questão a se notar é o conceito de “pobreza” não é sinônimo de “desigualdade” ou mesmo “luta de classes”. Como afirma Singer (2012), o lulismo não reduziu a desigualdade, apenas diminuiu um pouco a pobreza no país. Quando se fala, portanto, nos conceitos de “pobre” ou “pobreza”, reduz-se os sujeitos à renda. O trabalho de Penha (2012) comprova esse recorte ao colocar que seu enfoque são os “sujeitos de baixa renda”, falando também em classes A1 e B1, por exemplo, como sinônimo de renda. Apesar de no título a autora falar apenas em representações, durante o trabalho percebe-se que a pesquisa pretende combinar uma análise do discurso midiático sobre a pobreza com um estudo de recepção. Entretanto, este não é plenamente desenvolvido, sendo o alvo principal do trabalho compreender a representação midiática. Mostra-se, ainda, um equívoco em relação ao conceito de classe social, como podemos observar no seguinte trecho: “obviamente, não se trata de desvincular a pobreza da ideia de classe social, conceito que na literatura tradicional está tão intrinsecamente relacionado à renda” (Penha, 2012, p. 23). O conceito de classe, então, é discutido a partir de Marx, Habermas (principalmente a partir da crítica a Marx) e Bourdieu, mas não há explicitação de como a autora lê esses autores, não os fazendo conversar nem a chegar a alguma conclusão. A concepção de pobreza relacionada diretamente à renda é confirmada no trecho seguinte, com o acréscimo da não-discussão acerca de termos como “nova classe média” enunciados pela autora, não havendo também maior reflexão metodológica sobre o *corpus* da pesquisa.

Compuseram o referido grupo vinte jovens de baixa renda (até 1,5 salário per capita), residentes em um mesmo bairro periférico da capital. Optou-se por essa faixa de renda a fim de incluir nas análises não apenas a pobreza mais espessa, caracterizada pela extrema falta, como também a chamada nova classe média, que, apesar da ascensão social e conquista de melhores condições financeiras, ainda sofre

uma série de preconceitos por pertencer aos espaços periféricos e por não compartilhar dos mesmos valores culturais da elite clássica (Penha, 2012, p. 82).

Não há, pois, uma definição sobre o que seriam “valores culturais” ou “elite clássica”, por exemplo. A partir disso, a autora conclui que há um reposicionamento do discurso sobre o pobre na televisão, “a partir de uma narrativa que oferece destaque para o lado bom e fraterno das pessoas, para a valorização da diversidade, das manifestações culturais populares e para a difusão dessa imagem positiva” (Penha, 2012, p. 117). Contudo, desconsidera-se os impactos desse tipo de representação levando em conta as questões de hegemonia envolvendo um grande conglomerado midiático, por exemplo.

Outro trabalho que analisa as representações de classe é o de Mauro (2014), procurando analisar a “classe C”, com aspas, nas telenovelas “Cheias de Charme” e “Avenida Brasil”, exibidas pela Rede Globo, em 2012. Seu enfoque é em relação ao sentido de classe e à midiaticização de consumo conferidos pela representação social. Trata-se de um dos poucos trabalhos a falar de midiaticização. O conceito de classe é discutido de forma adequada tanto nos clássicos como Marx e Bourdieu quanto na discussão sobre a chamada “nova classe média”, a partir da crítica de Pochmann e Jessé Souza, sendo também uma das poucas pesquisas a citar referências de classe no próprio campo da comunicação, como Veneza Ronsini. O protocolo metodológico une questões de fundo social com uma abordagem discursiva, principalmente a partir da análise de discurso crítica (Norman Fairclough, por exemplo) e análise de discurso francesa. Um detalhe de cunho teórico-epistemológico é que a autora afirma que essas correntes se baseiam no materialismo histórico e dialético marxista, sendo que essas correntes não podem ser lidas exatamente dessa forma, embora haja uma base crítica em ambas. A partir disso, a autora busca compreender possíveis “inovações” na representação de classe nas telenovelas, e acaba por mostrar que há mudanças, mas também há permanências representacionais. Embora não centre sua análise nas disputas de classe propriamente, algo pouco explorado ao longo da dissertação pode nos trazer pistas: “no caso, a influência da mídia sobre o conhecimento de classe no Brasil, que propositalmente não favorece mudanças ou transformações, pois o dispositivo, de modo geral, traz a lógica hegemônica das elites” (Mauro, 2014, p. 152-153). Indo além da pesquisa de Mauro (2014), podemos pensar: como a lógica do dispositivo da telenovela se faz circular pelas classes sociais e quais suas lógicas hegemônicas, ou, como as lutas de classes também são expressas a partir dos dispositivos comunicacionais⁶²?

---

⁶² O conceito será discutido mais à frente.

A dissertação de Barbosa (2011), por sua vez, mostra como as ações afirmativas e as cotas são representadas na mídia, a partir de uma discussão mais propriamente do conceito de raça do que de classe. A autora afirma que, quando o debate se dá sobre cotas, há uma tentativa midiática do desuso da raça para legitimar a questão de classe, tratando-se de uma “política de nomeação do Outro”. Este é um ponto importante, embora não explorado deste modo pela autora: como o Outro de classe é representado pela mídia? O ponto alto de Barbosa (2011) é que trata as classes a partir do ponto de vista das lutas, falando também em hegemonia e contra-hegemonia. No entanto, há uma confusão acerca do conceito de classe no marxismo. Para Barbosa (2011, p. 29), “vale lembrar que há duas visões de classes sociais a considerar: a marxista ou Teoria Crítica e a liberal”. Assim, a autora discorre sobre classe a partir da Escola de Frankfurt, de forma sucinta. É, pois, um equívoco igualar a “Teoria Crítica” ao marxismo em geral, sendo que o conceito de classe não é exatamente desenvolvido pelos autores da Escola de Frankfurt. A autora, ainda, em outro momento do trabalho, traz Gramsci para o debate, mas no sentido dele, supostamente, superar a “proposição marxista de relações de produção e lutas de classe” (Barbosa, 2011, p. 34). Ora, a perspectiva gramsciana não perde de vista as lutas de classes ao incorporar a sociedade civil em sua discussão.

Com relação a outros trabalhos, um objeto pouco estudado no *corpus* de teses e dissertações é o cinema. Souto (2011) procura compreender como a juventude de classe média é retratada no cinema brasileiro. De início, a autora refuta que seu trabalho seja um estudo de representação: “não analisamos a representação, mas a partir dela buscamos apreender a maneira como as juventudes transitam em meio às possibilidades de um contexto brasileiro de classe média” (Souto, 2011, p. 11). Souto (2011), então, trata o cinema como linguagem e prática social, tendo por referências principais teoria do cinema e Estudos Culturais, principalmente Raymond Williams, referência que perpassa todo o trabalho. Com relação à classe, Jessé Souza é um autor muito citado, mas no momento em que disserta mais longamente sobre classe as referências principais acabam sendo Amaury de Souza e Bolívar Lamounier (2010), em livro patrocinado pela Confederação Nacional da Indústria e criticado por Jessé Souza (2010; 2015). Além disso, Souto (2011) coloca que a visão marxista⁶³ de classe seria “inadequada” para uma “nova realidade”, como podemos observar no trecho abaixo:

---

⁶³ Além do mais, critica suposta visão determinista entre “estrutura” e “superestrutura” em Marx. Uma boa resposta a isso pode ser encontrada em Eagleton (2012).

A concepção marxista clássica é, portanto, intimamente ligada à posição no sistema produtivo, marcada por um viés fortemente econômico e por um contexto industrial, de menor diferenciação do trabalho em relação ao que se vê nos dias atuais. Este quadro se torna, assim, inadequado para a nova e complexa realidade contemporânea, carecendo de algumas revisões – o que cabe perfeitamente na perspectiva dos estudos culturais, que constantemente revisitam conceitos marxistas clássicos (como os já vistos base, superestrutura e determinação), apontando para suas fragilidades e se filiando, mais propriamente, às investigações pós-marxistas (Souto, 2011, p. 25).

Ora, como veremos adiante, o conceito marxiano de classe não é somente econômico, pois é marcado pela concretude da vida material, não sendo também um conceito estático, mas que deve ser interpretado à luz da realidade em movimento. Os estudos culturais, por sua vez, têm se filiado a abordagens não-marxistas⁶⁴, como mostra Fuchs (2014a), preferindo ressaltar a criatividade e liberdade dos sujeitos em detrimento das lutas e conflitos. Isso não significa, contudo, que uma filiação aos estudos culturais signifique, como na visão de Souto (2011), uma investigação “pós-marxista”, pois aqui reivindicamos, assim como Williams (1989)⁶⁵, uma visão materialista dos estudos culturais.

Outra pesquisa que aborda o cinema é a de Cardenuto (2014), que trata do cinema político de Leon Hirszman e a resistência à ditadura militar no Brasil. Seu estudo está na interface entre Cinema e História, mostrando como questões de classe e suas lutas aparecem na produção cinematográfica brasileira a partir da figura de Hirszman, que possuía uma chave próxima à resistência articulada pelo Partido Comunista Brasileiro (PCB) na época da ditadura militar. Ou seja, é o cinema sendo visto como arena para a luta de classes e também para a ação política⁶⁶, questão essa das lutas que é minoria no *corpus* analisado. A tese de Cardenuto (2014), então, propõe

o estudo de uma obra que se comprometeu com um engajamento de herança comunista, articulou conteúdos e formas estéticas de resistência à ditadura e construiu interpretações acerca da classe popular e da sociedade brasileira atravessada pelo autoritarismo dos militares (Cardenuto, 2014, p. 368).

Com isso, o cineasta coloca uma imagem politizada da classe popular, pensando a transformação social em uma chave comunista. Um exemplo é o filme “ABC da greve”, que “apostava na política como ato de militância no tempo presente, materialidade artística para estimular e mobilizar uma *práxis* vinculada diretamente à classe popular” (Cardenuto, 2014, p. 371). O cinema de Hirszman, então, é compreendido “em diálogo com a arte política de

⁶⁴ A nosso ver, termo que diz algo mais do que “posmarxistas”.

⁶⁵ Aliás, um autor muito citado por Souto (2011)

⁶⁶ E também como uma das manifestações críticas à “modernização conservadora”, assim como o teatro.

esquerda e a partir de um fazer cinematográfico concebido como ato de engajamento em uma contemporaneidade histórica” (Cardenuto, 2014, p. 372). Se por um lado, não há nesse trabalho uma discussão conceitual sobre classe ou comunicação, por outro, há o mérito de considerar as disputas de classes envolvendo a produção cinematográfica de um autor em um contexto social brasileiro – isto é, consegue analisar a *práxis* envolvendo classe popular, produção midiática e contexto do país.

A questão política, que é pouco explorada no total do *corpus* analisado, está presente também na tese de Barbosa (2013) sobre a comunicação do Movimento Sem-Terra (MST). O autor concebe comunicação a partir das lutas políticas e de questões de hegemonia, procurando pensar a comunicação das classes trabalhadoras e o papel da arte na luta de classes dentro da política de comunicação do MST. Como afirma Barbosa (2013, p. 23),

as ações do MST, tanto no campo das lutas populares, como no campo da comunicação, ao propor a união entre os trabalhadores do campo e da cidade, ao construir uma pedagogia que estimule a consciência crítica que construam outras formas de comunicação trazem a esperança que a América Latina, tão negligenciada pela indústria cultural e pela indústria jornalística, seja elemento que catalise as ações de emancipação das classes populares

A partir disso, trabalha o conceito de classe em Lenin e Gramsci, trazendo também discussões sobre imprensa da classe trabalhadora e comunicação educadora (ou comunicação e educação). Se, como em Cardenuto (2014), a ação política é evidenciada, podemos notar em Barbosa (2013) a falta de uma concepção metodológica da tese, pois a pesquisa fica muitas vezes restrita ao plano descritivo dos feitos do MST, sem um viés mais analítico envolvendo os conceitos trabalhados na pesquisa.

Cardenuto (2014) e Barbosa (2013) defenderam suas pesquisas na Universidade de São Paulo (USP). Silva (2011) aborda também questões de hegemonia em “Novas subjetividades subalternas na cidade: comunicação, cultura e espacialidade”. A partir da Rede LivreLeste, propõe-se pensar a construção de ações emancipatórias frente às imposições hegemônicas. David Harvey e Milton Santos são autores chamados a discutir as relações entre comunicação, cultura e espaço, sendo que o conceito de comunicação é compreendido a partir dos vínculos societários. A questão de classe não é enunciada diretamente a partir de uma discussão, aparecendo mais em trechos como este: “Ao se transferir para a esfera do consumo a responsabilidade pela emancipação do indivíduo, retira-se do discurso a relação de classe e, consequentemente, as possibilidades contra-hegemônicas” (Silva, 2011, p. 21). Contudo, não há o desenvolvimento da crítica de classe à questão do consumo, sendo somente um detalhe.

Mais do que o próprio conceito de classe (em sentido *stricto*), o termo “subalterno” possui mais força na pesquisa: segundo Silva (2011), ele está em um “plano semântico que transcende a determinação econômica pelo lugar que a classe ocupa na estrutura produtiva, atendendo ao mesmo tempo, à dominação cultural, a qual se define pelo lugar que a mesma classe ocupa no âmbito da hegemonia” (Silva, 2011, p. 35). A partir disso, podemos notar que há o mesmo equívoco de outros trabalhos ao colocar o conceito de classe como sendo de determinação econômica. No sentido metodológico, o trabalho de Silva (2011) apresenta uma falta de organicidade na relação entre os capítulos, entre os conceitos apresentados e a parte empírica, que acaba não sendo muito desenvolvida (algo reforçado pelo texto das considerações finais).

Já Simões (2010) pesquisa os processos comunicacionais em instituições de ensino superior, a partir de um estudo de caso da UniRadial – Estácio. O conceito de classe não é problematizado e, por sua vez, é naturalizado na classificação A, B, C, D sem a devida discussão. A maior discussão sobre o conceito auxiliar o trabalho a compreender melhor um ponto importante da pesquisa, que é a relação entre o setor educacional de iniciativa privada e as classes populares. “Os resultados apontam que o aluno da UniRadial – Estácio é claramente oriundo das classes populares, reside em áreas periféricas” (Simões, 2010, p. 6). Isso acontece também porque o conceito de classe não é central no trabalho. Além disso, a autora não problematiza o conceito de comunicação (e mesmo de “processos comunicacionais”).

O último trabalho do *corpus*, também defendido na Universidade de São Paulo (USP), traz o ponto-de-vista da comunicação organizacional sobre as classes. Em “Reputação: as interpretações dos sujeitos organizacionais e coletivos no contexto normativo de transição do capitalismo material para o imaterial cognitivo em rede”, Oshiro (2014) busca compreender os “indivíduos gestores da comunicação bem como das classes que os representam” (Oshiro, 2014, p. 9). Assim, o sentido de classe atribuído pela autora é sinônimo de profissão, corporação, organização profissional (como a “Associação Brasileira das Agências de Comunicação” – ABRACOM), entidade de classe. Por um lado, este é um dos poucos trabalhos do *corpus* a abordar questões de trabalho e capitalismo. No entanto, podemos perceber nessa tese um movimento de inversão ideológica de autores: apresenta teóricos críticos ao capitalismo para poder mostrar uma imagem boa do capitalismo, principalmente com a mudança para o “capitalismo imaterial cognitivo em rede”, valorizado pela autora. Oshiro (2014), então, traz autores como Octavio Ianni, Milton Santos e Stuart Hall para a discussão, mas para valorizar esse capitalismo imaterial-cognitivo, não para fazer a crítica a ele, ou seja, desloca e reinterpreta os autores. Do mesmo modo, coloca a “liquefação da

realidade” como algo bom. A narrativa positivada desse pretensão “novo capitalismo” pode ser exemplificada em: “apresenta-se uma diferença fundamental em relação aos meios de produção do passado: o saber é reproduzível, praticamente a custo zero, em quantidades ilimitadas, cada vez mais desvinculado do humano” (Oshiro, 2014, p. 55). Há também a valorização de autores como André Gorz e de palavras como inovação, eficiência, integração, liderança e flexibilidade de uma maneira não-dialética. Outra inversão pode ser notada quando Oshiro (2014) afirma que adota o conceito de valor a partir de Marx (o que deveria envolver mais-valia, exploração, a própria luta de classes), mas acaba por dizer que os conceitos de Marx são ultrapassados por causa das mudanças no mundo, argumentando que o “capitalismo cognitivo” seria essa nova realidade e se relacionaria a uma “construção semiótica”. Ora, inverte-se toda a discussão de classes e da materialidade concreta dos sujeitos: quem fala nesse trabalho é a voz da organização, no mundo do trabalho (Rebechi; Figaro, 2013), demonstrada por algumas palavras-chave desenvolvidas na tese: “controle estratégico”, “gestão”, “modelo de negócio”, “personalidade organizacional integradora”, “gestão de ativos imaterializados e intangíveis” e também pode ser conferida nesses trechos: “a nova gestão preconiza uma comunicação multidimensional, além da transmissão informativa” (Oshiro, 2014, p. 103) e “demanda nata do homem de buscar a evolução e a excelência” (Oshiro, 2014, p. 108). Ou seja, por mais que a autora traga uma leitura de Karl Marx⁶⁷, no desenvolvimento de sua pesquisa, acaba por vocalizar o capital e o discurso da organização, positivando o que chama de “gestão dos ativos imaterializados e intangíveis” (Oshiro, 2014, p. 112), sem discussão alguma sobre a teoria do valor marxiana ou mesmo sobre materialismo histórico e a questão do sujeito social. Assim, Oshiro (2014) desautoriza o lugar de fala dos autores estudados, desdizendo-os. Há, então, uma breve discussão sobre o conceito de classe a partir de Max Weber (que abordaremos no próximo capítulo). A partir disso, operacionaliza empiricamente classe a partir da questão das “entidades de classe”: “Classe Capital”, representada pelo “Instituto Brasileiro de Relações com os Investidores” e a “Classe Comunicação”, representada pela “Associação Brasileira das Agências de Comunicação”, como se a comunicação não estivesse ligada à “classe e capital”, por exemplo, invisibilizando, na verdade, o próprio papel comunicacional no capitalismo e nas lutas de classe. Para “medir” a reputação dos “sujeitos organizacionais” (e não sociais, diga-se de passagem), a autora estabelece seis categorias: 1) Reputação – identidade, marca; 2) Reputação – confiança, credibilidade; 3) Reputação – responsabilidade social, governança,

---

⁶⁷ Muitas vezes, aliás, por meio da leitura de Anthony Giddens.

cidadania; 4) Virtudes humanas; 5) Desempenho – eficácia, eficiência e controle; 6) Norma/Ordem (Oshiro, 2014, p. 181). A partir dessas categorias, Oshiro (2014), em uma das etapas, procura fazer um “estudo fenomenológico das essências humanas” categorizando esses sujeitos organizacionais em, por exemplo, “Homem bom” e “Homem mau”, “sentimentos mais nobres em um homem”. Com isso, podemos perceber que há questões de ordem teórico-metodológica que não possuem coesão, nem coerência epistemológica entre instâncias e fases da pesquisa.

A partir das 42 teses e dissertações, portanto, podemos elencar que: a) há muitas pesquisas que naturalizam ou não discutem suficientemente o conceito de classe; b) há casos também em que não fica claro o conceito de comunicação ou como a questão de classe se inter-relaciona; c) alguns trabalhos ainda demonstram incoerência epistemológica entre a instância teórica e a empírica da pesquisa, como Lopes (2005) já havia atestado; d) são poucos os trabalhos que dão ênfase à questão das lutas ou dos conflitos de classe; e) as teorias marxistas de classe, muitas vezes, são vistas como “ultrapassadas”; f) por fim, há algumas exceções no que tange aos desafios teóricos, epistemológicos e metodológicos de classe na comunicação, que já foram pontuados ao longo do capítulo.

1.6. Algumas Considerações

O corpus de artigos, teses e dissertações nos mostra certa saturação de sentido⁶⁸ com relação à compreensão do conceito de classe social no campo da comunicação, principalmente no que tange às disputas pelo conceito no campo e como podemos compreender as lutas de classes no próprio campo científico da comunicação. Os enquadramentos bibliográficos e, por consequência, teórico-conceituais ajudam a observar os lugares-de-fala da pesquisa e como os objetivos de uma pesquisa nunca são neutros (Schneider, 2013); pelo contrário, as escolhas revelam olhares sociais e comunicacionais.

Se por um lado, o conceito de classe não detém hegemonia no campo como um todo, por outro, o *corpus* analisado nos mostra, em certa medida, fragilidades teóricas e metodológicas, principalmente envolvendo os conceitos de classe social e comunicação. Os autores mais citados dos trabalhos também nos evidenciam dificuldades de diálogo entre os pares que estudam as mesmas temáticas na pesquisa brasileira.

Com relação a eixos teóricos, podemos evidenciar que: a) os estudos de recepção ainda possuem alguma relevância no cenário das classes, mas não são os únicos; b) os estudos de consumo têm aparecido com força, tensionado a questão das classes na comunicação, muitas vezes invisibilizando conflitos e colocando os sujeitos sociais apenas como consumidores⁶⁹; c) há muitos trabalhos que procuram pensar as representações ou discursos midiáticos sobre as classes; d) há ensaio de alguns (poucos) trabalhos que envolvem a questão da “produção”, envolvendo o modo de produção capitalista e a economia política. No entanto, são exceções no *corpus*, o que mostra uma necessidade de essa área fortalecer-se no debate sobre classes perante o campo comunicacional. Consideramos, pois, que esses eixos ajudam a estruturar o que se pensa por classes sociais na comunicação⁷⁰. Isso será destrinchado nos capítulos 4 e 5.

Além do mais, reiteramos o que já foi afirmado no fim da última seção. As pesquisas, em grande parte, naturalizam ou não-discutem (um “falar para não-falar”) o conceito de classe e/ou não há uma relação mais explícita com uma perspectiva comunicacional e/ou não há uma

---

⁶⁸ Saturação no sentido de que a composição do *corpus* – formado por artigos, teses e dissertações – foi considerada adequada para observar o movimento do conceito de classes sociais no campo da comunicação. A análise qualitativa, texto a texto, ajuda a mostrar essa saturação, que se reflete, inclusive, em certa repetição textual.

⁶⁹ Além disso, em certa medida, tem feito circular um sentido de classe equivalente à renda

⁷⁰ O próprio nome “eixo” é dado no sentido de um olhar que ajuda a sustentar teoricamente as classes na comunicação.

“vigilância epistemológica” entre as instâncias e fases da pesquisa. Os sentidos teóricos das classes, pois, são banalizados ou pouco aprofundados.

Notadamente, há exceções, como a maioria dos trabalhos orientados por Veneza Ronsini, por exemplo, e algumas pesquisas que ressaltamos ao longo do capítulo. O trabalho de sistematização de dados desses artigos, teses e dissertações nos ajuda a mapear o terreno e também a trazer outras perguntas para o campo. É interessante notar o volume de trabalhos que naturaliza uma estratificação das classes com base nas letras do alfabeto (A, B, C, D..), não discute o conceito ou não conhece as consequências teórico-epistemológicas do uso de determinado enfoque.

Além disso, podemos notar termos como “lutas” e “conflitos” sendo invisibilizados e, em alguns trabalhos, como conceitos ligados ao marxismo são vistos como ultrapassados e que precisam ser superados. Por isso, vemos necessidade de discutir mais a fundo o conceito de classe social (inclusive no marxismo) e suas implicações para as pesquisas, o que faremos no próximo capítulo.

2. TEORIAS DE CLASSES E IMPLICAÇÕES TEÓRICO-METODOLÓGICAS

No capítulo anterior, fizemos uma análise de artigos, teses e dissertações do campo da comunicação entre 2010 e 2014 que trataram das classes sociais. Uma das questões levantadas é certa falta de discussão do conceito de classe. Por isso, julgamos pertinente discuti-lo, procurando mostrar sua atualidade e as implicações na escolha de um autor ou outro.

O conceito de classe não é estático, no sentido de que acompanha o movimento dialético da história. Houve quem refutasse nos últimos anos a importância do conceito de classe social para compreensão da (e atuação na) realidade. As teorias de classe continuam como chaves explicativas da sociedade atual? Segundo Therborn (2012a), a classe continua a ser a principal categoria em muitos campos, seja na corrente sociológica dominante, nas teorias sobre mobilidade social, nos estudos de práticas de consumo e nos estudos que buscam entrelaçar classe, raça e gênero.

Das três matrizes sociológicas fundadoras, o conceito de classe social aparece como fundante em duas delas: as derivadas de Marx e Weber. Para Durkheim (2004 [1893]), as questões de coesão, integração e solidariedade são o primeiro plano da discussão sociológica em detrimento de questões relativas propriamente às classes.

Deste modo, este capítulo discute o conceito de classe social em duas correntes sociológicas clássicas – as marxistas⁷¹ e a weberiana. Depois, mostra os avanços e as controvérsias do conceito na obra de Pierre Bourdieu. Em seguida, comentamos a perspectiva de classe em dois grupos atuais de autores que dialogam, em maior ou menor medida, com a tradição marxista: Slavoj Žižek e Antonio Negri e Michael Hardt. Por fim, trazemos uma discussão sobre o conceito de classe na teoria social brasileira, de forma a mostrar como historicamente os pensadores brasileiros têm entendido a questão das classes sociais.

Os autores estrangeiros e nacionais foram escolhidos por sua relevância teórica e seu impacto na pesquisa brasileira. Marx e Weber são dois dos três pilares clássicos da sociologia. Se existisse um quarto pilar, esse seria Bourdieu, a partir de sua contribuição à sociologia e à questão de classes no século XX – e é o sociólogo mais citado nas pesquisas analisadas no capítulo 1. Já Žižek e a dupla Negri e Hardt, embora não tenham sido muito citados no capítulo anterior, podem ser considerados expoentes no presente das ciências humanas,

---

⁷¹ Preferimos “as marxistas”, no plural, por entender que o pensamento marxiano se estendeu para diversas correntes que, por vezes, não dialogam harmoniosamente uma com a outra.

contribuições originais que, de alguma forma, tensionam o sentido clássico das classes sociais. Desse modo, trazer esses autores ao debate é, de alguma forma, colocar as classes em perspectiva no debate internacional contemporâneo.

No plano nacional, elencamos autores considerados “clássicos” na tradição de pensar o Brasil, como Gilberto Freyre, Sérgio Buarque, Darcy Ribeiro, Caio Prado Jr. e Florestan Fernandes, de forma panorâmica, procurando pensar as suas contribuições para os estudos de classes sociais. Em seguida, apresentamos os desenvolvimentos teóricos de intelectuais contemporâneos, como Ricardo Antunes, José Alcides Figueiredo Santos, Jessé Souza, Márcio Pochmann e André Singer. Enquanto Antunes pode ser considerado como o principal nome da sociologia do trabalho no país, José Alcides Figueiredo Santos, Jessé Souza e Márcio Pochmann têm se dedicado a estudar o conceito de classe e a estratificação social no Brasil. Já Singer, com formação em Ciência Política, apresenta em “Os Sentidos do Lulismo” (Singer, 2010), um retrato da sociedade brasileira e a questão de classe com o governo Lula na primeira década do século XXI.

2.1. Classe em Marx e nos marxismos

A noção de classe social é mais presente enquanto “conceito” nos marxismos do que propriamente na obra marxiana, onde se vê mais o conceito aplicado do que necessariamente sua definição sistemática, que havia sido destinada para a obra “O Capital”. Mas este acabou sendo o último e inconclusivo capítulo do livro III, publicado postumamente. “O que constitui uma classe?”. A resposta a essa pergunta é formada por mais uma indagação: “o que determina que os trabalhadores assalariados, os capitalistas e os latifundiários constituam as três grandes classes?” (Marx, 1974 [1894], p. 886). No entanto, a resposta é uma página em branco.

Para as perspectivas marxistas, as classes são sempre no plural, pois é uma relação, e uma classe não pode existir sem a outra. São atores históricos e forças sociais. As relações capitalistas de produção geram um tipo muito específico de estruturas de classes. Deste modo, as relações de classes são determinadas pelas relações sociais de produção, considerando como fundamentais as relações de propriedade e a exploração. Não podemos separar a divisão da sociedade em classes da divisão do trabalho. “A conceitualização de classe remete essencialmente à posição (objetiva e subjetiva) que os indivíduos ocupam no mundo da produção social” (Antunes, 2005, p. 103). Ou, como diz Frederico (2009, p. 1), “as classes, assim, são entendidas como um componente estrutural da sociedade capitalista e, ao mesmo tempo, como sujeitos coletivos que têm suas formas de consciência e de atuação determinadas pela dinâmica da sociedade”.

Para Eagleton (2012, p. 134), “o marxismo não define classe em termos de estilo, status, renda, sotaque ou preferência pessoal de ornar as paredes com patos ou Degas”: o mais importante é seu lugar no modo capitalista de produção. A análise da diferenciação social, para os marxismos, não se separa da análise dos conflitos e das lutas. Não se trata somente de uma questão de renda, ocupação, grau de escolaridade, prestígio ou instrução. Há aí, uma centralidade do mundo econômico, mas que deve ser entendido dialeticamente e não como algo reducionista. Segundo Eagleton (2012, p. 101),

a afirmação de que para Marx tudo é determinado pela ‘economia’ é uma supersimplificação absurda. O que molda o curso da história, a seu ver, é a luta de classes; e as classes não são redutíveis a fatores econômicos. É verdade que Marx encara as classes, quase sempre, como grupos de homens e mulheres que ocupam o mesmo lugar dentro de um modo de produção, mas é sintomático que falemos de classes sociais, e não de classes econômicas. Marx escreve sobre as relações ‘sociais’ de produção, bem como sobre revolução ‘social’. Se as relações sociais de

produção têm prioridade sobre as forças de produção, fica difícil ver como algo francamente rotulado como ‘o econômico’ possa ser o motor primordial da história.

Marx (1977b [1852]) dizia que muitos autores antes dele já haviam falado de classe. Uma das novidades que ele diz trazer é demonstrar que a existência das classes está ligada somente a determinadas fases de desenvolvimento da produção, ao modo de produção capitalista. E o que definiria as classes é o lugar na produção, considerando a “luta de classes”.

Marx declara no Manifesto Comunista que “a história de toda a sociedade existente anteriormente é a história da luta de classes”. Claro que não se deve interpretá-lo ao pé da letra. Se o fato de eu escovar os dentes na quarta-feira passada conta como parte da história, é difícil considerar tal ato como uma questão de luta de classes. Executar determinado arremesso no críquete ou ter obsessão patológica por pinguins não é fundamentalmente relevante para a luta de classes (Eagleton, 2012, p. 30).

Ou seja, a exclusividade das teorias marxistas não é a observação de que a sociedade é dividida em classes, mas os conflitos e lutas no processo histórico e material.

Sobre o Manifesto Comunista: antes de tudo, é um libelo sobre a modernidade, onde tudo o que é sólido se desmancha no ar e tudo o que é sagrado é profanado. Neste contexto, Marx e Engels (1996 [1848]), dialeticamente, elogiam a burguesia por seu papel revolucionário: ela quebrou a hierarquia feudal, liberando o esforço e a capacidade do ser humano para o desenvolvimento. É o trabalho que passa a ser valorizado em detrimento de critérios como nobreza.

Porém, o motivo da exaltação também é o do seu enterro: a exploração do trabalho. “Em lugar da exploração velada por ilusões religiosas e políticas, a burguesia colocou uma exploração aberta, cínica, direta e brutal” (Marx; Engels, 1996 [1848], p. 23). A burguesia, então, colocou no lugar da sociedade feudal novas formas de lutas de classes e condições de opressão.

Marx confere um protagonismo ao proletariado: seria a classe revolucionária por excelência. A classe operária tem um papel importante nas análises marxianas e não se limitaria somente aos industriais: ela “agrupa todos os que são obrigados a vender a própria força de trabalho ao capital, que padecem sob sua disciplina opressiva e que têm pouco ou nenhum controle sobre suas condições de trabalho” (Eagleton, 2012, p. 143).

Pois o que, no “Manifesto do Partido Comunista” (Marx; Engels, 1996 [1848]) era uma divisão entre “burgueses” e “proletários” ganha contornos mais refinados em “As Lutas de Classe na França de 1848 a 1850” (Marx, 1977a [1850]) e em “O 18 Brumário de Luis

Bonaparte” (Marx, 1997 [1852]), onde o autor chega a citar sete classes, dando importância à questão do fracionamento de classes, às diferentes formas de propriedade, as diferentes maneiras de pensar e condições sociais. É importante salientar que a classe só se efetiva na relação: só há dominação com dominadores e dominados, ou seja, a partir das relações sociais.

No 18 Brumário, Marx (1997 [1852]) procura operacionalizar a análise de classe no processo político, com uma análise de conjuntura, em que se deve considerar o movimento e a história, não de forma determinista, pois as classes se formam nas lutas de classes, e é preciso considera-las também como atores políticos. O autor atribui uma centralidade aos chamados “porta-vozes”, como partidos, sindicatos ou igrejas, por meio dos quais seriam reverberados os interesses de classe, como uma representação de classe. Estes representantes não atuariam como porta-vozes diretos, mas como portadores de uma visão de mundo que ajuda a contribuir com a reprodução dos valores.

Milhões de famílias existindo sob as mesmas condições econômicas que separam o seu modo de vida, os seus interesses e a sua cultura do modo de vida, dos interesses e da cultura das demais classes, contrapondo-se a elas como inimigas, formam uma classe. Mas na medida em que existe um vínculo apenas local entre os parceiros, na medida em que a identidade dos seus interesses não gera entre eles nenhum fator comum, nenhuma união nacional e nenhuma organização política, eles não constituem classe nenhuma. Por conseguinte, são incapazes de fazer valer os interesses da sua classe no seu próprio nome, seja por meio de um Parlamento, seja por meio de uma convenção. Eles não são capazes de representar a si mesmos, necessitando, portanto, ser representados (Marx, 1997 [1852], p 142-143).

Deste excerto, podemos tirar três questões: a) a problemática da classe passa pelo fator de “identidade de classe”; b) refuta-se o argumento de que Marx seria um “economicista”, pois chega a falar, inclusive, em “cultura das classes”; c) mostra que os interesses de classe também possuem uma dimensão ideológica. A classe dominante, assim o é porque suas ideias dominam, como Marx e Engels (2007 [1845-1846]) explicam, em “A Ideologia Alemã”:

As ideias da classe dominante são, em cada época, as ideias dominantes, isto é, a classe que é a força material dominante da sociedade é, ao mesmo tempo, sua força espiritual dominante. A classe que tem à sua disposição os meios de produção material dispõe também dos meios da produção espiritual. As ideias dominantes não são nada mais do que a expressão ideal (ideológica) das relações materiais dominantes [...] (Marx; Engels, 2007 [1845-1846], p.47).

Não foi Marx quem iniciou o uso do termo “ideologia”: ele apenas o retomou, a partir do sentido de Napoleão (Löwy, 1985). E há diferentes conceitos na própria obra marxiana, como “especulação metafísica que inverte a realidade” (A Ideologia Alemã) ou

"superestrutura ideológica" (18 Brumário de Luis Bonaparte). Löwy (1987) explica a riqueza deste texto marxiano de 1852:

é a classe que 'cria e forma' visões sociais de mundo ('superestruturas'), mas estas são sistematizadas e desenvolvidas por seus 'representantes políticos e literários', isto é, seus ideólogos (ou utopistas). A visão social de mundo (ideológica ou utópica) com seus diversos componentes corresponde não somente aos interesses materiais de classe, mas também à sua *situação social* – conceito mais amplo, que permite superar a tentativa reducionista que relaciona as ideologias apenas ao 'interesse' (economicamente definido) (Löwy, 1987, p. 121, grifos no original).

Do mesmo modo que o conceito de classe é ressignificado de acordo com cada "corrente" marxista, o mesmo acontece com o conceito de ideologia, como mostra Eagleton (1997).

A situação, em resumo, está agora inteiramente confusa. A ideologia parece agora denotar simultaneamente a falsa consciência (Engels), todo pensamento socialmente condicionado (Plekhanov), a cruzada política do socialismo (Bernstein, e às vezes Lenin) e a teoria científica do socialismo (Lenin). Não é difícil perceber como ocorreram essas confusões. Elas parecem originar-se, na verdade, do equívoco que notamos nas obras de Marx entre ideologia como ilusão e ideologia como a armadura intelectual de uma classe social (Eagleton, 1997, p. 87).

Os marxismos posteriores a Marx nos mostram que, mais do que uma ilusão, são os valores e ideias de uma classe social ou ainda, uma maneira de pensar, os definidores de uma ideologia, de determinada visão do mundo⁷².

A questão da identidade conferida às classes leva à separação, na obra de Marx, entre "classe em si" e "classe para si", onde o primeiro termo se dá pelo compartilhamento de condições objetivas ou mesma situação em relação à propriedade dos meios de produção, como escreve Marx, em célebre passagem de "Miséria da Filosofia" (Marx, 2009 [1847], p. 147-148):

a dominação do capital criou para esta massa uma situação comum, interesses comuns. Assim, esta massa já é uma classe diante do capital, mas não o é ainda em si mesma. Na luta, na qual assinalamos apenas algumas fases, esta massa se reúne, se constitui em uma classe em si mesma. Os interesses que ela defende tornam-se interesses de classe. Mas a luta de classe com classe é uma luta política (Marx, 2009 [1847], p. 147-148).

Se a "classe em si" detona o pertencimento do proletariado à sociedade de classes, a "classe para si" se relaciona ao antagonismo estrutural da sociedade, e leva, então, à auto-abolição do proletariado e das classes, não sendo somente uma organização política em

⁷² Salientamos que a intenção deste capítulo é debater o conceito de classe social e, portanto, o conceito de ideologia somente será debatido quando for de crucial importância para a compreensão para as classes sociais. No mais, cf: Eagleton (1997), Larraín (2007) e Mészáros (2004).

situação de conflito, como lembra Mészáros (2008). O tema marxiano é, pois, a abolição da sociedade de classes, como podemos ver em “A Sagrada Família” (Marx; 2011a [1845]).

Ademais, Marx nos ensina a não reificar o conceito de classe. Compreender a dinâmica da sociedade, com suas contradições e movimentos, significa também entender que as classes alteram a sua composição o tempo todo. “A classe operária não deixa de interessar aos marxistas no momento em que passa a desfrutar de banheiros dentro da casa ou possuir TVs em cores. É seu lugar no modo capitalista de produção que constitui o ponto mais decisivo” (Eagleton, 2012, p. 138).

Assim, se é o lugar na produção o que define o pertencimento a uma classe em Marx, é, de fato, a dimensão de “luta” o que diferencia os marxismos de outras correntes. O conflito e o embate são centrais para a compreensão das classes. É entender o papel das classes sociais na transformação da sociedade. Quando se edita um jornal ou quando se cria uma peça publicitária, estamos travando luta de classes, luta esta que está inserida na dinâmica do processo histórico.

Nunca se luta sozinho: como já afirmamos, há de se pensar as lutas de classes enquanto relações. Como afirma Bihr (2012), na concepção marxiana, há a prevalência das relações de classe em detrimento das classes em si mesmas, pois elas mutuamente se constituem em seus embates. A partir dela, podemos compreender outras relações, como as de exploração, dominação e alienação⁷³.

Esta luta de classes, para Marx, se dá a partir do confronto entre capital e trabalho, da teoria do valor e da mais-valia, que são, por consequência, teorias das classes e de exploração, uma expressão das relações de classe. “As relações de exploração de classe são determinadas pelo modo de extração de trabalho excedente dos produtores diretos” (Saad-Filho, 2011, p. 64). As relações de classe, a partir da luta pelo excedente, são fundamentais para diferenciar, por exemplo, o feudalismo do capitalismo como modos de produção. A mais-valia é própria do modo de produção capitalista e as maneiras como as classes se formam e como as lutas se efetivam são decorrentes do modo de produção.

O que diferencia as classes sociais não é a atividade de trabalho em si, tomada como atividade humana, mas a produção de valor-trabalho no modo de produção capitalista. O trabalho que produz mais-valia é chamado de “trabalho produtivo”, pois é o trabalho que produz o capital, aumentando diretamente a riqueza do seu patrão. O chamado “trabalho improdutivo”, por sua vez, se trata mais de uma atividade de circulação, e é trocado

---

⁷³ E como abordaremos ao longo da tese, também as relações de comunicação.

diretamente por renda, em forma de lucro ou salário. O que seria “improdutivo”? Como salienta Harvey (2013b, p. 230), “caracterizar alguém como ‘improdutivo’ pode provocar uma reação emocional, já que soa como uma ofensa contra todos aqueles que trabalham duro para sobreviver”. Contudo, não se trata de uma construção normativa ou universal, mas um conceito histórico relacionado ao capitalismo.

Marx (2011b [1857-1858]), nos *Grundrisse*, mostra que a diferença entre “trabalho produtivo” e “trabalho improdutivo” não está no consumo, mas na produção, e sempre a partir do ponto de vista do capitalista, não do trabalhador.

Outros economistas afirmam que a diferença entre produtivo e improdutivo não se refere à produção, mas ao consumo. Justamente o contrário. O produtor de tabaco é produtivo, não obstante o consumo de tabaco seja improdutivo. A produção para o consumo improdutivo é tão produtiva quanto a produção para o consumo produtivo, sempre supondo que produz ou reproduz o capital (Marx, 2011b [1857-1858], p. 238).

O trabalho produtivo, portanto, se relaciona com o enriquecimento do capitalista, com a economia política e não com o fato de todo tipo de serviço produzir algo, como afirma Smith, recuperado por Marx (1980 [1905]) em discussão. Para o autor germânico, o que importa é a produção do ponto de vista da riqueza: “beber champanha e ouvir música não constituem consumo produtivo, embora o primeiro possa produzir alguma ‘ressaca’ e a segunda uma ‘recordação’” (Marx, 1980 [1905], p. 281). Ele explica que um ator, um palhaço ou um escritor podem ser trabalhadores produtivos, a depender de como funciona a produção de riqueza. Um escritor, desta forma, pode ser um trabalhador produtivo “não porque produz ideias, mas porque enriquece o editor que publica as suas obras” (Marx, 1980 [1905], p. 138).

Não é o objetivo central desse capítulo discutir a pertinência dos conceitos de “trabalho produtivo” e “trabalho improdutivo”, mas Braverman (1987) não vê sentido nessa distinção, pois, segundo ele, todos os trabalhadores estão submetidos à lógica do capital, seja na fábrica, no comércio ou nos escritórios. Ora, não é porque seu lugar na produção não gera mais-valia direta ao sistema capitalista que você deixa de ser um trabalhador. Dessa forma, os assalariados médicos, professores universitários, publicitários e jornalistas, por exemplo, apesar de muitas vezes não se identificarem, fazem parte da “classe trabalhadora” – ou “classe-que-vive-do-trabalho”, para usar o termo de Ricardo Antunes (2001), que abordaremos na última seção do capítulo.

Outro conceito importante em Marx é o de “exército industrial de reserva”. A acumulação capitalista produz o seu próprio excedente. Há sujeitos que sequer participam

ativamente do processo de produção, mas fazem parte do sistema capitalista. Como afirma Žižek (2012), os explorados também são aqueles condenados a não produzir ou criar. Marx (2013 [1865], p. 558), em “O Capital”, descreve: converte-se “numa questão de vida ou morte a substituição dessa realidade monstruosa, na qual uma miserável população trabalhadora é mantida como reserva, e prontidão para satisfazer as necessidades mutáveis de exploração que experimenta o capital”.

Estes conceitos trazidos por Marx a partir de “O Capital”, com base na crítica da economia política, nos ajuda a compreender a luta de classes do ponto de vista da teoria do valor e da acumulação capitalista. Para as classes sociais, portanto, do ponto de vista marxiano, importa quem expropria a força de trabalho de quem: é a luta pelo excedente, que “está fadada a prosseguir enquanto não houver o bastante para todos. As classes surgem sempre que a produção material está organizada a ponto de motivar alguns indivíduos a transferir o excedente de seu trabalho para outros a fim de sobreviver” (Eagleton, 2012, p. 39).

A partir da consideração do lugar no modo capitalista de produção como central para o conceito de classe, as várias correntes marxistas desenvolveram especificidades em suas análises e conceituações de classe ao longo do século XX e no início do século XXI. Lenin, em 1919, traz uma definição sistemática do conceito:

chama-se classes a grandes grupos de pessoas que se diferenciam entre si pelo seu lugar num sistema de produção social historicamente determinado, pela sua relação (as mais das vezes fixada e formulada nas leis) com os meios de produção, pelo seu papel na organização social do trabalho e, consequentemente, pelo modo de obtenção e pelas dimensões da parte da riqueza social de que dispõem. As classes são grupos de pessoas, um dos quais pode apropriar-se do trabalho do outro graças ao fato de ocupar um lugar diferente num regime determinado de economia social (Lenin, 1980, [1919], p. 180).

Trata-se de um bom resumo do que foi discutido até aqui, ficando clara a importância de conceitos como luta de classes, trabalho e exploração. Chama a atenção o uso repetido da expressão “grupos de pessoas”: são sujeitos coletivos e não indivíduos soltos no mundo ou estatísticas classificatórias.

Ao longo do século XX também se pensou a questão das classes sociais a partir do marxismo. Há um conjunto de autores, das mais diversas tendências, ao qual se convencionou chamar de “marxismo ocidental”: uma construção *post hoc* para uma plêiade de teóricos de György Lukács a Louis Althusser, a partir da data de nascimento dos dois: 1885 e 1918.

Passam por essa lista nomes como Antonio Gramsci, Walter Benjamin, Max Horkheimer, Herbert Marcuse, Henri Lefebvre, Theodor Adorno, Jean-Paul Sartre e Lucien Goldmann⁷⁴.

De Lukács, vem a contribuição para o conceito de “consciência de classe”⁷⁵: cada classe teria uma respectiva consciência. Em sua obra, “História e Consciência de Classe” (Lukács, 2003), o autor húngaro procura desenvolver ideias leninistas no campo filosófico e aborda a importância da *práxis* para se considerar a questão das classes sociais: é na vida que elas se formam e não no “papel”.

Segundo o autor, apenas a burguesia e o proletariado seriam classes “puras”, pois suas existências se devem ao desenvolvimento dos processos de produção. A luta social, para Lukács (2003), é travada a partir de uma luta ideológica pela consciência dos sujeitos, seja para dissimular ou para desvelar o caráter classista da sociedade. Portanto, para manutenção do regime burguês, haveria uma consciência de classe confusa por parte das outras classes.

Então, o autor confia ao proletariado o lugar de “sujeito da verdade”, que deve recuperar a consciência de classe do seu lugar revolucionário, e somente a sua consciência pode ser a saída para a crise do capitalismo. A ideologia proletária, então, não seria “uma ‘bandeira’ de luta, nem um pretexto para as próprias finalidades, mas é a finalidade e a arma por excelência” (Lukács, 2003, p. 174). É preciso, na visão do autor, levar até o fim da luta de classes, levando o proletário a negar a si mesmo. Portanto, trata-se de uma luta do proletariado não somente com a burguesia, mas consigo mesmo, contra os efeitos perversos do sistema sobre sua consciência de classe. Ou seja, há na obra do autor, a centralidade da classe proletária como sujeito histórico.

Lukács é considerado como parte de um marxismo “historicista”, para quem, “às vezes parece que cada classe tem sua própria ‘visão de mundo’ corporativa, que expressa diretamente suas condições materiais de existência” (Eagleton, 1997, p. 186), como uma relação orgânica e muito interna entre o “sujeito de classe” e sua “visão de mundo”.

Além dele, Althusser e Gramsci exerceram muita influência em outros autores (como Poulantzas e Thompson, respectivamente) para as suas construções teóricas de classe. Trazem caminhos diferentes (e, em alguma medida, opositivos) em relação ao que pensam sobre a sociedade e o materialismo histórico.

---

⁷⁴ Carlos Nelson Coutinho (2010) chega a falar em um marxismo em sentido amplo, contemplando autores como Sartre, Marcuse e Bloch, e em marxismo num sentido mais estrito. E faz questão de frisar: é “estrito”, não “estrito”.

⁷⁵ Em “A Sagrada Família”, Marx (2011a [1845]) afirma no capítulo sobre Proudhon que não se trata da consciência de um ou outro proletário: “não se trata do que este ou aquele proletário ou até mesmo do que o proletariado inteiro pode *imaginar* de quando em vez como sua meta. Trata-se *do que* o proletariado *é* e do que ele será obrigado a fazer historicamente de acordo com o seu *ser*” (Marx, 2011a [1845], p. 49).

De um lado, o marxismo-estruturalista de origem francesa de Louis Althusser, apostando em uma “releitura” do marxismo. Do outro, a preocupação de Antonio Gramsci com a *práxis* e com a história vivida pelas classes, caminho este seguido por Edward Palmer Thompson, que, por sua vez, dedica um livro, chamado “A Miséria da Teoria” (Thompson, 1981) para criticar o pensamento de Althusser.

A França conheceu academicamente Karl Marx por meio de Althusser. Ele propõe uma releitura de Marx apoiada no estruturalismo, a partir de um deslocamento do materialismo histórico. Para tanto, procura se distanciar de categorias como dialética e alienação a partir de um anti-humanismo teórico e de um anti-historicismo.

A partir das influências estruturalistas, o autor privilegia as lógicas internas das estruturas, como sistemas fechados em si mesmos. Segundo Coutinho (2010, p. 184), “na versão de Althusser, o marxismo tende a converter-se numa técnica de dominação (econômica, política etc.) com inteiro abandono dos seus aspectos humanistas (democratização, construção do homem novo etc.)”.

Outra “coisa” que desaparece (ou melhor, que aparece, e visto realmente como “coisa”) é o sujeito. Segundo o discípulo mais famoso de Althusser, Étienne Balibar (1980, p. 212), “os homens só aparecem na teoria sob a forma de suportes das relações implicadas na estrutura, e as formas de sua individualidade como efeitos determinantes da estrutura”.

No entanto, seus defensores negam o rótulo de estruturalista ao autor. “Ao tratar de estruturas, Althusser segue à risca Marx, já que as estruturas só podem ser entendidas a partir das contradições internas a ela” (Motta, 2014, p. 20). Portanto, nesse sentido, as estruturas não seriam compreendidas somente a partir de seus efeitos sobre as lutas de classes, mas como elas se modificam a partir dessas lutas.

Pois, qual é a contribuição de Althusser para a conceituação de classe e luta de classes? A relação entre as lutas de classes e os chamados “Aparelhos Ideológicos de Estado” (AIE), ou seja, dando centralidade ao aspecto ideológico da luta de classes, a partir de suas questões institucionais.

A ideologia dominante nunca é um fato consumado da luta de classes que tivesse escapado à luta de classes. Efetivamente, a ideologia dominante, que existe no complexo sistema dos Aparelhos Ideológicos de Estado, é em si mesma o resultado de uma dura e muito longa luta de classes, através da qual a burguesia não chega a atingir seus objetivos a não ser com a dupla condição de lutar, simultaneamente, contra a antiga ideologia dominante, que sobrevive nos antigos Aparelhos, e contra a ideologia da nova classe explorada, que procura suas formas de organização e de luta [...]. A luta pela reprodução da ideologia dominante é um combate inacabado que deve ser sempre retomado e está sempre submetido à lei da luta de classes (Althusser, 1999, p. 239-240).

A luta de classes, então, é vista como uma luta pela reprodução de ideologias (tema este que será retomado mais tarde também por Bourdieu), que, para Althusser, não tem história. As classes não são vistas em movimento, mas a partir das “estruturas” e das “formações sociais”. “É somente do ponto de vista das classes, isto é, da luta de classes, que se podem explicar as ideologias existentes numa formação social” (Althusser, 1996, p. 140).

Harvey (2013a) explica que, enquanto o conceito de “modo de produção” aparece com frequência na obra marxiana, o termo “formação social” é mais presente na corrente althusseriana.

O problema da abordagem de Althusser é que ele presume que uma teorização completa pode ser alcançada mediante algum tipo de ‘prática teórica’ rigorosa [...]. A ideia de uma ‘formação social’ serve principalmente para nos lembrar que a diversidade das práticas humanas dentro de qualquer sociedade não pode ser reduzida simplesmente às práticas econômicas ditadas por seu modo de produção dominante (Harvey, 2013a, p. 73).

Para Harvey (2013a), é possível conciliar uma concepção mais limitada de “modo de produção” com uma ideia mais abrangente, em que se pode conceber toda a complexidade do conceito, inclusive àquela abarcada pela definição althusseriana de formação social.

O Estado, para Althusser deve ser encarado como um lugar que assegura a opressão e a exploração das classes. Nesse sentido, os Aparelhos Ideológicos do Estado (AIE) estão nas religiões, nas escolas, nas famílias, nos sindicatos e também nos planos informacionais e culturais, incluindo a imprensa. A mídia, portanto, pode ser vista como um local privilegiado das lutas de classes. “Os Aparelhos Ideológicos de Estado podem ser não apenas o *alvo* mas também o *lugar* da luta de classes e, frequentemente, de forma encarniçada da luta de classes” (Althusser, 1996, p. 117).

Entendemos que os autores devem ser lidos e compreendidos em sua complexidade, para que não corramos o risco de “jogar o bebê junto com a água suja”. Se, por um lado, compreendemos as críticas de Thompson (1981), por exemplo, a Althusser, por outro, não podemos deixar de salientar a importância de considerar a mídia como um palco para a luta de classes, inclusive de suas formas mais sangrentas. É algo que nos interessa para a compreensão das relações entre comunicação e classes sociais.

Outro ponto interessante de Althusser é que ele não fala somente em “dominação” (aliás, tema caro a Bourdieu), mas também comenta as possibilidades de resistência – algo muitas vezes negligenciado nas leituras sobre a obra althusseriana. “Não há luta de classes

sem classes antagônicas. Quem fala em luta de classe da classe dominante fala em resistência, revolta e luta de classe da classe dominada” (Althusser, 1996, p. 140). Resistência essa que, para o autor, também deve ser exercida a partir dos Aparelhos Ideológicos de Estado, “voltando, com isso, a arma da ideologia contra as classes que ocupam o poder” (Althusser, 1996, p. 141). Contudo, ele também considera que a luta de classes não se esgota nos AIEs, pois se enraíza na infraestrutura e nas relações de produção, tomadas, conseqüentemente, como relações de exploração, sendo estas a base para as relações de classe.

As críticas de Thompson a Althusser são principalmente relacionadas à sua negligência em colocar em diálogo ser social e consciência social, caindo em um idealismo. Além disso, Thompson (1981) considera o estruturalismo como um sistema de fechamento que não permite pensar a questão do sujeito. Nesse sentido, as classes servem apenas como projeções fantasmagóricas da estrutura e da teoria, ou seja, são marcadas menos pela *práxis* e mais pelo “papel”.

A classe é uma categoria que passa sem exame na obra mais importante de Althusser. E as classes que são de tempos em tempos introduzidas e andam de cima para baixo nas suas páginas – a burguesia, o proletariado – são projeções extremamente grosseiras da Teoria, como impulsos primitivos sem consciência (Thompson, 1981, p. 120).

Por isso, para o autor britânico, Althusser não explica a natureza nem o processamento da luta de classes, muito menos como este “motor” das lutas funciona. Há algo de comum entre os dois autores? Para Thompson (1981), o que há de comum acordo é que as lutas de classes precedem a existência das próprias classes, mas vê essa como uma coincidência aparente, pois a visão althusseriana não comporta as contradições e a dialética nem a visão de um sujeito social, sendo este somente efeito das estruturas.

Com relação ao conceito de classe, o discípulo de Althusser que mais desenvolveu o conceito foi Nico Poulantzas. Uma das grandes contribuições que Poulantzas (1973) traz à análise de classe é a consideração de elementos não-econômicos das classes sociais, como os políticos e ideológicos. “As classes sociais são grupos de agentes sociais, homens, definidos, principalmente, mas não exclusivamente por sua posição no processo de produção” (Poulantzas, 1973, p. 7). Isto é, há um impacto independente das relações ideológicas, econômicas e políticas sobre as classes. O autor considera que a definição se dá a partir da posição no conjunto das práticas sociais, propondo a volta da conceituação de classe a partir da divisão social do trabalho.

A classe, para Poulantzas, deve ser pensada, assim como para Marx, como uma relação, não como algo definido exclusivamente pelas relações de produção, pois nenhum ocupante de lugar é classe. “A delimitação das classes não se resume assim jamais a um simples estudo ‘estático’ das estatísticas: depende do processo histórico” (Poulantzas, 1973, p. 39).

Poulantzas também procura refinar alguns termos a partir do conceito de classe social, como “classe detentora”, “categoria social”, “determinação de classe”, “posição de classe”, “interesses de classe” e “fração de classe”. Para ele, o que distingue o marxismo de outras concepções sociológicas é estudar, observar e distinguir as frações da mesma classe. O que, para alguns, pode ser visto como um refinamento teórico, para outros pode ser enxergado como uma taxonomia de ordem formalista que não leva em conta a dimensão central da *práxis* para a análise de classes.

As críticas, então, a Poulantzas, se assemelham às recebidas por Althusser, pois, em sua visão, a classe social deve ser pensada como um efeito do conjunto das estruturas sobre os agentes, considerando as estruturas de classes. “As diferentes classes são identificadas de acordo com a sua relação funcional com o modo capitalista de produção como um todo” (Crompton, 2008, p. 31). A negação da dialética, para Fernando Henrique Cardoso (1973), é um fator para negar o materialismo em Althusser e Poulantzas, pois se supervaloriza a teoria como esfera autônoma, sem que haja a inter-relação com a prática.

Pois, se em Althusser e Poulantzas temos a fonte do estruturalismo como central, para Gramsci e Thompson, é a vida vivida enquanto história que conta para a luta de classes: não se pode antecipar as classes “no papel”. “O proletariado é um esquema prático: na realidade, o que existem são proletários individuais, mais ou menos preparados para a luta de classes para compreender os mais puros conceitos socialistas” (Gramsci, 1970a, p. 42).

No lugar de “Aparelhos Ideológicos do Estado”, em Gramsci há os “intelectuais orgânicos”, representantes ou porta-vozes de cada classe. “Os intelectuais são os ‘gestores’ do grupo dominante para o exercício das funções subalternas da hegemonia social e do governo político” (Gramsci, 1970b, p. 394). Trata-se de um papel semelhante ao que Marx enxergava nos “porta-vozes” das classes, no “18 Brumário de Luís Bonaparte” (Marx, 1997 [1852]). Tomando a luta de classes a partir do “intelectual orgânico” e da “hegemonia”, Gramsci influenciou os Estudos Culturais, do qual Thompson fez parte.

Os “pais fundadores” (Mattelart; Neveu, 2004) dos Estudos Culturais de Birmingham colocaram a noção de classe como central para a análise do popular, das sociabilidades e da relação com a mídia, com Thompson (1987), Hoggart (1973) e Willis (1991), entendem o

conceito a partir da “cultura vivida”. Ou seja, não se trata de fazer um mapa de classes a priori, mas a classe simplesmente “acontece”.

“Por classe, entendo um fenômeno histórico, que unifica uma série de acontecimentos díspares e aparentemente desconectados, tanto na matéria-prima da experiência como na consciência” (Thompson, 1987, p. 9). Não se trataria de uma estrutura ou de uma categoria, mas, prioritariamente, de algo que ocorre nas relações humanas, e que é histórica, e enquanto história deve-se levar em conta as transformações vividas por estes sujeitos.

Thompson (1987) não enxerga classe como uma “estrutura” nem como uma “categoria”, mas algo que ocorre puramente nas relações humanas e que precisa estar encarnada em sujeitos reais. “A classe operária não surgiu tal como o sol, numa hora determinada. Ela estava presente ao seu próprio fazer-se.” (Thompson, 1987, p. 9).

A noção de classe, então, se dá a partir da relação histórica, e na relação entre sujeitos sociais, e não como “coisa matemática”, sendo que a única definição plausível, para o autor, é a de classe como homens enquanto vivem sua própria história

Não podemos ter amor sem amantes, nem submissão sem senhores rurais e camponeses. A classe acontece quando alguns homens, como resultado de experiências comuns (herdadas ou partilhadas), sentem e articulam a identidade de seus interesses entre si, e contra outros homens cujos interesses diferem (e geralmente se opõem) dos seus. (Thompson, 1987, p. 10).

A noção de “experiência” também é central para a compreensão do conceito de classe em Thompson, sendo que ela é “determinada pelas relações de produção em que os homens nasceram ou entraram involuntariamente” (Thompson, 1987, p. 10). Segundo Therborn (2012a, p. 118-119), “problematizar a identidade de classe como uma ação de classe que deriva diretamente da experiência [...] foi uma maneira de ajustar o foco da análise de classe”. Com isso, podemos observar que é praticamente o oposto da análise de classes proposta por Althusser e Poulantzas, pois não podemos pensar a classe enquanto “coisa”. Thompson (1987, p. 10) ironiza essa tentativa:

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, p. 10).

O que, para ele, falta na teoria althusseriana é a categoria de “experiência humana”, pois os seres humanos são sujeitos. Thompson (1981, p. 182) ressalta a importância desse termo, pois não são “indivíduos livres” ou “sujeitos autônomos”, mas “pessoas que

experimentam suas situações e relações produtivas determinadas como necessidades e interesses como antagonismos” (Thompson, 1981, 182), tratando esta experiência a partir de sua cultura e de sua consciência. “A classe é definida pelos homens enquanto vivem sua própria história e, ao final, essa é sua única definição” (Thompson, 1987, p. 12).

A partir dessas considerações sobre o cotidiano, a consciência de classe é a encarnação dessas experiências em termos culturais, ou seja, em sistemas de valores, instituições, tradições e ideias. Pode haver experiências semelhantes entre classes, mas, entretanto, sem que haja nenhuma lei. “A consciência de classe surge da mesma forma em tempos e lugares diferentes, mas nunca exatamente da mesma forma” (Thompson, 1987, p. 10). Isso quer dizer que a História não se repete exatamente da mesma forma, apesar de alguns movimentos históricos serem semelhantes, pois o movimento histórico é dialético.

Seus companheiros de Birmingham tendem a concordar com estas afirmações, a partir de uma abordagem culturalista e historicista de classe, com influências, gramscianas. Para Richard Hoggart (1973), por exemplo, pode-se definir a classe trabalhadora, mas isso não significa esquecer as múltiplas e sutis diferenças e distinções de classe (ou frações de classe) entre os seus membros.

Ao se perguntar “quem integra a ‘classe trabalhadora’?”, em “Os Usos da Cultura”, Hoggart (1973) 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. Uma crítica que se pode fazer a essa obra de Hoggart se relaciona a certa romantização das resistências das classes trabalhadoras.

Já Raymond Williams procura traçar uma história da categoria de “classe” ao longo dos tempos. Para ele, o sentido marxista de classe não pode ser entendido somente como um grupo de pessoas que são de determinado modo e vivem de acordo com certo estilo de vida. A classe, então, deve ser percebida como “uma formação de relações social geral e, portanto, de formações alternativas e tipicamente conflitantes (sempre, inevitavelmente, em relação)” (Williams, 2014, p. 306). É uma conceituação que acompanha nosso raciocínio acerca do desenvolvimento da categoria de classe no marxismo.

Ainda, para o autor, não podemos reduzir a categoria de classe à renda ou às posses. Deste modo, aumentar a renda mensal não faz da “classe trabalhadora” um “burguês” ou uma “classe média”.

Argumenta-se, por exemplo, que a classe trabalhadora está se 'aburguesando' porque está se vestindo como a classe média, morando em casas que um de seus lados não tem parede-meia com a casa vizinha, adquirindo carros, máquinas de lavar roupa e aparelhos de televisão. Mas não é 'burguês' possuir aparelhos domésticos, nem

desfrutar de um padrão de vida material alto. A classe trabalhadora não se torna burguesa por possuir novos produtos da mesma maneira que os burgueses não deixam de ser burgueses à medida que os objetos que eles possuem passam a ser de um tipo diferente. [...] A inveja que um operário tem do homem de classe média, não é um desejo de ser aquele homem, mas sim de ter o mesmo tipo de posses. Todos nós gostamos de pensar sobre nós mesmos como um padrão, e posso entender que seja genuinamente difícil para a classe média inglesa supor que a classe trabalhadora não esteja desesperadamente ansiosa para ficar igualzinha a ela. A grande maioria dos trabalhadores ingleses só quer o padrão material da classe média, mas, quanto ao resto, quer continuar sendo ela mesma (Williams, 2011b [1958], p. 347-348).

O que interessa, pois, é compreender os sujeitos na complexidade de suas vidas sociais. As suas relações sociais, que nunca são reduzidas ao econômico, e sempre devem ser pensadas enquanto um conceito coletivo. Não se fala de classes para apreender indivíduos isolados. Além disso, para Williams (2011b [1958]), quando dizemos “a classe trabalhadora” ou “a classe média” não quer dizer que todos os indivíduos concordem com aquela definição, mas a conceituação se encontra na questão coletiva e incorporada na vida cultural. Isso é importante, pois não se trata necessariamente de uma generalização, mas de uma constatação da incorporação das ideologias de classe.

O sentimento de classe é um estilo, e não uma possessão uniforme de todos os indivíduos que poderiam, objetivamente, ser atribuídos àquela classe. Quando falamos, por exemplo, de uma ideia da classe trabalhadora, não queremos dizer que todos os trabalhadores a possuem, ou até mesmo a aprovam. Queremos dizer, ao contrário, que essa é a ideia essencial incorporada nas organizações e instituições que aquela classe cria: o movimento da classe trabalhadora como uma tendência, e não todos os trabalhadores como indivíduos. É absurdo interpretar indivíduos em termos rígidos de classe, porque a classe é um modo coletivo e não uma pessoa (Williams, 2011b [1958], p. 350).

Esse ponto é interessante, pois um dos argumentos de quem refuta a atualidade das classes é a partir da “multiplicidade” de interesses ou estilos em uma mesma classe, sendo que essa multiplicidade é normal e não invalida as classes e suas lutas.

O que interessa, portanto, grosso modo, aos Estudos Culturais é entender a classe a partir do contexto dos sujeitos sociais e de suas relações. Não se trata somente de reprodução, mas dos sujeitos que agem e “vivem seu destino de classe”, como explica Paul Willis (1991, p. 12),

a identidade de classe não é verdadeiramente reproduzida até que tenha passado de forma apropriada pelo indivíduo e pelo grupo, até que tenha sido recriada no contexto daquilo que parece ser uma escolha pessoal e coletiva. As pessoas realmente vivem (e não simplesmente tomam emprestado) seu destino de classe quando aquilo que é dado é re-formado, reforçado e aplicado a novos propósitos.

Como podemos ver, os sujeitos são ativos no processo histórico, havendo reapropriações e ressignificações.

Entretanto, ir à direção contrária do controverso Althusser não livrou Thompson das críticas. Se Althusser foi criticado por ter colocado tudo em “caixinhas”, ou ter uma visão por demais objetivista, o autor britânico, teria cometido o pecado oposto: o de deixar as classes “livres demais”, de ser subjetivista. Segundo Perry Anderson (1987), um dos problemas é pensar que a luta de classes depende apenas da experiência dos sujeitos, e somente aparece quando os sujeitos tomam consciência de seu pertencimento de classe.

Pois, entre a noção de classe classificatória e taxonômica de Althusser e Poulantzas e o conceito das experiências e do mundo vivido a partir de autores como Gramsci, Thompson e Williams, há uma corrente que se propõe como um “caminho do meio”: o chamado “marxismo analítico”, de uma série de autores norte-americanos, que, a exemplo de outras correntes, pretende “reconstruir o marxismo” (Wright, Levine e Sober, 1993), mas tentando atualizar e trazer clareza “às formulações causais do marxismo clássico, de acordo com os procedimentos da filosofia analítica” (Perissinotto, 2010, p. 125).

Os principais autores, como Jon Elster, Adam Przeworski e Erik Wright, buscam entender problemas da emancipação humana e da exploração a partir de conceitos como ação coletiva, formação de classe e a conceituação das classes médias. “Os seus principais representantes continuam a sustentar um compromisso com a maleabilidade histórica das preferências humanas, em função da formação social do indivíduo” (Perissinotto, 2010, p. 124). Para eles, o marxismo deve ter a lógica das ciências e não pode se pretender uma teoria geral. Ou seja, determinada epistemologia em detrimento de questões ontológicas. Além disso, a maioria de seus autores desconsidera a dialética, o que faz, muitas vezes, serem questionados se são realmente marxistas.

No entanto, há muitas divergências dentro da própria corrente, podendo haver questionamentos se, de fato, trata-se de uma “escola”. Uma das problemáticas caras a Jon Elster e Adam Przeworski, por exemplo, é o individualismo metodológico. “A ideia básica do individualismo metodológico é que, em última instância, quem age não são ‘as classes’, ‘o Estado’, ‘os grupos sociais’, mas os indivíduos. São eles os responsáveis pelas ações, e, portanto, pelos fenômenos sociais” (Perissinotto, 2010, p. 120). Essa concepção de “individualismo metodológico” não contempla a problemática do “sujeito social” presente em Marx. Mesmo assim, o marxismo analítico percebe a importância das relações de poder e da ação coletiva entre os atores.

Com relação ao conceito de classe, Adam Przeworski (1989) procura um caminho intermediário entre o “estruturalismo” de Poulantzas e o “historicismo” de Thompson, procurando compreender o processo de formação de classes como atores coletivos, pois as classes só se formariam no processo de lutas. Para o autor, deste modo, a função da análise de classe é identificar condições e consequências objetivas das lutas concretas. Para Przeworski (1989), a lutas de classes se torna um princípio metodológico ou tautológico, algo dado *a priori*.

Por isso, a análise de classes não deveria, em sua visão, se limitar a especificar os lugares que as pessoas ocupam no sistema de produção, mas observar como se dão essas formações de atores coletivos na “vida real”, ou como estes “ocupantes de lugares” tornam-se uma coletividade para realização de seus interesses objetivos. O problema é que as descrições empíricas de “posições socioeconômicas” acabam por ficar independentes da compreensão histórica.

Essa formação de classe não pode ser entendida como uma transição entre “classe-em-si” e “classe-para-si” e o autor defende a seguinte tese: “as classes não são determinadas unicamente por quaisquer posições objetivas porque constituem efeitos de lutas, e essas lutas não são determinadas exclusivamente pelas relações de produção” (Przeworski, 1989, p. 86). Além disso, Przeworski considera que, ao analisar o processo de formação de classes, de uma forma empírica, podemos observar contradições entre a posição de classe representada no processo produtivo e as visões de mundo.

Para Przeworski (1989), nem mesmo as relações de exploração determinam por si próprias um padrão exclusivo de formação de classes. E, em especial, as estratégias baseadas em definições amplas de classe operária diminuem a relevância da classe e originam outras divisões como bases para identificação e organização coletiva.

Podemos pensar Przeworski (1989) e os marxistas analíticos como, em alguma medida, idealistas. Os sujeitos sociais e os confrontos entre as condições concretas do desenvolvimento das forças produtivas e das relações de produção são desconsiderados por esses autores enquanto conceito de classe. Na perspectiva marxiana, as posições de classe são definidas pelo circuito de produção e consumo.

Já o autor Erik Olin Wright (1997) procura fazer uma “cartografia das classes sociais”, compreendendo a “estrutura das classes”. Deste modo, podemos dizer que ele não é tão distante de Poulantzas, ao tentar categorizar e classificar as classes – que se traduzem em conceitos essencialmente classificatórios. Desse modo, sua preocupação maior é com essa categorização, o que acaba por ocultar a dimensão da luta de classes como motor da história.

Uma das críticas que se faz a Wright é o fato de focar mais na estrutura de classes do que na análise das formações de classe, podendo-se indagar se esse tipo de análise diluiria a dimensão política da análise de classe, mesmo que Wright (1997) já diga que toda análise de classe já seria, a priori, política.

A literatura marxista mais recente tem-se limitado, em geral, a mapear a estrutura de classe das sociedades capitalistas avançadas e a redefinir o conceito de classe de modo que se adequasse melhor à realidade dessas sociedades. Como pouco ou quase nada se diz sobre o processo por meio do qual a classe se transforma em ator político, parece que o mapeamento da estrutura de classe constitui-se em um fim em si mesmo, sem que se estabeleça nenhuma conexão entre ela e o comportamento de classe. (Perissinoto, 2011, p. 202).

As posições de classe, para Wright (1997), são conceituadas a partir das relações sociais de produção, e não a partir das relações técnicas de produção – funda-se aí a diferença entre “classe” e “ocupação”. A partir disso, ela pode ser analisada a partir de três aspectos relacionados ao controle: em relação aos meios de produção, aos investimentos e ao processo de acumulação e ao poder de trabalho. Com isso, Wright (1997) cria uma tipologia de classe central, sendo as três principais classes, para ele, a burguesia, o proletariado e a pequena burguesia. É a partir desta tipologia “básica” que Wright estrutura o seu mapa de classes.

Outro conceito central de Wright para explicar a noção de classe é o de exploração, pois, segundo ele, trata-se de um conceito mais explicativo e centrado que o de dominação. Em sua visão, é um conceito mais restrito que possibilita compreender os vínculos entre a análise de situações de classe e a análise dos interesses objetivos, principalmente a exploração baseada nas relações de produção. As classes, então, são definidas a partir de um mapa estrutural de interesses materiais comuns baseados na exploração. Como afirma José Alcides Figueiredo Santos (2002, p. 43),

Wright aponta as vantagens do conceito de classe centrado na exploração. A abordagem do problema dos interesses objetivos de classe fica mais clara, pois essa noção adquire um conteúdo mais materialista e histórico ao vincular-se à propriedade efetiva de elementos das forças produtivas, cujo desenvolvimento imprime aos sistemas de classe a sua trajetória histórica. As diferenças qualitativas entre os tipos de estruturas de classe ficam melhor demarcadas. As classes médias são caracterizadas pelos mesmos critérios de base que definem as classes fundamentais. A exploração, por fim, representa um dos mecanismos centrais por meio dos quais a estrutura de classes explica o conflito de classes (Santos, 2002, p. 43).

A partir disso, Wright procura entender o problema das “classes médias” e conceitua o termo “localizações de classe” (1997). Com isso, afirma a possibilidade de haver localizações

contraditórias dentro das relações de classes. Assim, procura diferenciar-se do conceito de “frações de classe” de Poulantzas (1973). Os sujeitos das classes médias, para Wright (1997), podem partilhar características relacionais de duas classes sociais. Ele coloca nessa definição gerentes, supervisores, empregados semi-autônomos e pequenos empregadores. Segundo Wright (1989), por exemplo, os administradores deveriam ser vistos ao mesmo tempo como membros da classe trabalhadora, na medida em que são trabalhadores assalariados dominados por capitalistas e como membros da classe capitalista, por conta de seu controle sobre a produção.

Outros conceitos centrais à tipologia de classes de Erik Wright são: emancipação, localização distribucional, oportunidades de vida e variação histórica. O esquema de posições de classe básico⁷⁶ de Wright pode ser visualizado na tabela que segue, traduzida de Wright (1997, p. 21)

Tabela 6 – Esquema de Posições de Classes – Básico

RELAÇÃO COM OS MEIOS DE PRODUÇÃO				
Contrata trabalho Não contrata trabalho	Proprietário	Empregados		
	Capitalista	Gerentes especialistas	Gerentes não- especialistas	Exerce autoridade
	Pequena burguesia	Especialistas	Trabalhadores	Não exerce autoridade
Possui qualificações escassas Não-especialista				
RELAÇÃO COM QUALIFICAÇÕES ESCASSAS				
RELAÇÃO COM AUTORIDADE				

Fonte: Wright, 1997, p. 21

Neste esquema, podemos observar as variáveis: “relação com os meios de produção”, “relação com qualificações escassas” e “relação com autoridade” como definidoras da posição de classe, e o que diferenciaria um “trabalhador” de um especialista ou de um gerente, com ênfase para as duas últimas variáveis.

Cabe salientar o que Wright (1997) entende por “trabalhador”. Ele distingue uma classe trabalhadora “pura” de uma classe trabalhadora “ampliada”. A classe trabalhadora “pura” é a que se encontra nesse mapa básico de classes, sendo sujeitos subornados na questão da autoridade e de qualificação, não sendo gerentes ou qualificados. Em seu esquema detalhado (1997, p. 22), a classe trabalhadora “ampliada” envolve trabalhadores não-qualificados, trabalhadores qualificados e supervisores não qualificados, aproximando-se do

⁷⁶ Para verificar outros mapas detalhados de posições e localizações de classes, cf. Wright (1997, p. 22).

que o sociólogo brasileiro Ricardo Antunes (2001) chama de “classe-que-vive-do-trabalho”, conceito que discutiremos mais à frente.

Trata-se de um mapa interessante para se pensar as questões de classe, seja de pertencimento, posição ou localização. Mas a verborragia analítica-cientificista de Wright, como já dito, o faz parecer mais próximo de Althusser ou Poulantzas do que de Thompson. “Os lugares de classe não podem ser especificados independentemente das pessoas que os ocupam” (Santos, 2002, p. 63).

José Alcides Figueiredo Santos (2002) cita algumas das críticas feitas a Wright: 1) a importância das hierarquias múltiplas de estratificação acaba por relativizar o critério de propriedade dos meios de produção, passando a ser de relevância parcial; 2) o fato de haver elementos de graduação entre as diferentes classes não faria do mapa de classes do Wright uma tipologia puramente marxista; 3) o mapa de classes seria de difícil aplicação empírica.

Outro problema de Wright é levantado por Crompton (2008): o uso da “ocupação” como variável de “classe”, que se traduz em uma dimensão das relações técnicas de produção, e não na concepção marxiana de lugar na produção. Como diz Santos (2002, p. 64), “posições ocupacionais não incorporam as diferentes dimensões das desigualdades nem capturam adequadamente a realidade das relações de classe. Além disso, classe tem sido pensada teoricamente como algo mais que simples agregados ocupacionais”.

A variável “ocupação” é mais ligada ao desenvolvimento da sociologia weberiana na Grã-Bretanha, principalmente a partir de John Goldthorpe, como abordaremos na seção seguinte. Do mesmo modo que as classes não podem ser resumidas à ocupação, elas também não podem ser sintetizadas ao plano das organizações.

As firmas capitalistas são os sítios privilegiados das relações sociais de produção, mas as formações de classe incorporam e transcendem o espaço da firma. Considerando, conjuntamente, as dimensões estruturais e processuais, as classes perpassam as organizações ao incorporarem o 'interno' e o 'externo' (Santos, 2002, p. 47).

Além disso, do mesmo jeito que as classes não podem ser resultado somente dos efeitos das estruturas, elas também não se restringem ao local de trabalho ou às organizações. Como reiteram Rebechi e Fígaro (2013), o “mundo do trabalho” é maior que a organização. As experiências dos sujeitos são mais amplas e ricas, como mostram Thompson (1987) e Hoggart (1973). Estão nas fábricas? Estão. Mas é uma ilusão, e de certa forma, um estereótipo crer que elas só se encontram nas fábricas, pois ajuda a reiterar discursos hegemônicos sobre

o “fim das classes” (e das ideologias, e do trabalho, e da própria fábrica). As classes e suas lutas estão em toda a vida material – vivas – em todas as esferas da sociedade.

O que há, então, de primordial na acepção marxista de classe? As ênfases nas “lutas” e nas “relações”. Consideramos também como essenciais a perspectiva dos sujeitos e suas experiências sem desconsiderar as questões mais vinculadas à crítica da economia política e à exploração.

Nas diferentes correntes do “marxismo ocidental” aqui apresentadas, podemos elencar representantes de três países – França, Inglaterra e Estados Unidos, que, de alguma forma, revelam um pouco de como a teoria social é encarada em cada lugar. De um modo geral, então, podemos perceber que, a partir das definições mínimas de classe no marxismo, cada um dos autores dá respostas diferentes a partir de suas concepções, sendo impossível um consenso.

Não foi, aqui, nosso intuito o de esgotar as possibilidades do conceito de classes nos marxismos ou de esmiuçar todos os detalhes dessa noção nos autores apresentados. Nesse sentido, a intenção foi a de mostrar um breve panorama da compreensão sobre as classes a partir de Marx e de alguns autores pertencentes, de alguma forma, ao marxismo. A partir dessa complexidade, podemos pensar que o que poderia ser a crise do conceito de classes é onde se encontra a sua maior vitalidade: trata-se de compreender a sociedade e as classes em movimento, nas dinâmicas, contradições e lutas.

2.2. A Perspectiva Weberiana

Se em Marx, a noção de classe está ligada à dimensão de conflitos e lutas, para Max Weber ela está relacionada a situações comuns de mercado. Ou seja, mais do que a posse de propriedade ou o lugar na produção, interessa à perspectiva weberiana como a posse de habilidades ou recursos “se convertem em recompensas como renda, segurança no emprego, expectativa de progresso, autoridade” (Santos, 2002, p. 81).

A classe, para Weber (1982)⁷⁷, não é o motor da sociedade: é apenas uma das formas de distribuição de poder na sociedade, junto com o status e o partido. O autor distingue “classe” e “status” como duas formas qualitativamente diferentes de estratificação social. Enquanto classe se refere às relações sociais na vida econômica, o status se relaciona com a honra social e aos estilos de vida. Como é, então, a definição de classe para Weber?

Em nossa terminologia, “classes” não são comunidades; representam simplesmente bases possíveis, e frequentes, de ação comunal. Podemos falar de uma “classe” quando: 1) certo número de pessoas tem em comum um componente causal específicos em suas oportunidades de vida, e na medida em que 2) esse componente é representado exclusivamente pelos interesses econômicos da posse de bens e oportunidades de renda, e 3) é representado sob as condições de mercado de produtos ou mercado de trabalho (Weber, 1982, p. 212).

A classe, então, é relacionada às oportunidades ou chances de vida e se dá exclusivamente no plano econômico, relacionada à esfera do mercado. Notamos, aqui, a diferença crucial para as perspectivas marxianas/marxistas: em Weber, não há lutas ou conflitos, nem mesmo como “efeitos de estrutura”. Não interessa a questão ideológica ou a da exploração, muito menos a questão do lugar na produção, perdendo-se também a definição relacional. “Propriedade ou falta de propriedade são, portanto, as categorias básicas de todas as situações de classe. Não importa se essas duas categorias se tornam efetivas em guerras de preço ou em luta competitivas” (Weber, 1982, p. 213).

A expressão “situação de classe” é comum ao vocabulário weberiano e significa, em última medida, situação de mercado. As classes são como são por suas posições no mercado de trabalho. Os sociólogos da perspectiva weberiana, como John Goldthorpe, por exemplo, costumam utilizar a “ocupação” como um indicador de classe. Trata-se de pensar as classes a partir das relações técnicas de produção e não das “relações de produção” marxianas *stricto sensu*.

---

⁷⁷ O texto “Classe, Estamento e Partido” faz parte de uma série de textos de Weber traduzidos do inglês, cuja publicação foi lançada em 1946.

Quando Weber (1982) fala que a classe se relaciona com produção e aquisição de bens, não o faz a partir da perspectiva da acumulação, como na crítica à economia política, mas com base nas questões da renda e do acesso a bens de consumo. A desigualdade de classe, portanto, é, nesse sentido, estritamente de ordem econômica.

A perspectiva weberiana de classe, então, “auxilia” na confusão que se faz entre “classe” e “nível socioeconômico” ou “nível de renda”. O “Critério Brasil”, amplamente utilizado pelo mercado publicitário e pelas pesquisas de mercado, apesar de se intitular “critério de classificação econômica”, é colocado, muitas vezes, na circulação dos discursos da sociedade (e do próprio campo publicitário), como “classe”. Esta confusão, pois, tem origem na perspectiva weberiana de classe. Indagamo-nos se quem criticava Marx, por ele supostamente ser “economicista”, não estava escrevendo o nome do acusado com um “r” sobrando.

Além disso, para Weber, classe não é uma comunidade. Não há a pretensão de que os indivíduos se identifiquem enquanto um “grupo social”, nem mesmo a intenção de um *habitus* próprio – conceito de Bourdieu (1999) que abordaremos na seção seguinte. A situação de classe é explicada pelas condições individuais de ação: trata-se de um olhar epistemológico com foco no indivíduo e suas possibilidades de chances de vida.

Pois, se as classes estão no plano econômico e não são comunidades, os grupos de “status”, sim, formam comunidades e seus atributos básicos se relacionam ao prestígio e à honra. “As ‘classes’ se estratificam de acordo com suas relações com a produção e aquisição de bens; ao passo que os ‘estamentos’ se estratificam de acordo com os princípios de seu *consumo* de bens, representado por ‘estilos de vida’ especiais” (Weber, 1982, p. 225).

Os grupos de status, então, estão na ordem da distribuição de poder pela esfera do “social”. Enquanto isso, os partidos estão, por sua vez, na ordem política, envolvidos pelos signos do poder. Como se pode perceber, há a divisão, em Weber, das esferas econômicas, sociais e políticas.

Alguns sociólogos procuraram seguir a perspectiva weberiana, dentre os quais, destacamos Frank Parkin e John Goldthorpe, ambos britânicos e nascidos da década de 1930, que buscam produzir indicadores ou esquemas para a distribuição de recursos. Em “Marxismo e Teoria de Classe”, Parkin (1979) afirma que a teoria marxista não soube responder a questões de diferenças salariais e fatores relacionados ao mercado e que não enxerga no conceito de classe a necessidade de “antagonismo” ou de “conflito”. Para ele, outro erro da teoria marxista é conceituar classe a partir do lugar na produção, pois, em sua visão, a ação coletiva e as formas de exclusão e inclusão dos grupos seriam mais determinantes para a

situação de classe. Pois ele, como o próprio Weber (1982), confunde o que Marx chamava de “lugar na produção” com a “posição técnica na produção” ou as ocupações.

Parkin (1979), então, propõe a “teoria do fechamento social” para a divisão de classes. A definição de fechamento é o processo pelo qual os grupos limitam o círculo social a partir da maximização de seus bens. São limitações e exclusões à vida dos indivíduos, como a propriedade e as “credenciais”, ou a falta delas. A partir dessa teoria, pensando no conceito weberiano de “ação social”, as classes se diferenciariam segundo os seus modos de atuação social, e não por atributos particulares.

Outro sociólogo com forte influência de Max Weber é John Goldthorpe, considerado como o maior representante da “sociologia neoweberiana” e, de certa forma, contemporâneo de Erik Olin Wright. Eles se assemelham ao construir tipologias de classes, e, em alguma medida, “mapas de classes” (Crompton, 2008). Segundo José Alcides Figueiredo Santos (2005), os dois autores contemplam a questão do poder gerencial, da propriedade e da perícia. Ainda,

ambos os autores consideram a relação capital-trabalho definidora do eixo principal das relações de classe no capitalismo. Da mesma forma, destacam a importância das categorias sociais de profissionais, gerentes e executivos, funcionários burocráticos, empregados altamente qualificados, que não se encaixam propriamente nas relações de classe polarizadas entre capitalistas e trabalhadores (Santos, 2005, p. 32)

Mas há alguma relação entre Goldthorpe e a tradição marxista realmente? Para Goldthorpe (2000), as classes também estão nas relações de trabalho, mas, assim como para Weber, considera-as como “relações técnicas de produção”, traduzidas nas ocupações. Portanto, talvez se aproxime um pouco do “marxismo analítico” no que tange à construção de tipologias e mapas, mas é mais próxima de ser analítica que propriamente marxista.

Goldthorpe (2000) também enxerga a classe como variável independente de status ou de gênero, por exemplo, procurando encaixar cada “peça” em sua devida “caixinha”. Mas o que é uma classe para Goldthorpe? São agregados de categorias ocupacionais ou indivíduos que ocupam as mesmas situações de mercado. A partir disso, divide a sociedade em sete classes a partir da forma de regulação de emprego, entre “relação de serviço” e “contrato de trabalho”.

A estratificação de Goldthorpe (2000) se utiliza de critérios como: grau de segurança econômica, oportunidades de progresso econômico, nível de ingresso em emprego, além das posições de controle e autoridade – ou seja, fica evidente como as variáveis centrais em seu

esquema tipológico de classe são “mercado de trabalho”, entendido como posição técnica na produção e a questão econômica, compreendida como “oportunidades de vida”.

O autor insiste que sua tipologia de classes (por ex: classes de serviço, intermediárias e trabalhadores) não é meramente classificatória, mas teria existência real, para além da estrutura do discurso sociológico. Uma das críticas recorrentes a seu trabalho (Crompton, 2008) é que, além de repetir esquemas como “ABC” para se referir às classes, cunha um modelo de análise com a seguinte consequência: estrutura → consciência → ação, estabelecendo diferenças entre formação e ação de classe, como se ação de classe não se desse a partir de sua formação.

Podemos, ainda, considerar que o objetivo do esquema de Goldthorpe (2000) não é compreender as lutas de classes ou ainda sua questão ideológica, mas, como salienta Breen (2005), a questão principal é simplesmente a de diferenciar posições no mercado de trabalho e suas consequências para as relações de trabalho. Não podemos deixar de salientar a concepção que a perspectiva weberiana tem sobre a questão do trabalho: é somente o “mercado”, não abarca toda a complexidade da atividade de trabalho enquanto atividade humana. Para Weber, o trabalho não é categoria ontológica da constituição do ser humano.

Além de John Goldthorpe, ainda na Inglaterra, a título de ilustração, Anthony Giddens (1975) é considerado por alguns autores, como Milner (1999), por exemplo, como um teórico weberiano, apesar de o próprio autor não gostar de ser taxado como tal (Giddens, 1979)⁷⁸.

Em sua teoria da estruturação, Giddens (1975) aborda a estruturação das relações de classe e da própria vida social. A partir de seus empreendimentos de tentar superar as noções de “estrutura” e “ação” na teoria sociológica, podemos pensar o autor como um “weberiano latente”, apesar de não considerarmos inéditas suas tratativas de superar tal dicotomia, tema clássico na sociologia.

Mas o que Giddens (1975) entende por classe? Basicamente como um agregado de indivíduos em grande escala, com possibilidades de mercado comumente compartilhadas. Pois, então, as classes seriam mais definidas por seu efeito e sua maior capacidade de mercado do que pela questão da propriedade, por exemplo.

No livro em questão, “A estrutura de classes das sociedades avançadas”, Giddens (1975) faz as defesas das ideias de Weber, principalmente para o cenário inglês. Na verdade, nesse livro, Giddens parece ter como objetivo principal destruir as teorias de classes de concepções marxistas. Segundo ele, “o conceito de classe, como Marx o empregou, tem pouca

---

⁷⁸ Ora, Michel Foucault (1996), em “A Ordem do Discurso”, afirma que, em sua visão, não pode ser taxado como estruturalista, o que não impediu de que outros autores, à época, e ainda hoje, o contestassem.

significância quando retirado do contexto do esquema global” (Giddens, 1975, p. 119). Por isso, considera a análise weberiana mais complexa, principalmente pensando o mercado como uma estrutura de poder.

Ele também implica com a própria palavra “classe”. Um dos principais problemas das teorias de classe, em sua visão, não se refere tanto à aplicação ou à natureza do conceito, mas a falta de uma palavra melhor: por isso, propõe falar em “estruturação de relações de classe”, que se divide em relações “mediatas” e “imediatas”, envolvendo as formações globais e as formações locais, respectivamente, sendo a mobilidade (e suas “oportunidades de vida”) o fator-chave para pensar as relações mediatas. Trata-se de pensar as classes a partir do “fechamento social” da mobilidade, também proposto por Parkin (1979), como já vimos.

Então, podemos ver como a Inglaterra acabou por se tornar o lócus privilegiado dos weberianos, como Goldthorpe e Giddens.

A partir daí, também podemos observar alguns impactos de Weber no campo da Comunicação, mesmo que não nomeados – como podemos observar, por exemplo, no *corpus* analisado no capítulo 1 e também no campo profissional, no que concerne às pesquisas nas áreas de publicidade e marketing. Por exemplo, Kamakura e Mazzon (2013) em “Estratificação socioeconômica e consumo no Brasil” também operam com a distinção entre “classe” e “status”.

Há muito tempo o conceito de classe social tem sido utilizado em marketing. Medidas de classe social e de status socioeconômico têm desempenhado ao longo do tempo um papel importante em marketing por refletir diferenças de valores, normas, papéis, estilos de vida e padrões de consumo. De forma geral, as pessoas se identificam e se associam com indivíduos de mesmo *status* socioeconômico (Kamakura; Mazzon, 2013, p. 34-35)

Ou seja, ajuda na confusão conceitual entre o que é classe social e considera o conceito como uma “medida”, como se fosse algo a ser catalogado e medido, como um público-alvo a ser atingido, não enquanto sujeito/ ser social. Como afirma Celso Frederico (2009, p. 1),

a sociologia empírica prefere estratificar a sociedade, usando como critério o nível de renda e os padrões de consumo. Em assim fazendo, chamam de classes sociais o que a rigor são apenas camadas e segmentos da sociedade. Tal concepção, utilizada frequentemente pelas pesquisas de opinião, que, volta e meia, aparecem nos jornais, tem o grave inconveniente de aproximar abstratamente pessoas e grupos sociais cujas condições de vida e reivindicações são muitas vezes opostas. (Frederico, 2009, p.1)

No entanto, vale ressaltar que o “Critério Brasil”, utilizado pela Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa (ABEP) reconhece, ao menos desde os anos 2000 que a divisão operada por seu critério se dá a partir das “classes econômicas”. “O Critério de Classificação Econômica Brasil enfatiza sua função de estimar o poder de compra das pessoas e famílias urbanas, abandonando a pretensão de classificar a população em termos de ‘classes sociais’”⁷⁹.

Pois então, como podemos pensar os impactos teórico-metodológicos da abordagem weberiana de classe? Primeiramente, os autores que desenvolveram essa perspectiva, como Parkin, Giddens e Goldthorpe, trabalham sobretudo na Inglaterra, e é justo afirmar que essa concepção de classe se tornou parte de uma escola sociológica britânica.

Outra questão crucial é a distinção entre “classe” e “status”, diferença conceitual essa que serve mais para não-explicar questões de estratificação, desigualdade e conflitos ideológicos, colocando a questão como se fosse somente de “estilo de vida” ou de “diferença”. A transformação social é também ausente da perspectiva conceitual weberiana.

Além disso, a definição de classe estritamente ligada às questões de mercado e à esfera econômica ajuda a produzir uma teoria de classes sem sujeitos, reduzindo-os a esquemas “ABC” hierarquizados principalmente a partir do nível de renda, esquema esse reproduzido por agências de publicidade e pesquisas de mercado, e por fim, naturalizado enquanto mecanismo de classificação no campo da Comunicação.

Essa abordagem weberiana de classe, em nossa visão, se ajusta à concepção ainda hegemônica nos estudos comunicacionais: o paradigma funcionalista e a *mass communication research*, que classifica e estratifica os públicos, pensando em como atingi-los e contribuindo para o estreitamento de laços entre “financeirização e comunicação”, como afirma Sodr (2014).

Depois de apresentarmos as vises de Marx e da tradio marxista e da perspectiva weberiana, apresentaremos a viso de classe de um dos mais importantes socilogos do sculo XX e um dos autores mais citados nos trabalhos analisados no captulo 1: Pierre Bourdieu.

---

⁷⁹ Disponvel em www.abep.org.br

2.3. A Perspectiva de Pierre Bourdieu

Quando se fala em Pierre Bourdieu, é comum depararmo-nos com pesquisadores que leram apenas “um Bourdieu” (possivelmente “A Reprodução”, se for da área de Educação ou “Sobre a televisão”, se for de Comunicação) e que afirmam quase-imperativos categóricos caricaturais a respeito da obra do autor e dos seus conceitos. Esta imagem caricatural⁸⁰ diz: “ele só olha para a reprodução, não para a mudança social”. Será que é verdade? E se for verdade, qual a justificativa para essa ênfase? Como isso implicaria sua visão do conceito de classe social?

Antes de entrarmos na discussão propriamente do conceito de classe social na visão do autor francês, gostaríamos de localizá-lo frente à discussão epistemológica e teórica em relação aos clássicos da Sociologia: Durkheim, Marx e Weber. Seria Bourdieu um durkheimiano? Um marxista? Um weberiano? Em nossa visão, o que ele traz é uma sociologia de fôlego empírico com contribuições dos três autores: por vezes, é o olhar do leitor que define de antemão a “afiliação teórica”. O próprio Bourdieu (2004) afirma que essas “catalogações acadêmicas” empobrecem o debate acadêmico-científico.

Costumo não responder a essas perguntas. Primeiro, porque, em geral, elas quase sempre são feitas – sei que não é o seu caso – com uma intenção polêmica, classificatória, para catalogar, acusar publicamente: ‘Bourdieu, no fundo, é durkheimiano’. O que, do ponto de vista de quem diz isso, é pejorativo, significa: ele não é marxista, e isso é mau. Ou então: ‘Bourdieu é marxista’, e isso é mau. Trata-se quase sempre de reduzir, ou de destruir [...]. Acho inclusive que um dos obstáculos do progresso da pesquisa é esse funcionamento classificatório do pensamento acadêmico – e político –, que muitas vezes embaraça a invenção intelectual, impedindo a superação de falsas antinomias e de falsas divisões (Bourdieu, 1990, p. 41).

A partir dessa visão, Bourdieu afirma que a sua relação com os autores sociológicos clássicos é de “companheirismo”, a quem ele pode recorrer nas horas difíceis. Mas também ressalta: “acho que é possível pensar com Marx contra Marx ou com Durkheim contra Durkheim, e também, é claro, com Marx e Durkheim contra Weber, e vice-versa” (Bourdieu, 1990, p. 66). Para ele, é assim que funciona a ciência, impedindo uma lógica científica classificatória. Ou seja, um autor deve ser tratado como ele verdadeiramente é: um sujeito, que possui poder de escolha, e não é somente “reflexo” ou “efeito de estruturas” de determinada corrente teórica, mas também produz material inédito a partir de suas sínteses.

---

⁸⁰ Especialmente complicada, considerando que é um dos autores mais citados pelos trabalhos do campo comunicacional que trabalharam com classes sociais entre 2010 e 2014 no Brasil (capítulo 1)

Irônico é achar que é “efeito de estrutura” justamente um dos autores adesivados com a pecha de “estruturalista”. O autor, então, faz questão de ressaltar o seu papel de “cientista”:

Na verdade, trata-se de dizer: “eu sou o que sou. Não é o caso nem de elogiar nem de reprovar. Simplesmente, isso implica todo tipo de predisposição e, quando se trata de falar do mundo social, erros prováveis”. Tudo isso, que me faz beirar a pregação – e Deus sabe que não é o gênero que me agrada –, precisava ser dito porque, se meu livro fosse lido como um panfleto, ele se tornaria detestável para mim, e eu preferiria que o queimassem (Bourdieu, 1990, p. 118).

Ainda sobre “ser estruturalista”, Bourdieu (2005) afirma que sua única contribuição a esse debate é um texto de nítida postura estruturalista, “O estruturalismo e a teoria do conhecimento sociológico” (Bourdieu, 1968), e afirma: “é preciso estar mal-intencionado, ou apenas mal informado, para situar-me entre os ‘estruturalistas’” (Bourdieu, 2005, p. 103-104). Ora, do mesmo modo que há a tentativa classificatória, que procura engavetar e enquadrar os autores, também parece que os autores classificados como “estruturalistas” negam o rótulo, a exemplo de Foucault (1996).

O que podemos afirmar, com certeza, é que Bourdieu dialoga constantemente com os clássicos da Sociologia. O que ele traz de contribuições de Émile Durkheim? A começar, um pouco da própria visão sobre a “ciência sociológica”, expressa em livros como “Ofício de Sociólogo” (Bourdieu; Passeron; Chamboredon, 2007) e “Os Usos Sociais da Ciência” (Bourdieu, 2004), por exemplo. O campo científico deve ser, para ele, o lugar de superação do senso comum, a partir de uma “ruptura epistemológica”. É um ferrenho defensor da sociologia como ciência relevante, que nos faz lembrar de Durkheim (2007 [1895]) de “As Regras do Método Sociológico”. Bourdieu (2005, p. 50) quer tentar reverter o “descrédito estrutural e que goza a sociologia no mundo intelectual”, e, portanto, deve-se mostrar a importância e a contribuição da sociologia no mundo científico.

Wacquant (1997) cita alguns pontos de aproximação de Bourdieu com Durkheim: a) adesão ao racionalismo científico; b) defesa obstinada da indivisão da ciência social; c) a relação com a dimensão e a disciplina histórica; d) o recurso à etnologia como um dispositivo privilegiado. Esta demarcação de terreno da sociologia também é expressa em uma das epígrafes de sua autoanálise (que não é uma “autobiografia”, segundo ele mesmo), onde Bourdieu (2005, p. 21) afirma: “análise sociológica que exclui a psicologia, exceto alguns momentos de humor”.

Essa afirmativa, além de evidenciar tal demarcação de terreno, também mostra a importância que a “estrutura social” tem sobre a ação dos indivíduos na obra do autor. Na

clássica dicotomia sociológica “sociedade-indivíduo”, as explicações de Bourdieu caminham pelo peso da sociedade. No entanto, os sujeitos não são simples “efeitos de estrutura” ou assujeitados. Em diversos momentos de sua trajetória intelectual, como em Bourdieu (1990; 1999; 2005; 2007), o autor se coloca contrário ao “objetivismo”, reafirmando a construção do mundo pelos “agentes sociais” e não somente pelas estruturas. Não reduz o indivíduo ao mundo social em que ele vive, mas também os indivíduos não vivem sem amarras sociais.

Se os pontos destacados acima trazem maior relação com Durkheim, é com Weber que Bourdieu busca pensar os “campos sociais”, a partir das esferas da sociedade propostas na sociologia weberiana, como arte, política, economia e religião, que seriam autônomas perante os indivíduos (Weber, 1991). É também neste diálogo que Bourdieu procura compreender a “multidimensionalidade das classes”, agregando o status social como “comportamento de classe”, como veremos adiante na concepção bourdieusiana de classe. Os temas da educação e da religião são caros aos dois autores, frutos de embates de Bourdieu com Weber, o autor, ao mesmo tempo, mais próximo e mais distante de Bourdieu, a pessoa com quem ele “pensa com e contra”. A crítica bourdieusiana⁸¹ ao “subjetivismo”, em alguma medida, pode ser endereçada à sociologia weberiana (apesar dos alvos também serem a fenomenologia, o interacionismo e a etnometodologia), pois os agentes não constroem suas visões de mundo livremente.

Por fim, os debates com a tradição marxista, com quem Bourdieu também se digladiou e se aproximou. Uma aproximação quase sem tocar. Quando parecem muito pertos um do outro, se afastam. Por isso, torna-se quase impossível falar dos pontos em comum sem colocar as questões divergentes. Não sei se seria ousado (e irônico) dizer: “uma dialética relação”.

A chave que abre a leitura dos autores e que também nos ajuda a pensar Bourdieu com olhos de Marx é a questão do sujeito. Para a concepção materialista, o sujeito é social: não é nem totalmente livre, nem assujeitado – possui escolhas, possibilidades e capacidade de transformação a partir das condições da vida material. Para parafrasear Marx (1997 [1852]), mesmo não fazendo a nossa própria história do jeito que queremos, nem sob as circunstâncias que queremos, ainda assim somos capazes de fazer a diferença. Ou seja, a sílaba tônica marxiana é na primeira parte da afirmação. Enquanto isso, para Bourdieu, podemos utilizar a mesma frase, mas a sílaba tônica se encontra na segunda parte: mesmo os sujeitos podendo fazer a própria história, eles não a fazem do jeito que querem, pois há condições sociais envolvidas.

---

⁸¹ Há quem diga “bourdieuana” ou “bourdiana” para se referir à teoria de Bourdieu. Padronizaremos a nomenclatura “bourdieusiana”.

As visões de sujeito não são idênticas: elas tão-somente quase se tocam. Na tradição marxista, como pudemos discutir anteriormente, a noção de “consciência” pode ser central para a transformação: os autores pertencentes a essa tradição “acreditavam que os dominados (talvez alguma parte destes) pudessem sob certas condições perceber e avaliar a natureza da sua própria opressão” (Burawoy, 2010, p. 29). Em Bourdieu, os sujeitos têm momentos de “inconsciência” sobre sua posição no mundo – inconsciência essa que ele denomina *illusio* (Bourdieu, 1976), que é a mistificação, e não somente o consentimento à dominação. Na tradição marxista, os sujeitos que adquirem “consciência de classe”, em algum momento também estiveram em um estado de “não-consciência”. Mas é inegável que essa *illusio* tem mais peso na obra bourdieusiana.

A partir disso, pretendemos afirmar que Bourdieu não é só o teórico da reprodução, mas também da mudança, apesar de vê-la com um foco diferente da tradição marxista. Ele foca na reprodução, mas com horizonte na transformação: o desejo de mudança do autor se dá a partir da crítica da reprodução. Não fala a todo o momento de “mudança social” por ver mais reproduções de dominação do que propriamente transformações nos processos sociais, isto é, não é porque ele não “quer” mudança (plano do dever-ser), mas porque ele não a enxerga no mundo em que vive (plano da realidade concreta).

Trata-se menos de “romantizar” os “oprimidos” (crítica utilizada, por exemplo, contra os Estudos Culturais) do que tentar compreender as ambivalências dos “dominados” nos jogos de poder. “Conforme Bourdieu, os intelectuais marxistas projetam falsamente seus próprios *habitus* sobre a classe trabalhadora; com isso, iludem-se ao imaginar que os trabalhadores tenham disposições e aspirações revolucionárias” (Burawoy, 2010, p. 35). Isso, para ele, é fruto de uma “ilusão (*illusio*) escolástica”, com os intelectuais tentando universalizar seu próprio ponto de vista sobre todos os campos sociais.⁸²

As palavras “oprimidos” e “dominados” não foram utilizadas à toa: elas ajudam a exprimir outra diferença básica entre Bourdieu e a tradição marxista: o enfoque na dominação antes que na exploração.

A análise feita por Bourdieu dos campos sociais tende a colapsar essas duas relações (exploração e produção), reduzindo a divisão do trabalho à simples posse de um capital, e com isso, eclipsando a ideia de exploração que, pelo menos no esquema marxiano, conduzia às lutas de classe [...]. A análise que Bourdieu faz da economia é destinada a realçar sua dimensão cultural (Burawoy, 2010, p. 37).

---

⁸² Aqui Burawoy (2010) enxerga paralelos de Bourdieu com “A Ideologia Alemã”, de Marx, na crítica da visão escolástica pelo autor francês e pela crítica à filosofia alemã e aos jovens hegelianos, por parte do pensamento marxiano.

Pois o enfoque de Bourdieu se dá nas questões “culturais” e “simbólicas” antes que nas “econômicas” e “materiais”, como se fossem antagônicas, como se não consistissem em outros lados da moeda da vida material. O prestígio e o reconhecimento (ou a falta de) não são somente conceitos abstratos, mas impactam positivamente ou brutalmente na vida dos sujeitos sociais. Realçar as dimensões culturais da classe (como ficará mais claro a seguir) é um avanço da perspectiva bourdieusiana (embora a tradição marxista, como exposto anteriormente, também pense em “culturas de classe”), mas o apagamento do “econômico” pelo “cultural” em algumas releituras do autor, como entes separados, contribui para a leitura de um Bourdieu mais pós-moderno do que efetivamente é. O problema, a nosso ver, não é simplesmente a opção por “dominação” ou “exploração”, pois ambas podem coexistir em um aparato conceitual-teórico, para melhor apreender a dinâmica contraditória da sociedade. Aliás, também não se pode reduzir a perspectiva materialista à exploração: trata-se, sobretudo, de um enfoque a partir da emancipação humana. A questão é realmente se utilizar de uma leitura mais “culturalista” da dominação para adocicar e domesticar a problemática das classes sociais.

Há, ainda, uma visão de Bourdieu “economicista” do próprio Marx, sendo que, como já analisamos, é Weber quem concentra sua análise de classe circunscrita à esfera econômica. Por isso, ajuda a cristalizar uma visão reducionista – que encontramos em parte dos trabalhos analisados no *corpus* do capítulo 1 – da própria visão marxista – as classes são “classes sociais” e não “classes econômicas”. O que Bourdieu diz é:

as insuficiências da teoria marxista das classes e, sobretudo, a sua incapacidade de explicar o conjunto das diferenças objetivamente provadas, resultam de que, ao reduzir o mundo social ao campo econômico, ela se vê obrigada a definir a posição social em referência unicamente à posição nas relações de produção econômica [...]. Ela põe assim um mundo social unidimensional, organizado simplesmente em torno da oposição entre dois blocos (Bourdieu, 1999, p. 152-153).

Como já afirmamos, a relação entre Marx e Bourdieu é de muitas discordâncias e também muitas concordâncias. Outro ponto de quase-convergência é que ambos os autores colocam foco na questão das “lutas”, embora claramente de maneiras diferentes. “Tanto em Marx como em Bourdieu, a ação estratégica torna-se rapidamente uma luta para conservar ou para subverter os poderes dominantes no interior do campo” (Burawoy, 2010, p. 34). Os embates para manutenção ou para a mudança social estão no horizonte dos dois autores. Bourdieu, em “A Distinção”, faz questão de marcar seu conceito de classe como relacional e a partir das disputas e não como um conceito meramente classificatório ou hierarquizante.

Se, muitas vezes, numerosos empreendedores de pesquisas empíricas são impelidos a aceitar, implícita ou explicitamente, uma teoria que reduz as classes a simples estratos hierarquizados, sem serem antagonistas, é sobretudo porque a própria lógica de sua prática leva-os a ignorar o que está objetivamente inscrito em qualquer distribuição (Bourdieu, 2007, p. 229).

Então, ele considera que há uma questão de poder na própria linguagem “teórica das classes”, ao dizer que as teorias que concebem as classes a partir da “linguagem da estratificação” apreendem o mundo social de maneira diferente em relação às teorias que pensam a partir da “linguagem da luta de classes” (Bourdieu, 2007, p. 230).

No entanto, há um deslocamento realizado por Bourdieu da luta de classes à luta por classificações. Não se trata, porém, de deslocar a centralidade da classe social nas sociedades contemporâneas, pois o autor considera as lutas por classificação como uma dimensão fundamental da própria luta de classes, ou, a posição nos embates por classificação depende da posição na estrutura de classes.

A luta das classificações é uma dimensão fundamental da luta de classes. O poder de impor uma visão das divisões, isto é, o poder de tornar visíveis, explícitas, as divisões sociais implícitas, é o poder político por excelência: é o poder de fazer grupos, de manipular a estrutura objetiva da sociedade (Bourdieu, 1990, p. 167).

Como ele opera tal deslocamento? A partir das lutas simbólicas pelas visões consideradas legítimas do mundo social. Com isso, podemos concluir duas coisas: 1) as lutas por classificação não deslocam por total as lutas de classes, pois mantém a “luta de classes” no centro da roda, mesmo que “à moda bourdieusiana”; 2) o que Bourdieu chama de “simbólico”, Marx já chamava de “ideologia” (uma palavra um pouco “esquecida”, para não dizer silenciada, por Bourdieu) – a luta de classes também – e sempre, diga-se de passagem – acontece no plano ideológico (ou, em termos bourdieusianos, nas “lutas pelo sentido do mundo social”). A clássica afirmação marxiana sobre as “ideias dominantes” aqui aparece em semelhantes tons: “a luta política é uma luta cognitiva (prática e teórica) pelo poder de impor a visão legítima do mundo social” (Bourdieu, 2001, p. 226). Em outro momento, ele retorna a esse *deja vu* marxiano, ao dizer que “o lugar por excelência das lutas simbólicas é a própria classe dominante” (Bourdieu, 2007, p. 237).

Ora, o que há de original em Bourdieu, então, além do vocabulário, é o enfoque de que as lutas ocorrem nos diversos campos sociais, como a religião, a educação, a ciência e a própria comunicação. De certa forma, amplia a noção de “luta de classes”, permitindo estender a compreensão do fenômeno.

Bourdieu também não se esquece das “lutas” – não é como Poulantzas ou Althusser, que enxergam as classes como meros efeitos das estruturas – mas há sujeitos envolvidos. As “lutas das classificações” não podem ser igualadas a uma “sociologia classificatória”, que pensa as classes como se fossem tabelas de classificação de campeonatos de futebol.

Não se pode fazer uma ciência das classificações sem se fazer uma ciência da luta dessas classificações e sem se tomar em linha de conta a posição que, nesta luta pelo poder de conhecimento, pelo poder por meio do conhecimento, pelo monopólio da violência simbólica legítima, ocupa cada um dos agentes ou grupos de agentes que nela se acham envolvidos (Bourdieu, 1999, p. 149).

A centralidade das “lutas” é uma prova de que a concepção bourdieusiana de classe guarda semelhanças com as concepções marxistas de classes. O trecho abaixo, de “A Distinção” (Bourdieu, 2007) mostra que a transformação social é também uma agenda do autor, pensando-a relacionalmente com a conservação social. É preciso compreender essas dimensões a partir de seus embates, por isso o autor considera ser vazio falar que uma classe é “conservadora” ou “inovadora”. Ninguém pode ser considerado “reacionário” ou “libertário” em si, tomado em si mesmo: é preciso analisar pontos-de-referência do mundo social e se é “reacionário” ou “libertário” em relação a quem, no campo de lutas.

Caracterizar uma classe como ‘conservadora’ ou ‘inovadora’ – sem precisar sob qual aspecto – é [...] produzir um discurso que, praticamente, se limita a dizer o lugar de onde se articula porque faz desaparecer o essencial, ou seja, o *campo de lutas* como sistema de relações objetivas no qual as posições e tomadas de posição definem-se relacionalmente e que domina ainda as lutas que visam transformá-lo: é somente com referência ao espaço de disputa que as define e que elas visam manter ou redefinir, enquanto tal, quase completamente, que se pode compreender as estratégias individuais ou coletivas, espontâneas ou organizadas, que visam conservar e transformar ou transformar para conservar (Bourdieu, 2007, p. 151)

No entanto, diferentemente da concepção de classe no marxismo, o “campo de lutas” é mais uma luta para manter-se no campo do que para destruir a outra classe. Ainda assim, na perspectiva bourdieusiana, há uma dimensão de embates que se dão nessas “classificações”. Contudo, o risco de se pensar em “classificações” é o de “ficcionalizar” as classes. Bourdieu (1999), então, diferencia as “classes no papel” das “classes reais”. A classe no papel é apenas uma “classe provável”, no sentido que tem uma existência apenas no campo teórico, sendo, então, produto de uma classificação explicativa: “semelhante à dos zoólogos ou dos botânicos, ela permite explicar e prever as práticas e as propriedades das coisas classificadas – e, entre outras, as das condutas de reunião em grupo” (Bourdieu, 1999, p. 136). Não sendo, portanto, uma “classe real”, a “classe no papel” não considera o sentido de grupo mobilizado para a luta na sua existência, dimensão essa que não pode ser esquecida para a compreensão e

análise das classes. Podemos considerar as classes no papel como semelhantes às descrições antropológicas de qualquer grupo/comunidade.

Essa compreensão de “classes reais” se assemelha à concepção de “formação de classe” da tradição marxista e até em relação à maneira como Thompson (1987) compreende a dinâmica das classes sociais. Também Bourdieu (1990) atribui centralidade aos porta-vozes, tal qual Marx (1997 [1852]) no 18 Brumário: para o autor francês, a classe “existe se existirem pessoas que possam dizer que elas são a classe” (Bourdieu, 1990, p. 168).

Entretanto, Bourdieu (1999) critica a tradição marxista por igualar as classes construídas com as classes reais mobilizadas, confundindo, em sua visão, as coisas da lógica com a lógica das coisas, pois enxerga a importância das “classes no papel” para o conhecimento científico, a partir de uma teoria do espaço social. “É preciso afirmar [...] que as classes que podemos recortar no espaço social [...] não existem como grupos reais embora expliquem a probabilidade de se constituírem em grupos práticos” (Bourdieu, 1999, p. 136-137). Em sua visão, trata-se de considerar as existências teóricas e práticas dos grupos. Contudo, a visão marxista não desconsidera a “teoria e a prática” das classes, pois é realmente a partir da *práxis* que as relações de classes se formam.

Mas o que, afinal, Bourdieu entende por classe? São “conjuntos de agentes que ocupam posições semelhantes e que, colocados em condições semelhantes e sujeitos a condicionamentos semelhantes, têm, com toda a probabilidade, atitudes e interesses semelhantes, logo, práticas e tomadas de posição semelhantes” (Bourdieu, 1999, p. 136). É um conceito relacional, não algo estático, pois depende das trajetórias dos sujeitos sociais:

a posição de um indivíduo ou de um grupo na estrutura social não pode jamais ser definida apenas de um ponto de vista estritamente estático, isto é, como posição relativa (‘superior’, ‘média’ ou ‘inferior’) numa dada estrutura e num dado momento. O ponto da trajetória, que um corte sincrônico apreende, contém sempre o sentido do trajeto social (Bourdieu, 1976, p. 7).

A partir disso, a classe é definida pela estrutura de relações entre várias propriedades, como os volumes e a composição dos diversos tipos de capital e também pelos efeitos que a posição de classe exerce sobre as práticas. Em sua visão, não se refere somente a uma posição nas relações de produção: as classes sociais seriam definidas também a partir de “relações simbólicas com os indivíduos das outras classes” (Bourdieu, 1976, p. 14), ou seja, a partir de um *habitus* de classe. Assim, o conceito de classe em Bourdieu, portanto, é intimamente ligado às noções de *habitus*, capital e campo, não falando, pois, de lugar na produção, por exemplo.

O *habitus* seria como um mapa de conduta de comportamento, revelador dos valores e dos pontos-de-vista dos sujeitos: um “maestro invisível” que guia a vida das pessoas, como um “piloto automático”, eliminando tempo de reflexão e automatizando nossas ações, formando os estilos de vida. Um princípio unificador das práticas sociais, “estrutura estruturante e estrutura estruturada” que nos faz incorporar (tornar corpo) práticas a partir da socialização, muitas vezes naturalizando essas práticas, ou seja, dando a ilusão de que tal fato é “natural”, quando este é “social”.

Ao colocar o conceito de *habitus* como central para a classe, Bourdieu também nega o conceito de classe medido somente a partir de índices ou indicadores, como profissão, renda ou nível de instrução. Contam também, por exemplo, a “proporção entre o número de homens e mulheres, correspondente a determinada posição no espaço geográfico (que, do ponto de vista social, nunca é neutra)” (Bourdieu, 2007, p. 97).

O conceito é polêmico e foi criticado até por seus discípulos (Lahire, 2006), por apresentar um “mapa-guia” das classes sociais mais fixo e “estruturante/estruturado” do que as próprias práticas sociais das classes. Em dois momentos, a defesa do autor: a) em “Coisas Ditas”, Bourdieu (1990, p. 22) afirma que *habitus* é “um velho conceito aristotélico-tomista que repensei completamente, como uma maneira de escapar dessa alternativa do estruturalismo sem sujeito e da filosofia do sujeito”; b) em “O Poder Simbólico”, a defesa é semelhante: “tal noção permitia romper com o paradigma estruturalista sem cair na velha filosofia do sujeito ou da consciência, a da economia clássica e do seu *homo economicus* que regressa hoje com o nome de individualismo metodológico” (Bourdieu, 1999, p. 61).

Compreendemos as lutas no “campo científico” que Bourdieu travava, por exemplo em relação ao “individualismo metodológico”. Mesmo assim, também deve soar estranho ao leitor, Bourdieu falar: “escapar do estruturalismo sem sujeito” e “romper com o paradigma estruturalista”. Pois o que o determinismo em usar o conceito de *habitus* nos traz justamente é pensar as questões da “estrutura” – a própria definição trava-línguas de “estrutura estruturante e estrutura estruturada” já nos é o bastante para marcar a definição do conceito.

Um bourdieusiano pode dizer: “mas ele não esqueceu a ação dos sujeitos”. De fato, o autor pensa os conceitos de “trajetória” e “estratégia” para, segundo ele, romper “com o ponto de vista objetivista e com a ação sem agente que o estruturalismo supõe” (Bourdieu, 1990, p. 81). Essas noções se propõem a compreender os modos como as trajetórias sociais dos indivíduos e as suas estratégias cotidianas – veja bem – se “encaixam” nos “*habitus* de classe”. Quando Bourdieu retoma o *habitus* aristotélico, acaba por tomar também de Aristóteles o seu modo de pensar a realidade por oposição, e não por contradição. Falta

dialética ao “traíçoeiro conceito” (Burawoy, 2010) de *habitus* de Bourdieu, apesar de, em alguns momentos, parecer que Bourdieu chega perto de Marx (dentro daquela imagem de “os autores quase se encontram, e nesse ponto, se distanciam muito”), como nessa passagem de “A Distinção”: “os sujeitos sociais compreendem o mundo social que os compreende” (Bourdieu, 2007, p. 336).

Pois bem: os *habitus* de classe em Bourdieu se dão a partir da distribuição dos diferentes tipos de “capital” aos sujeitos. Ele desdobra – mais do que “refina”, como vemos colocado em alguns trabalhos analisados no *corpus* do capítulo 1 – o conceito marxiano de “capital” para os diversos campos sociais, no sentido de enfatizar o poder simbólico e a violência simbólica, que não seriam dados, em sua visão, no campo econômico.

O conceito de campo, então, é concebido como o contexto na prática, que envolve jogos, disputas e conflitos pelo que é legítimo e reconhecido como tal em cada campo social – religioso, econômico, político, social, cultural, jornalístico, entre outros. Cada campo tem a sua própria lógica, as suas próprias “moedas”, com as quais é jogado o jogo social: para ascender no campo acadêmico da comunicação, por exemplo, as regras são diferentes em relação ao campo profissional/mercadológico da comunicação, pois as questões em disputa são outras, bem como a sua lógica. “A história do campo é a história da luta pelo monopólio das categorias de percepção e apreciação legítimas; é a própria luta que faz a história do campo; é pela luta que ele se temporaliza” (Bourdieu, 2008, p. 88). Mais uma vez, Bourdieu (2007) não se esquece totalmente da ação dos indivíduos, ao afirmar que a força investida pelos indivíduos nas lutas de classes define a estrutura dos campos sociais. Ou seja, os embates e as disputas não são de todo esquecidos.

Então, os capitais que circulam em cada campo também são diferentes, e as disputas são em relação ao que é considerado “legítimo” e “reconhecido” em cada campo. A partir disso, se dão os conceitos, por exemplo, de “capital econômico” (enquanto dinheiro, renda, finanças), “capital social” (pensando a partir da legitimidade das relações sociais e do circuito de prestígio) e “capital cultural” (traduzido a partir de “capital institucionalizado”, como os diplomas escolares, por exemplo, ou não-institucionalizados, que são as formas consideradas legítimas em cada campo de um determinado estilo de vida ou de determinado comportamento, muitas vezes traduzido a partir da questão do “consumo”).

Nos capitais que não o econômico, circula o que ele chama de “poder simbólico”, que se relaciona com violência e dominação simbólica. A violência simbólica seria, na visão de Bourdieu, mais devastadora do que a “material”, por ser “suave, insensível, invisível a suas próprias vítimas, que se exerce essencialmente pelas vias puramente simbólicas da

comunicação e do conhecimento” (Bourdieu, 1999, p. 9). Quanto à separação entre “simbólico” e “material” e dizer que a comunicação somente se dá no plano do simbólico, creio que já externalizamos nossas diferenças para com o autor.

Já a dominação, de uma forma geral, para o autor, nunca acontece sem a “ajuda” dos dominados. “Os dominados contribuem, com frequência à sua revelia, outras vezes contra sua vontade, para sua própria dominação, aceitando tacitamente como que por antecipação, os limites impostos” (Bourdieu, 2001, p. 205). Entretanto, não se trata de culpabilizar a vítima pela própria dominação, mas de uma certa *illusio* (para usar o vocabulário do autor), ou uma “inconsciência de classe”. Ainda os “dominados” possuem a “urgência de vida” marcada nas disposições com relação ao tempo. Então, Bourdieu (1979) diz que, para dominar, é preciso afastar-se da urgência do presente.

E como se dá a reprodução dos diferentes capitais nos distintos campos da vida social? Essa transmissão se dá de forma particular, principalmente a partir da família e da escola, que auxiliam na reprodução das distinções entre as classes e fazem-nas incorporar (mais do que “inculcar”) e aprender as disposições de determinado *habitus*, às vezes como “saberes desinteressados”. Essa “herança simbólica” faz com que os sujeitos individualizem/naturalizem situações que são sociais.

Podemos considerar, então, em sua visão, as classes e as frações de classes como resultados da diferenciação do volume da distribuição dos capitais legítimos em cada campo, ou do “volume global de capital” e a análise de classe deve considerar o conceito como relacional. Em “A Distinção”, Bourdieu (2007) comenta que os jornalistas e os intelectuais seriam uma fração das classes médias/ dominantes com, proporcionalmente, mais “capital cultural”⁸³ do que “capital econômico”, enquanto os “novos-ricos” teriam, proporcionalmente, mais “capital econômico” do que “cultural”. Jessé Souza (2011) ilustra essa posição:

Tomemos um professor universitário iniciante que ganhe R\$ 6 mil. Tomemos agora um trabalhador qualificado que monitora os robôs da Fiat, em Minas Gerais, que

---

⁸³ Não podemos deixar de mencionar certa crítica “culturalista”, ou de cunho antropológico, em relação ao conceito de “capital cultural” em Bourdieu, bem como a resposta do autor a essa questão. Do ponto de vista antropológico, o conceito de cultura (Cuche, 1999) não se resume às “práticas culturais legítimas” como gostar de determinado livro ou de ter frequentado uma escola de prestígio, mas se refere às práticas humanas, em seu sentido mais abrangente, como contraposição à “natureza”. Essa diferença de significados fez com que Bourdieu ficasse marcado, em certa medida, como um autor que “despreza alguns tipos de cultura” em detrimento de outras, como se ele dissesse, a partir do seu conceito, o que merece e o que não merece ser chamado de “cultura”. Bourdieu não se filia ao conceito antropológico de “cultura”, mas considera, para os seus capitais, o que os sujeitos (e não ele – Pierre Bourdieu) consideram “legítimos” e “reconhecidos” como coisas boas de se gostar em determinado campo, isto é, os objetos que aparecem como mais prestigiosos na circulação de sentidos entre os campos. Portanto, a intenção dele não é de deslegitimar algum tipo de cultura.

também ganhe algo em torno de R\$ 6 mil mensais. Todas as escolhas dessas pessoas vão ser, com muita probabilidade, distintas, desde a mulher que se escolhe, os amigos, o tempo de lazer, as roupas que se compram, o padrão de consumo, os livros que se leem etc. Quando muito, essas pessoas vão poder conversar sobre futebol entre si. Qual o sentido de dizer que essas pessoas são da mesma classe porque ganham um salário semelhante? Ajuda a nossa compreensão de alguma delas estabelecer esse tipo de relação? O que esta concepção dominante sobre as classes em todas as ciências hegemônicas e em toda a esfera pública dos jornais e das TVs permite é “esquecer” e relegar às sombras o principal: que as classes sociais são formadas por “culturas de classe” muito diferentes entre si. Não existe “o” brasileiro, nem “a” mulher. É o pertencimento de classe que permite qualificar e compreender as pessoas na sua diferença (Souza, 2011, p. 1)

Assim, um ponto central da análise de classes em Bourdieu é compreender a dominação que se dá a partir dos jogos e embates de distinção entre as classes e seus diferentes campos e capitais. Esse jogo de distinção se dá a partir da luta pelo “gosto” legítimo. É preciso, então, entender o gosto como algo socialmente construído e naturalizado. Gostar não é neutro ou gratuito, mas revela uma posição do sujeito no mundo social e a luta pelo gosto legítimo é desigual, como observamos em relação aos capitais. Gostar de determinado bem pode ser considerado distinto e legítimo, como algo da “alma” ou ser colocado de forma pejorativa, como “vulgar”, vindo do “corpo” e, portanto, mais “baixo”, ou seja, um verdadeiro campo de batalha pela legítima e reprodução das práticas sociais no terreno do gosto⁸⁴.

Com isso, podemos ver que Bourdieu traz alguns avanços para pensar a questão de classe, embora tenhamos feito questão de pontuar distanciamentos em relação ao marxismo, por exemplo. Mas, como já enfatizamos, as discordâncias também vieram de seus próprios alunos, como Bernard Lahire.

Em “A Cultura dos Indivíduos”, Lahire (2006) critica a noção de *habitus*, ao afirmar a não-sistematicidade do conceito e como os “perfis culturais dissonantes” são a regra, não a exceção. “A fronteira entre a legitimidade cultural [...] e a ilegitimidade cultural [...] não separa apenas as classes, mas partilha as diferentes práticas e preferências culturais dos mesmos indivíduos, em todas as classes da sociedade” (Lahire, 2006, p. 17).

Pois o que Lahire tenta nos dizer, em primeiro lugar, é o que está no cerne da crítica ao conceito de *habitus*, termo que já mostramos ser, em alguma medida, problemático: os sujeitos existem, não são robôs, máquinas, pós-humanos ou efeitos de estrutura, portanto, eles

---

⁸⁴ “Os traços distintivos mais prestigiosos são aqueles que simbolizam mais claramente a posição diferencial dos agentes na estrutura social – por exemplo, a roupa, a linguagem ou a pronúncia, e sobretudo ‘as maneiras’, o bom gosto e a cultura – pois aparecem como propriedades essenciais da pessoa, como um ser irreduzível ao ter, enfim como uma natureza, mas que é paradoxalmente uma natureza cultivada, uma cultura tornada natureza, uma graça e um dom” (Bourdieu, 1976, p. 16).

podem ter escolhas diferentes do “programado”. Como diz Lahire (2006, p. 216), “a que ponto a pessoa é prisioneira de seu *habitus*? Não se pode ser branco, macho, heterossexual e membro da classe média, e apesar de tudo isso, interessar-se pelo rap?”.

Em segundo lugar, o autor sinaliza uma mudança de tempos, pois o século XXI não é a França dos anos 1970 estudada por Bourdieu em “A Distinção”, e hoje em dia as diferenças seriam mais tênues e embaralhadas. Lahire tem razão? Sim e não. Sim, porque houve mudanças nos últimos 40 anos no mundo, de ordem tecnológica, social e nos processos de trabalho e bens de consumo que, por exemplo, eram destinados somente à elite, hoje se popularizaram. Não, porque mesmo na década de 1970, os *habitus* de classe compunham também “perfis consonantes” e “perfis dissonantes”: não eram uma “estrutura estruturante e estruturada” realmente.

A partir do título do livro de Lahire, “A Cultura dos Indivíduos”, podemos pensar: será que os indivíduos sobre os quais o autor fala são atores sem nenhuma amarra social? Somente únicos e especiais, como tenta mostrar nas “inconsistências do *habitus*”? Uma coisa é negar que os sujeitos sejam efeitos de estrutura, outra bem diferente é negá-los qualquer estatuto proveniente do social. Pois, em algum momento (Lahire, 2006, p. 25) o autor afirma que “esse gênero de variação [...] não é menos social”, pois é sempre o “mundo social” que faz circular os gêneros, os gostos e o consumo cultural, não os indivíduos sozinhos. Caso contrário, desaparece qualquer possibilidade de explicação a partir da própria cultura.

Para nós, o foco não deve estar no “consumo cultural” em si ou em elencar as práticas culturais “legítimas” de cada classe, mas sim nas lutas de classes e suas decorrências, e a perspectiva bourdieusiana nos interessa enquanto compreende essas disputas. Caso contrário, incorreremos em uma “teoria classificatória” sem nenhum valor em si. Compreendemos que o problema, por vezes, não reside no “Bourdieu em si”, mas no modo como ele foi lido e reapropriado pela área de “consumo” na comunicação, reduzindo o seu trabalho ao plano do “simbólico” – como mostramos na análise do *corpus* do capítulo 1. Como já afirmamos acima, é uma maneira de domesticar e adocicar a teoria social, tornando-a mais palatável a determinadas visões ideológicas.

A seguir, mostraremos a concepção de classe para alguns autores contemporâneos: o esloveno Slavoj Žižek e a dupla formada pelo italiano Antonio Negri e o estadunidense Michael Hardt.

2.4. Negri, Hardt e Žižek

Alguns autores contemporâneos também abordam teoricamente a questão das classes com certo destaque no mundo intelectual. Aqui nos reservaremos a discutir a concepção de classe em apenas dois conjuntos de autores. Em comum, ambos têm alguma influência de Marx. Algumas diferenças: o esloveno Slavoj Žižek é apaixonado pela psicanálise de Lacan, além de ter outras influências como Hegel e Heidegger. Enquanto isso, o italiano Antonio Negri e o estadunidense Michael Hardt são influenciados por todo o “desejo” na filosofia de Espinosa. Embora esses autores não tenham sido muito citados pelo *corpus* analisado no capítulo 1⁸⁵, consideramos que são pesquisadores relevantes no cenário internacional atual das ciências humanas e sociais, e que debatem, em alguma medida, sobre classes.

Em primeiro lugar: será possível definir os autores teoricamente em alguma corrente? Therborn (2012a) coloca-os a partir da alcunha de “neomarxistas”, por considerar os trabalhos dos autores como discursos “originais e implacáveis que derivam do legado marxista e se fundem nele” (Therborn, 2012a, p. 139), como testemunho do fôlego e da criatividade da tradição marxista, re-lendo Marx a partir de outras tradições teóricas. No entanto, esta é uma definição que, além de pouco precisa, traz os prefixos “da moda” como “neo” e “pós”, que podem ser uma perigosa muleta teórica. Por isso, preferimos localizar e analisar teoricamente o conceito de classe nos autores, a partir de suas influências diversas, sem tentar coloca-los na mesma “caixa”, pois possuem posicionamentos distintos em relação às classes e ao mundo social. Segundo Therborn (2012a, p 140),

os dois conjuntos de autores escrevem com verve e gosto num estilo barroco de *assemblage*, mostrando erudição e capacidade de associação assombrosas com um grande número de campos e tradições, em alta velocidade e sem tempo para contextualizações históricas ou investigações empíricas (Therborn, 2012a, p. 140).

Antonio Negri faz parte do chamado autonomismo italiano, que possui um amplo espectro político, abrigando anarquistas, marxistas e (pós)-estruturalistas. Ele possui influências de Baruch de Espinosa⁸⁶, principalmente no que tange ao “desejo de potência”. Trata-se de uma “política dos afetos”, de onde também saem os conceitos de “império” e “multidão”. O “império” seria uma nova forma global de soberania, como um “poder em rede”. Segundo Negri e Hardt (2001, p. 437), “esta é a revolução que nenhum poder controlará – porque o biopoder e o comunismo, a cooperação e a revolução continuam juntos,

⁸⁵ Apenas Žižek é citado, e em apenas duas teses e/ou dissertações.

⁸⁶ O autor holandês também influenciou uma série de filósofos, inclusive o francês Gilles Deleuze.

em amor, simplicidade e também inocência. Esta é a irreprimível leveza e alegria de se ser comunista".

Podemos notar como a “política dos afetos” faz parte do seu projeto de comunismo: “cooperação”, “amor” e “simplicidade”. A multidão, então, é concebida como um projeto aberto, múltiplo e abrangente, não podendo ser reduzido a uma única identidade. Uma rede aberta e em expansão, onde as diferenças podem ser expressas livremente e onde se pode trabalhar e viver em “comum”.

Negri e Hardt (2005) pensam a multidão como um projeto de classe, uma reproposição, em suas visões, do projeto marxiano de luta de classes. Para Therborn (2012a, p. 141),

a ‘multidão’ aparece em concomitância com o império; ela substitui o ‘proletariado’ marxista e o ‘povo’ da teoria democrática clássica [...]. A multidão é composta igualmente de todos os trabalhadores e ‘pobres’ do planeta, cada vez mais interligados no espaço mundial ‘aplainado’ de uma sociedade civil claudicante e fronteiras nacionais em declínio por relações e conhecimentos comuns.

Os autores negam o conceito de “classe trabalhadora” por achá-lo exclusivo e unidimensional. A multidão, “multicolorida” por excelência, seria o “sujeito comum do trabalho, ou seja, a carne real da produção pós-moderna” (Negri; Hardt, 2005, p. 141). Com isso, os autores afirmam que a classe operária já não possui papel hegemônico, “embora quantitativamente não tenha diminuído em escala planetária” (Negri; Hardt, 2005, p. 13). Então, a multidão é compreendida como classe a partir da “produção biopolítica”.

Essa mistura de Espinosa com Foucault, com pitadas idealistas hegelianas, a nossos olhos, resulta em uma espécie de “comunismo pós-moderno”, pois uma coisa é considerar as mudanças no mundo do trabalho nas últimas décadas, outra é relegar a “classe operária” ao segundo plano, como se os operários também não tivessem se transformado (Lojkin, 1990), como se não existissem “infoproletários” (Antunes; Braga, 2009) ou a formação de um “cibertariado” (Huws, 2009).

Eles compreendem, no entanto, assim como na tradição marxista, que a luta de classes precede a definição das classes, que não podem ser um catálogo de diferenças empíricas, mas construída na “luta coletiva”, politicamente. “A classe é um conceito político, em suma, na medida em que uma classe é e só pode ser uma coletividade que luta em comum” (Negri; Hardt, 2005, p. 144).

A questão é que, ao priorizarem a “multidão” em seu arsenal teórico, Negri e Hardt (2005) acabam por colocar a questão das classes em segundo plano. Esse deslocamento da

“classe” pela “multidão” pode, em certa medida, explicar por que esses autores não se destacam na bibliometria apresentada no *corpus* do capítulo 1. Se a busca em teses, dissertações e artigos fosse por “multidão” ou “luta biopolítica”, o resultado, provavelmente, seria outro⁸⁷.

Contudo, o conceito mais controverso dos autores é o de “trabalho imaterial”, que, para eles, toma a hegemonia do “trabalho industrial”. Sua principal característica é produzir cooperação, comunicação e relações sociais: “a produção de comunicação, relações afetivas e conhecimentos em contraste com carros e máquinas de escrever, é capaz de expandir diretamente o campo do que compartilhamos” (Negri; Hardt, 2005, p. 156/157). Pois uma questão é afirmar a crescente importância da comunicação no trabalho e nos processos produtivos, como podemos observar em pesquisas como Fígaro (2001; 2008), Grohmann (2012) e Rebechi (2014). Outra, totalmente diferente, é descolar a comunicação e o trabalho de sua materialidade mesma e da teoria do valor (Jappe, 2006).

Um aplicativo de celular ou uma peça publicitária que está na “nuvem” da Internet (Mosco; 2014) não podem ser considerados frutos de trabalho “imaterial” apenas porque estão “online” ou “digitalizadas”, por exemplo. Isso se deve ao fato de que a atividade de trabalho é sempre material⁸⁸ e os processos produtivos de produtos como esses dependem do trabalho – que é sempre mental e corporal – de homens e mulheres ao longo de toda cadeia produtiva de valor. Como afirma Marcos Dantas (2012, p. 17-18),

o trabalho informacional é material, pois é transformação, pelo corpo humano e sua mente, através de próteses adequadas (ferramentas e tecnologias), de materiais portadores de signos que contém valor pelo signo que portam. Trabalho imaterial somente se for aquele feito por Deus no ato da criação... (Dantas, 2012, p. 17-18).

O ápice do equívoco de Negri e Hardt (2005), em nossa concepção, é quando colocam como forma fundamental do “trabalho imaterial” o chamado “trabalho afetivo”. Ele seria o “trabalho que produz ou manipula afetos com a sensação de bem-estar, tranquilidade, satisfação, excitação ou paixão” (Negri; Hardt, 2005, p. 149). Ora, essa “política dos afetos” se assemelha mais a um comercial de margarina ou a um *merchandising* como os que passam no horário vespertino na televisão, exaltando tranquilidade, satisfação e bem-estar. Um trabalho idealizado tal qual a imagem dos príncipes e das princesas da Disney.

---

⁸⁷ Podemos destacar como exemplos brasileiros na comunicação Malini e Antoun (2013) e Cazeloto (2008). No capítulo 6, retomaremos essa discussão a partir de Malini e Antoun (2013).

⁸⁸ No sentido que fala Tosel (2009), por exemplo: “o imaterial é uma forma de materialidade como o é o simbólico” (Tosel, 2009, p. 167).

Os autores continuam: “podemos identificar o trabalho afetivo, por exemplo, no trabalho de assessores jurídicos, comissários de bordo e atendentes de lanchonetes (serviço com sorriso)” (Negri; Hardt, 2005, p. 149). Identificar os atendentes de lanchonete como “serviço com sorriso” é compreender apenas a fachada de seu trabalho, como o “bom dia, volte sempre!”, e não suas condições concretas, salariais, sua qualidade de vida e o controle exercido sobre os trabalhadores. O que acontece, na maior parte das vezes, é o “sorriso” como aparência para uma realidade cruel e de exploração. Não que devamos reduzir tudo à exploração, mas dizer que esses trabalhadores fazem “trabalho afetivo” por causa do “serviço com sorriso” é ser, no mínimo, reducionista em relação à realidade concreta e material da classe-que-vive-do-trabalho (Antunes, 2001). Além disso, a adjetivação do trabalho, como sendo “afetivo”, “imaterial” ou “criativo” é perigosa e ajuda a legitimar alguns tipos de trabalhos em detrimento de outros, positivando alguns, como sendo “o ápice do bem-estar e da satisfação” e deslegitimando/ negatizando outros, como sendo “não-afetivos” (quase brutais, imagina-se) e “não-criativos” (como se robôs fossem)⁸⁹.

É interessante notar como, após louvarem o “trabalho imaterial”, o “trabalho afetivo” e a “multidão”, Negri e Hardt (2005) reconhecem que a expressão “trabalho imaterial” é ambígua: “Devemos enfatizar que o trabalho envolvido em toda produção imaterial continua sendo material – mobiliza nossos corpos e nossos cérebros, como qualquer trabalho. O que é imaterial é o seu produto” (Negri; Hardt, 2005, p. 150). No entanto, a análise é deslocada da lógica do capital. A ausência de uma teoria do valor, por exemplo, impede os autores de pensarem o tema do trabalho em toda a sua complexidade. Além disso, dá-nos a impressão de que Negri e Hardt da segunda parte do livro “Multidão” são autores preocupados em fazer a *mea culpa* do que escreveram em toda a primeira parte, contradizendo parte de seus argumentos, e sem dialética.

Um último comentário que tecemos em relação à obra desses autores é com relação à negação, por parte deles, do conceito marxiano de “exército industrial de reserva”⁹⁰. Para Negri e Hardt (2005), o conceito não se aplica exatamente aos dias de hoje, pois essas pessoas não estão exatamente na “reserva”, mas são “sujeitos ativos na produção biopolítica”, sendo “excluídos” somente em partes.

Os pobres, os desempregados e os subempregados de nossas sociedades estão na realidade ativos na produção social, mesmo quando não ocupam uma posição

⁸⁹ Retornaremos a esse ponto no capítulo 5.

⁹⁰ Como afirmamos na seção sobre o conceito de classe em Marx e nos marxismos, considerados o exército industrial de reserva como os desempregados pelo sistema para manter o valor dos salários a preços mais baixos, pois se a oferta da mão de obra excede a demanda, o preço cai. Se falta trabalhador no mercado, o salário sobe. É a lei do mercado nos salários.

assalariada. Naturalmente, nunca foi verdade que os pobres e os desempregados não fazem nada. As próprias estratégias de sobrevivência frequentemente exigem extraordinária habilidade e criatividade (Negri; Hardt, 2005, p. 178).

Então, se em algum momento, eles parecem aproximar-se de uma concepção marxiana de classe, podemos considerar que há mais distanciamentos, em parte pela influência de Espinosa.

Žižek (2012) também vive entre concordâncias e discordâncias em relação a Negri e Hardt. Por exemplo, ele afirma que a noção de comunismo de Negri é estranhamente próxima ao do “capitalismo digital pós-moderno”. Ou seja, sua utopia do “comum”, do “trabalho afetivo/imaterial” e da “multidão” favoreceria mais ao “capitalismo sem atrito” do que ao comunismo.

A ironia é que Hardt e Negri se referem aqui ao próprio processo que os ideólogos do capitalismo ‘pós-moderno’ celebram como a passagem da produção material para a produção simbólica, da lógica centralista hierárquica para a lógica da auto-organização autopoietica, da cooperação multicentralizada etc. [...]. O paradoxo é: o que Negri celebra como a única chance de superar o capitalismo, os ideólogos da ‘revolução da informação’ celebram como a ascensão do novo capitalismo ‘sem atrito’ (Žižek, 2012, p. 19).

O autor esloveno ainda critica o fato de autores como Deleuze e Negri serem colocados como autores de uma renovação da esquerda. “Está em marcha um novo desenvolvimento social ‘pós-moderno’ que a velha esquerda se recusa a levar em conta, e para renovar-se, a esquerda tem de ler... Deleuze e Negri” (Žižek, 2011, p. 339). Em fina ironia, Žižek indaga se não seria parte do problema essa definição de “nova esquerda” (ou “esquerda da moda”) a partir desses autores, quando, na verdade, eles se assemelhariam mais a um pensamento dito “pós-moderno”.

E quanto a Žižek, qual a sua contribuição para a reflexão sobre as classes? Primeiramente, ele coloca o marxismo e a psicanálise como teorias de lutas. Não somente “teorias sobre a luta”, mas como teorias que se fazem também por meio de embates e cismas, envolvendo a dialética e a *práxis*. Por isso, em seu grande mapa teórico que envolve autores como Lacan e Hegel, considera essencial a continuação da crítica da economia política marxiana – o que o difere, por exemplo, de Negri e Hardt. Para tal tarefa, considera essencial que o foco seja mantido na “exploração” e não na “dominação” (ponto que também abordamos na seção sobre Bourdieu). Para Žižek (2012), o tema da dominação é o predileto de autores como Foucault e Agamben e suas respectivas “micropolíticas do poder”, que, para o autor esloveno, não são suficientes.

Todas as elaborações detalhadas dos mecanismos de regulação do poder da dominação, toda a riqueza de conceitos, como excluídos, vida nua, *homo sacer* etc., devem ser fundamentadas na (ou mediadas) pela centralidade da exploração; sem essa referência à economia, a luta contra a dominação permanece ‘uma luta essencialmente moral ou ética, que leva a revoltas pontuais e atos de resistência, e não à transformação do modo de produção enquanto tal’ – o programa positivo das ideologias do ‘poder’ é em geral o programa de determinado tipo de democracia ‘direta’. O resultado da ênfase da dominação é um programa democrático, ao passo que o resultado da ênfase na exploração é um programa comunista (Žižek, 2012, p. 16).

O problema, então, a nosso ver, de somente focar na questão da dominação é torná-la uma luta moral ou ética. Quando se fala em luta de classes, não se trata somente disso. Além do mais, não se pode perder de vista as perspectivas de transformação a partir das lutas, o que está implícito na crítica de Žižek a Foucault e Agamben. E a exploração, nos dias de hoje, inclui sua própria negação – o que Žižek (2012) pensa a partir do já mencionado “exército industrial de reserva”. Segundo ele, “os explorados não são apenas os que produzem ou ‘criam’, mas também (e principalmente) os condenados a não criar” (Žižek, 2012, p. 16). Ou seja, o “exército” compõe as estratégias de exploração no capitalismo.

Para além da crítica ao conceito de dominação e a defesa da questão da exploração, Žižek enxerga a política do reconhecimento e a culturalização da política⁹¹ como fenômenos que ajudam a obscurecer o tema das classes sociais e a própria luta de classes. Com isso, percebe-se como “mera “diferença” o que realmente significa “desigualdade, apagando os conflitos de classes. Diz o autor:

Por que motivo temos hoje tantos problemas percebidos como questões de intolerância, mais do que de desigualdade, exploração ou injustiça? Por que será que a tolerância é o remédio mais prescrito, mais do que a emancipação, a luta política ou até mesmo a luta armada? A resposta imediata reside na operação ideológica de base, liberal e multiculturalista: a 'culturalização da política (Žižek, 2014, p. 115)

É preciso, pois, pensar a “guerra cultural” como uma “guerra de classes” de modo deslocado (semelhante à “luta por classificação” em Bourdieu), até porque a luta de classes nunca é tão-somente econômica, mas inserida nos modos de vida concretos e complexos dos sujeitos. “Não significa que a luta de classes seja o principal referente e o horizonte do significado de todas as outras lutas, mas que a luta de classes é o princípio estruturador [...]” (Žižek, 2012, p. 39). As questões feministas, antirracistas e antissexistas, por exemplo, em sua visão, devem vir articuladas à luta de classes: por exemplo, a luta feminista pode ser uma

⁹¹ Os estudos culturais, quando invisibilizam questões de poder e desigualdades em prol somente das diferenças entre “indivíduos” (e não sujeitos sociais), ajudam a fortalecer essa perspectiva criticada por Žižek.

“luta progressista pela emancipação, ou pode funcionar (e certamente funciona) como uma ferramenta ideológica da classe média alta para afirmar sua superioridade em relação às classes mais baixas, ‘patriarcais e intolerantes’” (Žižek, 2012, p. 39). Trata-se, pois, de compreender gênero, sexualidade e raça, por exemplo, de maneira interseccional com as classes e suas lutas.⁹²

A política do reconhecimento não é, para Žižek (2012) uma política de classes, pois se baseia no reconhecimento da alteridade, enquanto a luta de classes visa “agravar” os antagonismos, visando “a superação e a subjugação do outro, ou mesmo sua aniquilação” (Žižek, 2012, p. 39). A luta de classes é, portanto, na visão do autor esloveno, o antagonismo que sobredetermina todos os outros, em uma concepção marxista. Falar, então, em “tolerância”, “guerra ao terror” ou “reconhecimento” é, em certa medida, mascarar a realidade das lutas de classes.

Žižek (2012), então, usa Lacan para exemplificar a luta de classes, a partir da fórmula “1+1+a”. O que ele quer dizer? A luta de classes nunca é entre somente duas classes (por isso o “a”), pois se assim fosse teríamos a anulação dos antagonismos e uma “paz de classes”. A luta de classes ocorre, então, justamente por nunca haver somente duas classes opostas em questão. Ela “é ‘real’ no sentido lacaniano: uma ‘dificuldade’, um empecilho que origina simbolizações sempre renovadas, mediante os quais nos esforçamos por integrá-lo e domesticá-lo” (Žižek, 1996, p. 27). Tentamos integrar e domesticar a “luta de classes”, mas toda posição social e todo “lugar de fala” é sobredeterminado, de alguma maneira, pela luta de classes. Não existe lugar neutro. Aí, então, são evidenciadas as questões ideológicas das classes sociais, que vimos mostrando e exemplificando desde a concepção marxiana de classe.

Ora, se não existem somente “duas classes”, como ele compreende a classe média? Žižek (2012) compartilha de um diagnóstico semelhante ao de Erik Wright (1997), para quem as classes médias apresentam uma “localização contraditória de classe”. Já segundo o autor esloveno, a classe média é uma “contradição encarnada”, onde ela pode ser contra a politização e, ao mesmo tempo, a maior instigadora de movimentos de massa. No entanto, como mostra Žižek (2012, p. 31), isso pode ser incorporado “na forma do populismo direitista”. Desse modo, certas parcelas da classe média acreditam em um “mundo pós-ideológico e neutro”, onde o que importa somente é “sustentar seu estilo de vida, poder trabalhar e viver em paz” (Žižek, 2012, p. 31). Quando essas parcelas se mostram “contra a politização”, portanto, o que interessa, em suas visões, é que as pessoas “voltem ao trabalho”,

---

⁹² Não é nosso objetivo, na presente tese, discutir essas interseccionalidades. Um exemplo de leitura sobre o tema é Berger e Guidroz (2009).

como se dissessem “para que se mobilizar?”. Diante dessas questões, em nossa visão, não se trataria exatamente de uma “contradição”, mas de “duas faces da mesma moeda”, onde reconhecemos essa moeda por sua posição ideológica⁹³.

Ora, se não temos lutas de classes somente entre duas classes e a “classe média” é, de certa forma, uma “contradição encarnada”, Žižek nos faz pensar em como a classe trabalhadora, na fase atual do capitalismo, aparece fracionada, com elos fracos, onde cada fração é jogada contra outra. Žižek (2012) considera as “três principais frações”, em sua visão: os trabalhadores intelectuais, a “velha” classe trabalhadora braçal e os excluídos. Cada qual, então, exibiria o seu estilo de vida e a sua ideologia: “os trabalhadores intelectuais têm preconceitos culturais contra os trabalhadores braçais; os trabalhadores braçais exibem ódio populista contra os intelectuais e os excluídos antagonizam a sociedade como tal” (Žižek, 2012, p. 124).

Desta forma, as frações de classes não se enxergariam como fazendo parte de uma mesma “classe trabalhadora”. Essa concepção žižekiana sobre as frações de classe é importante para pensarmos sobre a própria noção de classe trabalhadora. Segundo ele, o velho grito “proletários uni-vos!” é mais pertinente do que nunca, pois a própria unidade das frações da classe trabalhadora já poderia ser considerada uma vitória.

O que essa seção procurou mostrar, então, é como dois grupos de autores, de raiz marxista, mas com desenvolvimentos teóricos diferentes, nos ajudam a compreender a questão das classes hoje – com aproximações e distanciamentos em relação ao referencial marxiano e marxista. Nesse sentido, Žižek parece se aproximar mais do conceito de classes no marxismo, com uma análise refinada das lutas. Para encerrar esse capítulo sobre as teorias de classes, analisaremos o conceito de classes na visão de autores brasileiros de relevância histórico-sociológica ao longo dos tempos.

---

⁹³ Podemos pensar em um exemplo no Brasil a partir dos posicionamentos de parcelas da classe média nos movimentos a favor do *impeachment* de Dilma Rousseff em 2015 e 2016.

2.6. As Classes na Teoria Social Brasileira

Nesta seção, mostramos, de forma panorâmica, como alguns autores da teoria social brasileira procuraram compreender o conceito de classe social. Primeiramente, pinçaremos considerações sobre alguns autores considerados “clássicos” como Gilberto Freyre, Sérgio Buarque, Darcy Ribeiro, Caio Prado Jr, Álvaro Vieira Pinto e Florestan Fernandes. Em seguida, mostraremos a concepção de classe em teóricos contemporâneos, como Ricardo Antunes, José Alcides Figueiredo Santos, Jessé Souza, Márcio Pochmann e André Singer.

A escolha dos autores se deu a partir de sua importância histórica na teoria social brasileira. Em relação aos contemporâneos, escolhemos autores que consideramos de referência na sociologia e publicaram livros sobre classes sociais no Brasil no século XXI. Desses, o único autor que aparece com destaque na bibliometria do *corpus* do capítulo 1 é Jessé Souza. Em alguma medida, mostrar um pouco do contexto mais amplo dos estudos de classes no país pode também auxiliar o campo da comunicação a ir para além de apenas um autor.

Ressaltamos, porém, que nosso foco ao comentar esses autores está no conceito de classe social e não no conjunto de suas obras. A teoria social brasileira possui uma tradição de “pensar o país”, de analisar sua formação e suas características em relação à nação, ao Estado e à sociedade. Perguntamo-nos: em que medida pensar o Brasil é, para esses autores, pensar as classes sociais?

Observamos que, em alguma medida, entre os “clássicos”, a teoria social brasileira põe seu foco no “brasileiro”, havendo implicações para o modo de compreender as classes no país. Podemos considerar como, em algum nível, principalmente os trabalhos de Gilberto Freyre (2006) e Sérgio Buarque de Holanda (2006) retratam uma “culturalização da teoria social”, a partir da “plasticidade” e da “cordialidade” do brasileiro. Trata-se, então, de compreender a identidade nacional e, conseqüentemente, do brasileiro, com suas características. É a brasilidade em questão.

É importante frisar que não se trata de uma crítica a essa “culturalização da teoria social” ou a um olhar mais antropológico da teoria social, pois consideramos serem dimensões de crucial importância para o desenvolvimento de um pensamento propriamente brasileiro. O que estamos ressaltando, aqui, é que esse olhar mais culturalista tem conseqüências para o modo de apreensão da realidade em relação às classes sociais.

Gilberto Freyre (2006) enfatiza a “plasticidade social” do brasileiro. Essa plasticidade, que poderia ser interpretada como um “jeitinho”, coloca a formação brasileira como um

equilíbrio de antagonismos, sempre o principal deles, o senhor e o escravo. Ou seja, as classes são vistas não do ponto-de-vista da “luta”, mas de seu antônimo, do apaziguamento, do “equilíbrio” e mesmo da miscigenização, com as classes sendo enxergadas sob a ótica das raças, com a glorificação da mulata.

O tema, então, aqui, não é o da “luta de classes”, mas o de “equilíbrio de contrários”. A desigualdade entre “casa-grande” e “senzala”, então, é atenuada, abrandada pela “cultura brasileira”, em uma “profunda confraternização de valores em sentimentos” (Freyre, 2006, p. 438). O autor, então, mostra haver uma “originalidade” na formação da sociedade brasileira, devido à colonização portuguesa e também ao que Freyre (2006) chama de cristianismo doméstico, festivo e lírico. A religião, então, aparece mais como ponto de encontro que de uma dura barreira entre a “casa-grande” e a “senzala”.

Outro autor a pensar na “originalidade” da formação brasileira é Sérgio Buarque de Holanda (2006), que também toca na plasticidade do brasileiro a partir da “cultura da personalidade” e do “personalismo”. Ao tentar aplicar as explicações weberianas ao Brasil, Buarque afirma que há, aqui, um predomínio do lado afetivo, irracional e passional, o que redonda mais em vínculos do tipo “pessoa-a-pessoa” do que “burocráticos”, ou pela razão fria e calculista. Um país guiado antes pela tradição do que pela razão, o que, em sua visão, impediria o país de se organizar politicamente.

Nesse traço personalista, o brasileiro seria mais próximo à imagem de um “aventureiro”, uma figura ibérica, antes de um “trabalhador”, pois, na Ibéria, o trabalho, para o autor, sempre foi algo exótico. “O trabalhador, ao contrário, é aquele que enxerga primeiro a dificuldade a vencer, não o triunfo a alcançar” (Holanda, 2006, p. 34). Uma leitura materialista de Buarque poderia partir do ponto que o personalismo é um traço que dificulta ao brasileiro se pensar como “trabalhador” ou como parte de uma “classe trabalhadora”. No entanto, pela leitura do autor, há a impressão de uma louvação do “trabalhador” como se fosse um paulistano hodierno se vangloriando perante os possíveis “aventureiros” nordestinos (como podemos ver no paralelo traçado entre ibéricos e norte-americanos, mostrando seus contrastes).

A partir da concepção de “homem cordial”, Buarque de Holanda se aproxima de Freyre no que tange ao “equilíbrio das classes”. A cordialidade, enquanto contribuição brasileira para a civilização, serviria como um disfarce para conseguir viver o cotidiano. Um “apaziguamento das lutas de classes” a partir do personalismo e da cordialidade. Então, o brasileiro vai se constituindo nessas obras de Freyre e Buarque de Holanda não como o

“homem da luta de classes”, mas como o ser plástico, personalista e cordial; um aventureiro, não um trabalhador.

Darcy Ribeiro, mesmo tendo também um olhar antropológico e culturalista em relação ao “povo brasileiro”, é um autor que, ao menos, menciona o conceito de classe. Não chega a falar em “luta de classes”, mas traz termos como “classes antagônicas” e em conflitos.

Nossa tipologia das classes sociais vê na cúpula dois corpos conflitantes, mas mutuamente complementares. O patronato de empresários, cujo poder vem da riqueza através da exploração econômica; e o patriciado, cujo mando decorre do desempenho de cargos, tal como o general, o deputado, o bispo, o líder sindical e tantíssimos outros (Ribeiro, 2006, p. 191).

Ou seja, mesmo não se considerando marxista, toca no conceito de exploração, e também fala em opressão, repressão e subordinação, sempre tendo em vista a construção do “povo-nação” do Brasil. Aqui o país já não é colocado como resultado do “equilíbrio” ou da “conciliação” das classes, mas fruto de “tensões dissociativas de caráter traumático” (Ribeiro, 2006, p. 20). Isto é, o Brasil não foi inventado por um grito de imperador ou foi colonizado “docilmente”, mas sua formação é resultado de muitas lutas. A “democracia racial” freyriana se transforma em “mito”. Segundo Ribeiro (2006, p. 21),

a façanha que representou o processo de fusão racial e cultural é negada, desse modo, no nível aparentemente mais fluido das relações sociais, opondo à unidade de um denominador cultural comum, com que se identifica um povo de 160 milhões de habitantes, a dilaceração desse mesmo povo por uma estratificação classista de nítido colorido racial e do tipo mais cruamente desigualitário que se possa conceber. [...] O espantoso é que os brasileiros, orgulhosos de sua tão proclamada, como falsa, ‘democracia racial’, raramente percebem os profundos abismos que aqui separam os estratos sociais (Ribeiro, 2006, p. 21).

O tratamento dado às classes por Darcy Ribeiro não é mais o lugar do país da “emoção”, da “pré-modernidade” ou da “pré-razão”. Os antagonismos de classes são vistos como racionalidades que separam “humanidades distintas”, privilegiando e enobrecendo alguns e subjugando e degradando outros, como se pertencessem a países diferentes. O autor mostra as facetas da “Belíndia”, país fictício da fábula de Edmar Lisboa Bacha (1976). Na visão de Ribeiro, não há comunicação humana entre as classes, entre a “massa do povo” e a “minoridade privilegiada”, pois essa “a vê e a ignora, a trata e a maltrata, a explora e a deplora, como se essa fosse uma conduta natural” (Ribeiro, 2006, p. 21). O que há, então, é uma naturalização das posições de classes e da desigualdade social brasileira a partir das chamadas “distâncias sociais”.

Na concepção de Darcy Ribeiro (2006), há a seguinte estratificação de classes: a) as classes dominantes: patriciado, patronato e estamento gerencial estrangeiro; b) os setores intermediários, como os profissionais autônomos; c) as classes subalternas, como o operariado e o campesinato, e d) as classes oprimidas, consideradas como “marginais”, sendo apenas “capazes de explosões catárticas ou de expressão indireta de sua revolta” (Ribeiro, 2006, p. 191). O autor também reserva um lugar para os “tecnocratas”, ocupando a posição gramsciana de “intelectual orgânico”, pois são esses tecnocratas que conformariam a opinião pública e controlariam a mídia.

Para manter sua dominação, as classes dominantes, em sua visão, não têm um comportamento único, mas dois estilos que são contrapostos. A contradição encarnada nos sujeitos dominantes: o “cordial” e o “senhorial”.

Um, presidido pela mais viva cordialidade nas relações com seus pares; outro, remarcado pelo descaso no trato com os que lhe são socialmente inferiores. Assim é que na mesma pessoa se pode observar a representação de dois papéis, conforme encarne a etiqueta prescrita do anfitrião hospitaleiro, gentil e generoso diante de um visitante, ou o papel senhorial, em face de um subordinado. Ambos vividos com uma espontaneidade que só se explica pela conformação bipartida da personalidade (Ribeiro, 2006, p. 199).

É essa contradição encarnada que permite às classes dominantes manter sua hegemonia, quase como uma “dissimulação de classe”. Se formos comparar a frase acima de Ribeiro com o que afirmamos sobre Buarque de Holanda, há um deslocamento da “cordialidade brasileira” para a dissimulação das lutas de classes em forma de “homem cordial”, ou seja, a cordialidade serve como estratégia de dominação de classe. Darcy Ribeiro enxerga, então, as lutas dos negros e dos índios, além da expansão do movimento operário, como possíveis saídas para a questão das classes no país.

Outro autor desse período é Caio Prado Júnior, que foi um dos primeiros a teorizar o país a partir do marxismo. Em “Formação do Brasil contemporâneo” (Prado Júnior, 1972), mostrou que o Brasil não produzia para crescer enquanto país, mas para atender às demandas externas. Ou seja, ele introduz o tema da exploração na teoria social brasileira para pensar a dependência do país.

Em uma carta, endereçada a André Gunder Frank, de 1967, ele comenta a luta de classes como motor da história, considerando as relações de produção e de trabalho como centrais para as reivindicações. “A luta de classes será, portanto, de empregados contra empregadores, e vice-versa. E terá pois por conteúdo as questões que dizem respeito a

relações de emprego salário etc. Isso não quer dizer que a luta se esgota com isso e nisso termina” (Prado Junior, 1967, s/n apud Pericás; Wider, 2014, p. 209). O que faltaria à classe trabalhadora brasileira, em sua visão, é a substituição de “indivíduos queixosos” por “coletivos revolucionários”, ou seja, a organização política da sociedade brasileira em torno da “luta de classes”.

Em “A Revolução Brasileira”, Caio Prado Júnior (1977) critica as esquerdas brasileiras⁹⁴ por, às vezes, interpretar os fatos a partir de esquemas pré-definidos sem considerar a dinâmica do processo histórico. A partir, então, do materialismo histórico, Prado Júnior (1977) defende a compreensão da complexidade das lutas a partir do método dialético, que é um método interpretativo, “e não receituário de fatos, dogma” (Prado Júnior, 1977, p. 19), envolvendo a vida prática e material, em um “processo em permanente devenir” (Prado Júnior, 1977, p. 34). Para o autor, trata-se de compreender as lutas a partir da dimensão do “simplesmente” – no sentido da interpretação da conjuntura e da dinâmica histórica⁹⁵, mas não do “simplisticamente”.

Desse modo, para Caio Prado Júnior (1977), diferentemente de outros teóricos, não existe uma harmonização dos contrários, que, em sua visão, seria uma saída conservadora ou reacionária para compreensão da sociedade brasileira. Para ele, é preciso pensar o Brasil a partir das lutas de classes e suas relações de exploração, relacionadas às relações de trabalho e produção. Segundo o autor,

é na base dessas relações de trabalho e produção que se estabelecem as relações sociais, isto é, de classe, ou em outras palavras, a posição respectiva e relativa de senhores e proprietários de um lado, camponeses e trabalhadores de outro. E dessa situação decorre o conteúdo dos conflitos e lutas de classe que vão desembocar e se centralizar na reivindicação camponesa pela libertação da sujeição ao senhor ou proprietário, e de livre disposição e utilização da terra pelo trabalhador, sem obrigações para com aquele senhor (Prado Júnior, 1977, p. 43).

---

⁹⁴ Por exemplo, em um parágrafo que parece muito atual, Caio Prado Júnior (1977) afirma: “[...] a ideia de uma ‘burguesia nacional’ progressista e contrária ao imperialismo por sua posição específica de classe, causou à linha política da esquerda os mais graves danos. Foi ela certamente um dos fatores que contribuíram para levar as esquerdas por caminhos errados e cheios de ilusões que deram no desastre de abril de 1964. É sem dúvida em boa parte porque iludida com a falsa convicção, derivada daquela ideia, de que estava politicamente em jogo a luta anti-imperialista (como antifeudal também) de amplos setores pseudoburgueses nacionalistas, que as esquerdas brasileiras se envolveram na aventura janguista de tão triste desfecho. É claro que não irei agora sustentar que simples concepções teóricas seriam suficientes para explicar acontecimentos políticos do vulto e importância daqueles que se vem desenrolando no Brasil de alguns anos a esta parte. Nem tampouco que tais concepções pudessem constituir, de per si, às molas decisivas de uma prolongada e complexa ação e evolução políticas como aquelas a que assistimos, e de que direta ou indiretamente todos participamos” (Prado Júnior, 1977, p. 74).

⁹⁵ “Considerados dialeticamente, os fatos sociais somente têm significação como componentes do processo; e assim, como resultantes de um passado onde se elaboraram suas premissas, e como elementos dinâmicos que se projetam para o futuro” (Prado Júnior, 1977, p. 81).

Ainda, para ele, é preciso perceber como ocorrem as contradições derivadas dos antagonismos de classes, com suas aspirações e seus interesses que, “em sociedades cindidas em classes antagônicas como é a nossa, se pautam, precisamente, em primeiro e principal lugar, por essa divisão” (Prado Júnior, 1977, p. 136). Dessa maneira, para ele, devemos analisar como os sujeitos participam das classes e suas lutas.

Vemos, portanto, que a perspectiva do materialismo histórico e da luta de classes é trazida por Caio Prado Júnior (1977) para pensar o Brasil. Esse tema do desenvolvimento brasileiro a partir da luta de classes é também problematizado em um autor esquecido (e/ou silenciado) da historiografia brasileira: Álvaro Vieira Pinto⁹⁶.

O autor busca pensar o desenvolvimento brasileiro como próprio e original a partir de uma compreensão dialética da realidade⁹⁷. Sua contribuição para a questão das classes tem a ver com os “encobrimentos lexicais” que são próprios da luta de classes, como operações discursivas para mostrar que não há lutas ou embates em terreno brasileiro. Vieira Pinto (2008), por exemplo, mostra como a palavra “exploração” se torna um signo proibido, o que torna a dominação naturalizada por, em suas palavras, “mistificações” e “tagarelices sociológicas”.

Assim, ele já denuncia, na metade do século XX, a perda discursiva da noção de classe social entre a elite dirigente e a intelectualidade brasileira. Não se trata de dizer que a classe social não é mais uma chave explicativa, mas como o conceito passa a ser desconsiderado, silenciado. Uma coisa é dizer que a classe social não explica mais a realidade, outra é dizer que os autores e sujeitos políticos não falam acerca das classes. Segundo o autor, “a perda da noção de ‘classe social’ é um fato de extrema nocividade na concepção do projeto de transformação da existência histórica de uma nação atualmente subdesenvolvida” (Pinto, 2008, p. 183). Ou seja, para ele, somente podemos pensar em um projeto de transformação e autonomia do Brasil a partir das classes e suas lutas. Compreender a desigualdade é uma chave imprescindível para entendimento e mudança da realidade brasileira, buscando tratar a

---

⁹⁶ Ele foi professor de filosofia no Instituto Superior de Estudos Brasileiros (ISEB), no Rio de Janeiro, nos anos 1950 e 1960, onde se contrapôs à “onda estruturalista” então vigente e marcou diferenças com a chamada “escola sociológica de São Paulo”, que tinha nomes como Florestan Fernandes, Sérgio Buarque de Holanda e Fernando Henrique Cardoso. Segundo Norma Cortês (2003, p. 26), houve “desprezo e repulsa pela herança intelectual que suas ideias poderiam ter legado às novas gerações de pensadores”. O esquecimento de sua obra, em sua visão, “consistiu numa atitude que insistentemente rejeitou o seu modo de entender e explicar a sociedade brasileira” (Cortês, 2003, p. 26).

⁹⁷ De acordo com Bento Prado Jr. (1985, p. 6), podemos encontrar em Álvaro Vieira Pinto a “formulação de um projeto essencialmente prático: a filosofia no Brasil não deve ser a mera reprodução da metafísica europeia, ela deve transformar-se numa forma autônoma de compreender e de dirigir o destino da nação”.

desigualdade não como puramente “econômica”, mas em relação à “realidade humana”, como na visão dialética marxiana.

A luta de classes também é concebida por Vieira Pinto a partir da figura do capitalista “consumidor” de classes. Podemos ver também no autor, portanto, não a “harmonia” ou “pacificação” de classes, mas a constatação dos conflitos e do desejo de “deglutir a classe antagonica” (Pinto, 2008, p. 138). Nesse caso, a comunicação e a tecnologia servem como palco para luta de classes.

Em todas as épocas, a tecnologia existente, sempre nas mãos das minorias possuidoras da autoridade, que dela tem o privilégio da intervenção, do comando e da colheita dos resultados, constitui importantíssimo fator no combate social. Também a classe oprimida, na desesperada vontade pela libertação, lança mão de recursos ao seu alcance (Pinto, 2008, p. 139).

Ou seja, a “comunicação” e a “tecnologia” passam pelas classes e seus embates, envolvendo resistências do que Vieira Pinto (2008) chama de “classe oprimida”. Desse modo, as classes são percebidas a partir do lugar de sujeitos sociais.

Por fim, o último autor “clássico” que aqui abordaremos pode ser considerado como o “pai” das Ciências Sociais no Brasil e responsável por sua institucionalização como ciência no país⁹⁸: Florestan Fernandes. Sua sociologia procurou tratar, por exemplo, da integração do negro na sociedade de classes (Fernandes, 1965). As expressões “população de cor” e “preto”, sempre entre aspas, são vistas como manipulação política e ideológica, colocando a importância de relacionar “classe” e “raça”⁹⁹ em um país com a formação do Brasil¹⁰⁰.

O livro “A Revolução Burguesa no Brasil”, que marcou Florestan Fernandes como um pensador “de Brasil”, mostra como, desde a época patriarcal até chegar em um país capitalista e moderno, o controle das classes trabalhadoras continuou o mesmo. O autor coloca, portanto, o Brasil na chave do capitalismo e da modernidade, demonstrando como a implantação dessa modernização significou uma violência à sociedade brasileira, como uma “modernização

⁹⁸ Além disso, ele pode ser considerado um “caiopradiano”.

⁹⁹ Um exemplo atual dessa relação na sociologia brasileira são as pesquisas de Antonio Sérgio Guimarães (2002).

¹⁰⁰ Discípulo de Florestan Fernandes, Octavio Ianni (1966) pensou também a relação entre raças e classes no Brasil. No entanto, assim como seu mentor, prestou mais atenção à questão racial do que propriamente à questão de classe, embora os autores tratassem dos temas entrelaçados. Já em “Teorias da Estratificação Social”, Ianni (1972) é somente o organizador de textos que versam sobre classes sociais. Apesar de ter textos de Engels e Marx, eles acabam “ofuscados” na coletânea por autores como Émile Durkheim, Maurice Halbwachs, Ferdinand Tönnies – o que acaba por mostrar determinada tendência ao funcionalismo, além de Georg Simmel. Ao tratar do tema da globalização, Ianni (1994) deixa a classe em segundo plano, embora ela não seja de todo esquecida. Segundo ele, “seria impossível imaginar a globalização sem a multiplicidade dos indivíduos, grupos, classes, tribos, nações, nacionalidades, culturas etc. São estes que se globalizam, ao acaso ou por indução, sabendo ou não” (Ianni, 1994, p. 157).

conservadora” (Werneck Vianna, 1997¹⁰¹), ou um mudar sem realmente mudar as coisas. A revolução burguesa, no Brasil, nas palavras de Florestan Fernandes (1975) não trouxe uma ruptura definitiva com o passado, pois a oligarquia não perdeu a sua base de poder. Nessa fusão do velho com o novo, “o mundo oligárquico reproduz-se fora da oligarquia” (Fernandes, 1975, p. 176). É o capitalismo moderno que imprime um ritmo ao Brasil ainda com marcas do passado.

Consolida-se, então, uma dominação conservadora da burguesia do Brasil, com a repressão do proletariado. Florestan Fernandes (1975) coloca a tendência reacionária da burguesia como um estilo próprio de atuação histórico, “como um expediente de manipulação conservadora do ‘radicalismo’ ou do ‘nacionalismo’ das classes médias e dos setores industrialistas” (Fernandes, 1975, p. 213). Mas as classes dominantes se enxergavam como revolucionárias, mesmo apenas reproduzindo as ideologias burguesas vindas dos países chamados “centrais”.

Outra questão levantada por Fernandes é que o capitalismo não seria visto aqui como “uma política de alcance nacional que afeta a totalidade do processo histórico” (Fernandes, 1975, p. 223), mas como mera técnica econômica, desprovida de ideologias ou de perspectivas políticas. O argumento que coloca a “técnica” como neutra é ainda utilizado para legitimar políticas econômicas colocadas como “objetivas”.

Se em “A Revolução Burguesa no Brasil”, Florestan Fernandes consolida as bases para sua interpretação de país - envolvendo lutas na realidade concreta, são em textos anteriores em que ele deixa mais claro o seu conceito de classe. Em “Capitalismo dependente e classes sociais na América Latina”, de 1973, o autor afirma que não se pode definir classe como qualquer tipo de estrato social ou como sinônimo de “camada social”, bem como reafirma a importância de pensar a questão da classe mesmo em contexto de “flexibilidade tecnológica e econômica”¹⁰². Então, ele se pergunta: “existem classes sociais na América Latina, em um contexto de capitalismo dependente”?

Para ele, mas o que difere as classes na Europa e na América Latina, por exemplo, é “o modo pelo qual o capitalismo se objetiva e se irradia historicamente como força social” (Fernandes, 2009, p. 47). Diferentemente de “A Revolução Burguesa no Brasil”, Fernandes (2009) usa muitos conceitos advindos do funcionalismo como “funções sociais”,

---

¹⁰¹ Werneck Vianna (1997) concebe a “modernização conservadora” como uma revolução-restauração, ou uma mudança que possui resquícios (às vezes, muitos) do passado conservador. Para ele, essa estratégia é sempre repetida na História brasileira.

¹⁰² Tema e discurso esses, pois, que já apareciam na década de 1970.

“desintegração¹⁰³” e “laços de solidariedade moral” para explicar as classes nesse contexto de capitalismo dependente. O importante a ser ressaltado é que as classes sociais na América Latina, para ele, devem ser pensadas a partir dessa chave da dependência em relação a outros países, não podendo ser consideradas autônomas. Esse “capitalismo dependente” criaria condições restritivas em relação à participação econômica, social, cultural e política dos trabalhadores. “As classes ‘baixas’ são cronicamente debilitadas em suas potencialidades de agir como classes, através dos próprios dinamismos que determinam a configuração e a evolução da ordem social competitiva sob o capitalismo dependente” (Fernandes, 2009, p. 84).

Em suma, dos autores considerados “clássicos”, então, podemos colocar alguns, como Gilberto Freyre e Sérgio Buarque, como pensadores que “culturalizam” a questão das classes sociais, invisibilizando-as ao pensar em “homem cordial” e em um “Brasil pré-moderno”, e outros que possuem uma visão mais complexa sobre as classes, envolvendo lutas e conflitos na *práxis*.

Dessa forma, podemos perceber que o conceito de classe social tem, em certa medida, uma trajetória, se não débil, ao menos instável, na tradição do pensamento brasileiro. Seria por conta da afiliação teórica dos autores ou por conta das debilidades do desenvolvimento capitalista no Brasil? É preciso salientar que, tanto Gilberto Freyre quanto Sergio Buarque de Holanda, possuem influência de Max Weber e seu subjetivismo, o que contribui para esse apagamento das lutas de classes em suas teorias. Florestan Fernandes tem também possui influência weberiana, mas, como pudemos ver, a depender da obra, pode apresentar um olhar próximo ao marxismo ou carregar traços durkheimianos (de “coesão” e “integração”), acabando, nesse caso, por pensar o tema das classes com pitadas funcionalistas. Dos autores apresentados, então, os que mais se aproximam do marxismo são Caio Prado Júnior e Álvaro Vieira Pinto. A seguir, discutiremos, de forma breve, como alguns sociólogos contemporâneos compreendem a questão das classes no Brasil.

Ricardo Antunes é um autor marxista brasileiro, com ênfase em sociologia do trabalho. O que nos interessa, aqui, é apresentar, de forma sucinta, sua concepção de classe: a “classe-que-vive-do-trabalho”. Para Antunes (2001), o termo pretende mostrar a vitalidade contemporânea ao sentido marxiano de classe. Ao pensar a “classe trabalhadora” de forma ampliada, o autor incorpora a totalidade dos que vendem a sua força de trabalho em troca de salário, ou seja, todos os trabalhadores assalariados. “Essa noção incorpora o proletariado

---

¹⁰³ O próprio título do livro “A Integração do Negro na Sociedade de Classes” (Fernandes, 1965) deixa entrever esses traços advindos de uma influência durkheimiana.

precarizado, o suproletariado moderno, *part time*, o novo proletariado do Mc Donalds, os trabalhadores hifenizados [...], os trabalhadores terceirizados” (Antunes, 2001, p. 103). Assim, a partir da “classe-que-vive-do-trabalho”, Antunes considera as mutações da classe trabalhadora ao longo dos tempos. Por exemplo, o jornalista *freelancer* que não se vê como trabalhador, como mostramos em nossa dissertação de mestrado (Grohmann, 2012). Os “infoproletários”, os trabalhadores do Google, os publicitários que se chamam de criativos: todos são parte da “classe-que-vive-do-trabalho”. O núcleo principal dessa classe, para Antunes (2001), seria o proletariado industrial, mas englobaria tanto trabalhadores produtivos quanto improdutivos.

Quando se pensa, portanto, na classe trabalhadora hoje, é preciso reconhecer esse desenho compósito, heterogêneo e multifacetado que caracteriza a *nova conformação da classe trabalhadora*: além das clivagens entre os trabalhadores estáveis e precários, homens e mulheres, jovens e idosos, nacionais e imigrantes, brancos e negros, qualificados e desqualificados, ‘incluídos e excluídos’, temos também as estratificações e fragmentações que se acentuam em função do processo crescente de internacionalização do capital (Antunes, 2009, p. 237).

Ora, se a classe trabalhadora é vista de forma ampliada, quem estaria fora dessa “classe-que-vive-do-trabalho”? Para Antunes (2001), os gestores do capital e seus altos funcionários, bem como os que vivem de juros e especulação não fazem parte da classe trabalhadora. Essa concepção “exclui também, em nosso entendimento, os pequenos empresários, a pequena burguesia urbana e rural proprietária” (Antunes, 2001, p. 104).

Apesar de sua composição heterogênea, esse conceito de Antunes (2001) se refere à classe trabalhadora, enfatizando que as diversas frações da classe trabalhadora devem estar no mesmo “campo de luta”. No entanto, a própria definição de “classe trabalhadora” é alvo de disputas de sentido e embates entre os sujeitos que a compõe. Com isso, também é interessante pensar nas diversas lutas entre as frações da “classe-que-vive-do-trabalho”, como já apontado por Žižek (2012). Antunes (2001) também alerta para a conformação cada vez mais mundializada da luta de classes e do mundo do trabalho, “em suas complexas relações com a luta ecológica, de gênero, étnica, racial e geracional” (Antunes, 2011, p. 70), sem esquecer da centralidade da luta de classes.

Se as inspirações de Antunes vêm de Lukács e Meszáros, outro autor brasileiro de uma corrente marxista se inspira no marxismo analítico americano para compreender as estruturas

de posições de classe no Brasil¹⁰⁴. José Alcides Figueiredo Santos busca o conceito de classe em Erik Wright, autor que já apresentamos na primeira seção do capítulo, e tenta aplicar seu mapa à realidade brasileira. Santos (2002) segue o autor norte-americano ao afirmar que o conceito de classe deve abarcar somente a exploração nas relações de produção e não as que ocorrem em todas as relações sociais, sendo, portanto, um conceito mais restrito de classe. Em sua visão,

classes dizem respeito a localizações estáveis e estruturalmente determinadas na esfera das relações sociais de produção; definem-se em termos de relações de propriedade, ou seja, dos ativos produtivos controlados, e formam categorias de atores sociais caracterizados pelas relações de propriedade que geram exploração (Santos, 2002, p. 41).

Ou seja, o autor fala em “localização” e “estrutura” com vistas a pensar em um “mapa de classes”, isto é, as “classes no papel”, baseando-se em Erik Wright, mas afirma que não pretende pensar as classes “com sotaque”. O autor reserva críticas ao sociólogo norte-americano: “a maior debilidade da tipologia de classes original talvez esteja na abordagem das situações ou processos que não se manifestam adequadamente na estrutura de emprego” (Santos, 2002, p. 277). Para José Alcides Figueiredo Santos (2002), a diversidade no universo do auto-emprego e nas formas de inserção na divisão social do trabalho são algumas das manifestações da especificidade da estrutura de classes no país.

O autor, então, monta seu “mapa de classes” a partir da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD), e chega à seguinte classificação/ estratificação: capitalistas e fazendeiros; pequenos empregadores; conta-próprias não agrícolas, conta-próprias agrícolas, especialistas auto-empregados, gerentes, empregados especialistas, empregados qualificados, supervisores, trabalhadores, trabalhadores elementares, conta-próprias precários e empregados domésticos. “A delimitação das posições de classe média considera os componentes de qualificação/ perícia e de controle/ autoridade incorporados às estruturas de trabalho” (Santos, 2005, p. 34). Além disso, notamos que Santos (2005) utiliza uma concepção restrita de “trabalhador”, somente como sinônimo de “operário”, diferentemente, pois, de Antunes (2001).

Por um lado, a proposição de Santos (2005) possui sua vitalidade, pois não há outra proposta de estratificação dessa magnitude nos estudos brasileiros, o que pode ser útil para pesquisas que pretendem utilizar o mapa de classes do autor como contextualização do

¹⁰⁴ Ambos os autores, Ricardo Antunes e José Alcides Figueiredo Santos, publicaram seus livros seminais, respectivamente, “Os sentidos do trabalho” e “Estruturas de posições de classe no Brasil”, em períodos próximos, no início do século XXI, em 2001 e 2002.

estudo. No entanto, essa perspectiva também mostra sua fragilidade, a nosso ver, ao hierarquizar as classes a partir dos postos de trabalho e do poder de decisão advindos das posições de classe, considerando somente as “classes no papel” e, nesse sentido, preferimos as denominações elencadas a partir de Antunes (2001).

Se Ricardo Antunes e José Alcides Figueiredo Santos produziram trabalhos significativos para a noção de classe no Brasil do início do século XXI, em certa medida, esse conceito ganha novo fôlego na teoria social brasileira a partir do Governo Lula, iniciado em 2003, especialmente a partir do seu segundo mandato (2007-2010). É nesse cenário onde circulou a noção de “nova classe média” (Neri, 2008) pela sociedade e pelos meios de comunicação. Mas o que seria essa “nova classe média”?

Quando Wright Mills (1985) escreveu “A Nova Classe Média”, em 1966, ele estava se referindo aos trabalhadores de “colarinho branco” (*White Collar*) nos Estados Unidos, aos gerentes, e dava maior atenção à possibilidade de receber uma renda e entrar no mercado de trabalho. “É a sociologia, sobretudo a de inspiração estadunidense, que introduz a noção de classe média empregando [...] a pirâmide das classes A, B, C, D e E e a célebre ideia da mobilidade social para descrever a passagem de um indivíduo de uma classe para outra” (Chauí, 2013, p. 129).

Com relação à realidade brasileira entre a primeira e a segunda década do século XXI, esse estrato social não se referiria aos *white collars* de Wright Mills (1985), mas à parcela da sociedade brasileira que, devido às políticas sociais e de apoio ao crédito, conseguiu ascender com relação ao consumo. Então, o termo “nova classe média” ficou conhecido no país a partir do trabalho de Marcelo Neri (2008; 2010), do Centro de Políticas Sociais da Fundação Getúlio Vargas (FGV) e ex-presidente do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), ligado ao Governo Federal.

Em suas pesquisas, Neri (2008; 2010) faz uma ode ao protagonismo econômico desse estrato social, considerando a renda e a aquisição de bens de consumo como propulsores de sua ascensão e coloca as implicações principalmente, no plano individual: “esta fábrica de realizações individuais é o motor fundamental para a conquista da riqueza das nações” (Neri, 2008, p 6).

Chama a nossa atenção o subtítulo da pesquisa de 2010: “A Nova Classe Média: o lado brilhante dos pobres”. Do ponto de vista discursivo, trata-se de: a) colocar os pobres como opostos ao “brilho”, como opacos ou invisíveis porque não consomem, como se fossem “lixos humanos”; b) a nova classe média, então, só seria brilhante porque teria o poder de

consumir e de começar a se ajustar às prescrições da sociedade atual. Além disso, o próprio “brilho” é algo que dá a este estrato social uma visibilidade midiática.

No entanto, há críticas de quem não considera que se trata da emergência de uma “nova classe média”, mas de partes da classe trabalhadora, como os argumentos semelhantes de Márcio Pochmann (2012) – antecessor de Neri no IPEA, Jessé Souza (2010) – que também presidiu o Instituto – e Marilena Chauí (2013). Consideramos o termo “nova classe média” como uma marca em seu sentido publicitário e político: publicitário, na medida em que essa marca serve a pesquisas de opinião e marketing, às empresas de comunicação e à própria publicização (Casaqui, 2011) nos mais diferentes dispositivos; político, e quase sempre conectado ao sentido publicitário, pois serviu como uma marca de governo relacionada ao período Lula/Dilma.

Pochmann (2012) concorda com essa visão: a “nova classe média”, para ele, não passa de um “oráculo midiático” com enquadramento político, resultando, “em consequência, no apelo à reorientação das políticas públicas para a perspectiva fundamentalmente mercantil” (Pochmann, 2012, p. 11). No entanto, sociologicamente, como mostram Jessé Souza (2010) e Pochmann (2014), não se trata de uma classe: nem nova, nem média. “Esse importante movimento social não se converteu, contudo, na constituição de uma nova classe social, tampouco permite que se enquadrem os novos consumidores no segmento da classe média” (Pochmann, 2014, p. 71). Para ele, portanto, trata-se da “recomposição da classe trabalhadora em novas bases de consumo”. Na verdade, o único ponto “novo” desse estrato social para Jessé Souza (2010) é que a alocação e o regime de trabalho são realizados de outro modo, de acordo com as novas demandas do capital, com as próprias transformações da classe operária.

A teoria de classes de Jessé Souza é marcada pela influência de Pierre Bourdieu e dos filósofos Charles Taylor (1997) e Axel Honneth (2003), principalmente no que tange à questão do “reconhecimento”. Em diversos momentos de sua obra (como Souza, 2010; 2015), ele afirma se distanciar do “economicismo”, tanto liberal quanto ao pretenso “economicismo” marxista, ponto que já levantamos e discordamos em 2.1. Ao colocar tanto o liberalismo quanto o marxismo como economicistas, Jessé Souza acaba por ter uma visão reducionista do próprio Marx, não enxergando que a vida prática, para ele, é mais complexa do que um pretenso economicismo. Aliás, a recusa em tratar de questões ligadas ao econômico faz com que se enfatize demasiadamente o que chama de “simbólico” e “cultural”, invisibilizando por completo o próprio econômico – isto é, o mesmo erro antidialético de alguém que só trata os sujeitos pela “renda”, por exemplo. A incompreensão em relação à obra marxiana pode ser evidenciada também nesse excerto em que diz que as melhores análises “decorrem da

genialidade pessoal de Marx, não das categorias e de um quadro de referência teórico refinado que pode ser aplicado a diversos contextos” (Souza, 2015, p. 116). A fragilidade do argumento se concentra no fato de que o marxismo não se propõe a criar um quadro geral conceitual que pode ser aplicado a diversos contextos, não é essa a perspectiva de ciência contida no marxismo, como mostram, por exemplo, Prado Júnior (1977) e Lukács (2012). Pelo contrário, é a realidade concreta que deve pedir a questão conceitual – o objeto precede o método.

A despeito disso, em relação à perspectiva de país, Souza (2003) afirma que a desigualdade enfrentada pelo Brasil é moderna, não pré-moderna, por ser desenvolvida em modo de produção capitalista. A partir disso, afirma que não é possível reificar um tipo brasileiro transclassista, como essência do povo brasileiro, e por isso se mostra contra as teses do personalismo e do culturalismo na teoria social brasileira. Dessa forma, para ele, noções como a de “homem cordial” auxilia a ocultar conflitos sociais: “o homem cordial não tem classe social, mesmo em um país tão desigual como o Brasil sempre foi” (Souza, 2015, p. 45).

O país possui desigualdades de classes, que são invisibilizadas, como se fosse um “país de iguais” (como a própria teoria culturalista e personalista faz parecer crer). Segundo Souza (2010, p. 21) “encobrir a existência das classes é encobrir também o núcleo mesmo que permite a reprodução e legitimação de todo tipo de privilégio injusto”. Ou seja, há uma “teodiceia do privilégio”, onde as classes dominantes legitimam a desigualdade brasileira, enxergando como individuais argumentos que são sociais, legitimando o discurso meritocrático e do esforço próprio em vez de reconhecer os atributos sociais ocultos nesse pretensão mérito, isto é, não se percebe a gênese sociocultural das classes, ou a incorporação e naturalização de “estilos de vida” advindos de herança familiar e escolar, por exemplo (Bourdieu, 2007).

O que o autor faz questão de frisar é que não se invisibiliza por completo o debate sobre classes sociais no Brasil, pois isso seria impossível em um país tão desigual. Portanto, em sua visão, fala-se de classes para não dizer ou não compreender. “Associar classe à renda é ‘falar’ de classes, esquecendo-se de todo o processo de transmissão afetiva e emocional de valores, processo invisível, visto que se dá na socialização familiar, que constrói indivíduos com capacidades muito distintas” (Souza, 2010, p. 47). Essa associação de classe à renda faz parte de uma gramática que fragmenta o mundo em “indivíduos liberais”, sem pertencimento social coletivo.

Então, Souza (2009) mostra como se dá a produção de uma população tratada como “subgente” e “lixo” pelas classes dominantes. É o que o autor chama, provocativamente, de

“ralé estrutural”. O autor afirma que esse conceito não é para ofender pessoas já tão humilhadas, mas para mostrar “o abandono social e político, ‘consentido por toda a sociedade’, de toda uma classe de indivíduos ‘precarizados’ que se reproduz há gerações enquanto tal” (Souza, 2010, p. 25). Ou seja, a produção da “ralé brasileira” se dá pelo consentimento e pelo próprio conservadorismo das classes médias brasileiras, para ele, incorporadas com um *ethos* de elite. Para substituir a noção de “nova classe média”, Souza (2010) propõe a metáfora dos “batalhadores brasileiros”, colocados como “nova classe trabalhadora”. No entanto, a noção não é justificada teoricamente para além de uma metáfora (ou até mesmo uma outra marca).

A partir de sua visão sobre o discurso liberal-conservador brasileiro (Souza, 2010, p. 309), podemos compreender a marca “nova classe média” como parte de uma gramática do capitalismo flexível, uma “nova semântica a serviço do capital”. Nessa nova semântica, “o novo trabalhador deve ser desenraizado, sem identidade de classe e sem vínculos de pertencimento à sociedade maior” (Souza, 2010, p. 37). Isto é, há também um esforço discursivo para que essa situação social ocorra. Esse mesmo discurso liberal-conservador é o que coloca o tema da “corrupção” na conta do Estado brasileiro, como se os mercados e seus gestores não o fossem. Segundo Souza, os conservadores

dizem que a nova classe de ‘emergentes’ brasileiros que ajudaram a mudar a economia e a sociedade brasileira recente mostra o triunfo do mercado (neo)liberalizado e desregulado desde que o Estado corrupto e politiqueiro não atrapalhe. Afinal, os conservadores do Brasil, ao contrário dos conservadores de outros países, gostam de ‘tirar onda’ de críticos [...]. (Os emergentes) seriam uma nova ‘classe média’, que está transformando o Brasil no país moderno e de ‘primeiro mundo’ que foi e é o maior sonho coletivo de seu povo desde a independência política em 1822. Dizer que os ‘emergentes’ são a ‘nova classe média’ é uma forma de dizer, na verdade, que o Brasil, finalmente, está se tornando uma Alemanha, uma França ou uns Estados Unidos, onde as ‘classes médias’, e não os pobres, os trabalhadores e os excluídos, como na periferia do capitalismo, formam o fundamento da estrutura social (Souza, 2010, p. 20).

Isto é, como também afirma Pochmann (2012), os trabalhadores é que são a base da estrutura/ pirâmide social brasileira, não as “classes médias”. Portanto, o argumento desses autores corrobora o que colocamos sobre a “nova classe média” ser uma marca publicitária e política.

Marcio Pochmann (2014) chega a visões semelhantes a de Souza (2010) com relação à fabricação da “nova classe média”. O seu diferencial em relação à Souza é conferir maior centralidade à categoria de trabalho, a qual Souza não se dedica muito em sua obra, a não ser

para comentar sobre o “novo espírito do capitalismo” (Boltanski; Chiapello, 2009) em Souza (2010).

A visão conceitual de Pochmann (2014) sobre as classes é mais marxista do que bourdieusiana, ressaltando as lutas de classes: “as classes podem ser vistas como processos vivos e em movimentos conflituosos, ou melhor, como produtos de um conjunto de estruturas relacionadas com as esferas econômicas, políticas, culturais e ideológicas” (Pochmann, 2014, p. 20). O autor, então, compreende as classes em uma conjuntura marcada pela “sociedade *low cost*” (Gaggi; Narduzzi, 2007), um paradigma de produção de baixo custo que ganha expressão global, outro nome para o momento atual que vivemos e que chamamos de “capitalismo adjetivado”. Para Pochmann (2014, p. 83-84),

a sociedade de baixo custo avançou a massificação do consumo de bens e serviços baratos. Com isso, reafirmaram-se as marcas da identidade e da posição social expressas por falsos sinais de pertencimento ao estrato superior tão somente pela inclusão no consumo (Pochmann, 2014, p. 83-84).

Com isso, há a transformação da classe trabalhadora, com a “decomposição da classe média fordista”, nas palavras do autor (Pochmann, 2014, p. 31), ocorrendo a precarização generalizada os postos de trabalho, ponto que também abordaremos adiante com Ruy Braga (2013) e a noção de “precariado”. Então, o conceito de “grande classe média assalariada” é, na verdade, um mito. Até porque, como já dissemos, o que há é uma “classe-que-vive-do-trabalho” (Antunes, 2001), uma classe trabalhadora ampliada. Ou seja, para reforçar o argumento, não houve mudança na estrutura de classes brasileira, mas a “interpretação de que a força política dos trabalhadores, por meio de suas organizações de interesse [...] tornara possível a elevação do padrão de vida com acesso aos direitos sociais e trabalhistas” (Pochmann, 2014, p. 52).

Então, se por um lado, temos as reconfigurações do mundo do trabalho e um proletariado precarizado, por outro, há a importância do governo Lula (2003-2010), tanto com relação às políticas de incentivo já mencionadas como, a partir de seu governo, para a percepção mais visível sobre as “lutas de classes” na sociedade brasileira. Refletiremos, então, sobre esses pontos, a partir do trabalho de André Singer (2012), crucial para compreender o cenário da dinâmica das lutas de classes no Brasil contemporâneo.

Singer, que foi porta-voz do primeiro mandato do governo Lula (2003-2006), considera que a angulação de classe continua a ser crucial para a compreensão do Brasil contemporâneo, pois o que ele chama de “lulismo” propiciou uma polarização não entre

esquerda e direita puramente, mas uma polarização marcada pela luta de classes, em que posicionamentos político-ideológicos e a questão de classe se entrelaçam. Segundo Singer (2012, p. 212), “‘direita’ e ‘esquerda’ são a expressão democrática da luta de classes, não do confronto entre ricos e pobres, daí a mudança do debate político”. Um exemplo é a resistência das classes médias com relação a políticas dos governos do PT, como Bolsa Família e Mais Médicos.

O que é, então, o lulismo para Singer (2012)? É uma adesão personalista a Lula, que consegue descolar, em certa medida, sua figura do “petismo”. É o encontro de uma liderança com uma fração de classe, representada pelo subproletariado, como explicaremos adiante. O lulismo age sob o “signo da contradição”, entre conservação e mudança, desde 2003, tentando agir como um equilibrista, sem confronto com o capital, entre pautas que parecem díspares, contraditórias, ou como bem diz Singer (2012, p. 122), “corações que batem em ritmos desencontrados”. Esse fenômeno, então, incorpora

pontos de vista tanto conservadores, principalmente o de que a conquista da igualdade não requer um movimento de classe auto-organizado que rompa a ordem capitalista, quanto progressistas, a saber, o de que um Estado fortalecido tem o dever de proteger os mais pobres independentemente do desejo do capital (Singer, 2012, p. 82),

Na visão de Singer (2012), é um movimento de “reformismo fraco”, não de grandes reformas, próximo ao conceito gramsciano de “revolução passiva” (Gramsci, 2012), uma revolução-restauração, de cima para baixo, sem a presença de um “povo”, no sentido forte do termo, ou, segundo a noção de Werneck Vianna (1997), uma “modernização conservadora”.

O senso comum em relação aos governos Lula é que ele teria reduzido a desigualdade social brasileira. Singer (2012) desmistifica esse fenômeno, ao afirmar que o período foi marcado menos pela diminuição da desigualdade do que da pobreza. Qual a diferença? Reduzir a desigualdade pressupõe diminuir a distância entre pobres e ricos, de forma a propiciar uma melhor distribuição e renda. Diminuir a pobreza, entretanto, significa somente aumentar a renda dos mais pobres, sem necessariamente modificar a estrutura econômica dos mais ricos.

O lulismo, ainda, para Singer (2012, p. 52), é “a representação de uma fração de classe que, embora majoritária, não consegue construir desde baixo as próprias formas de organização”. Ressaltamos que, em determinados momentos, frases como essa de Singer ou o próprio conceito de “revolução passiva” podem, a depender da entonação da leitura, pressupor que o povo não “consegue se organizar” porque não resiste ou porque é uma figura “passiva”,

o que, em nossa visão, é um equívoco, a partir do que estamos tentando construir nesse capítulo. Os sujeitos, de uma forma ou de outra, estão presentes nos embates de classes.

Mas que fração de classe seria essa central para o lulismo? O subproletariado¹⁰⁵, a quem Singer atribui centralidade e singularidade na questão das classes no Brasil. Segundo ele, devemos procurar sua origem na escravidão, sendo que, ao longo do último século, essa parcela da população “não consegue incorporar-se à condição proletária, reproduzindo massa miserável permanente e regionalmente concentrada” (Singer, 2012, p. 21). E o conflito de classes se acentuaria pelo fato dessa fração de classe lutar por “aceder ao mundo do trabalho formal em regime capitalista” (Singer, 2012, p. 44).

Ruy Braga (2013), por sua vez, se utiliza do termo “subproletariado” para designar população semelhante: o precariado¹⁰⁶, um proletariado precarizado, “a fração mais mal paga e explorada do proletariado urbano e dos trabalhadores agrícolas, excluídos a população pauperizada e o lumpemproletariado, por considera-la própria à reprodução do capitalismo periférico” (Braga, 2013, p. 19). O autor, então, monta uma tabela para mostrar semelhanças e diferenças entre os conceitos de subproletariado, precariado e “batalhadores brasileiros”, de Souza (2010), como exposto na tabela abaixo:

Tabela 7 – Diferenças entre os conceitos de subproletariado, precariado e batalhadores

Grupos/características	Subproletariado	Precariado	Batalhadores
Microempresários			X
Trabalhadores profissionais			X
População flutuante		X	X
População latente	X	X	X
População estagnada	X	X	X
Pauperismo	X		
Lumpemproletariado	X		
Capacidade de mobilização coletiva		X	
Renda entre 1 e 2 SM	X	X	

Fonte: Braga (2013, p. 29).

¹⁰⁵ O conceito de “subproletariado” já se encontra na obra do pai do autor, Paul Singer (1981, p. 22), para quem os subproletários “oferecem a sua força de trabalho no mercado sem encontrar quem esteja disposto a adquiri-la por um preço que assegure sua reprodução em condições normais”.

¹⁰⁶ Para Braga (2013), a precariedade é constitutiva da relação social, sendo o precariado, atualmente, em sua visão, uma das expressões mais fortes da luta de classes.

A partir da categorização traçada por Ruy Braga (2013), podemos notar que os únicos quesitos que uniriam as três noções (subproletariado, precariado e batalhadores) são a população latente e estagnada. O diferencial de cada uma: a) subproletariado: pauperismo e lumpemproletariado; b) precariado: população flutuante e capacidade de mobilização coletiva, que se adequa às questões de formação de classes das concepções marxistas; c) batalhadores: microempresários e trabalhadores profissionais, o que implicaria na noção mais distante entre as três. O que nos interessa, aqui, é apenas conhecer as diferentes denominações para frações de classe semelhantes segundo autores que procuram entender o Brasil. Contudo, nosso argumento central nesse fim de capítulo tem menos a ver com terminologias do que com o realinhamento de classes no Brasil com o lulismo, fenômeno analisado por Singer (2012)

Lulismo e subproletariado se encontram, de forma mais efetiva, não exatamente na eleição de Lula em 2002 – cujo primeiro mandato foi marcado pela “Carta ao Povo Brasileiro” e pelo início de governo marcado por políticas macroeconômicas semelhantes ao de seu antecessor, Fernando Henrique Cardoso (1995-2002) – mas a partir das eleições de 2006, pleito pós-crise do mensalão, em que Lula derrotou Geraldo Alckmin no segundo turno das eleições. O que há de novo, segundo Singer (2012), é que, até então, o PT era marcado como um partido das “capitais” e cujos votos provinham, majoritariamente, das classes médias brasileiras. Por exemplo, em 1989, era Lula quem tinha o voto das classes médias, e Collor, dos pobres. Isto é, a partir de 2006, foi identificado um realinhamento das classes em relação ao projeto lulista, havendo uma rejeição da pequena burguesia e das elites com relação a esse projeto.

Tanto Singer (2012) quanto Ruy Braga (2013) citam Francisco de Oliveira (2010) com relação à desmobilização das classes subalternas no lulismo, ocorrendo uma despolitização (e também instrumentalização) das questões da pobreza e da desigualdade, junto a uma desideologização do voto em Lula. É o que Francisco de Oliveira chama de “hegemonia às avessas” e que Singer (2012) afirma ser apenas a “efetiva representação do subproletariado”: “vitórias políticas, intelectuais e morais ‘dos de baixo’ fortalecem dialeticamente as relações sociais de exploração em benefício ‘dos de cima’” (Oliveira, 2010, p. 8).

A partir disso, Singer (2012) considera que há um conservadorismo de classe ou conservadorismo popular. “O *popular* que havia ficado fora de moda, seja pela retórica neoliberal, seja pelo conteúdo de classe, à esquerda, está de volta” (Singer, 2012, p. 81). Dessa vez, o pacto é conservador com o subproletariado, com um realinhamento de votos à direita. A esquerda, então, não teria sido capaz de organizar essa fração de classe.

A emergência do lulismo tornou necessário, também, o reposicionamento dos demais segmentos político-ideológicos. O discurso de Lula em defesa da estabilidade tirou a plataforma a partir da qual a direita mobilizava os mais pobres, sobrando-lhe apenas o recurso às denúncias de corrupção, assunto limitado à classe média [...]. Em 2006, como reflexo do deslocamento de classe, o voto em Lula aumenta em direção aos extremos, tanto esquerdo quanto direito, e cai ao centro [...]. (Singer, 2012, p. 80-81).

O que o lulismo, então, tem a nos dizer sobre a luta de classes? Para Singer (2012), ela prossegue, mas funciona às vezes como ponto de fuga. “O sucesso do lulismo envolve uma solução pelo alto, criando simultaneamente uma despolarização e uma repolarização da política” (Singer, 2012, p. 157). A nosso ver, esse realinhamento de classes com o lulismo somado à diminuição da pobreza resulta em um acirramento de classes ou uma maior visibilização das lutas de classes, embora nem sempre – ou quase nunca – apareçam discursivamente ou midiaticamente como tais.

Singer (2012) está correto quando diz que a estatização dos conflitos, de alguma forma, desmobiliza as classes, com o propósito de evitar uma pretensa “radicalização”. Mas essa “desmobilização pelo alto” tem um limite. Mesmo um “reformismo fraco” tem consequências para as lutas de classes.

As “Jornadas de Junho de 2013” (Grohmann; Souza, 2014) e as eleições presidenciais de 2014 são bons exemplos. As ruas e as redes expressam a visibilização das lutas de classes. Circularam na sociedade discursos como “o PT criou a luta de classes” ou “as pessoas estão com ódio de classe”. A primeira frase pode ser considerada risível, mas é um exemplo de que, ao tentar um “reformismo fraco”, tentando “conciliar as classes”, o que acontece é que as pessoas passam a perceber, de forma mais direta, esses embates. Já a segunda frase mostra que ainda temos o *ethos* da “cordialidade” entre nós, pois o que ocorre não é um “ódio”, mas uma visibilização maior da própria luta de classes, que, permanecia até então, de certa forma, invisibilizada, como mostra Jessé Souza (2006). Portanto, consideramos inadequada essa expressão “ódio de classe”. De 2014 até o presente momento, podemos observar, na conjuntura política nacional, a atualidade da circulação das ideologias e das lutas de classes – para o horror de quem achava que elas tinham se acabado.

Em suma, o que é importante apreendermos, portanto, é a compreensão das lutas de classes e da classe trabalhadora de forma ampliada – a classe-que-vive-do-trabalho, bem como entender as mudanças dessa classe trabalhadora a partir do lulismo, e como isso impacta na luta de classes, inclusive quando ela é dimensionada no campo comunicacional, por vezes legitimando a desigualdade em circulação na sociedade brasileira.

2.6. Sim, as Classes Importam

O capítulo procurou mostrar como diferentes autores, de variadas perspectivas teóricas, pensam o conceito de classe em suas obras, no sentido de mostrar, a despeito de tantas discordâncias, a vitalidade e a atualidade da noção de classe social (e das lutas de classes) para compreensão da realidade. Dessa forma, o espectro aqui visualizado é o de autores que verbalizam acerca das classes, estando aqui invisibilizados todo um rol de autores que não discutem ou sequer consideram relevante a questão de classe. Como afirma David Harvey (2011, p. 187-188),

a resposta do poder político existente é ou negar que classes existem ou dizer que a categoria é tão confusa e complicada que se torna analiticamente inútil (como se outras categorias como raça e gênero não o fossem). Dessa forma, escapa-se da questão de classe, negando ou ignorando, tanto na forma hegemônica das construções intelectuais do mundo (digamos, no campo da economia) ou na política prática. A consciência de classe é menos discutida, em comparação com as subjetividades políticas dadas por raça, gênero, etnia, religião, preferência sexual, idade, escolhas dos consumidores e preferências sociais (Harvey, 2011, p. 187-188).

O que queremos dizer é “sim, classe importa”. Mas é preciso também observar as distinções entre os tratamentos dados ao conceito de classe social a partir dos enquadramentos teórico-epistemológicos dos autores aqui apresentados. Marx, Althusser, Thompson, Weber, Bourdieu, Negri e Hardt, Caio Prado Júnior, entre outros: 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. Reflexividade essa que, em certa medida, faltou em pesquisas analisadas no *corpus* do capítulo 1. Discutir os diferentes sentidos do conceito de classe, então, nos auxilia (e pode auxiliar outros pesquisadores) a compreender, os próprios caminhos teóricos, epistemológicos e metodológicos. Não é nosso intuito, aqui, sintetizar todas as correntes e todos os autores vistos nesse capítulo, pois isso seria, a nosso ver, reducionista e simplista. Contudo, a título de ilustração das diferenças de compreensão do conceito de classe, mostraremos somente uma distinção dentre as várias mostradas ao longo do capítulo 2. Como afirma Sally Munt (2000, p. 3),

Nas pesquisas sociais, classe, na Grã-Bretanha, é geralmente mensurada a partir da ocupação, enquanto nos Estados Unidos, para academia e governos, os significantes são renda ou educação. Atualmente, a maioria dos teóricos de classe tornou-se weberiana, ignorando discussões sobre capital e trabalho. Por isso, nessa mesma esfera, os modelos marxistas têm diminuído. Ocupação, no entanto, não é o mesmo que classe; [...] designar a classe pela ocupação esvazia a desigualdade estrutural e a

exploração das percepções da experiência vivida. Há uma tendência para despolitizar a análise de classe no sentido de naturalizar divisões sociais, para tirar o motor do protesto e substituí-lo por um imperceptível e resignado organicismo social (Munt, 2000, p. 3).

Para nós, pois, a classe importa principalmente a partir de uma perspectiva que englobe a noção de sujeito social – na realidade viva e concreta – sempre complexa, não apenas em uma dimensão, não de forma esquemática em uma relação binária; que pense as classes a partir de suas relações e lutas, não como um estrato; e que considere a centralidade da desigualdade social e da exploração para essas relações de classes. As classes e seus sujeitos estão em todo o espectro da vida social, nas interações e instituições, na vida cotidiana. Como diz Harvey (2011, p. 197), “a consciência de classe é produzida e veiculada tanto nas ruas, bares, pubs, cozinhas, capelas, centros comunitários e quintas dos subúrbios da classe trabalhadora como nas fábricas”. As classes, pois, importam e estão em vários lugares, inclusive na comunicação. Se no capítulo 1, vimos como o conceito de classe social tem sido analisado nas pesquisas em comunicação entre 2010 e 2014, no próximo capítulo, procuramos traçar uma história do conceito no campo. Como tem sido o tratamento dado ao conceito de classe social na comunicação ao longo dos tempos?

3. COMUNICAÇÃO E CLASSES EM PERSPECTIVA HISTÓRICA: OS PRIMEIROS ESTUDOS

O caminho percorrido até aqui evidencia um tipo dialético de construção. Os conceitos vêm e vão, ora em caráter periférico, ora como protagonistas. Não como mera redundância, mas vistos sob outra perspectiva. O esforço didático em construir o discurso acadêmico esbarra nos movimentos da vida real, em que os conceitos atuam ao mesmo tempo.

Se no primeiro capítulo trouxemos as bases concretas de como o conceito de classe social tem sido mobilizado nas pesquisas em comunicação no Brasil entre 2010 e 2014, principalmente com parâmetros teórico-metodológicos, no segundo capítulo procuramos mostrar o que significa classe social em distintas tradições teóricas.

No presente capítulo, procuraremos aprofundar as inter-relações entre comunicação e classes sociais, no sentido de traçar um mapeamento para além do *corpus* analisado entre 2010 e 2014. Mostraremos, então, essa relação em perspectiva histórica (de forma ampla e panorâmica) – no sentido mesmo de introdução: como eram os estudos sobre classes sociais no campo da comunicação durante o século XX (a partir de uma pesquisa bibliográfica de estudos considerados relevantes para a área)?

Trazer as pesquisas “iniciais” que envolvem classes no campo da comunicação significa também escavar ou iluminar determinado período histórico em um campo científico, mas principalmente delinear marcos teóricos e pensar mudanças e permanências inclusive em relação ao *corpus* mais recente analisado no capítulo 1, entre os anos de 2010 e 2014. Essa trajetória do conceito de classe no campo da comunicação tem sido negligenciada ou relegada a segundo plano e, pois, retomar essa memória trata-se justamente disso: revelar esse mesmo caminho (e seus meandros), mostrando que os conceitos não nascem do nada. Ao trazer à tona os estudos iniciais sobre classe na comunicação, questões podem surgir para uma agenda renovada.

No campo da comunicação, desde o impacto das pesquisas de Lazarsfeld (1948) e do desenvolvimento do paradigma funcionalista, observamos que o conceito de “classe social” foi sendo utilizado como sinônimo de “nível socioeconômico” ou de “poder de consumo”, com uma noção de classe inspirada nas formulações de Max Weber, como pudemos observar nos capítulos anteriores.

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 (Universidade de São Paulo - USP) e 1973 (Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ). Ou seja, é um contexto marcado pela Guerra Fria, em plano universal, e pela Ditadura Militar, no Brasil e na América Latina. Os estudos sobre classes sociais na comunicação dessa época, então, devem ser entendidos nesse contexto.

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. 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 Siegelaub (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.

Nas histórias da Disney, jamais se poderá encontrar um trabalhador ou um proletário, nunca ninguém produz industrialmente nada. Mas isso não significa que a classe operária está ausente. Ao contrário: está presente em máscaras como o bom-selvagem e o “pobre criminoso”. Ambos os personagens destroem o proletariado como classe, mas resgatam dessa classe certos mitos que a burguesia construiu desde o princípio de sua aparição para ocultar e domesticar seu inimigo, para evitar sua solidariedade e fazê-lo funcionar fluidamente dentro do sistema, participando de sua própria escravidão ideológica (Dorfman; Mattelart, 1972, p. 77).

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”. Ou seja, são modos de ver a classe trabalhadora como “massa” (Williams, 2011b). Observamos, a exemplo do capítulo 1, que o modo como as diferentes classes são representadas nas mídias é uma das vertentes possíveis de pesquisa sobre classes sociais na comunicação.

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, como mostramos no capítulo 1. 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”

Essas reflexões nos permitem entender porque é urgente definir a natureza dos aparatos de comunicação do Estado burguês e para entender plenamente como ele funciona como instrumento de hegemonia de classe, tanto no nível superestrutural mais abstrato, quanto no nível mais concreto da vida cotidiana (Mattelart, 1979, p. 57).

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) reforça a importância: o público tem que produzir seus próprios sentidos.

O trabalho de Mattelart, nesse aspecto, é importante porque consegue reunir alguns elementos como: a) a predominância do tema da “luta de classes” na comunicação; b) mostra a importância dos estudos de representações de classes na comunicação ou como é o discurso midiático sobre classes; c) economia política da comunicação – abordagem minoritária atualmente, como pudemos conferir no capítulo 1 – 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 (Mattelart; Dorfman, 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, que “procura[m] entender como os meios de comunicação evoluem numa situação de dependência” (Ortiz, 1988, p. 186). Apesar de os autores enaltecerem o impacto político dos trabalhos de Mattelart em cenário de Guerra Fria, o criticam por uma “fragilidade teórica”. Ortiz (1988), por exemplo, se utiliza da crítica de Weffort (1971) à teoria da dependência, para afirmar que a obra de Mattelart pensa de uma “perspectiva na qual os conflitos sociais adquirem uma coloração globalizante diluindo os antagonismos de classe, que se encontram subsumidos a categorias mais genéricas como ‘autonomia nacional’” (Ortiz, 1988, p. 188).

Ora, será que esses autores não analisaram o trabalho de Mattelart de forma não-dialética, ou seja, pensando as contradições, as permanências e os avanços? Pois não há nada mais atual que justamente pensar as lutas de classes em “coloração globalizante”, em uma época onde se forma uma “classe capitalista transnacional” em contexto de “economia digital global” (Huws, 2014). Como apontamos, há alguns problemas teóricos em Mattelart, especialmente na formulação de sujeito, mas isso não apaga sua importância para o tema das classes sociais na comunicação.

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 (2003a)¹⁰⁷. Em *Nationwide Audience*, ele (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 culturais¹⁰⁸ 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, como analisamos no capítulo anterior, 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”.

¹⁰⁷ 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, 2003a), proposto por ele, articulando noções de “produção” e “consumo” são um marco nos estudos de recepção.

¹⁰⁸ 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.

Selecionamos os dois autores como expoentes do cenário internacional do campo da comunicação entre a década de 1970 e o início da década de 1980. Não significa que eles sejam os únicos a pensarem a temática no campo, mas talvez sejam dois dos autores de maior destaque. Já no Brasil, além dos autores propriamente do campo da comunicação que trabalhavam a temática, há um pensador originalmente advindo do campo educacional que causou um impacto internacional com sua obra em diversas áreas, que também se refletiu no campo comunicacional brasileiro: Paulo Freire. Se Morley trabalha com uma concepção de classe ligada à perspectiva weberiana e uma concepção de linguagem como “código cultural” a partir de Bernstein (1960), a visão de Paulo Freire traz uma dimensão relacional e política do conceito de comunicação.

A partir do processo educacional, Paulo Freire (1983) concebe a comunicação a partir da atividade concreta de linguagem, enquanto atividade dialógica que se estabelece entre sujeitos. “Dessa forma, na comunicação, não há sujeitos passivos [...]. Em relação dialógico-comunicativa, os sujeitos interlocutores se expressam [...] através de um mesmo sistema de signos linguísticos” (Freire, 1983, p. 45). Segundo Venício Lima (2001, p. 61), “Freire se credencia a ser incluído na mesma tradição filosófica de existencialistas como Buber, Mounier, Marcel, Camus, Jasér e Rosenweig”. Lima (2001) também destaca as raízes religiosas de seu pensamento, fruto de um catolicismo de esquerda. Desse modo, não se trata de um marxista, mas de um humanista que concebe as relações de comunicação imbrincadas com a questão do poder.

Então, no livro “Medo e Ousadia”, em diálogo com Ira Shor, Freire (1986) estabelece as relações entre linguagem e classes sociais. A questão linguística não seria “objetiva” e “neutra” e as diferenças de linguagem não seriam somente pedagógicas ou linguísticas, mas passam por problemáticas ideológicas, de dominação e classes sociais. “A linguagem tem a ver com as classes sociais, sendo que a identidade e o poder de cada classe se refletem na sua linguagem” (Freire; Shor, 1986, p. 48-49).

Portanto, não é possível pensar as classes sociais e as lutas de classes sem as questões de linguagem, como também afirmam Bakhtin/ Volochinov (2010). Nesse sentido, os conceitos de “norma padrão” e “erro linguístico” se relacionam com as classes sociais, com os sujeitos sendo “estigmatizados” ou “reconhecidos”, a depender de como trabalham a linguagem¹⁰⁹. Para Freire, é preciso, então, contestar a elite e a dominação que também se dá por meio da linguagem (e da comunicação), procurando subverter o próprio quadro

---

¹⁰⁹ Esse ponto, é bom lembrar, também é trabalhado a partir da abordagem da Sociolinguística, cf: Pretti (1982) e Bagno (2006).

linguístico. É a partir da experiência concreta de vida dos sujeitos que podemos compreender e questionar as classes sociais.

Através da amizade com os garotos da classe operária, aprendi a diferenciar as classes, observando como sua linguagem, sua roupa, toda a sua vida expressavam a totalidade do distanciamento entre as classes na sociedade. [...]. Graças à pobreza, aprendi, através da experiência, o que queria dizer classe social (Freire; Shor, 1986, p. 24).

Mesmo Paulo Freire não se filiando propriamente ao marxismo, as atividades concretas de comunicação dos sujeitos sociais e suas relações com as lutas de classes são pontos centrais para uma agenda do conceito no campo da comunicação.

Em resumo, o que vimos até aqui é um panorama internacional sobre o tema de “comunicação e classes” entre o fim da década de 1970 e o início da década de 1980 a partir de autores de relevância no cenário científico, embora nem sempre “de dentro” do campo da comunicação¹¹⁰: a) a abordagem de Mattelart (1979), muita marcada por um contexto de “imperialismo” e Guerra Fria, mas que demonstra uma ênfase nas lutas e com importância para compreensão da economia política da comunicação e do discurso midiático sobre as classes”; b) a visão de Morley (1980; 1992), impregnada por uma visão weberiana de classe e pelos “códigos culturais” de Bernstein, além de certa visão estruturalista do modelo “codificação-decodificação” de Hall (2003a), mas que avança na medida em que trabalha o conceito de classe social a partir dos sujeitos de “carne e osso” em estudos de recepção; c) a visão de Paulo Freire (com Shor, 1986), que nos auxilia a compreender a comunicação como atividade de linguagem e como ela se relaciona, efetivamente, às questões das classes e suas lutas.

Ora, Paulo Freire não é um autor estrangeiro, mas sua produção possui impacto em um cenário internacional das ciências humanas e sociais. Os apontamentos sobre ele se dão mais no sentido de mapear o que foi dito, já que seus comentários explícitos sobre linguagem e classes sociais são breves, a despeito de sua obra completa ser importante para compreender as lutas travadas nos processos educacionais e comunicacionais. Após esse pequeno mapeamento a partir de Mattelart, Morley e Freire, procuramos compreender como as pesquisas em “comunicação e classes sociais” chegaram efetivamente ao Brasil.

No fim da década de 1970, o país vivia sob o lema da distensão “lenta, gradual e segura” proposta por Ernesto Geisel durante a ditadura militar brasileira. Época também

---

¹¹⁰ Aliás, o campo da comunicação, historicamente, foi construído a partir de autores de outros campos, que são ressignificados a partir de um olhar comunicacional.

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. Eagleton (2012) bem exemplifica essa situação:

‘popular’ não significa, necessariamente, ‘inferior’. Nelson Mandela é popular, mas não é inferior. Um monte de gente comum lê jornais altamente especializados com jargões ininteligíveis para quem está de fora. Só que esses jornais costumam tratar de pesca, equipamentos agrícolas ou criação de cães em lugar de abordar estética ou endocrinologia. O popular se transforma em lixo e *kitsch* quando a mídia sente necessidade de sequestrar uma grande fatia do mercado da forma mais rápida e indolor possível (Eagleton, 2012, p. 27).

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. Sua utilização no campo das ciências humanas e sociais deve-se à entrada do filósofo Antonio Gramsci no Brasil e sua influência nos Estudos Culturais (como também nos estudos pós-coloniais e nos *subaltern studies*). Ou seja, o termo também foi ganhando outros contornos à medida que outros autores foram incorporando-o às suas obras.

O conceito aparece primeiramente no texto “A questão meridional” (Gramsci, 1987) e depois é desenvolvido no quinto volume dos “Cadernos do Cárcere” (2002) e pode ser relacionado à vida fragmentada dessa parcela da população, pensando também em como a hegemonia funciona a partir de bases políticas e culturais. Para Gramsci (2002, p. 135), “os grupos subalternos sofrem sempre a iniciativa dos grupos dominantes, mesmo quando se rebelam e insurgem: só a vitória ‘permanente’ rompe, e não imediatamente, a subordinação”. Pois então o termo é geralmente utilizado para chamar a atenção da possibilidade de transformação e emancipação dos “subalternos” dessa posição, conferindo autonomia 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”¹¹¹, 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 muito bem desenvolvidas. 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.

---

¹¹¹ Hoje em dia, os famigerados “colaboradores” – o que semanticamente, já mostraria ainda mais a dominação.

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, pensando em 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 operária¹¹² 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” por “trabalhador”. Podemos perceber,

---

¹¹² Em levantamento realizado no Arquivo Edgard Leuenroth, da UNICAMP.

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. 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 de um autor que não vem originariamente do campo da Comunicação, mas da Sociologia. Como mostra Girardi Jr. (2007), nessa época, a comunicação enquanto objeto é relegado ao segundo plano nos departamentos de Ciências Sociais, frente a temas de “mais prestígio”, como violência e educação, por exemplo. Que obra é essa? “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 semiológica¹¹³, 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

¹¹³ É interessante observar como Miceli (1972) coloca os termos adjuntos à cada área do conhecimento: “a sociologia explica” e a “semiologia descreve”. Podemos notar, então, uma preponderância dada pelo autor à Sociologia (seu campo do conhecimento) em relação à Semiologia. A “explicação sociológica” pode ser considerada fruto da tradição da escola francesa de sociologia (de onde vem as maiores influências do autor, especialmente Pierre Bourdieu), desde a famosa frase de Durkheim (2007) de que é dever da Sociologia explicar os fatos sociais. Nesse sentido, a tradição sociológica alemã se propõe mais a apreensão do objeto a partir do *Verstehen* (compreender), enquanto a francesa pensa a partir do *Erklären* (explicar, iluminar), o que pode ser considerado também como fruto da perspectiva iluminista.

audiência, matérias de revista, cartas de fãs e críticas, 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*¹¹⁴ 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) no entanto, 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. Quando Marx (2013 [1865]) elabora o conceito de mercadoria, já a considera a partir do “estômago” e da “fantasia”.

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 – “jóia”, 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 “discrição 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

---

¹¹⁴ Plural de *ethos*.

mais baixas de renda (classes ‘D’ e ‘C’)¹¹⁵ (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”, por exemplo. É, assim, um passo inicial para os “estudos de recepção” no Brasil.

Isabel Orofino (1997) escreve sobre os “clássicos da pesquisa de recepção” no Brasil, a partir de obras lançadas em meados dos anos 1980. Mas há também duas obras brasileiras

---

¹¹⁵ 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.

lançadas no fim da década de 1970 que não foram mencionadas por Orofino (1997) e que, de alguma forma, relacionam “comunicação e classes sociais”. Não consideramos que esses estudos sejam propriamente “estudos de recepção” no sentido que o termo foi utilizado a partir da década seguinte, contudo, de alguma forma, antecederam os chamados “clássicos” por Orofino (1997). São eles: “Televisão e Consciência de Classe”, de Sarah Chucid da Viá (1977) e “Cultura de Massa e Cultura Popular: leituras de operárias”, de Ecléa Bosi¹¹⁶ (1978).

São duas investigações pioneiras e que apresentam aproximação com as teorias dos efeitos e com o funcionalismo, pensando nos efeitos, na influência e nos impactos dos meios de comunicação, apesar de falarem em classes sociais. 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”.

A autora 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.

---

¹¹⁶ A autora não se insere propriamente no campo da Comunicação, mas possui influência na área, tendo sido, inclusive, professora de disciplinas vinculadas ao Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo (PPGCOM-USP).

O trabalho de Bosi (1978) é menos simplista do que o de Chucid da Viá (1977), buscando mostrar “leituras de operárias”. A autora cita muito o trabalho de Hoggart (1973), inclusive, com semelhanças descritivas em relação ao livro dele. No entanto, no momento de operacionalizar a pesquisa e analisar os resultados, é ao funcionalismo – tratado como “teoria psicossocial” – que Bosi (1978) recorre, com citações de autores como Robert Merton, por exemplo. No livro, ela liga a problemática das “leituras de operárias” e o que entende por “recepção” a partir dos estudos dos efeitos, da psicologia, da retórica e da teoria literária. Ou seja, por mais que haja algum avanço no sentido de problematizar algum autor que conceba as classes e a comunicação a partir dos Estudos Culturais, há um traço funcionalista que persiste nas pesquisas.

Já o conceito de classe aparece somente como substituto de renda e como sinônimo de “nível socioeconômico”, reafirmando a predominância da abordagem weberiana de classe, como apontado no capítulo 1. “As classes A, B e C correspondem à classe alta, média e baixa de acordo com os critérios econômicos: vemos que os grupos de renda mais alta leem mais jornais que os de renda menor” (Bosi, 1978, p. 175). Há alguma variação terminológica, utilizando, ora o conceito “classe”, ora o conceito “cultura”, quase sempre tendo o termo “pobreza” como adjetivo, como em “classe pobre” e “cultura da pobreza”.

Ao analisar as leituras que operárias fazem de materiais impressos, Bosi (1978) conclui “uma grande pobreza na leitura, uma convivência mínima com os melhores temas da imprensa” (Bosi, 1978, p. 172). Ora, Hoggart (1973) aparece invertido aqui, com o menosprezo da autora em relação às capacidades dos receptores. Fala-se em “pobreza” na leitura sem considerar as experiências concretas e cotidianas dos sujeitos, como se a “riqueza” fosse somente se as leitoras tivessem o mesmo tipo de leitura da autora, ou seja, predomina certa visão etnocêntrica. No entanto, sua fala soa contraditória, pois em outros momentos, dá a entender que compreende as “resistências da cultura operária”, como em “empobrecedora para a nossa cultura é a cisão com a cultura do povo: não enxergamos que ela nos dá agora lições de resistência como nos mais duros momentos da história da luta de classes” (Bosi, 1978, p. 28).

Além disso, não se explicita o que seriam os “melhores” temas da imprensa, mais uma vez, tendo a visão da autora como central. Isto é, há um “lugar de fala” explícito da pesquisadora em seus julgamentos, como na seguinte frase: “o observador participante dessa condição por algum tempo tem, a qualquer momento, possibilidade de voltar para sua classe, se a situação se tornar difícil” (Bosi, 1978, p. 16). Dá-nos a impressão de que a autora, apesar

de falar em “observação participante”, não seguiu os princípios básicos antropológicos, de convivência com a alteridade, em um jogo entre “estranho” e “familiar” (Velho, 1978).

Mesmo assim, no jogo das contradições de seu livro, Bosi (1978) se pergunta sobre a possibilidade de uma “cultura operária” frente aos “meios de comunicação”, ainda tomados a partir do paradigma dos efeitos, ou algo como: “o que os meios de comunicação fazem com a cultura operária?”. Com isso ela afirma que a imprensa se dirige ao trabalhador apenas como “consumidor anônimo” e “público alvo”, “debilitando em sua consciência o sentido e a significação de sua classe” (Bosi, 1978, p. 1999). Ou seja, há, aqui, um argumento semelhante com o de Sarah Chucid da Viá (1977) com relação à diluição da “consciência de classe” dos trabalhadores têxteis frente aos meios de comunicação. Como diz Bosi (1978, p. 199), “verdade é que a imprensa de massa opera, desta maneira, para com todas as classes, mas especialmente para com a trabalhadora de onde se esperaria uma consciência mais viva das carências sofridas”.

Com isso, podemos observar que os estudos de Sarah Chucid da Viá (1977) e Ecléa Bosi (1978) possuem mais semelhanças do que diferenças, ao tratar de maneira funcionalista a “consciência de classe”, por vezes com um olhar etnocêntrico em relação aos sujeitos pesquisados. Seguindo o que diz Itânia Gomes (2004), essas pesquisas estão mais para “estudos dos efeitos”, ao se perguntarem o impacto dos meios de comunicação na vida dos sujeitos e não o modo como esses sujeitos se relacionam e “utilizam” os meios de comunicação.

Os chamados estudos nascentes propriamente de recepção no Brasil, então, se dão na década de 1980, e também pensam a temática da classe social como central. Isso mostra, de certa forma, o “peso” desse conceito no campo da comunicação nas décadas de 1970 e 1980. Isso também nos mostra que em relação aos trabalhos dos anos 1970, há um deslocamento da produção para a recepção. Orofino (1997) coloca os trabalhos de Carlos Eduardo Lins da Silva (1985), “Muito Além do Jardim Botânico”, e Ondina Fachel Leal (1985), “A Leitura Social da Novela das Oito”, como “clássicos da pesquisa de recepção no Brasil”. A eles, acrescentamos “O Rádio dos Pobres”, de Maria Immacolata Vassallo de Lopes (1988). Essas pesquisas tratam de mostrar, de forma mais contundente, que os receptores, principalmente àqueles advindos da classe trabalhadora, não são entes passivos.

Carlos Eduardo Lins da Silva (1985), por exemplo, procura entender “o que de fato significa o Jornal Nacional para pessoas que pertencem às classes trabalhadoras” (Silva, 1985, p. 51). A partir de uma pesquisa-ação com dois grupos de trabalhadores, em Lagoa Seca e Paicarará, mostra como o receptor pode resistir às mensagens dos meios de comunicação,

considerando ainda outros fatores de mediação¹¹⁷, como organizações de bairro, por exemplo. No entanto, não há aqui as referências dos Estudos Culturais, por exemplo: fala-se ainda em “efeitos” sobre os telespectadores. Ou seja, nota-se um avanço em relação às pesquisas anteriores por considerar o ponto-de-vista dos sujeitos, mas o referencial teórico ainda não avançou tanto.

Em relação ao conceito de “classe”, serve apenas como uma “ferramenta” descritiva no vocabulário do autor: afirma fazer um estudo com pessoas pertencentes às “classes trabalhadoras”, mas este conceito nunca é definido, sendo, por vezes, substituído por “trabalhadores” ou pelo termo “comunidades” como sinônimos. Podemos notar que o termo “comunidade” tem repercussão clássica na obra do sociólogo Ferdinand Tönnies (1995) a partir do termo *Gemeinschaft*, definido como grupos pequenos e geralmente de um lugar “pré-industrial”, e se contrapõe à “sociedade” (*Gessellschaft*), que seria própria dos grupos urbanos, com uma divisão do trabalho complexa. Ora, deste modo, a noção de classe não pode ser simplesmente substituída pela de comunidade. Dessa maneira, invisibilizam-se as lutas em prol da chamada “comunidade”.

O estudo também sofre de “descritivismo”, como na frase: “um bairro quase exclusivamente operário, tem recebido algumas construções novas de família de classe média, que acabaram ‘cercando’ as residências das famílias operárias de menor renda” (Silva, 1985, p. 74). Não se define, por exemplo, qual a diferença entre uma “família operária” e uma “família operária de menor renda”. Então, se o relato descritivo é importante para o processo de pesquisa, há certo avanço, no entanto, não se pensa ainda conceitualmente.

Os próximos dois estudos, contudo, trazem avanços à questão teórico-metodológica envolvendo o conceito de classe social. A dissertação de mestrado de Maria Immacolata Vassallo de Lopes (1988), “O Rádio dos Pobres”, faz uma análise ideológica do discurso e dos ouvintes dos programas radiofônicos Zé Bettio, Gil Gomes e Sílvio Santos. O conceito mais desenvolvido é o de marginalidade ou “estrato marginal”, que aparece mais do que classe: “no Brasil, a marginalidade é vista em consonância com os processos de industrialização e de urbanização” (Lopes, 1988, p. 10).

As populações marginais, então, são ligadas ao sistema de classes, com a autora chegando a falar em “classes marginais”. Podemos comparar essa marginalidade com o conceito de “lumpemproletariado” trazido por Marx e Engels (1996 [1848]) como a categoria

---

¹¹⁷ O autor chega, inclusive, a falar em “mediação ideológica”, mas ainda não relacionado ao sentido dado ao conceito por Martín-Barbero (1995)

dos “excluídos” e que são “arrastados” por interesses de outras classes. Lopes (1988, p. 62) dá a sua definição:

a identificação das populações marginais dá-se originariamente no nível do setor econômico ou dos fatores de produção da formação social periférica. São populações que estão abaixo do limite das necessidades de força de trabalho expressas pelo sistema econômico, o que faz com que dele participem de forma instável e limitada (Lopes, 1988, p. 62).

O interesse de Lopes (1988) está principalmente na “análise ideológica”. A autora estuda a mensagem ou o discurso com uma dupla vinculação: “como sistema estruturado de signos e [...] como manifestação, no plano ideológico, das relações sociais de classe” (Lopes, 1988, p. 35). Com isso, ela faz uma divisão entre fatores sociais e fatores discursivos de reconhecimento, sendo que os fatores sociais são a própria situação empírica de “classe marginal”, que Lopes (1988) define como as “camadas de baixa renda no meio urbano” e “camadas mais desprivilegiadas da população”. Nota-se, semanticamente, o termo “camada” como sinônimo de classe, o que, em alguma medida, pode dar a impressão de “níveis”.

Uma das qualidades da pesquisa é de ordem metodológica e conceitual, com um maior refinamento. O conceito de classe aparece também a partir da renda (“nível do setor econômico”), mas é refinado, principalmente, a partir da situação de trabalho. Há um indicador empírico para a “existência marginal”, que é dado pelo binômio “trabalho não qualificado/renda-trabalho mínima”. Ainda são explicitados também os critérios de seleção dos informantes, a saber: 1) a situação de trabalho (ocupações não-especializadas, geralmente manuais); 2) a condição de ouvinte dos programas Zé Bettio, Gil Gomes e Sílvia Santos.

Podemos observar também que a categoria “trabalho”, aqui, é vista não no sentido de “atividade humana”, mas apenas como sinônimo de ocupação ou emprego, focando-se nas relações técnicas de produção. A autora, então, estaria mais próxima do conceito de classe da abordagem weberiana, principalmente de John Goldthorpe (2000). Não há a ênfase nas lutas, mas nas “camadas de renda” e no trabalho enquanto ocupação como critério de seleção dessas “classes”.

O trabalho de Ondina Fachel Leal (1985) também traz maior refinamento conceitual em relação às classes, apesar de a pesquisa, muitas vezes, cair em “descritivismo”. A autora traz muitas referências antropológicas para sua pesquisa, trabalhando com temas caros à área, como o “estranho” e o “familiar” (Velho, 1978), os rituais (aplicado ao ato de assistir novelas) e os esquemas de parentesco, como em Lévi-Strauss (1982). Outra referência antropológica é Marcel Mauss. Também recorre a Pierre Bourdieu e à sua noção de *habitus*, além de uma referência comum a outros estudos de recepção: Richard Hoggart (1973).

Ou seja, trata-se de uma pesquisa pioneira no Brasil em relação à “etnografia das audiências”, utilizando um referencial comum à Antropologia e aos Estudos Culturais, além de Pierre Bourdieu. Muito semelhante, aliás, aos autores mais citados no *corpus* do capítulo 1. Dessa maneira, podemos notar alguns fios condutores na própria história do campo da comunicação.

Uma das diferenças do estudo de Ondina Leal em relação aos outros da mesma época é o fato de a pesquisa abarcar dois grupos, de classes sociais diferentes, considerando a partir de Bourdieu (2007) que a sociedade é relacional: diferencia-as em “classes populares” e “classes dominantes”, ambos tomados como situações opostas, funcionando como “controle e parâmetro relativizador, entendendo a relativização etnográfica como um procedimento epistemológico fundamental” (Leal, 1985, p. 14).

Isto é, trata do “relativismo cultural”, conceito antropológico central, em contraposição a uma visão “etnocêntrica” da cultura. Leal (1985) trabalha com um conceito de cultura ligado ao sistema de significação, seguindo teoricamente Clifford Geertz (1989). É, então, a partir da cultura que se pensa as questões de classes.

A imagem, o som, a fala da novela das oito passam pela lógica de um sistema de cultura, e buscar resgatar essa mensagem perpassada por novos significados – o de vivências cotidianas individuais, familiares e de classe – é também resgatar um minado sistema de cultura em si (Leal, 1985, p. 13).

Por que o conceito de classe? A autora afirma que escolheu trabalhar com um mundo “que se referia imediatamente a uma situação de classe diferenciada, por entender ser a situação de classe um *locus* privilegiado de significação” (Leal, 1985, p. 27). Ou seja, significação que é adquirida a partir do contato com a alteridade, com o “outro”.

Teoricamente, Leal (1985) trabalha o conceito de classe principalmente a partir de Pierre Bourdieu, à luz de conceitos como “capital cultural” e “poder simbólico”. Karl Marx não é esquecido. No entanto, ele é reinterpretado com uma ótica bourdieusiana, como na seguinte frase: “a reprodução da relação capital-trabalho é, também, uma produção simbólica de legitimidades culturais que se configuram em especificidades de classe” (Leal, 1985, p. 28). Ou seja, as lutas são colocadas principalmente no plano “simbólico”, expressão utilizada pela autora em diversos momentos.

Há, entretanto, momentos (por vezes na mesma página) em que parece flertar com o materialismo histórico. Cita o conceito marxiano de classe no “18 Brumário” (Marx, 1997 [1852]) e afirma:

a nível de situação de classe, das condições materiais de existência, das vivências cotidianas e das práticas de diferentes grupos sociais, não são apenas as ideias da classe dominante que são testadas e atualizadas, mas a prática de uma classe gera seu próprio tipo de consciência, de representar, de sistema de significados, enfim, de cultura (Leal, 1985, p. 28).

Tentemos entender melhor o que diz a autora: 1) considera a classe a partir das “condições materiais de existência”, de suas práticas e vivências – um olhar propriamente materialista; 2) faz uma analogia à famosa frase de Marx e Engels (2007 [1845-1846]) em “A Ideologia Alemã” sobre as ideias dominantes serem da classe dominante; 3) nega a frase de Marx e Engels (2007 [1845-1846]) afirmando não serem apenas as “ideias”, mas as “práticas” das classes que geram “consciência” e “cultura”.

Ora, parece haver uma incompreensão em relação à obra marxiana. Em nenhum momento, a concepção marxiana/marxista descola “ideia” de “prática”, pois elas se configuram como práticas dos sujeitos sociais. Não se pensa a partir do nada, mas sim a partir de práticas já existentes. Portanto, as práticas de uma classe geram um tipo de consciência, mas sem descolar das “ideias”: são parte de um todo.

A autora, então, tenta desconstruir Marx a partir de palavras-chave advindas do campo antropológico: “representação”, “sistemas de significados” e “cultura” – como se Marx e Engels (2007 [1845-1846]) em “A Ideologia Alemã” não pensassem os sujeitos sociais a partir dessas questões, embora os autores não utilizassem exatamente esses mesmos termos.

Há, então, uma leitura antropológica de classe, que faz questão de marcar o seu território a todo o momento, a partir de conceitos como “cultura”, “significação” e “simbólico”. Por um lado, se a Antropologia auxilia a compreender melhor as “alteridades” em relação às classes, há um perigo de se reproduzir uma tradução da “desigualdade” como mera “diferença” ou “alteridade”, apagando os terrenos das lutas em prol de um “conceito semiótico de cultura”. Essa mesma questão, pois, pode ser observada em parte dos trabalhos analisados no capítulo 1.

Já enquanto indicador empírico, o conceito de classe aparece em Leal (1985) a partir da unidade básica da família e das seguintes variáveis: 1) nível de renda; 2) participação no sistema de ensino; 3) acesso regular a bens simbólicos que não se restringem a produtos da “indústria cultural”, como visitas a exposições de arte, o que a autora considera como gosto social legitimado, configurando “um espaço social com um repertório simbólico específico” (Leal, 1985, p. 28).

Percebemos, aqui, mais uma vez, uma leitora fiel de Bourdieu em Leal (1985). O excesso de uso da expressão “simbólica” auxilia a apagar a “material”, como em sua definição

de “classes populares”, que é “definido em referência e oposição à classe dominante, configurando também, uma determinada demanda simbólica” (Leal, 1985, p. 28). Isto é, trata-se de reafirmar a sua leitura de classe a partir de Bourdieu e do referencial antropológico.

A partir dos indicadores empíricos de classe, a autora pesquisou dez casos em cada um dos grupos. O jogo entre “estranho” e “familiar”, ou entre “eu” e o “outro” é utilizado para nomear os grupos, no entanto, não exatamente em consonância com o que é o “eu” e o “outro” da pesquisadora. Exemplo: no grupo das classes populares, se fala na vila e “na gente”, enquanto o mundo das classes dominantes é visto como o “outro universo”, sendo que o “outro” para a pesquisadora não é esse universo. Os indicadores para esse “outro” universo é o alto grau de escolarização e determinada erudição, como uma “classe média intelectualizada”. Portanto, percebe-se, aqui, um indício de “romantização” desse outro, como uma empatia que obscurece as relações de poder.

A autora, pois, coloca como um dos problemas da pesquisa estabelecer os “lugares da diferença” entre as classes – nota-se o uso da palavra “diferença” e não “disputa” ou “distinção”. Esses lugares se estabelecem a partir do agrupamento de “discursos tomados como significativos de cada um dos grupos sociais, em torno de unidades temáticas presentes nas muitas narrativas” (Leal, 1985, p. 64). Ela nota algumas diferenças entre as classes nas noções de casamento e em relação ao papel da mulher na sociedade. Por exemplo, o que no grupo da classe média era visto como uma “mulher liberada”, de forma positivada, no grupo da classe popular essa mesma mulher era vista como “puta”. Para Leal (1985, p. 76)

a diferença entre ser liberada ou puta se estabelece, aqui, pela capacidade de dar justificativas intelectuais para uma prática sexual não exclusiva, e esta racionalização é uma prática simbólica de um universo de representações onde estão presentes outros parâmetros de intelectualização (Leal, 1985, p. 76).

Entre os principais resultados da pesquisa, está a maneira “ritual” de assistir à novela nas classes populares, contra uma maneira eventual das classes dominantes. Nesta eventualidade, há destaque para o excesso de “porquês” dos entrevistados da classe dominante. Segundo Leal (1985, p. 51), “o porquê pode estar indicando uma interferência na fala tida como autoridade, porque nas classes médias, diferente das classes populares, os sujeitos sociais são reconhecidos e se auto-reconhecem como competentes”. Para ela, a magia da televisão funciona de outra forma para as classes populares, que possuiriam maior domínio da gramática televisual.

Há, ainda, um outro livro que mantém algumas das características de estudos desse período, embora o autor não intitule a pesquisa propriamente de “recepção”. Sobre televisão e

mundo do trabalho, o livro é de autoria de João Luís van Tilburg. Foi publicado em 1990, mas sua pesquisa foi desenvolvida desde 1974. Se por um lado, a televisão tem sido um dos objetos mais estudados na área de comunicação e classes, a questão do trabalho é pouco desenvolvida pelas pesquisas. O objetivo central de 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, não à toa que há queda de audiência aos sábados. 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. Se, por um lado, o mundo do trabalho ainda hoje é uma categoria explicativa relevante (Antunes, 2001; Fígaro, 2001), por outro, as fronteiras entre o tempo trabalhado e o não-trabalhado se embaralham, bem como a figura do “cartão de ponto”, embora ainda existente, não remete à totalidade da complexa morfologia do mundo do trabalho atualmente. Mesmo assim, é relevante que a pesquisa de Tilburg (1990) seja uma das únicas historicamente no campo da comunicação (desde o *corpus* analisado no capítulo 1) a pensar a classe a partir do trabalho, sendo a única a considerar a questão temporal – algo central ainda hoje (Wajcman, 2015).

Um outro ponto importante e que converge com as pesquisas 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, como fica evidente no trecho seguinte: “mesmo não tendo o hábito de ler jornal, as categorias

C e D também mudaram, fato este evidenciado pela oscilação dos índices de audiência” (Tilburg, 1990). É importante também salientar que a palavra recepção não aparece em nenhum momento do trabalho.

O que podem unir esses estudos considerados pioneiros? Lopes, Borelli e Resende (2002) apontam como um dos problemas dos estudos pioneiros de recepção no Brasil essa “romantização das classes populares” e do “outro”, o que, de alguma forma, aparece em Leal (1985). Parte disso se deve, a nosso ver, em uma tentativa de transformar todas as “desigualdades” em “diferenças” e o foco prioritário no “simbólico”, sem pensar as relações entre comunicação e classes de modo mais dialético. No entanto, não há como negar que, dentre esses estudos pioneiros e que consideram o conceito de classe da comunicação, o trabalho de Leal (1985) é o que mais avança teórico-metodologicamente, em relação ao refinamento conceitual e de pesquisa empírica. Apesar de não partir de um olhar materialista, somem aqui a visão elitista de outros trabalhos, bem como um enfoque nos “efeitos”, e é justo tributar esse refinamento do olhar para os sujeitos à visão antropológica da autora.

Esses estudos de recepção pioneiros no Brasil também podem ser considerados um marco na área de comunicação no país no século XX. Primeiramente, por mostrar que o enfoque preferencial dos estudos sobre classe social na comunicação no país se deram por meio dos estudos de recepção nesse período. Em segundo lugar, há de se considerar que são pesquisas publicadas na década de 1980, o que chega a ser sintomático em relação ao conceito de “classe social”. Por quê?

O *boom* do conceito de classe social na década de 1980 se deu em um contexto de: a) em nível teórico, uma resposta à “comunicação como manipulação” própria da tradição frankfurtiana; b) em nível de sociedade latino-americana e brasileira, um período de redemocratização – em mais um processo de “modernização conservadora” (Werneck Vianna, 1997), em que procuravam “dar voz ao sujeito”, por tanto tempo “calado”, trazendo à tona o “popular” na comunicação. A partir disso, consideramos central recuperar um olhar para as questões de poder imbrincadas nos processos comunicacionais.

Na década de 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 no campo da comunicação na mesma década. Cai o Muro de Berlim e parece que os pesquisadores compraram a tese de Fukuyama (1992) sobre o “fim da história”: é como se também tivessem acabado as classes sociais.

A década de 1990, então, é marcada por um “vazio teórico” das classes sociais na comunicação. Nessa década, o teórico Jesús Martín-Barbero (1995) passa a despontar como um dos principais nomes da comunicação, principalmente na América Latina e exerce influência nas teses e dissertações em comunicação (Jacks; Menezes; Piedras, 2008), como também pudemos notar no capítulo 1. A importância do autor é tanta que é possível falar em: estudos comunicacionais/ de recepção “pré-Martín-Barbero” e “pós-Martín-Barbero¹¹⁸”. Por isso, na próxima seção, tentaremos compreender, a partir do eixo teórico dos estudos de recepção, os impactos de conceitos como os de mediação e midiatização para compreensão das classes sociais.

Então, de modo geral, não podemos tratar as pesquisas elencadas até agora – nacionais e internacionais – como a “evolução de uma espécie”. Das pesquisas realizadas nos anos 1970 aos estudos do início dos anos 2000, houve avanços e problemas, aspectos positivos e negativos em cada um, como tentamos pontuar brevemente. Podemos notar também que há problemas teóricos e metodológicos que permanecem desde os estudos apresentados nesse capítulo até as pesquisas do *corpus* entre 2010 e 2014 presentes no capítulo 1. Para uma perspectiva de pensar as classes sociais na comunicação atualmente, não podemos “jogar o bebê fora com a água suja”, pois há, por exemplo, questões citadas por Mattelart (1979) que, se (re)pensadas a partir do momento atual, podem ser de grande valia para a pesquisa em comunicação. O que acontece com as classes sociais nos processos comunicacionais atuais? Quais os eixos de sustentação das classes na comunicação?

Um livro que nos ajuda a mapear esses desafios é “Diferentes, desiguais e desconectados”, de García Canclini (2005). Nele, o autor afirma que a teoria social precisa trabalhar, em conjunto, esses três fatores: a desigualdade, as diferenças e as (des)conexões. Em um momento em que os “profetas tecnológicos” pensam as redes somente a partir das “interações” e, por vezes, desigualdades são reduzidas a meras diferenças, é preciso reintroduzir a categoria de poder na comunicação. “Num mundo globalizado, não somos só diferentes, só desiguais ou só desconectados. As três modalidades de existência são complementares” (García Canclini, 2005, p. 99).

O próprio nome “desconectados” mostra a importância da internet e das sociabilidades digitais, que podem se expressar diferenças e distâncias culturais, mas também desigualdades

---

¹¹⁸ Não é nossa intenção nesse momento discorrer sobre os conceitos caros ao autor, pois o que se está fazendo aqui é um panorama sobre os estudos sobre comunicação e classes sociais. No entanto, abordaremos o seu conceito de “mediação” mais à frente nesse mesmo capítulo. O que podemos adiantar para uma discussão é: a) será que a hegemonia de Martín-Barbero (1995) nesse período ajuda a enfatizar ou a escapar da discussão das “lutas de classes”?; b) é diferente o conceito de mediação da tradição latino-americana da tradição dos estudos culturais britânicos? Qual o impacto disso para a compreensão das lutas de classes na comunicação?

sociais. Não é possível conceber a internet ou a comunicação sem compreender a sociedade em que se vive (Wolton, 2010; Castells, 2009). Podemos conceber, como exemplo, uma distinção entre os “móveis”, sujeitos *wi fi* (ou que se acham assim) cujas vidas giram em quantos *likes* suas fotos ganham em redes sociais como Facebook e Instagram (tidas, por eles, como “universais e democráticas”) e os sujeitos relegados à desconexão, para quem o conceito de “cultura da participação” (Shirky, 2011) ainda não chegou. Trata-se de uma metáfora semelhante a de Bauman (1998), sobre os considerados “turistas” e os considerados “vagabundos”. Como diz García Canclini (2005, p. 92), “os incluídos são os que estão conectados; os outros são os excluídos, os que veem rompidos seus vínculos ao ficar sem trabalho, sem casa, sem conexão”.

Essa tríade também nos ajuda a compreender de modo mais complexo a questão das classes sociais (e principalmente das lutas de classes) na comunicação, sem transformar desigualdades em meras diferenças. A seguinte frase de García Canclini (2005) nos é essencial:

à medida que se ocupam dos processos de recepção, cabe examinar, junto com os textos e o debate ideológico, a acumulação desigual da propriedade cultural, a assimetria de acesso por parte das regiões à informação e ao entretenimento, a possibilidade de que cada cultura construa sua própria imagem e compreenda as dos outros. Faz parte do sentido discursivo da sociedade o modo pelo qual as novas condições de produção e circulação simbólica modificam as maneiras de ler, ver cinema ou ‘conversar’ pela internet (García Canclini, 2005, p. 158-159).

Ou seja, é preciso olhar para os processos comunicacionais: desde a questão da recepção até questões caras à economia política da comunicação (“acumulação desigual”), passando por representações discursivas e as questões textuais e ideológicas, observando, assim, as condições de produção e as construções de sentido das classes sociais nos processos comunicacionais. Isto é, o que estamos procurando construir é como as classes sociais podem ser pensadas a partir do próprio processo de comunicação em circulação, considerando produção e consumo.

No capítulo 1, observamos que os trabalhos podem ser divididos em alguns eixos: a) estudos de recepção e consumo; b) discursos sobre as classes; c) o lado da “produção” ou a “economia política”. No entanto: a) poucos trabalhos tratam de mais de um dos eixos; b) trabalhos que considerem a “produção” ou a “economia política” são minoria.

As lutas de classes permeiam as abordagens a partir de ângulos distintos, quais sejam: a) os sujeitos sociais em sua complexidade, como seres que agem e interagem cultural, comunicacional e politicamente – com um “olhar de classe”; b) como parte de um sistema

produtivo, onde também estão os conglomerados midiáticos e tecnológicos; c) e também como sujeitos que são representados pelos “outros” e por “si mesmos” nos mais diversos dispositivos comunicacionais.

Portanto, a partir dos três eixos teóricos elencados, os próximos capítulos se propõem a pensar as questões relevantes dessas perspectivas para os estudos de classes sociais na comunicação.

4. COMEÇANDO A PENSAR OS EIXOS: ESTUDOS DE RECEPÇÃO E RECONFIGURAÇÕES

A partir do *corpus* do capítulo 1, observamos três eixos teóricos das classes sociais na comunicação, algo que também esteve presente nas pesquisas analisadas no capítulo anterior, a saber: os estudos de recepção, os discursos midiáticos sobre as classes e o eixo da produção. Neste capítulo 4 e no capítulo 5, destrincharemos esses eixos e sua importância para as classes sociais na comunicação. Quando falamos em “eixos”, dizemos no sentido de algo que sustenta as classes sociais na comunicação.

No capítulo anterior, vimos a força que os estudos de recepção adquiriram na década de 1980 ao estudar a questão das classes sociais na comunicação. Naquele capítulo, focamos nos primeiros estudos, antes do que podemos chamar de “virada das mediações”. Ao mesmo tempo em que houve essa virada, outros deslocamentos tomaram a questão da recepção – como se deslocasse o próprio conceito, ao mesmo tempo em que o próprio conceito de classes é deslocado – e vai se perdendo uma concepção dialética de sujeito social na comunicação.

Então, na seção 4.1, explicaremos a “virada das mediações” nos estudos de recepção, tentando compreender a historicidade desse conceito até chegar na tradição latino-americana de Jesús Martín-Barbero (1995). O que isso significa para os estudos de classes na comunicação? Em seguida, faremos um panorama dos estudos de recepção que pensam a questão das classes na primeira década do século XXI e o impacto da obra de Martín-Barbero.

Em 4.3, procuraremos mostrar as reconfigurações dos estudos de recepção com as mudanças tecnológicas. Como a questão da “convergência” altera o cenário do campo comunicacional (algo que muda não só os estudos de recepção, diga-se de passagem)? Como a questão de classes é pensada ou deslocada?

Em 4.4, apresentamos o que os estudos de consumo –representativo do *corpus* analisado no capítulo 1 – fizeram com o conceito de classe. Já em 4.5, enquanto a obra de Martín-Barbero, em alguma medida, significa as “epistemologias do sul” (Santos; Menezes, 2010), nessa seção apresentamos uma resposta do “Norte” ao cenário comunicacional contemporâneo: o conceito de “midiatização”. Esses conceitos de “mediação” e “midiatização” nos ajudam a compreender as classes? Como?

4.1. A Mediação: dos ingleses aos latino-americanos

No capítulo 1, vimos a importância que o conceito de “mediação” – principalmente a partir de Martín-Barbero – para as pesquisas sobre classes no campo da comunicação entre 2010 e 2014. Esse conceito se tornou um marco dos “estudos de recepção” da década de 1990 até hoje, principalmente na América Latina, embora não possa ser resumido a ele. Entretanto, antes da tradição latino-americana, há uma trajetória britânica¹¹⁹ do conceito¹²⁰, principalmente a partir de Raymond Williams e Roger Silverstone.

Raymond Williams é um teórico que se preocupa com a vitalidade do marxismo, procurando (re)introduzir no debate a categoria de “cultura”, sempre pensando as categorias de poder e sujeito social para compreensão da realidade. É, então, na perspectiva do materialismo histórico e da ontologia do ser social que Williams pensa o conceito de mediação, procurando aplica-lo à sociologia da arte e da cultura, a partir da relação entre “arte” e “sociedade”.

Em seu livro “Palavras-chave”, Williams (2003) reconhece a complexidade do termo. Sua trajetória é ligada à tradição cristã, com a mediação entre Deus e o mundo, por exemplo, e também na filosofia hegeliana. Um dos seus sentidos mais fortes é o de “reconciliação”, “entre Deus e o Homem, entre o Espírito e o Mundo, entre a Ideia e o Objeto, entre Sujeito e Objeto” (Williams, 2003, p. 221).

Tentando sair de uma apreensão dualista, mecânica e idealista¹²¹ da realidade, Williams (2003) procura entender a mediação como um processo ativo entre atividade e consciência, considerando os sujeitos sociais e o papel ativo da linguagem. A partir disso, em sua sociologia da cultura, propõe um afastamento de uma “teoria do reflexo”, que vê a “arte” somente como reflexo direto das realidades sociais. Para ele, então, a mediação

pode referir-se primordialmente aos processos de composição necessários, em um determinado meio; como tal, indica as relações práticas sociais e artísticas. Em seus usos mais comuns, porém, refere-se a um modo indireto de relação entre a experiência e sua composição (Williams, 1992, p. 24).

¹¹⁹ Não faremos, aqui, uma recuperação histórica dos Estudos Culturais Britânicos, pois consideramos que: a) aqui interessa-nos mais a trajetória do conceito de mediação para compreensão das classes; b) o conceito de classe para Thompson, Hoggart e Williams encontra-se no capítulo anterior; c) a trajetória dos Estudos Culturais e sua importância para a comunicação pode ser encontrada dessa forma em uma extensa bibliografia disponível em português (por exemplo: Cevalco, 2003; Escosteguy, 2001; Gomes, 2004), de forma que trazer esse mesmo debate não traria maiores contribuições, além de já termos trabalhado essa questão em nossa dissertação de mestrado (Grohmann, 2012).

¹²⁰ Signates (2006), entretanto, pontua que o pioneiro na tradição marxista a tratar do conceito é Walter Benjamin.

¹²¹ Na filosofia hegeliana, *Vermittlung* significa mediação.

Contudo, o autor, ao refletir melhor sobre o conceito, percebe-o apenas como uma outra maneira de dualismo, assim como o termo “reflexo”. Em “Marxismo e Literatura”, então, Williams (1980) coloca que, apesar de a cultura ser uma mediação da sociedade (pois a superestrutura não afeta a base diretamente), esse conceito não se mantém enquanto metáfora explicativa. “Na esfera de sua aplicação, portanto, a mediação parece ser pouco mais que a elaboração do reflexo” (Williams, 1980, p. 120). Para o autor, o problema é óbvio, pois “se a ‘realidade’ e o ‘falar sobre a realidade’ (o ‘processo social material’ e a ‘linguagem’) são entendidos como categoricamente diferentes, os conceitos como ‘reflexo’ e ‘mediação’ tornam-se inevitáveis” (Williams, 1980, p. 120).

Há, portanto, uma reivindicação de uma apreensão da realidade de modo dialético. Com isso, Raymond Williams pretere o conceito de “mediação” em prol de um desenvolvimento da categoria de “hegemonia” (Signates, 2006) – já tratada no capítulo 2. É importante destacar a importância dos sujeitos sociais para o autor, que refuta teorias onde “as pessoas são vistas [...] como indivíduos abstratos que são representados de maneira gráfica nos termos dessas funções abstratas” (Williams, 2011a, p. 70).

Esse modo de apreensão dialética da realidade também tem por princípio a questão do circuito produção-consumo (apesar desse termo não ser trabalhado conceitualmente). Williams (2011a) critica estudos voltados para os “públicos” ou “audiências” somente na perspectiva do consumo, sem compreender o processo todo. Para o autor, esses estudos são incapazes de compreender “as relações sempre significativas, e por vezes decisivas, entre os modos de consumo, que também são, em geral, formas de uma organização social mais ampla, e os modos específicos de produção, que são ao mesmo tempo tecnológicos e sociais” (Williams, 2011a, p. 74).

Isto é, há uma problemática cara ao materialismo histórico na concepção de Williams com relação aos sujeitos e à comunicação. Já Roger Silverstone, cujas principais pesquisas são das décadas de 1990 e 2000, possui referências desde a fenomenologia até a economia política da comunicação e afirma ser parte de uma abordagem crítica da comunicação. Em entrevista à Veneza Ronsini, (Silverstone, 2005), o autor diz que não se considera totalmente pertencente aos Estudos Culturais. “Eu me reconheço com alguns aspectos dos estudos culturais. Eu me vejo como alguém que provém da sociologia clássica mais do que qualquer outra coisa” (Silverstone, 2005, p. 133). Ele, então, procura compreender a mídia e o campo comunicacional a partir da mediação e da circulação de sentidos, o que é particularmente interessante para nossos propósitos.

A mediação, para Silverstone (2002), deve ser vista como um processo em movimento de circulação de significados, que são nômades e constantemente transformados. Nesse mesmo sentido, ele considera a mediação como “o fundamental, mas desigual, processo dialético onde se institucionalizaram os meios de comunicação e está envolvido na circulação geral de símbolos na vida social” (Silverstone, 2006, p. 109). Ao considerar a mediação – que é tecnológica e social – como dialética e desigual, observamos a existência da categoria de poder na conceituação de Silverstone (2006, p. 109): “o poder de trabalhar com, ou contra, os sentidos dominantes e profundos mais arraigados que a mídia fornece é desigualmente distribuído entre e dentro da sociedade”.

Essa mediação, para Silverstone (2002), funciona como um processo de “tradução”, que, no entanto, nunca é perfeita, pois como já dizia Stuart Hall (2003a), os ruídos são inerentes ao processo comunicativo. Isto é, no processo de circulação os sentidos são ressignificados, uma “violência que fazemos aos significados alheios, mesmo nas mais suaves tentativas de compreender” (Silverstone, 2002, p. 35).

Silverstone (1994; 2002) concebe, então, o processo comunicacional como mediação para pensar a relação dos sujeitos com os meios, envolvendo o cotidiano, os textos, as tecnologias e o espaço doméstico, sendo a mídia parte da textura geral da experiência. Nesse conceito de mediação, portanto, podemos

perceber que a mídia se estende para além do ponto de contato entre os textos midiáticos e seus leitores ou espectadores. É necessário considerar que ela envolve os produtores e consumidores de mídia numa atividade mais ou menos contínua de engajamento e desengajamento com significados que têm sua fonte ou seu foco nos textos mediados, mas que dilatam a experiência e são avaliados à sua luz numa infinidade de maneiras (Silverstone, 2002, p. 33).

É a complexidade da vida cotidiana que está em jogo, e Silverstone (1994) classifica as mediações em quatro tipos: tecnológica, ideológica, cultural e textual – procurando compreender todas as facetas dos processos de comunicação. Para Silverstone (2005a), a mediação deve ser compreendida como uma noção fundamentalmente dialética, pensando a comunicação tanto tecnologicamente quanto institucionalmente. “A mediação, como resultado, requer que entendamos como os processos de comunicação mudam os ambientes sociais e culturais que lhes dão suporte”. Com esse foco – como os processos comunicacionais mudam ambientes sociais e culturais – Silverstone (2005a) se aproxima, em certa medida, da discussão de Hepp e Krotz (2014)¹²² com relação à midiatização. A diferença

---

¹²² Falaremos deles na seção 4.5.

é que Hepp e Krotz tratam de “mídia e tecnologia”, enquanto Silverstone (2005a) vê essa questão de uma maneira mais ampla, a partir dos processos comunicacionais.

Silverstone também nos auxilia a melhor compreender o “circuito produção-consumo” a partir da circulação – e entendendo os sujeitos como, ao mesmo tempo, produtores e consumidores (Silverstone, 2005b). Da mesma forma, não trata o consumo – tema que falaremos melhor adiante – como um fato isolado, mas entrelaçado com o “trabalho”. “O consumo opera entre o trabalho e o lazer. De fato, ele é trabalho e lazer, empreendido nos espaços e momentos liberados pelos ritmos tirânicos da sociedade industrial” (Silverstone, 2002, p. 148).

Apesar das contribuições à noção de mediação, a morte precoce de Silverstone, em 2006, o impediu de participar dos debates atuais, onde as noções de “mediação” e “midiatização” estão no centro das discussões acadêmicas no campo da comunicação em nível internacional, como diz Livingstone (2009). Em resumo, o que fizemos até aqui foi tentar mostrar que há uma trajetória do contexto de mediação em solo britânico, principalmente por autores influenciados, em maior ou menor medida, pelos Estudos Culturais como Raymond Williams e Roger Silverstone.

Contudo, não foi a partir desses autores que o conceito de mediação pisou em território brasileiro no campo da comunicação, mas a partir de uma “epistemologia do sul” (Sousa; Menezes, 2010): a perspectiva teórica de Jesús-Martín-Barbero. Trata-se de pensar um caminho epistemológico, teórico e metodológico próprio para a área de comunicação, não dependendo dos modelos “importados”.

Entretanto, um pioneiro na abordagem das mediações em contexto iberoamericano é o espanhol Manuel Martín Serrano (1978)¹²³ ao pensar as “mediações sociais” no campo da comunicação. Segundo Maldonado (2008, p. 5), “a teoria de Manuel Martín Serrano constituiu-se em uma vertente crítica relevante para o processo de confrontação e desmontagem da hegemonia penetrante do funcionalismo no campo de pesquisa e produção teórica em comunicação”. Entretanto, é bom pontuar, há um excesso de utilização de termos como “controle social”, “transmissão e utilização da cultura” e “sistema”, o que faz Torres (2007) afirmar que o autor não conseguiu se desvencilhar do funcionalismo reinante, questão que, em parte, se deve à influência de Durkheim e Lévi-Strauss em Martín Serrano.

Na América Latina, no campo da recepção, Escosteguy e Jacks (2006) elencam as abordagens presentes: a) consumo cultural, contribuição de García Canclini; b) frentes

---

¹²³ Não analisaremos, aqui, a obra de Martín-Serrano, mas apenas pontuamos a sua importância no cenário teórico de Martín-Barbero e da pesquisa em comunicação ibero-americana.

culturais, proposta de Jorge González; c) recepção ativa, uma abordagem de “educação das audiências” desenvolvida pelo Centro de Indagação e Expressão Cultural e Artística no Chile; d) uso social dos meios, de Martín-Barbero; e) modelo das multimediações, caro a Guillermo Orozco Gómez. Aqui, focaremos as atenções nas duas últimas perspectivas.

O livro “Dos Meios às mediações”, publicado originalmente em 1987, divide-se em três partes: 1) povo e massa na cultura: os marcos do debate; 2) matrizes históricas da mediação de massa; e 3) modernidade e mediação de massa na América Latina. É essa terceira parte, especialmente em seu capítulo “os métodos: dos meios às mediações” que foi a mais comentada, citada e reapropriada para os estudos de comunicação, pensando a comunicação a partir da cultura com um “mapa noturno para explorar o campo”.

Entretanto, são nas duas primeiras partes que Martín-Barbero (1995) nos dá “pistas” (uma palavra bem ao gosto do autor) de como pensa as questões de poder. Pensar as concepções de poder dos autores nos ajuda a compreender como as relações de comunicação são relações que disputam poder, e como as classes e suas lutas são visibilizadas ou apagadas nessa concepção de poder. Afinal, falar de classes sociais e lutas de classes na comunicação e abordar o poder na comunicação.

De início, podemos adiantar que Martín-Barbero não é um marxista. Trata-se de um culturalista e de um humanista, mas há certo distanciamento do marxismo, com algumas ressalvas a Gramsci e Thompson – autores da mesma matriz em relação ao conceito de classe social – como mostramos no capítulo 2.

Martín-Barbero (1995) pensa os marxistas como opositores de uma “cultura popular” e da noção de povo. Inclusive, ao comentar historicamente a passagem do conceito de “povo” para “classe” enquanto conceitos hegemônicos explicativos de uma época, afirma que há uma politização da ideia de povo pelos anarquistas e pelos marxistas, mas que, ao menos, os anarquistas teriam a seu favor a “memória do povo e suas lutas” como componentes. Ora, a que marxismo o autor se refere? Será que o autor latino-americano realmente compreendeu a relação do marxismo com a cultura popular, especialmente nos períodos de “Estado autoritário-burocrático” (O’Donnell, 1992) na América Latina?

A nosso ver, a leitura de Martín-Barbero em relação ao marxismo e à questão das classes é, de alguma forma, estreita e determinista. Uma de suas críticas ao marxismo é que “a explicação da opressão e da estratégia da luta se situam assim em um só e único plano: o econômico, da produção” (Martín-Barbero, 1995, p. 46). Esse tipo de discurso se ajusta a uma leitura hegemônica do marxismo, como mostra Eagleton (2012). Será que não é o capitalismo, e não o marxismo, que situa as suas “lutas” no plano econômico? Será que não é a leitura dele

que se situa em apenas um plano? Ou, para Martín-Barbero, Gramsci e Thompson – que ele cita durante o livro – não são marxistas? Com esse tipo de leitura, acaba por ocorrer o inverso da crítica: passa-se a desconsiderar o plano da produção como algo relevante para a sociedade e para a comunicação.

Martín-Barbero (1995) prossegue, ao reduzir a importância das lutas de classes nos processos culturais. Para ele,

em última instância, trata-se da impossibilidade de remeter todos os conflitos a uma só contradição e de analisa-los a partir de uma só lógica: a lógica interna à luta de classes. O que não significa que a luta de classes não atravesse, e em determinados momentos articule, as outras (Martín-Barbero, 1995, p. 49).

Desse modo, o autor faz um mea culpa em relação à sua afirmação anterior, como se dissesse: “não é que a classe não importe, mas veja bem, há outras questões em jogo”. Pois o marxismo não desconsidera a articulação e o atravessamento da luta de classes com os outros conflitos, posição que já afirmamos no capítulo 1, especificamente ao comentar o conceito de classe em Žižek. É, na verdade, a centralidade da luta de classes que faz com que se considere o entrelaçamento com as outras identidades.

Pois, ao mesmo tempo em que critica o que chama de “marxismo ortodoxo”, Martín-Barbero (1995) pensa a cultura enquanto um espaço de hegemonia, e além de Gramsci, aborda a cultura popular a partir de Bakhtin (1987) e Ginzburg (2006). Segundo Martín-Barbero (1995), pensar a hegemonia a partir desses autores significa romper com os paradigmas de “funcionalistas” e “frankfurtianos” e exaltar a cultura popular.

O valor do popular não reside em sua autenticidade ou em sua beleza, mas sim em sua representatividade sociocultural, em sua capacidade de materializar e de expressar o modo de viver e pensar das classes subalternas, as formas como sobrevivem e as estratégias através das quais filtram, reorganizam o que vem da cultura hegemônica, e o integram e fundem com o que vem de sua memória histórica (Martín-Barbero, 1995, p. 133).

Certamente, a concepção de sujeito em Martín-Barbero não é a de um sujeito assujeitado. Ele reorganiza, sobrevive e tem “estratégias”. O foco nessas “estratégias” e “reorganizações” e não exatamente nas “resistências” faz desse sujeito mais “criativo” e “solto”, em certa medida, do que o do materialismo histórico e mesmo em relação aos Estudos Culturais a partir de Raymond Williams. Apesar de não ser citado por Martín-Barbero (1995), a concepção de sujeito é semelhante a de Michel de Certeau (2014), com suas estratégias e táticas no “micro” do cotidiano.

Outra influência de Martín-Barbero (1995) é Pierre Bourdieu. Apesar de criticar sua tendência a olhar para a reprodução (crítica recorrente, tal qual mostrado na seção sobre Bourdieu no capítulo 2), Martín-Barbero considera a importância de se pensar o “campo simbólico de lutas”, principalmente nos campos da comunicação e da cultura. Influência essa que fica clara principalmente quando mostra o quanto os usos da televisão são atravessados pelos *habitus* de classe.

Ou seja, Martín-Barbero considera que as classes têm seu lugar teoricamente, principalmente a partir das mediações, mas a centralidade teórica não está exatamente nas classes. Tanto o lugar da classe social para Martín-Barbero quanto uma demonstração de que o autor pode estar incorreto em relação à sua percepção sobre o marxismo podem ser encontradas no seguinte trecho:

O que se encontra em processo de mudança, hoje, é a própria concepção que se tinha dos *sujeitos políticos*. A uma concepção substancialista das classes sociais, como entidades que repousam sobre si próprias, corresponde uma visão do conflito social como manifestação dos atributos dos atores [...]. As relações de poder, tal qual estão configuradas em cada formação social, não são mera expressão dos atributos, e sim produto de conflitos concretos, batalhas travadas no campo econômico e no terreno do simbólico (Martín-Barbero, 1995, p. 286).

Pois o que Martín-Barbero salienta são as lutas e os conflitos “concretos” em detrimento de uma concepção substancialista de classes – justamente a percepção de Thompson (1981) em relação a Althusser (1999), como vimos no capítulo 1. Os sujeitos políticos sempre foram pensados a partir desse ponto-de-vista dos “conflitos concretos” em Marx e no marxismo. Desse modo, é complicado compreender o que ele chama de “processo de mudança” da concepção dos sujeitos.

Entretanto, não é a partir de um lugar-de-fala propriamente marxista, mas com um olhar culturalista-humanista que Martín-Barbero enxerga o mundo e a ciência, especialmente em “Dos meios às mediações” (Martín-Barbero, 1995). Em um nível, há certa mistura de “Gramsci com Bourdieu”, como também há em García Canclini (1984) – pensando as questões de hegemonia e reapropriações em relação à cultura popular. No entanto, o modo como Martín-Barbero compreende hegemonia e resistência se dá de forma diferente em relação aos Estudos Culturais Britânicos, por exemplo, até porque Martín-Barbero (1995) busca se distanciar do que chama de “marxismo ortodoxo”. O tom do autor ressoa mais ‘suave’ e menos “radical” do que os colegas de Birmingham – tem um teor conciliatório, de

tentar harmonizar as relações – algo que, de certa forma, vai contra a própria ideia de luta de classes¹²⁴.

O livro “Dos Meios às Mediações” foi lançado em meio aos processos de redemocratização vividos pelos países da América Latina no fim dos anos 1980, depois de um longo período de ditaduras. A redemocratização, em certa medida, se deu com auxílio de alas humanistas ligadas à Igreja Católica. Ora, a influência do pensamento católico também se faz presente no campo comunicacional, como podemos conferir, por exemplo em Soares (1986). Segundo Waldemar Kunsch (2001, p. 10)

na América Latina, foram fatores dessa preocupação com a comunicação como um processo social: de 1960 a 1969, mudanças na Igreja e na sociedade latino-americana, culminando na Conferência de Medellín (1968); de 1970 a 1974, a realidade de ‘desenvolvimentismo-dependência’, contexto em que entravam em ação a Teologia da Libertação e as Comunidades Eclesiais de Base; e, de 1975 a 1979, o contexto de miséria, injustiça e violação dos direitos humanos na maioria dos países, culminando na Conferência de Puebla (1979) (Kunsch, 2001, p. 10).

Em entrevista à Revista Comunicação & Educação, Martín-Barbero (1999) reconheceu influências do catolicismo, em especial da Teologia da Libertação, em sua formação. Em Bogotá, na Colômbia, trabalhou como professor e diretor de uma biblioteca e casa de estudos que tinha um papel muito importante no diálogo entre cristãos e marxistas – instituição que depois se transformou num grupo chamado “Grupo Gioconda”, que “foi um grupo de sacerdotes, de cristãos da Teologia da Libertação, que enfrentou uma das hierarquias mais retrógradas da América Latina e começou uma revisão profunda do que era ser cristão naquele tempo” (Martín-Barbero, 1999, p. 64). Isto é, ainda que as referências cristãs não apareçam explicitamente em seu texto, é nítida sua abordagem mais conciliatória de poder que os estudiosos de Birmingham – o que faz refletir inclusive em seu conceito de “mediação” – abordado na segunda parte do livro “Dos Meios às Mediações”, que contém discussões mais voltadas realmente ao campo da comunicação.

Desse modo, o que é mediação para Martín-Barbero? Para Signates (2006), esse conceito é citado 37 vezes em “Dos Meios às Mediações”, sem que haja uma definição sistemática sobre o conceito. Lopes e Orofino (2014) colocam que são sempre “mediações”, no plural, e não “mediação”, no singular, pois trata-se de uma noção plural, pensada a partir da produção social de sentido e das articulações. “Um conceito síntese que capta a comunicação a partir de seus nexos, dos lugares a partir dos quais se torna possível identificar

---

¹²⁴ Esse tom conciliatório culturalista ajuda a explicar um pouco da recepção de sua obra no Brasil nos anos 1980, inclusive levando em conta o percurso culturalista na teoria social brasileira, como mostramos no capítulo 2.

a interação entre o espaço da produção e do consumo da comunicação” (Lopes; Orofino, 2014, p. 367). Mais do que o conceito em si, então, o que nos interessa é a perspectiva, ou o “mapa noturno” que nos propõe Martín-Barbero (1995), procurando se afastar do *mediacentrismo*.

Um mapa que sirva para questionar as mesmas coisas – dominação, produção e trabalho – mas a partir do outro lado: as brechas, o consumo e o prazer. Um mapa que não sirva para a fuga, e sim para o reconhecimento da situação a partir das mediações e dos sujeitos (Martín-Barbero, 1995, p. 290).

As mediações, então, devem ser pensadas a partir dos sujeitos – como vimos colocando desde o início da tese. Ressaltamos que Martín-Barbero (1995) não propõe excluir dominação, produção e trabalho de sua concepção teórica, mas pensa-los conjuntamente às brechas, ao consumo e ao prazer. Em nossa visão, pensar a partir “do outro lado” não significa exclusão das “mesmas coisas” – mas concebê-los de forma dialética. O problema está em estudos não-críticos que olham somente para “as brechas, o consumo e o prazer”, como se a comunicação fosse somente constituída por esse prisma, aproximando-se, inclusive, de uma abordagem habermasiana de comunicação, que exclui as “mesmas coisas” de sua perspectiva.

A comunicação, pois, não pode ser vista somente como consenso. A mediação e as brechas não podem ser modalizadoras ou apaziguadora de conflitos, com um tom conciliatório de classes. Consideramos, então, que a mediação deve evidenciar os conflitos, e a noção somente é interessante se operar dialeticamente nessa chave.

O que nos interessa na perspectiva comunicacional de Martín-Barbero é que ele propõe compreender o processo de comunicação por inteiro, bem como seus sujeitos. O olhar para as mediações, no fundo, é essa visão renovada sobre os próprios processos comunicacionais.

Em vez de fazer a pesquisa partir da análise das lógicas de produção e recepção, para depois procurar suas relações de imbricação ou enfrentamento, propomos partir das mediações, isto é, dos lugares dos quais provêm as construções que delimitam e configuram a materialidade social e a expressividade cultural da televisão (Martín-Barbero, 1995, p. 294).

Isto é, são as próprias relações de imbricação e enfrentamento que fazem – e devem – fazer parte, em nossa concepção, das mediações. Os “usos” dos meios de comunicação se colocam como lugares de produção de sentido, e não somente reprodução de forças (o que, em nossa visão, deve ser encarado de modo dialético). É a partir da produção de sentido dos sujeitos sociais nos processos de comunicação que se dá o plano do reconhecimento social – tão caro a Martín-Barbero (1995). Por isso, as tecnologias não são usadas à revelia dos

sujeitos ou de sua cultura, pois fazem parte da realidade concreta dos indivíduos. “Não são meras ferramentas transparentes; elas não se deixam usar de qualquer modo: são em última análise a materialização da racionalidade de uma certa cultura e de um ‘modelo global de organização do poder’” (Martín-Barbero, 1995, p. 259)¹²⁵. Essa frase é interessante para notarmos que Martín-Barbero não esquece as relações de poder, o que uma leitura ou apropriação açucarada do autor¹²⁶ pode acabar esquecendo, que a comunicação se materializa também em “modelo global de organização do poder”.

O mapa de Martín-Barbero subdivide conceitualmente as mediações, primeiramente com as seguintes: cotidianidade familiar, a temporalidade social e a competência cultural¹²⁷ - enfatizando os usos sociais dos meios. Nove anos depois da publicação da primeira edição do livro, em 1998, o autor publica um novo prefácio à edição espanhola. Nesse novo mapa, as pistas apontam para a complexidade das tecnologias e à onipresença mediadora do mercado. Ele se pergunta: “esgotado o motor da luta de classes, a história teria encontrado seu substituto nos avatares da informação e comunicação?” (Martín-Barbero, 2009, p. 12). Se a resposta à indagação for “sim”, podemos pensar: 1) ao mesmo tempo em que fala lutar “contra o pensamento único”, afirma que está esgotado o motor da luta de classes; 2) apresenta uma visão sobre as tecnologias ou profundamente otimista ou muito pessimista; 3) desconecta a questão da tecnologia da luta de classes.

Entretanto, ao mesmo tempo em que se questiona sobre “o esgotamento do motor da luta de classes”, propõe repensar as relações entre comunicação, cultura e política – ou seja, como a comunicação se coloca como um campo prioritário da batalha política. Por isso, acreditamos que ele tenha respondido “não” à pergunta do parágrafo anterior. No entanto, a construção do seu argumento dá margem a pensar que o modo com o qual ele propõe pensar “comunicação, cultura e política” escapa da questão das lutas de classes (o que é bem possível, se considerarmos sua relação com o marxismo exposta nas páginas antecedentes). O “não” da resposta pode ser visto no livro “Ofício do Cartógrafo” (Martín-Barbero, 2004), em que aprofunda as questões levantadas no prefácio: “Uma coisa é reconhecer o peso decisivo dos processos e das tecnologias de comunicação na transformação da sociedade, outra bem diferente é afirmar aquela enganosa centralidade e suas pretensões de totalização do social” (Martín-Barbero, 2004, p. 222).

¹²⁵ Essa frase é especialmente interessante para notarmos que Martín-Barbero não esquece as relações de poder. Isto é, a comunicação se materializando também em modelo global de organização de poder.

¹²⁶ Relembramos que ele é um dos autores mais citados no *corpus* do capítulo 1.

¹²⁷ Não entraremos em detalhes em relação às mediações, pois já o fizemos em nossa dissertação de mestrado (Grohmann, 2012) e também por já ser algo exaustivamente trabalhado nas pesquisas em comunicação (cf: Ronsini, 2012; Lopes; Orofino, 2014).

Ou seja, em vez das “lutas de classes”, são propostas em Martín-Barbero (2004; 2009) as mediações comunicativas da cultura (também como uma resposta a quem dizia que ele não pensava a questão da comunicação), a saber: institucionalidade, socialidade, ritualidade e tecnicidade¹²⁸ - para compreender tanto as lógicas de produção quanto as competências de recepção (consumo), entremeados pelos formatos industriais e pelas matrizes culturais.

Essas mediações se mostraram frutíferas – como podemos notar no estudo de Ronsini (2012) – para compreender as mediações de classe na comunicação. Os exemplos de Martín-Barbero (2004) com relação à Argélia e as mulheres de Lima, com o gravador de rádio, ao gravar e ouvir suas vozes são - com o perdão da adjetivação – admiráveis e poéticos no que concerne a pensar os usos sociais das tecnologias e como elas se transformam “em um terreno de luta, da luta por se fazer ouvir” (Martín-Barbero, 2004, p. 189).

Desse modo, os sujeitos, nos processos comunicacionais “terão de lutar a todo momento: uns para fazer-se ouvir e os outros para conseguir escutar. E tanto uma coisa como a outra – uma luta com e através da tecnologia – se transformam em batalha pela identidade de um povo enquanto está se construindo” (Martín-Barbero, 2004, p. 189). Isto é, aqui fica claro que, em relação ao primeiro momento de “Dos Meios às Mediações”, dá a impressão de crescer a importância das tecnologias e da comunicação como espaços de lutas e de reconhecimento. É importante destacar que essa relação entre “lutas e tecnologias” se dá, na perspectiva do autor, sempre a partir da percepção da “identidade de um povo”, da “nação” e do pensar a América Latina.

Nesse mesmo momento, Martín-Barbero (2004) também propõe rupturas com o “comunicacionismo” que vê nos processos de comunicação a única e mais importante razão das questões sociais – ou seja, se coloca contra uma concepção habermasiana de comunicação que vê nesse conceito o motor e conteúdo último da interação humana, esquecendo-se das lutas que são travadas no âmbito da cultura, por exemplo. Desse modo,

o que a comunicação tem de intercâmbio e interação entre sujeitos socialmente construídos e situados em condições e cenários [...] assimetricamente, produzidos e de produção, e portanto espaço de poder, objeto de disputas, remodelações e lutas pela hegemonia (Martín-Barbero, 2004, p. 256).

Com relação às classes sociais, Martín-Barbero (1995), como já afirmado, considera-as no debate, mesmo não sendo o seu mote principal de análise. No excerto abaixo, vemos a relação da classe com os usos da televisão, a partir do conceito bourdieusiano de *habitus*.

¹²⁸ Também não retomaremos seus conceitos, por não ser nosso intuito aqui. Cf: Ronsini (2012); Lopes; Orofino (2014). Sobre a mediação de tecnicidade, cf: Pieniz (2014).

Os *habitus de classe* atravessam os usos da televisão, os modos de ver, e se manifestam – observáveis etnograficamente – na organização do tempo e do espaço cotidianos [...]. A leitura da topografia possibilita o estabelecimento de uma topologia simbólica configurada pelos usos de classe (Martín-Barbero, 1995, p. 302)

Em resumo, podemos pensar as mediações em Martín-Barbero considerando: a) a pertinência, embora não centralidade, da classe social enquanto mediação dos processos comunicacionais; b) a compreensão dos sujeitos e processos comunicacionais em sua complexidade; c) tecnologias como expressão de lutas e de manifestações culturais. Desse modo, mesmo com os apaziguamentos advindos da influência católica em seu pensamento – ressignificando, de algum modo, o conceito gramsciano de hegemonia, o autor traz contribuições para compreensão das classes sociais na comunicação.

Pensamos diferente em relação a como o conceito de “mediação” foi aplicado em estudos decorrentes na América Latina, por exemplo, em Orozco Gómez (1996). Por quê? Ao criticar o modo como Martín-Barbero conceitua as mediações, esse autor pensa as “múltiplas mediações” (cultural, situacional, institucional, estrutural...) a partir de estratégias de operacionalização do conceito, que em muito lembram as estratégias estruturalistas e funcionalistas. Isto é, não para pensar o processo comunicacional e os sujeitos, mas enquanto “influências” na recepção – o que retoma o sentido de receptor não enquanto sujeito produtor, mas como “alvo” a ser atingido. Segundo Escosteguy e Jacks (2006, p. 71), essas múltiplas mediações, “segundo a crítica, não conservam o sentido original; por isso, sua proposta descreve uma série de fontes de influências para compreender a relação da audiência com os meios massivos”, o que não era a preocupação de Martín-Barbero.

Nesse sentido, o que era uma proposta humanista de comunicação se transforma justamente no que mais criticamos: aproxima-se de uma “nova hegemonia”, como um *status quo* travestido de crítica “moderna” (ou com qualquer prenome que o leitor preferir). A nosso ver, não é gratuito que o autor-base das múltiplas mediações de Orozco Gómez (1996)¹²⁹ seja Anthony Giddens (1975; 2000) e sua teoria da estruturação, justamente o pai da chamada “Terceira Via” e cujas implicações weberianas discutimos no capítulo 2.

Para além dos autores analisados, nos interessa pensar a mediação de classe como um olhar dos processos comunicações, uma visão com os óculos das classes sociais a partir dos processos comunicacionais. Isso nos ajudará a compreender, mais adiante, as lutas de classes nas relações de comunicação.

---

¹²⁹ Contudo, é em Orozco Gómez (1996), por exemplo, que vemos mais fortemente uma ideia de “leitura crítica da mídia”.

Martín-Barbero, pois, como vimos no capítulo 1, é um dos autores mais citados nos trabalhos sobre classes sociais no campo da comunicação entre os anos de 2010 e 2014, exercendo até hoje influência sobre as pesquisas brasileiras. A seguir, procuramos analisar alguns estudos brasileiros que envolvem classes no campo da comunicação publicados em livro na primeira década do século XXI.

4.2. Impactos na Pesquisa Brasileira da Primeira Década do Século XXI

A perspectiva das mediações influenciou largamente a pesquisa em comunicação (principalmente em recepção) no Brasil, como mostram os estudos de Nilda Jacks e seu grupo de pesquisa (Jacks; Menezes; Piedras, 2008; Jacks, 2014) e a análise do *corpus* no capítulo 1. Trataremos, então, de algumas pesquisas envolvendo classes sociais na pesquisa brasileira em comunicação na primeira década do século XXI.

Nesse contexto, consideramos como central a importância de Maria Immacolata de Vassallo Lopes para circulação das ideias de Jesús Martín-Barbero no Brasil, não só em suas próprias pesquisas sobre a ficção televisiva, mas enquanto orientadora de trabalhos que sedimentaram, principalmente na região Sul do Brasil, os estudos de recepção a partir da matriz latino-americana. Podemos considerar como parte dessa influência autoras como Nilda Jacks, Veneza Ronsini, Ana Carolina Escosteguy, Jiani Bonin e Isabel Orofino – embora nem todas tenham sido orientadas por Lopes em todas as instâncias da pesquisa acadêmica.

Convém ressaltar também que se trata de uma pesquisadora – embora não filiada ao materialismo histórico – que desde “O Rádio dos Pobres” (Lopes, 1988) procurou compreender as classes na comunicação – e, principalmente, nos estudos de recepção. Segundo Lopes (1993, p. 81), “a audiência para os estudos (de recepção) é [...] uma estrutura complexa que reúne indivíduos em classe, grupos ou subculturas onde cada formação social tem sua própria identidade e seu próprio código”. Trata-se, portanto, de uma filiação mais próxima mesmo ao estruturalismo – com as consequências que isso tem para o conceito de classe, como abordado no capítulo 2.

Este é o contexto, então, em que podemos pensar o livro “Vivendo com a Telenovela”, que pode ser considerado o primeiro trabalho de fôlego no Brasil no século XXI que considera a obra de Martín-Barbero e o conceito de classe social em um estudo de recepção: “Vivendo com a Telenovela”, de Lopes, Borelli e Resende (2002), envolvendo a telenovela “A Indomada”, exibida pela Rede Globo em 1997. As autoras criticam as pesquisas de recepção “pré-Martín-Barbero”:

Identificamos nas pesquisas de recepção no Brasil dos inícios dos anos 1980 uma espécie de teorização atrasada em relação à reflexão avançada que se fazia através da teoria das mediações. Eram teorizações ‘atrasadas’ porque marcadas por um forte esquema dualista: ou se privilegiava exclusivamente os modos de reelaboração/residência/refuncionalização dos conteúdos culturais das classes populares ou se tomava esses conteúdos como completamente moldados pela ação ideológica das classes dominantes, via meios de comunicação de massa (Lopes; Borelli; Resende, 2002, p. 30).

A obra de Lopes, Borelli e Resende (2002), então, apresenta uma “totalidade de pesquisa” não vista antes nos estudos de recepção, com relação às estratégias multimetodológicas, a grande equipe de pesquisa e a perspectiva das mediações, o que permitiu classificações e maior refinamento da questão da recepção, como a análise de cada mediação e tentar abarcar todo o processo de comunicação, com rico material empírico. Com relação ao conceito de classe, logo no início do livro, as autoras destacam o “esquecimento da classe social”, crítica válida para os dias atuais como pudemos perceber ao longo desse capítulo.

Este “esquecimento” se dá pelo nivelamento de todas as categorias identitárias, como gênero, idade e etnia – ou seja, oculta-se a questão do poder e da desigualdade em detrimento das “identidades” e “diferença”. Por isso, as autoras consideram a diferença de classe não somente como uma “simples diferença”, de alteridade, mas como a “que articula as demais a partir de seu interior e expressa-se por meio do *habitus*, capaz de entrelaçar os modos de possuir, de estar junto e os estilos de vida” (Lopes; Borelli; Resende, 2002, p. 45).

Se o referencial de Martín-Barbero (1995) perpassa toda a pesquisa, é, a exemplo de Leal (1985), à obra de Pierre Bourdieu que as autoras recorrem para tratar do tema da classe social, especificamente ao seu polêmico conceito de *habitus*. “O conceito de classe social aparece na presente pesquisa como diferença social que se expressa em *habitus*, que é produto de condicionamentos sociais associados à posição correspondente” (Lopes; Borelli; Resende, 2002, p. 45). Tentando mostrar como é esta diferença que articula as outras, as autoras tentaram aplicar a posição de classe na etnografia do cotidiano familiar¹³⁰. A família é, na pesquisa, a unidade básica e é entendida como espaço social, cultural e de mediação das mensagens de telenovela. Inclusive, levando em conta o espaço social, há também esquemas de parentesco das famílias analisadas. Ou seja, por mais que o indivíduo seja considerado, ele nunca é desconsiderado de seu espaço social.

O critério de classe social, portanto, serviu para organizar a amostra da pesquisa, considerando o conceito de “posição de classe” a partir do bairro onde as famílias vivem. As autoras, então, partiram de uma tipologia de bairros, quais sejam: “favelada, periferia, bairro de classe média e condomínio fechado de classe média alta”. O indicador do “bairro” como dimensão de classe se mostrou frutífero empiricamente para a pesquisa, mas não se pode bastar enquanto conceito, enquanto única dimensão do conceito de classe social. Um “bairro

---

¹³⁰ Mais uma semelhança com a pesquisa de Leal (1985) é essa tentativa de um olhar mais antropológico a partir das etnografias no mundo da comunicação.

de classe média” nunca é homogêneo o suficiente para determinar a classe social dos sujeitos. Por isso, nós consideramos, a exemplo de Thompson (1987), que as classes se fazem nas lutas do cotidiano.

A pesquisa de Lopes, Borelli e Resende (2002), então, mostra a importância da classe enquanto “articulação”:

As diferentes condições de classe e a consequente distinção de consumos culturais condicionou também a intensidade de assistência de telenovelas. Já que alternativas de lazer e de consumo cultural caras estão vedadas às famílias de favela e de periferia, no seu dia-a-dia a alternativa possível de entretenimento é a televisão. (Lopes; Borelli; Resende, 2002, p. 370).

A classe, nesse sentido, é pensada a partir de sua relação com o “consumo cultural”. Trata-se de pensar as diferentes condições de acesso aos bens de consumo cultural de acordo com as classes sociais e como se dá, efetivamente, esse consumo. Além disso, Lopes, Borelli e Resende (2002) concluem que cada classe ou grupo familiar configura um “palimpsesto cotidiano”, pois as horas de exposição, os tipos de programa e emissoras selecionadas dependem das características da família e da pessoa.

Nos livros publicados no Brasil desde 2000, pudemos identificar, ainda, três trabalhos de destaque com relação à temática “comunicação e classes sociais” e dentro dos estudos de recepção: “O Fascínio de Sherazade”, de Roberta Manuela Barros de Andrade (2003), “Desigualdades Sociais e Telenovelas”, de Lília Junqueira (2010), e “A Crença no Mérito”, de Veneza Ronsini (2012)¹³¹.

Em seu livro, Andrade (2003) faz um estudo de recepção da novela “Suave Veneno”, exibida pela Rede Globo no ano de 1999, e não possui influência das mediações de Martín-Barbero. Sua pesquisa propõe combinar “etnografia das práticas domésticas” com “etnografia do consumo cultural”, principalmente a partir dos trabalhos de Pierre Bourdieu e Néstor García Canclini. A obra traz certa semelhança com a de Leal (1985), ao, por exemplo, colocar a família como unidade básica e classificar seus informantes em “classe popular” e “classe média”. Os sujeitos pesquisados são classificados a partir da ocupação (por exemplo, na

¹³¹ Um outro livro que não discute diretamente a questão de classe – e por isso não entraremos em detalhes – mas que nos faz pensar acerca da problemática é “Os Olhos do Grande Irmão”, de Bruno Campanella (2012). Ele se pergunta “até que ponto categorias sociais presentes na sociedade brasileira (tais como: classe social, raça, gênero e identidade regional) interferem nas leituras feitas do Big Brother Brasil?” (Campanella, 2012, p. 12) e chega à conclusão de que essas categorias foram importantes na análise do grupo estudado, “na maneira do sujeito se relacionar com outro” (Campanella, 2012, p. 154). Já em relação diretamente à classe social, “embora se apresente como uma divisão importante – não foi articulada de forma autônoma pelos fãs do BBB, porém em combinação com outras ordenações relevantes para a sociedade brasileira” (Campanella, 2012, p. 110). Então, se por um lado, há a afirmação da atual importância da classe para as relações de comunicação, por outro, não há discussão teórico-conceitual (nem maiores discussões empíricas) sobre o que significa essa contribuição. Temos, pois, percebido – desde o capítulo 1 – que se fala de classes, mas nem sempre se discute efetivamente (leia-se conceitualmente) e sua relação com a comunicação.

classe popular – operários, assalariados não especializados e trabalhadores por conta própria), ou seja, a partir das relações técnicas de produção.

A importância do conceito de classe na comunicação é ressaltada por sua atualidade e pela questão discursiva: “o lugar que uma pessoa ocupa nas estruturas sociais pode ser considerado determinante para o acesso dessa pessoa aos diferentes discursos em jogo na formação social” (Andrade, 2003, p. 120). Contudo, como já afirmado anteriormente, ela ressalta que não podemos reduzir o indivíduo a esse “lugar”.

A autora dedica um capítulo apenas para discutir a metodologia da pesquisa e a questão de classe. Trata-se de um avanço, e nesse capítulo, Andrade (2003) mostra solidez teórica com relação à bibliografia relacionada a classes, o que ainda, nos estudos analisados, não havia acontecido. Ela afirma que a abordagem de classe é uma das mais complexas para a análise da estrutura social a partir do debate nas Ciências Sociais. O próprio termo “estrutura social” ajuda a compreender o seu olhar epistemológico para as classes na comunicação, tendo como parâmetro a conceituação de classe a partir de Bourdieu, utilizando principalmente a subdivisão do conceito de capital (econômico, cultural e social) para classificar as classes.

Ela recorre também a autores como Wright Mills e Poulantzas (sobre quem já falamos em relação a seu “althusserianismo” e sua delicada relação com o marxismo) para tentar compreender as localizações contraditórias de classe presente nas classes médias. A partir disso, ela propõe olhar para a classe com um olhar “multidimensional”, considerando sua complexidade. Segundo Andrade (2003, p. 118),

Na construção das classes, não há um alinhamento simples entre o econômico, o político e o ideológico. Elas não constituem cosmovisões fixas ou unitárias. As pessoas não levam sua visão de mundo inscrita na sua testa como um número de patente na traseira de um automóvel. Os elementos ideológicos tomados isoladamente não têm uma necessária conotação de classe. Essa conotação somente é o resultado da enunciação desses elementos em um discurso concreto e da articulação de tal discurso com práticas de classe em conjunturas específicas (Andrade, 2003, p. 118).

A partir da frase acima, podemos notar as influências de Bourdieu e Poulantzas, principalmente quando Poulantzas (1973) comenta acerca das dimensões ideológicas e políticas de classe. Duas outras questões importantes advindas da análise dessa frase: 1) apesar do incessante uso da palavra “estrutura”, a autora procura conceber as classes a partir dos “movimentos vivos”, como ela própria afirma mais à frente: “definir essas duas classes não como uma essência ou substância, mas como relação” (Andrade, 2003, p. 123), o que, de alguma forma, atenua o acento no “estrutural”; 2) é a primeira pesquisa, ainda que de modo

incipiente, a abordar com mais ênfase a questão discursiva, ou como a atividade discursiva de classe se relaciona também com (e/ou são) práticas de classe.

Além da definição de “classe”, a autora procura conceituar a noção de “popular”. Para isso, ela fala nos termos “pobres” (Alba Zaluar), povo (García Canclini), massa (Adorno Horkheimer) e operários (Bosi). Nota-se aí certa diversidade teórica e epistemológica e que não é bem discutida, pois os conceitos não são problematizados a partir das linhas teóricas dos autores, servindo somente como listagem de conceitos sem amarração ou discussão. Por exemplo: por que “operários” a partir de Ecléia Bosi (no trabalho já analisado aqui, Bosi, 1978) e não a partir de algum estudioso específico sobre “cultura operária”? Não são explicitadas as escolhas conceituais no que tange ao “popular”.

Em geral, Andrade (2003) traz uma pesquisa empírica com solidez teórica sociológica principalmente a partir de questões “estruturais”, combinando com uma abordagem etnográfica. Autores muito citados na área (e também no *corpus* do capítulo 1) como Stuart Hall ou Jesús Martín-Barbero não são mencionados, mas Néstor García Canclini é abordado a partir de sua perspectiva do “consumo cultural”.

Já “Desigualdades Sociais e Telenovelas”, de Junqueira (2010) traz um compilado de pesquisas da autora desde a década de 1990 envolvendo o discurso das telenovelas e a recepção por parte dos telespectadores no que se refere à desigualdade social. “As desigualdades sociais de classe, gênero, etnia e idade estão interligados tanto no discurso das telenovelas quanto no público, no entanto, há adaptações do *habitus* de comunicação segundo a classe social” (Junqueira, 2010, p. 25). Dois autores são centrais: Pierre Bourdieu e Jessé Souza, com contribuições de autores (também caros a Jessé Souza) ligados à questão do reconhecimento, como Axel Honneth e Nancy Fraser, além de Charles Taylor. A autora, então, critica uma matriz personalista presente tanto no que a autora chama de “*habitus* de comunicação” das novelas (em sua lógica de discriminação social) quanto na fala dos entrevistados. No entanto, incorre no mesmo erro de Jessé Souza (2015) ao tratar marxismo como sinônimo de economicismo. A autora critica uma pretensa dominância do “paradigma marxista” e uma resistência ao que chama de “teorias disposicionalistas” (principalmente Bernard Lahire), quando o que podemos ver, ao menos no campo da comunicação, (principalmente a partir do *corpus* do capítulo 1) é o contrário. Além disso, a autora, ao tratar de classe empiricamente, repete o “abecedário de classe” sem a devida problematização. Da mesma forma, há pouca discussão metodológica sobre classe – focando-se somente no conceito bourdieusiano de *habitus*. Mesmo tratando tanto do discurso das telenovelas quanto

dos receptores, não há um embasamento teórico-conceitual para pensar a comunicação em circulação.

Podemos considerar, ainda, a partir dos resultados obtidos no capítulo 1 que tanto Andrade (2003) quanto Junqueira (2010) não possuem muitas citações no campo da comunicação, ao contrário de Veneza Ronsini (2004; 2007; 2012), sobre quem já abordamos um pouco no capítulo 1, ao tratar das dissertações resultantes de sua orientação.

Em Veneza Ronsini (2004), a autora já mostrava a sua inquietação em relação ao conceito de classe. No entanto, naquele momento, prefere utilizar o termo “grupo social” em vez de “classe social”. Diz a autora: “a maioria dos autores citados utilizam o termo ‘classe, enquanto nós preferimos a noção de grupo social, em virtude do prolongado debate acerca do uso do termo entre os teóricos marxistas, o qual pode ser resumido no questionamento de sua primazia explicativa” (Ronsini, 2004, p. 51). Nesse livro, pois, o central não é o conceito de classe, mas o de identidade cultural. Desigualdade, poder e classe social são questões que aparecem mais na parte analítica. Ponto importante aqui (mais ligada à questão discursivo-midiática do que propriamente aos estudos de recepção) é: de que forma a televisão contribuiria para o conformismo dos receptores e o apaziguamento das revoltas? Para Ronsini (2004, p. 162), a contribuição se daria de três maneiras: “a) transformando as desigualdades sociais em diferenças; b) apresentando os movimentos sociais que reivindicam a cidadania como uma ameaça à ordem; c) e, como já dissemos antes, promovendo o individualismo”.

Já em Ronsini (2007a), as identidades continuam como algo central do trabalho, dessa vez as identidades juvenis, tais como *rapper* e *punk*. Contudo, o conceito de classe ganha aqui maior protagonismo. A autora mostra a centralidade da classe e, mesmo que alguns fenômenos ultrapassem as divisões, há sempre uma apropriação específica de classe. Para Ronsini (2007a, p. 13), não se trata de “reduzir a batalha por justiça social às lutas por reconhecimento, cabendo aos desconfortados manter vivo o debate sobre os modos em que a problemática de classe está relacionada com as lutas relativas às identidades”. Fica evidente que a palavra “luta” aparece mais vezes, quase sempre relativa à identidade, mas sempre conceito esparsos, não estruturado, como no seguinte excerto: “o termo conflito de classe é sinônimo da noção de “repertórios de resistência” [...] e substitui a noção de luta de classes para estudar as estratégias, respostas, pensamentos, códigos culturais desenvolvidos pelos jovens” (Ronsini, 2007a, p. 29).

O que Ronsini, então, entende por classe? “Mantemos as distinções objetivas que se referem ao lugar ocupado nas relações de produção, porém¹³² o tomamos como um conjunto de agentes que pode ou não se mobilizar politicamente em movimento organizados” (Ronsini, 2007a, p. 22)¹³³, para logo após citar Bourdieu: “consideramos que a posição ocupada por uma classe no espaço social [...] é definida pela posição que ocupa nos diferentes campos” (Ronsini, 2007a, p. 22). Pois há aí uma tentativa de aproximação de um conceito marxista com o bourdieusiano de classe, mas sendo esse predominante – e nessa frase específica com um acento weberiano¹³⁴: ou seja, é mais uma leitura bourdieusiana de Marx do que uma leitura marxista de Bourdieu. Outro acento weberiano está na base para aplicação empírica do conceito de classe: Quadros e Antunes (2001), com uma tipologia baseada principalmente no quesito ocupação (“as classes socio-ocupacionais”), questão que já discutimos tanto no capítulo 1 quanto no capítulo 2. Então, se por um lado, não se nega formalmente o conceito marxista de classe¹³⁵, há na aplicação empírica influência de Weber e na discussão teórica, predominância de Bourdieu.

Além disso, outro teórico importante na fundamentação teórica (embora em questões metodológicas e não no conceito de classe) é Norbert Elias e uma “sociologia das configurações”, que também possui algumas aproximações com Weber (Souza, 1999). Uma justificativa elencada pela autora para a aproximação entre Elias e Bourdieu seria o questionamento tanto de uma teoria baseada nos atores individuais quanto em sujeitos assujeitados (ou somente como efeitos de estruturas), quando já vimos também que Marx e Engels (2007 [1845-1846]) já questionavam essas falsas oposições.

No que tange à questão comunicacional, Ronsini (2007a) traz a noção de “fluxo comunicacional” e procura examinar tanto as práticas/ações quanto as representações, envolvendo, em alguma medida, uma circulação entre mídia e sociedade, que estará presente também em seus trabalhos posteriores: a combinação dos estudos de recepção com a representação das classes na mídia. Por exemplo, considerando as identidades juvenis e a questão de classes, Ronsini afirma:

---

¹³² Pois vimos no capítulo 2 que o conceito de classe nos marxismos não entende que classe é sempre algo que envolve uma mobilização política em movimento necessariamente organizado, ou seja, o que a autora diz aqui não pode ser considerada uma negação ao conceito marxista.

¹³³ Em outro trecho, “podemos utilizar o conceito de classes para nomear as posições objetivas na estrutura social, às quais corresponderiam interesses e modalidades de ação que, por sua vez, não se restringem à organização coletiva e ação política e abarcam práticas culturais e sociais de enfrentamento cotidiano” (Ronsini, 2007a, p. 48).

¹³⁴ Mais no que tange aos diversos campos do que especificamente o conceito de classe.

¹³⁵ Em uma passagem (Ronsini, 2007a, p. 74), chega a comentar rapidamente a noção ampliada de classe trabalhadora em Antunes (2001).

Entrar na luta como *rapper* ou como *punk* e não como trabalhador é uma estratégia coerente com o espaço concedido para a luta, o do palco midiático, utilizado para combater uma ideia-chave para gerar consenso social que circula na mídia e na sociedade: a de que os indivíduos são donos de suas identidades e experiências, enquanto, na verdade, a estrutura social impede a realização de projetos coletivos e individuais (Ronsini, 2007a, p. 177).

Nessa circulação, o discurso midiático – como veremos melhor na sequência do capítulo – aparece como importante definidor das identidades, negando discursivamente o trabalho. No entanto, um mérito da autora nessa obra é colocar a dimensão comunicacional das classes para além do universo midiático: “diante das exclusões baseadas na divisão de classes, qual o papel dos estilos culturais juvenis [...] em demarcar posições ocupadas ou permitir a comunicação entre classes distintas?” (Ronsini, 2007a, p. 178), pontuando o *hip-hop* como possibilidade de comunicação entre as classes. Isso nos mostra que o papel da comunicação nas classes (e suas lutas) não se restringe à mídia.

Já em Ronsini (2012), o tema central é como os temas da pobreza e da desigualdade circulam em telenovelas e para os jovens de diferentes classes, como o imaginário televisivo funciona na elaboração dessas representações e como se justificam as desigualdades a partir da crença na meritocracia. “O grande desafio é entender [...] como a mídia participa na definição dessas relações de classe ao representar os estilos de vida dos ricos, da classe média e dos ‘pobres’ e justificar cada estilo com base na ideologia do mérito” (Ronsini, 2012, p. 74). A autora, então, procura “investigar o desmanche simbólico das identidades de classe diante da valorização social do dinheiro e da aparência” (Ronsini, 2012, p. 22). Com sua pesquisa, observa que os jovens ligados à classe popular não se reconhecem enquanto “pobres” e definem sua condição social a partir da questão do consumo.

Para isso, como já afirmado no capítulo 1, Ronsini (2012) parte da ideia de totalidade da recepção – tomando por base teórica principalmente o modelo *coding/decoding* de Stuart Hall (2003) e as mediações de Martín-Barbero (1995), a fim de compreender na leitura dos receptores e nas representações da mídia, como ocorrem reproduções e contestações ao poder. A autora reforça, então, a importância na pesquisa da questão política da mídia, que não deve ser abandonada em estudos críticos de recepção: as apropriações midiáticas são entendidas, assim, como parte da luta política.

Para a noção de classes, Ronsini (2012) considera que o termo “classes populares resolve o problema da heterogeneidade das categorias de trabalhadores urbanos, dos pobres (pobreza relativa) e dos humildes (média baixa) e está relacionada com a noção de cultura

popular” (Ronsini, 2012, p. 31). Contudo, ela ressalta o teor relacional do conceito de classe, considerando “cruzamentos e sobreposições entre elas num mesmo campo de luta” (Ronsini, 2012, p. 31). Ou seja, entende-se classe como algo relacional. Se por um lado, a autora não desconsidera as lutas e os conflitos, por outro, afirma não ter “a preocupação em usar o termo no sentido estrito do marxismo como um conjunto de agentes que pode se mobilizar politicamente em movimentos organizados, mas de entender como ocorre a luta em torno de valores” (Ronsini, 2012, p.83). Pois perguntamo-nos: em que medida essa luta em torno de valores não é, em si mesma, aspecto da luta de classes?

Para além disso, repete-se o que aqui já foi colocado em outros momentos da presente tese: discute-se o conceito em Bourdieu (dessa vez também com a aplicação de um “formulário de *habitus*”), aplicação do conceito principalmente a partir de Quadros e Antunes (2001), com Jessé Souza sendo também um autor importante no quadro teórico, embora outros autores como James Curran, Ralph Miliband e Ricardo Antunes também sejam mencionados. Então, observamos ao longo da trajetória de Veneza Ronsini uma crescente preocupação com o conceito de classe, expressa inclusive nas orientações de dissertações do *corpus* do capítulo 1. Além disso, ao trabalhar com a noção de totalidade da recepção, traz contribuições tanto para a análise dos sujeitos-receptores quanto para as representações da mídia sobre as classes.

Em geral, é interessante notar como a contribuição de Martín-Barbero se faz importante na pesquisa sobre classes na comunicação no Brasil, mas que, dos quatro livros analisados, somente dois colocam-no como referência no protocolo teórico-metodológico. É, pois, Pierre Bourdieu, e não Martín-Barbero a referência em comum entre os livros. As quatro obras também possuem um objeto em comum: a televisão, mais especificamente a telenovela, algo majoritário nas pesquisas sobre comunicação e classes historicamente, como vimos no presente capítulo e no *corpus* do capítulo 1. Mas será que, de alguma maneira, as reconfigurações tecnológicas têm deslocado os estudos de recepção e mesmo as classes?

4.3. Reconfigurações Tecnológicas e Consequências para os Estudos de Recepção

No *corpus* de artigos, teses e dissertações analisado no capítulo 1, observamos a centralidade da televisão como objeto de análise, o que ajuda a compreender também a opção majoritária pela obra de Jesús Martín-Barbero nas pesquisas envolvendo classes sociais na comunicação. Mas isso não significa que a questão digital esteja esquecida, pois há pesquisas envolvendo, por exemplo, *Twitter*, celular, jovens e internet. Além disso, Manuel Castells, que teoriza sobre redes e internet, aparece como um dos autores mais citados nas teses e dissertações. Assim, o cenário atual não pode ser encarado como o mesmo da década de 1990 – nem social nem comunicacionalmente. Os estudos sobre tecnologia têm, de alguma forma, deslocado as classes e mesmo os estudos de recepção?

As mudanças tecnológicas impactam as atividades de comunicação e trabalho dos sujeitos. Por um lado, as relações de trabalho foram alteradas, com a flexibilização e desterritorialização dos processos produtivos, juntamente com o “imperativo da polivalência”. Por outro, as maneiras com que os sujeitos se relacionam com os meios de comunicação e as tecnologias têm mudado drasticamente nas últimas décadas, desde a facilidade em trocar mensagens ou ouvir sua música predileta até questões como vigilâncias nas redes, inclusive no mundo do trabalho (Fuchs; Trottier, 2013). Ou seja, há uma mudança nas lógicas comunicacionais, tecnológicas, nas formas de trabalhar e na sociedade como um todo. Desse modo, é preciso contextualizar o cenário atual tecnológico para a compreensão da atualidade e vitalidade dos estudos de recepção e como, a partir disso, estudar as classes sociais. Trata-se de uma tentativa de compreensão do que Muniz Sodré (2014) chama de um novo “bios midiático”.

Não se trata aqui de dizer que o receptor agora é “ativo”, pois isso ele sempre foi, como atestam os Estudos Culturais, por exemplo. Não está em discussão a atividade do receptor como sujeito social. No entanto, as formas dessa atividade dos receptores têm mudado, bem como o acesso dos cidadãos às tecnologias. Façamos uma pequena revisão, apenas com objetivo de mapear algumas mudanças, sem maiores aprofundamentos.

Nos anos 1950, possuir uma televisão era artigo de luxo, enquanto nos anos 1980 e 1990, ela se tornou a componente principal das salas das casas da maioria dos brasileiros, como mostra, por exemplo, Leal (1985) em relação à própria disposição da televisão nas casas dos sujeitos. A internet chegou aos poucos: somente em 1995 começou a ser popularizada no Brasil, ainda com conexão discada. A velocidade da internet começa a aumentar em meados

dos anos 2000, quando proliferam as *lan houses* pelo país. O computador (de mesa ou notebook) já disputava um espaço com a televisão na vida dos sujeitos.

Com a explosão das redes sociais, principalmente do Orkut, na metade da primeira década de 2000, começa a ser delineada uma outra internet, que é conhecida como “web 2.0”. Com isso, expressões como Youtube, Facebook e Google ganharam espaço na vida das pessoas. As videolocadoras fecharam, a indústria fonográfica teve que se reinventar (Martel, 2012). As tecnologias móveis, principalmente o celular, começam a se tornar a “tela” central na vida de muitos sujeitos. Outras palavras passam a incorporar o discurso jornalístico e a circular no cotidiano dos sujeitos: drones, big data, *whatsapp*. Inclusive, no Brasil, foi ressignificado como “zap-zap”. Sinal de que o zapear do controle remoto já não é o que mais importa midiaticamente no cotidiano das pessoas. Daqui a dois anos, certamente o cenário, os aplicativos e *gadgets* do momento também serão outros. Trata-se de um ritmo mais acelerado, certamente, do que a pesquisa acadêmica. Por exemplo, Pierre Lévy (1999), na década de 1990, falava sobre “multimídia” e “mundo virtual”, expressões de uma época em que se usava disquete ou cd-rom.

Essas reconfigurações tecnológicas já foram pensadas por Williams (1975), ao tratar da “privatização móvel” a partir dos meios de comunicação mais modernos. David Morley (2007) também afirma que há um deslocamento das preferências do “público” para o “privado”, do teatro e do cinema para a internet e o celular, com um uso privado dos tradicionais bens culturais. Assim como Williams (1975), Morley (2007) coloca que o carro, o walkman e o celular são maneiras de privatizar o público. É comum, segundo o autor, que a primeira pergunta ao falar com alguém no celular (quando esse é utilizado como telefone) seja “onde você está?”, o que evidencia a importância de compreender a questão da “mobilidade”. Essa “privatização móvel”, em alguma medida, afeta os “estudos de recepção” no sentido que vinham sendo desenvolvidos.

A partir disso, no início do século XXI, podemos notar um *zeitgeist* teórico no campo da comunicação que coloca em hegemonia expressões como “convergência” (Jenkins, 2008) e “interatividade” – de alguma forma, deslocando a palavra “recepção” do vocabulário da área. Trata-se, segundo Wolton (2010), de palavras mágicas cunhadas pela “ideologia tecnicista”. Nesse mundo, “‘fazer o que eu quero como eu quero’ torna-se sinônimo de ‘liberdade digital’, liberdade garantida pelo ‘acesso livre’ e ampliada pela ‘interatividade total’” (Wolton, 2010, p. 32). Mas, segundo Lopes (2011), os estudos de recepção se fazem ainda mais relevantes nesse cenário de uma “condição comunicacional contemporânea” (Orozco Gómez, 2011). Para Lopes (2011, p. 411),

as agendas teórica e política da pesquisa de recepção alcançam uma relevância renovada, levantando questões relativas à globalização de conteúdos perniciosos, regulação da mídia, participação em cultura compartilhada, consentimento informado e democrático, etc. (Lopes, 2011, p. 414).

O que os estudos de recepção não podem prescindir é de compreender o poder, senão se torna uma teoria vazia de sentido, pois, como já afirmamos, toda teoria da comunicação pressupõe uma teoria e uma visão de sociedade. Entre outras perguntas direcionadas aos desafios atuais dos estudos de recepção, Nilda Jacks (2014, p. 276) também questiona: “que noção de sociedade embasa essas investigações?”. E, então, como afirma Lopes (2011, p. 418), “metodologicamente, a pesquisa de recepção é confrontada com a tentativa de capturar [...] experiências de todas as classes sociais e não apenas dos setores de elite”.

Será que as classes sociais estão presentes nas investigações relacionadas às tecnologias – que, de alguma forma, deslocam os estudos de recepção do modo como eram conhecidos nos anos 1980¹³⁶? A relevância dos estudos de recepção, que é salientada pelas autoras acima, nos leva a tratar de autores que, embora pouco presentes no *corpus* analisado no capítulo 1, têm influenciado a área de comunicação na abordagem do “sujeito” (e sua terminologia – receptor, usuário...) e o papel das tecnologias na maior ou menor atividade desse sujeito. Alguns desses teóricos que ganharam evidência no cenário internacional da pesquisa em comunicação e sobre os quais comentaremos brevemente são: Manuel Castells, Clay Shirky, Henry Jenkins e Carlos Scolari¹³⁷. Esses autores, de certa forma, mostram um cenário comunicacional em relação às tecnologias. Assim, com esse deslocamento da “recepção” e a ascensão de outras-palavras-chave, será que se esvazia a noção de poder? Lembramos: compreender como os autores trabalham a noção de poder nos ajuda a pensar como eles visibilizam ou apagam as lutas de classes em suas teorias.

Dentre as questões comuns entre os autores, podemos destacar: a) a preocupação com a questão da convergência, cujo conceito perpassa as obras; b) as derivações da convergência, como as narrativas transmídia, questões de interatividade, digitalização, e termos como “cultura do compartilhamento” e “cultura da participação”; e c) as transformações por quais passam os “sujeitos” em sua vida material na relação com as tecnologias, e também nas terminologias acadêmicas com relação a qual o “melhor nome” para o “novo receptor”.

¹³⁶ Tal qual mostramos no capítulo 3.

¹³⁷ Os autores foram escolhidos por sua pertinência ao campo das tecnologias. De todos, Castells foi o único que apareceu como um dos mais citados no *corpus* do capítulo 1. No entanto, isso não prejudica a análise, pois a intenção é somente mapear um cenário. Assim, não se pretende, aqui, abordar todos os autores que trabalham a questão da internet, pois o intuito é somente contextualizar o cenário. Portanto, não se trata de traçar um cenário detalhado dos estudos de “cibercultura”. Mais detalhes, cf: Rüdiger, 2011a; Martino, 2014.

De alguma forma, esses autores são considerados, otimistas tecnológicos e, em alguma medida, “deterministas tecnológicos”, principalmente Castells e Jenkins (Fuchs, 2014b). Ampuja (2013), por exemplo, coloca Castells em uma lista de autores que, ao abordar, os processos midiáticos e a globalização, acaba por reafirmar hegemonias e uma abordagem neoliberal. Ele ainda critica o uso excessivo de dados estatísticos por parte do autor e que não dá maior espaço para argumentações e teorizações mais profundas. Para Ampuja (2013, p. 161), Castells

acredita no progresso e na abertura da História, embora, de forma alguma, seja um progressista. Isso é típico de Castells: ele tenta oscilar entre diferentes paradigmas, para que não seja criticado como determinista nesse ou naquele sentido (Ampuja, 2013, p. 161).

Henry Jenkins ficou famoso por cunhar e “espalhar”, quase como um *spreadable media*¹³⁸, o termo “convergência” em seu livro “Cultura da Convergência” (2008). Para ele, a convergência se refere a: a) cooperação entre múltiplos mercados midiáticos; b) fluxo de conteúdos por meio das múltiplas plataformas midiáticas; e, c) comportamento migratório¹³⁹ dos públicos. Deve ser entendida como processo, e não como ponto final, a partir das mudanças tecnológicas, econômicas, culturais e sociais. Ela altera a lógica com os quais as indústrias midiáticas operam, por conta, segundo Jenkins (2008), da participação ativa dos consumidores. Por isso, ele considera a convergência mais como uma “gambiarra” ou uma “amarração improvisada” das diferentes tecnologias, pois não haveria a integração total das múltiplas plataformas. Em nossa visão, é complicado partir dessa visão, como se as indústrias midiáticas não fossem se apropriar também dessa “gambiarra” e tentar a “integração”.

Castells (2009) segue na mesma direção ao conceber a convergência como uma transformação tecnológica e cultural, borrando as linhas que dividiam as diferentes mídias. Com essa convergência, há uma individualização e customização da recepção, seja por causa do Youtube ou pela prática de gravar vídeos digitais, havendo uma fragmentação e segmentação da audiência. As mudanças nas relações com os meios de comunicação, por exemplo, alteram a lógica do que se chamava de “horário nobre” na televisão, momento em que havia maior audiência, pois, segundo Castells (2009), com a internet, o *prime time* se transforma em *my time*.

¹³⁸ Título original de seu último livro, com Joshua Green e Sam Ford, traduzido para o Brasil como “Cultura da Conexão” (Jenkins; Green; Ford, 2014). O termo é de difícil tradução, algo como “mídia que se espalha”, “mídia espalhável” ou “mídia propagável”.

¹³⁹ Com relação à expressão “migração”, podemos também destacar o livro de Lorenzo Vilches (2003), “A Migração Digital”.

Shirky (2011) é o único a não desenvolver o conceito “convergência”, preferindo a metáfora do “mundo conectado”. Ressalta-se que, dos quatro livros, esse é o menos conceitual-analítico-acadêmico, assemelhando-se mais uma obra de divulgação com comentários.

Já Scolari (2008) comenta a convergência a partir de outros autores, especificamente Ramon Salaverría, Vincent Miller e Anders Fagerjold. Em sua síntese, distingue as dimensões empresariais, tecnológicas, profissionais e comunicativas. A dimensão empresarial envolve a fusão de empresas, a conformação de novos setores da economia e a multiplicação dos meios dentro de um mesmo grupo de comunicação; a tecnológica se relaciona a pontos como a digitalização dos processos produtivos e proliferação de novos dispositivos digitais; a profissional envolve os novos perfis profissionais e o borrar de fronteiras entre as profissões, enquanto a dimensão comunicativa se refere à expansão de algumas linguagens e meios, convergência de serviços e o nascimento de uma nova retórica multimídia, ou seja, a “convergência retórica”.

Que dimensão é essa? Jenkins (2008) aponta que a convergência (no sentido real de fazer “convergir” os meios para apenas um lugar) não é exatamente a única coisa que acontece, mas que a “divergência de meios” também faz parte da chamada “cultura da convergência”. Scolari (2008), então, comenta como esse discurso sobre a convergência não passa de uma outra retórica sobre a questão da multimidialidade, cujo discurso era hegemônico nos anos 1990.

Quais outros termos esses autores utilizam para desenhar esse cenário comunicacional? Shirky (2011) – que é, de longe, o autor menos crítico sobre as tecnologias¹⁴⁰ – coloca a “cultura da participação” como um *zeitgeist*, que devido ao maior tempo livre, está causando um “excedente cognitivo” nas pessoas. Essa expressão nos causa certo estranhamento, à medida que dá a impressão de que os sujeitos hoje são mais “criativos” – para não dizer mais “cognitivos” do que os de trinta anos atrás, por exemplo. A essa expressão, somam-se palavras como “generosidade” e “criatividade”, o que ajuda a desenhar, de alguma forma, a arquitetura otimista do autor. Segundo ele, “nossa capacidade de equilibrar consumo, produção, produção e compartilhamento, nossa habilidade de nos conectarmos uns aos outros, está transformando o conceito de mídia” (Shirky, 2011, p. 29). Ora, será que estamos equilibrando “produção” e “consumo”? Em qual sentido? O autor nos

---

¹⁴⁰ Além disso, por exemplo, fala das mudanças no mundo do trabalho nos últimos anos sem citar nenhuma referência da área.

dá a impressão de que todas as mudanças são provocadas pelos usuários das redes a partir de sua “participação” e seu “compartilhamento” de conteúdos.

Já Castells (1999) desloca sua metáfora da “sociedade em rede” do fim dos anos 1990 para a chamada “auto-comunicação de massa” no livro “Communication Power” (2009). Para tanto, diferencia a comunicação em três tipos: comunicação interpessoal, comunicação de massa – a comunicação muitos-para-muitos, principalmente vindas de empresas de comunicação – e a auto-comunicação de massa, que se trata da comunicação realizada por usuários “comuns”, mas que adquire um caráter massivo ao ser compartilhado, comentado e/ou “curtido” por muitos usuários nas redes digitais.

Castells (2009) ressalta que essas classificações não são estanques e que as diferentes formas de comunicação se relacionam. Por exemplo, no Facebook, o sujeito pode conversar com um amigo no chat, o que configura comunicação interpessoal; assistir a um vídeo postado pelo Jornal Nacional da Rede Globo, um produto de comunicação de massa, mesmo na rede digital, e pode ainda escrever um texto ou postar uma foto que foi comentada, “curtida” e compartilhada por muitas pessoas, o que configura a auto-comunicação de massa. Os termos apontados pelo autor são, em nossa visão, mais potentes do que termos, por vezes vazios, como “cultura do compartilhamento” e “cultura da participação”, que, de alguma forma, essencializam uma “cultura”. Entretanto, o próprio Castells (2009) tem um conceito com esse “prenome”: “cultura do remix” – mas ele faz as suas ressalvas.

Nesse contexto marcado pela auto-comunicação de massa, os sujeitos criam conteúdos, muitas vezes, inclusive, em busca de “15 megabytes de fama”. Esses conteúdos, ao serem compartilhados, comentados ou (re) produzidos por outros sujeitos, ou seja, na produção comunicativa dos sujeitos, são ressignificados e remixados. Daí, o termo “cultura do remix”.

Um dos exemplos desse remix são os chamados “memes”¹⁴¹, ou os “bordões da era digital”, que circulam pelos processos de comunicação, muitas vezes a partir de conteúdos produzidos pelos usuários. Se antes os bordões que circulavam pela sociedade vinham predominantemente das telenovelas e dos programas de humor, atualmente, os vídeos postados e circulados pela internet ganham notoriedade, inclusive, às vezes, reaproveitados pelos meios de comunicação tradicionais.

---

¹⁴¹ O termo foi cunhado em 1976 pelo biólogo Richard Dawkins (2007), em um sentido de “mimesis” e equivalente cultural do gene, e foi ressignificado como metáfora para os estudos comunicacionais a partir de Douglas Rushkoff (1994), que aborda a circulação midiática a partir dos “vírus da mídia”. Em nosso caso, citamos a metáfora a partir do uso que se faz no senso comum, como os bordões que circulam pela comunicação digital.

Mais do que o termo utilizado pelo autor (“cultura do remix”), interessa-nos esse cenário apontado. Entretanto, o próprio Castells (2009) afirma que essa “cultura do remix” não é tão “criativa” como se pensa, pois traz muito conteúdo reiterativo, e os “memes” são uma prova disso. Alguns outros exemplos de memes que circularam na internet brasileira nos últimos anos: “meu óculos, ninguém sai”, “o forquinho caiu”, “bons drink”, “para nossa alegria”, “Pedro, cadê meu chip?”, “mamilos polêmicos”, “que deselegante” e “eu sou rica”.

Já Jenkins, depois do conceito de convergência, em seu último livro, “Cultura da Conexão” (estranha tradução para *Spreadable Media*), escrito junto com Joshua Green e Sam Ford, trata do conceito de “mídia propagável” (segundo a tradução brasileira – Jenkins, Green e Ford, 2014), podendo ser mais bem definido como “mídia espalhável” ou a “*espalhabilidade* da mídia”. Nesse livro, Jenkins, Green e Ford (2014) procuram dar respostas a críticas sofridas por Jenkins (2008) em “Cultura da Convergência”. Segundo os autores, o livro, em parte, “nasce da decepção com o modo como algumas empresas reagiram à ‘cultura da convergência’ que nossa pesquisa investigou” (Jenkins; Green; Ford, 2014, p. 18). Também se trata de um livro mais sólido academicamente, dialogando mais com pesquisadores, e também toca na questão do poder, que abordaremos mais à frente.

Em um contexto onde a “circulação de conteúdos”, de certa forma, substitui a questão da “distribuição”, a “propagabilidade” “se refere ao potencial – técnico e cultural – de os públicos compartilharem conteúdos por motivos próprios, às vezes com a permissão dos detentores dos direitos autorais, às vezes contra o desejo deles” (Jenkins; Green; Ford, 2014, p. 26). O autor também dá exemplos de “remixes”, como o conceito de Castells (2009), a partir de vídeos feitos sobre a cantora Susan Boyle e o filme Batman – O Cavaleiro das Trevas, entre outros. Entretanto, os autores fazem questão de lembrar que a problemática comunicacional envolvida, seja na “propagabilidade” ou na “convergência”, não se trata somente da questão comercial, mas há conceitos de identidade, sociedade e cultura envolvidos.

A propagação dos textos de mídia nos ajuda a expressar quem somos, a reforçar nossos relacionamentos pessoais e profissionais, a fortalecer nossas relações uns com os outros, a construir uma comunidade e a conscientizar mais pessoas dos assuntos com os quais nos preocupamos. O compartilhamento da mídia além das fronteiras culturais aumenta a oportunidade de ouvir outras perspectivas e de desenvolver empatia por perspectivas diferentes da nossa (Jenkins; Ford; Green, 2014, p. 366).

Ou seja, há uma questão tanto de identidade quanto de alteridade nessa circulação de textos midiáticos.

Já Scolari (2008) é, dentre os quatro autores elencados aqui, o que possui o maior rebuscamento teórico com relação à comunicação digital para além do conceito de convergência. No livro *“Hipermediaciones”*, o autor procura unir um olhar da semiótica com as ciências da comunicação. Procura, dessa forma, compreender os processos comunicacionais digitais em sua totalidade: produção, textos e consumo¹⁴². Esse “fazer comunicacional” é denominado pelo autor como “economia política das hipermediações”.

Mas o que são hipermediações? Inspirado em Martín-Barbero (1995), Scolari define as hipermediações como “processos de intercâmbio, produção e consumo simbólico que se desenvolvem em um entorno caracterizado por uma grande quantidade de sujeitos, meios e linguagens interconectados tecnologicamente de maneira reticular entre si” (Scolari, 2008, p. 113-114). Trata-se de procurar compreender as novas configurações tecnológicas e seus impactos nos processos comunicacionais.

Dentre os autores elencados, Scolari é o que melhor trabalha a questão do poder, por exemplo – como explicaremos melhor adiante. No entanto, um termo utilizado nos causa certa estranheza: “ecossistema midiático”, também usado por Orozco Gómez (2006) como “ecossistema comunicativo”. Entendemos que a metáfora do “ecossistema” se deu por conta da complexidade e da amplitude dos processos comunicacionais contemporâneos. Scolari (2008) chega a se defender, falando que o “ecossistema” também envolve conflitos. No entanto, apesar das tentativas de se afastar de um paradigma mcluhaniano, essa metáfora evoca uma maneira de pensar a comunicação a partir da comparação com a biologia (típica do funcionalismo) e com uma concepção de “integração”.

Ao procurar entender o processo comunicacional como totalidade, Scolari (2008) o reparte em três esferas: “economia política da comunicação”, textualidades e consumo. Nesse sentido, o autor se aproxima dos eixos que estamos aqui construindo para as classes sociais na comunicação.

Na “economia política das hipermediações”, o autor procura estudar a produção a partir dos novos processos de trabalho no campo comunicacional com a flexibilização e descentralização dos processos produtivos nas últimas décadas (o único autor entre os quatro a tocar nesse ponto). Com isso, mostra o “borrar” entre as profissões, como jornalistas e webdesigners a partir do imperativo da polivalência e do profissional “multiplataforma”, transformando os perfis profissionais, como, de certa forma, mostramos em nossa dissertação de mestrado (Grohmann, 2012). Essa polivalência exigida pelos profissionais da “força de

---

¹⁴² Ao considerar o processo comunicacional a partir de sua totalidade,

trabalho digitalizada” é, ao mesmo tempo, tecnológica (softwares e hardwares), midiática (as diferentes linguagens) e temática (política, economia, esporte...). Em nossa visão, estudar a produção do ponto de vista comunicacional é crucial para a compreensão das classes sociais na comunicação, tanto a força de trabalho digitalizada, nos termos de Scolari (2008), quanto também compreender a questão de propriedade dos meios – como abordaremos no capítulo 5.

No que tange às textualidades, Scolari (2008) aborda as mudanças nas linguagens e nas narratividades transmídia¹⁴³ a partir das hipermediações. É a esfera ligada às narrativas, aos hipertextos, aos discursos, que se aproxima do eixo discursivo sobre o qual falaremos no capítulo 5.

Já com relação ao consumo, Scolari (2008) critica os estudos de “usabilidade” na internet, afirmando parecer um “taylorismo digital”. Os sujeitos não podem ser reduzidos a meros “usos”. “Se Taylor se propunha a reduzir o número de movimentos de um operário para incrementar sua produtividade, o expert em usabilidade quantifica e trata de reduzir o número de cliques” (Scolari, 2008, p. 254-255). O próprio conceito de “usuário”, portanto, é ideológico, pois se alimenta com as ideias de progresso e revolução, presentes na “ideologia dos tecnoprofetistas”. “Se os usuários são considerados tontos, superficiais e incapacitados, a interpelação que lhes chega enquanto consumidores aponta a reconhecer suas capacidades e desejos para melhor satisfazê-los” (Scolari, 2008, p. 260). Então, Scolari (2008) nega reduzir os sujeitos a usuários, pois as tecnologias são antes incorporadas e vividas do que meramente “usadas” pelos sujeitos. Entretanto, Scolari (2008) não deixa claro – ou desdobra pouco o assunto – sobre o que espera de um enfoque no “consumo” das hipermediações.

Mas como os autores aqui comentados chamam o “sujeito-receptor”? A palavra “receptor”, segundo o próprio Scolari (2008), tem um “vulto” na teoria da informação, de cunho funcionalista – pensamento compartilhado por Muniz Sodré (2014). A partir dos estudos na área de internet e com as reconfigurações nos processos comunicacionais, começou-se a achar que o nome “receptor” estava ultrapassado, pois “agora” o receptor não seria mais somente “receptor”, mas também “emissor”. Então, começaram a proliferar nomes possíveis para denominar essa nova “coisa”¹⁴⁴.

¹⁴³ Em um nível básico, Scolari (2009) define as narrativas transmídia como histórias contadas por meio de múltiplas mídias, e propõe uma análise dessas narrativas a partir da semiótica e da narratologia, buscando compreender os “mundos narrativos”.

¹⁴⁴ Chamo provocativamente de “coisa” por dois motivos: 1) quem acha que o sujeito antes era só “receptor”, e não “sujeito social”, é capaz de achá-lo como “coisa” realmente, a partir da teoria da informação, por exemplo; 2) uma “homenagem” a Emile Durkheim (2007), para quem devemos estudar os “fatos sociais” como coisas, pensamento este ainda em dominância nas Ciências Sociais.

Sobre o usuário, já comentamos a partir da crítica de Scolari (2008). Castells (2009) explana sobre o “produsuário” (*produser*) e o “prosumidor” (*prosumer*), para enfatizar que, na “condição comunicacional contemporânea” (Orozco Gómez, 2011), as pessoas são, ao mesmo tempo, “produtoras” e “consumidoras”, “emissoras” e “receptoras” e “produtoras” e “usuárias”. São essas pessoas que se comunicam a partir da “auto-comunicação de massa” e da “cultura do remix” no arcabouço teórico de Castells (2009).

Enquanto Shirky (2011) não cunha um termo específico para a “coisa”, falando genericamente em “pessoas” ou “contribuintes”, Jenkins (2008) é um dos responsáveis por alavancar a “lógica do fã” e o “culto do amador”. Para ele, o cenário atual é de uma “economia afetiva” ou das *lovemarks* (marcas do amor)¹⁴⁵, o que propiciaria uma cultura colaborativa e, de certa forma, de bricolagem, com os sujeitos produzindo, reproduzindo e ressignificando vídeos do seu cantor ou ator favorito, por exemplo. Essa lógica do fã, de alguma forma, compreende a interface entre “auto-comunicação de massa” e “comunicação de massa” de Castells (2009). A lógica do fã também pode ser notada a partir do botão “curtir” no Facebook, seja para postagens específicas, pessoas, empresas, ou até mesmo o próprio nome das páginas nessa rede digital: *fan pages*. No Brasil, essa concepção tem impacto – mais uma vez – principalmente nos estudos na área de ficção televisiva (Lopes, 2013).

Entretanto, o que essas diferentes concepções do “novo receptor” implicam para o que chamamos aqui de “estudos de recepção”? “Como denominar um sujeito que, a um só tempo, acessa um portal de notícias, cria uma mensagem em um fórum de discussão, envia um e-mail para um amigo e lê uma mensagem postada em um site de relacionamentos?” (Cogo; Brignol, 2010, p. 12). No fundo, o que nos perguntamos é: o que esse debate terminológico quer dizer para o campo? É uma discussão epistemológica? Ou se trata de uma discussão política para demarcar lugar no campo? Ou então, há uma dimensão epistemológica e uma dimensão política?

A equipe coordenada por Jacks (2014, p. 276) faz uma pergunta provocativa na conclusão do livro “Meios e Audiências II”: “os públicos, receptores, consumidores e as audiências seguem sendo tratados da mesma forma?”. Nossa resposta vai à seguinte direção: a) conceitualmente, é importante diferenciar “medição de audiência” com “consumo cultural”,

---

¹⁴⁵ No capítulo 2, criticamos a noção propriamente espinosiana de amor de Negri e Hardt (2005). Parece-nos que esse tipo de abordagem do “amor” tem aparecido com força nos estudos em comunicação. O próprio Shirky (2011), ao comentar o “trabalho” dos “contribuintes da cultura do compartilhamento”, afirma: “e se seus trabalhos forem trabalhos de amor?” (Shirky, 2011, p. 56). Lembra-nos a relação que Negri e Hardt (2005) fazem em relação ao trabalho afetivo ser o “trabalho com sorriso”.

por exemplo, ou então, mostrar as diferentes facetas identitárias dos sujeitos, quando é “fã”, quando é “público comum”, do mesmo modo que o jornalismo chama o sujeito de “eleitor” na época das eleições ou de “consumidor”; b) em forma de pergunta: é preciso realmente fracionar e segmentar o sujeito como se fossem perspectivas diferentes de estudo? Como se uma não dialogasse com a outra? Como se “fã” e “consumidor” fossem “coisas” – no sentido provocativo – completamente diferentes?

Se a discussão for mais política que epistemológica, trata-se de uma política que procura fatiar o próprio campo dos estudos dos “sujeitos” no campo da comunicação. Enquanto instituições/congressos internacionais como a International Association for Media and Communication Research (IAMCR) e a European Communication Research and Education Association (ECREA) possuem grupos de trabalhos específicos para a questão da recepção e das “audiências”, o congresso brasileiro da área com mais trabalhos inscritos, o Intercom, não possui um lugar específico para discutir essas questões. O único congresso nacional que possui essa perspectiva é o da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós), que tem um grupo de trabalho para “Recepção em Processos Midiáticos”, e outro para “Consumo e Processos de Comunicação”¹⁴⁶, este último em funcionamento desde o ano de 2015.

O nome “recepção” se tornou *démodé* na área com o argumento de que houve reconfigurações nos processos de comunicação, que deixaram de ser “lineares”. Ora, eles nunca foram lineares. Eram as correntes predominantes nas teorias da comunicação que assim os concebiam, mas isso não quer dizer que isso acontecesse na vida real. O sujeito sempre foi “emissor” e “receptor” ao mesmo tempo, considerando a atividade de comunicação enquanto atividade humana. Mudaram as condições a partir das transformações nos dispositivos tecnológicos e do “trânsito de audiências” (Orozco Gómez, 2011)? Sim. No entanto, não é isso que o faz deixar de ser “receptor”.

A questão é que “estudos de recepção”, mais do que um nome puramente conceitual-terminológico, é uma abordagem de pesquisa com tradição na área de comunicação, seja nos Estudos Culturais Britânicos ou a partir das mediações de Martín-Barbero (1995). Trata-se de uma “marca” – no sentido forte do termo – com histórico e estofo teórico-conceitual na área de comunicação, e não “só mais um modo de nomear os sujeitos”. Portanto, parece-nos que,

---

¹⁴⁶ Montúfar (2011) considera que estamos partindo de “estudos de recepção” para “estudos de consumo”. Entretanto, nós consideramos que ambos podem fazer parte da mesma perspectiva, desde que o central sejam os sujeitos sociais/ de comunicação.

em alguma medida, apagar nomes como “recepção” ou “estudos de recepção”¹⁴⁷ é uma maneira de também apagar uma abordagem própria de pesquisa com tradição. Concordamos com Lopes (2011, p. 414) quando diz: “defenderemos aqui a tese de que as categorias-chave da pesquisa de recepção são mais, e não menos, significantes no ambiente das novas mídias”. Por exemplo, Pieniz e Wottrich (2014) consideram estudos de recepção na internet os estudos que concebem a relação dos sujeitos com a Internet.

Mas, junto às denominações desse “novo sujeito”, as perguntas que imperam são: o que é e por que falar em recepção hoje? O argumento aqui construído é que, de certa forma, não importa que seja prossumidor, produusuário, usuário, receptor, fã ou consumidor. O que importa é que ele não seja “coisa”. Por quê? A abordagem dos estudos de recepção é, por excelência, uma abordagem para compreender o sujeito social na comunicação, percorrendo todo o processo comunicacional, no circuito produção-consumo¹⁴⁸. É, então, o sujeito que norteia a pesquisa em recepção, não os meios. Logicamente, o meio é algo a ser levado em conta no processo comunicacional, mas não é determinante. Chega a ser irônico os mesmos que dizem que acabaram os “estudos de recepção” exaltarem as “narrativas transmídia” e as novas interações daí resultantes.

Em um estudo de recepção que leve em conta a perspectiva dos sujeitos, o que menos faz sentido é fazer estudo de recepção de uma tela só (a não ser que seja após um mapeamento do “consumo midiático” (Toaldo; Jacks, 2013) dos sujeitos. Em uma perspectiva dos sujeitos, é ele quem guia as “múltiplas telas”, e é a partir deles é mais fácil compreender a tão extasiada “transmídiação”. Na verdade, nunca fez muito sentido estudar “apenas um meio”. No entanto, antes a desculpa era que a comunicação era “unidirecional”. Salientamos que é a pergunta da pesquisa que guia os conceitos. Somente faz sentido uma distinção entre “fã”, “produusuário” ou “consumidor” se estes forem os guias das pesquisas, muitas vezes pensando em efeitos, não propriamente em sujeitos sociais da comunicação. Somente a partir dessa abordagem dos sujeitos sociais, que são de comunicação (e que sempre foi o “lado oculto do receptor”, como diz Sousa, 1995) que podemos pensar nas classes sociais na comunicação, considerando as lutas de classes.

Por fim, como os autores aqui analisados tratam a questão do poder? Nenhum deles (a lembrar: Shirky, Castells, Scolari e Jenkins) se filia ao materialismo histórico, mas há, em

¹⁴⁷ Em nome, por exemplo, de uma “epistemologia das interações”, como descrevem Mattos et ali (2013), ou “usos midiáticos”, que tem a mesma questão ideológica da usabilidade descrita por Scolari (2008).

¹⁴⁸ Por isso, discordamos, em certa medida, de Ana Carolina Escosteguy (2008) quando afirma que “a recepção já não alcança”. Entendemos que se trata de uma provocação ao campo, mas nossa perspectiva de recepção compreende uma renovada articulação com a circulação comunicacional e o circuito produção-consumo, como abordado em seu texto.

alguma medida, uma problematização do poder na comunicação. Shirky (2011), por ser o autor com mais conexão com o discurso mercadológico, traz uma concepção de poder perto da “auto-organização”, louvando as “audiências criativas e participativas”, e consequentemente, o poder das tecnologias. Não há, em nenhum momento, problemáticas ligadas às desigualdades ou às classes sociais, por exemplo.

Já Castells (2009) traz o poder no título do seu livro “O poder da comunicação”. O primeiro capítulo é dedicado a teorizar sobre a concepção de poder, partindo de uma abordagem weberiana. Ele já avança em relação a Shirky (2011) ao comentar as relações entre as grandes corporações midiáticas e as relações de poder, impondo um capital global a uma audiência local, além da concentração de poder midiático.

Ainda em “A Sociedade em Rede”, Castells (1999) se mostra preocupado com a “divisória digital” causada pelas desigualdades entre “conectados” e “desconectados”. No entanto, nesse mesmo livro, trata a sociedade como “era da informação”, como se autonomizando a informação/comunicação dos processos de produção, embora comentando a situação do capitalismo na época, sempre com dados. Ultimamente, como em “Redes de Indignação e Esperança”, Castells (2013) – além de se tornar uma espécie de “guru midiático” das manifestações ocorridas em junho de 2013 no Brasil, devota mais poder às redes digitais do que propriamente aos sujeitos organizados e aos processos produtivos e políticos, ou seja, o sujeito e as classes sociais somem frente à tecnologia.

Scolari (2008), por sua vez, é o pesquisador que mais discute a questão do conflito entre os quatro autores a partir da perspectiva comunicacional – mesmo não sendo em perspectiva marxista. A despeito da contraditória metáfora do “ecossistema”, ele problematiza relações da comunicação com os processos produtivos (embora não trate das relações “macro” com o capitalismo) dentro de sua “economia política das hipermediações”. Para o autor, todos os processos de consumo midiático e de produção e distribuição cultural

têm lugar nas relações sociais marcadas pelo conflito e deveriam se enquadrar nas confrontações hegemônicas que atravessam a sociedade. Tampouco os discursos teóricos, incluso os desse livro, são neutros ou gozam de imunidade frente aos relatos míticos e às ideologias (Scolari, 2008, p. 291).

Ou seja, há uma preocupação de Scolari (2008) com os conflitos decorrentes do poder em relação aos processos comunicacionais. No entanto, não é uma perspectiva que ele tem desenvolvido em seus estudos.

Por fim, Jenkins (2008) é considerado um “teórico da moda” atualmente – e visto, de alguma maneira, com certo preconceito devido às conexões com o mercado. Entretanto, já em

“Cultura da Convergência”, embora de maneira tímida, ele comenta as ambivalências dos sujeitos em ambiente digital, pois ao mesmo tempo em que podem se apropriar de novos conteúdos, há concentração de propriedade dos meios de comunicação (Jenkins, 2008).

Contudo, em “Cultura da Conexão”, em co-autoria com Green e Ford, Jenkins retorna com mais fôlego à questão de poder, inclusive citando que os usuários não podem ser considerados nem somente explorados, nem somente criativos, como no excerto abaixo:

concordamos que as empresas exploram com cinismo, às vezes, o desejo do público de ‘participar’, de modo a servir para fins comerciais, ao passo que cedem muito pouco controle para aqueles que participam [...]. Mas os espectadores não são meros brinquedos para os interesses comerciais ou para as elites políticas, pois suas identidades compartilhadas e a capacidade de comunicação coletiva permitem que se manifestem sobre seus interesses percebidos (Jenkins; Green; Ford, 2014, p. 208-209)

Os autores procuram, então, mostrar algumas contradições dos sujeitos com relação à questão digital. Isso não faz, no entanto, a perspectiva de Jenkins, Green e Ford (2014) ter uma abordagem dialética. Por exemplo, para eles, a questão da “resistência” é algo ultrapassado e que deve ser suplantada por uma linguagem mais “atual”, como “participação”.

Esse foco na ‘resistência’ é compatível com a linguagem empregada pelos escritores nos estudos culturais e críticos que são tradição desde os anos 1980. Atualmente, os acadêmicos são muito mais propensos a falar sobre política com base na ‘participação’, refletindo um mundo onde mais poder da mídia fica nas mãos dos cidadãos e dos membros do público, ainda que a mídia de massa possua uma voz ativa privilegiada no fluxo das informações. A sintaxe diz a nós todos algo essencial sobre esses dois modelos. Somos resistentes *a* algo: ou seja, somos organizados em oposição *a* um poder dominante. Participamos *em* algo, ou seja, a participação é organizada *em e através das* coletividades e conectividades sociais (Jenkins; Green; Ford, 2014, p. 206).

Ora, se no último parágrafo achamos positiva a relação que os autores fazem sobre “explorados” *versus* “não ser brinquedo”, aqui, todo o exercício de tentar pensar as contradições é jogado fora. Não é porque os acadêmicos “estão propensos” a falar em participação que todos são obrigados a repetir essa palavra como um mantra ou um *zeitgeist* teórico. Não há nenhum exercício dialético nessa afirmação de Jenkins, Green e Ford (2014), e acaba por mostrar certa fragilidade na construção teórica do poder. Por quê? 1) Podemos ser, ao mesmo tempo, “resistentes” e “participativos”. Não é só porque uma tradição teórica hoje se encontra no *background* frente às mais “modernas teorias tecnológicas” que o conceito de “resistência” sumiu do mapa material da vida dos sujeitos sociais; 2) ao apagar o conceito de resistência em sua construção teórica, Jenkins, Green e Ford (2014) contribuem para silenciar também a questão do poder de sua abordagem. Se só somos participativos, quer dizer que é somos só o lado “criativo”? E mesmo assim, a participação como reiteração é uma falácia. Somente clicar

não é participar. É incrível como os autores que mais celebram as diversas identidades, escolhem apenas uma quando lhes convém.

Entretanto, os autores dedicam algumas páginas a debater o problema da participação desigual na comunicação. Ora, não soa estranho falar nisso logo após negar a questão da “resistência”? Bom, mas os autores falam em “participação desigual” – um conceito muito focado nas desigualdades de participação. Jenkins, Green e Ford (2014) fazem parte do único livro dentre os aqui citados, em relação aos teóricos da internet, a falar explicitamente sobre classes sociais na comunicação. Mas qual é a sua concepção de classe? É uma concepção basicamente que iguala classe à renda, como em: “a participação on-line limitada pode refletir a falta de tempo disponível [...], assim como reflete a falta de rendimento disponível” (Jenkins; Green; Ford, 2014, p. 235). Ou seja, até aqui, não há lutas nas concepções de classe e desigualdade em Jenkins, o que era de se esperar, pois se não há resistências, mas somente participação, como pode haver lutas?

Contudo, os autores nos surpreendem novamente, como nas “viradas narrativas” de filmes de suspense, ao mostrar, ao menos discursivamente, a palavra “luta”, nas páginas seguintes. Para eles, não se deve entender a cultura participativa apenas como “comportamento de consumo”, nem a exclusão digital como mera “diferença”.

Se entendermos cultura participativa como um passo vital em direção à percepção de uma luta secular por comunidades de movimentos populares para obter maior controle sobre os meios de produção e circulação cultural, ou seja, se entendermos a participação como o trabalho de públicos e não simplesmente de mercados e audiências, então as oportunidades para expansão da participação são lutas que devemos incluir ativamente através do nosso trabalho, seja por meio de esforços para reduzir os obstáculos técnicos e econômicos, seja para expandir o acesso ao aprendizado de como utilizar as mídias (Jenkins; Green; Ford, 2014, p. 240).

Ora, se algum desavisado ler este parágrafo sem as referências, principalmente no que tange à “luta secular por comunidades de movimentos populares para obter mais controle sobre os meios de produção e circulação cultural” (Jenkins; Green; Ford; 2014, p. 240), pode achar que se trata de algum autor marxista. Logicamente, é um avanço (mesmo que essa mudança se dê na mesma obra e com poucas páginas de diferença) um autor que antes desconsiderava a “resistência” no campo da comunicação, falar em “lutas”, “movimentos populares” e “meios de produção”. Aqui também parece que o próprio conceito de “participação” já não é mais somente sinônimo de “postar um vídeo no Youtube”. Contudo, em seu argumento geral, parece-nos que não se alcança a dialética, pois o discurso chega a

soar demagogia. Em outro parágrafo, na página seguinte, os autores ressaltam o “papel” das classes sociais no mundo marcado pela “participação”.

Não vivemos, e talvez nunca vivamos, em uma sociedade em que cada membro seja capaz de participar plenamente, em que a mais baixa das classes baixas tenha a mesma capacidade comunicativa que as elites mais poderosas. Na medida em que a participação dentro dos públicos ligados em rede se torna uma fonte de poder discursivo e persuasivo, e na medida em que as capacidades de participar significativamente on-line estão vinculadas às oportunidades econômicas e educacionais, a luta pelo direito à participação está vinculada às questões fundamentais de igualdade e justiça social (Jenkins; Green; Ford, 2014, p. 241)

Este é um dos momentos onde a própria palavra “classe” aparece mais claramente – em um dos únicos momentos em todos os autores dessa seção. Neste parágrafo, os autores colocam, primeiramente, a desigualdade como inevitável, com certo argumento conformista. Em seguida, a argumentação lembra a de Castells (2013) em “Redes de Indignação e Esperança”, ao colocar que os indivíduos em rede, de certa forma, adquirem poder pelo “poder discursivo e persuasivo”. Em sua fundamentação “vai-e-vém”, Jenkins, Green e Ford (2014) finalizam o trecho destacando também “oportunidades econômicas e educacionais” e “luta pelo direito à participação”. Então, temos três pontos a refletir: 1) Se a questão da desigualdade é inevitável para os autores, qual a importância de “questões fundamentais de igualdade”?; 2) Se é preciso “educação e oportunidade” (sendo essa palavra um resquício de discurso “meritocrático”), então não são puramente os públicos em rede com seu poder discursivo e persuasivo que transformam o mundo, não é? Por sinal, esse argumento da “capacidade comunicativa” traz lembranças de Habermas (2012); 3) Os autores falam em “luta pelo direito à participação”, mas isso não é resistência? De qual participação os autores falam? Qual é o real conceito de participação com o qual Jenkins e seus colaboradores trabalham?

Essas reflexões retornam no capítulo 5 (seção 5.2.), muitas vezes em forma de resposta a Jenkins e outros autores discutidos. No fundo, o que os autores elencados aqui trazem então são um panorama da “condição comunicacional contemporânea” (Orozco Gómez, 2011) a partir de um ponto de vista que, se às vezes até considera a questão do poder e das classes sociais, não o é a partir de uma concepção de classes que envolva as lutas. Na verdade, acaba por deslocar as lutas de classes e os sujeitos sociais da área de comunicação, deslocando assim também os próprios estudos de recepção.

No sentido de outras movimentações no campo da comunicação (e que acabam impactando a questão das classes), as próximas seções tratarão de mostrar os estudos sobre práticas de consumo e sua ótica para as classes sociais e o conceito de mediatização, que tem

sido desenvolvido predominantemente na Europa e suas relações com o conceito de mediação para compreensão das classes.

4.4. O Que os Estudos de Consumo Fizeram Com as Classes Sociais?

Observamos no capítulo 1 que, ao lado dos estudos de recepção, a noção de consumo tem passado a fazer parte das pesquisas que envolvem classes na comunicação. Porém, observamos que, em muito dos trabalhos (principalmente nos artigos do Comunicon – congresso de comunicação e consumo), o uso do conceito de classe revela, em alguma medida: a) invisibilização das lutas; b) classe apenas como um estrato; c) sujeitos vistos apenas como consumidores – e não em sua complexidade de ser social/comunicacional. Entre os autores mais citados nos artigos aparecem Mary Douglas e Baron Isherwood, Jean Baudrillard, Zygmunt Bauman e Néstor García Canclini (sendo que os últimos dois também aparecem entre os mais citados nas teses e dissertações). O que esses autores nos revelam? O que os estudos de consumo fazem com as classes?

Em Baudrillard (1991) e Bauman (2008), podemos notar um caminho não-marxista, negando a produção como uma instância importante para a vida social, tratando, pois, o consumo de forma unilateral¹⁴⁹ e não-dialética, afastando também as dimensões do trabalho e da linguagem. Como afirma Frederico (2008, p. 81),

ele tirou de cena, ao mesmo tempo, o valor, o substrato da economia política clássica e do marxismo, e o referente, que embasava os estudos da linguagem. Para isso, ele diz, em relação ao marxismo, que nos tempos pós-modernos, a máquina tende a substituir o trabalho humano. Com isso, desaparece o valor, isto é, o referente da economia, o valor dado pelo tempo de trabalho.

Desse modo, há uma preponderância dos objetos e do consumo. Quando Baudrillard (1991, p. 55) diz que “o consumo, a informação, a comunicação, a cultura e a abundância são instituídos, descobertos e organizados pelo próprio sistema, como novas *forças produtivas*, para a sua maior glória”, poderíamos pensar que ele está concebendo, como Raymond Williams (2011a), por exemplo, a comunicação e a cultura como meios de produção. No entanto, o que ele está ressaltando é o contrário: que o consumo e a comunicação se transformam na “nova produção”, ou ainda, “a força agora é o consumo”, separando essas instâncias.

---

¹⁴⁹ Outro autor, que não é tão citado no *corpus* do capítulo 1 (apenas três citações nas teses e dissertações), mas tem importância para os estudos de consumo – em sentido histórico – é Thorstein Veblen (1965), em livro escrito em 1899, e para quem a identidade de classe se dá a partir do consumo e faz uma oposição entre “classe trabalhadora” e “classe ociosa”, com essa última sendo detentora de propriedades. Para Veblen (1965, p. 22), “a desnecessidade de trabalhar não só é um ato honorífico e meritório; passa bem logo a constituir um requisito de decência”.

No que tange às classes, há comentários esparsos sobre pobreza e desigualdade (“sistema industrial e pobreza”, “as novas segregações” – Baudrillard, 1991, p. 54-58), em que afirma que a hierarquia social passa a adotar critérios mais sutis: “o saber e o poder são ou irão ser os dois bens mais raros das sociedades de abundância” (Baudrillard, 1991, p. 56). Contudo, não se explicita o que o autor entende por “saber” e “poder”. Se há um erro quando se coloca a faceta econômica – e geralmente ligada às situações de mercado – como a única realmente importante na análise, é igualmente um erro obliterá-la em prol de termos como “saber” e “poder”.

Então, o autor posiciona o consumo como “instituição de classe”, e reforça que não somente no sentido econômico: “só alguns ascendem à lógica autônoma e racional dos elementos do ambiente (uso funcional, organização estética, realização cultural)” (Baudrillard, 1991, p. 58). No entanto, não se define o conceito de classe, e o termo é abandonado no restante da obra: o que se fala, então, é do consumo como processo de classificação e de diferenciação social¹⁵⁰ a partir do “peso específico na distribuição dos valores estatutários” (Baudrillard, 1991, p. 60). Assim, as classes e as desigualdades são esquecidas em prol da “diferenciação”, que, vale dizer, não se dá a partir do consumo do “valor-de-uso”, pois, segundo Baudrillard (1991, p. 60), “manipulam-se sempre como signos que distinguem o indivíduo”. Isto é, não se trata de um sujeito social ou das classes, mas do consumo tomado como questão de *status* e do indivíduo em si.

Já em Bauman (2008), para além dos famigerados adjetivos “líquidos”¹⁵¹, vemos acontecer algo semelhante: o consumo se descola da produção. “Tal como o fetichismo da mercadoria que assombrava a sociedade de produtores, o fetichismo da subjetividade que assombra a sociedade de consumidores se baseia, em uma última instância, numa ilusão” (Bauman, 2008, p. 28). Apesar de falar que o consumidor também vira mercadoria, o acento está no consumo e na “destruição” de toda a sociedade baseada na produção. No que tange à classe, o autor comenta a noção de “subclasse” para substituir a de “classe trabalhadora” – em sua visão, em desuso. Essa “subclasse” evocaria “a imagem de um agregado de pessoas que foram declaradas fora dos limites a todas as classes e à própria hierarquia de classes” (Bauman, 2008, p. 156). Dessa forma, podemos notar que Bauman (2008) considera a classe como um “agregado”, não em suas lutas e conflitos – trata-se, antes de tudo, de “hierarquia”. A predominância do consumo também está em expressões como “consumidores sem valor de

¹⁵⁰ E também como processo de significação e comunicação.

¹⁵¹ Podemos notar na análise do *corpus* do capítulo 1 que a maioria das citações a Bauman são fortuitas e não revelam concepções aprofundadas da obra do autor.

mercado” e “consumidores falhos” para dizer que os pobres de hoje não são os “desempregados”, mas os “não-consumidores”. O que esse tipo de pensamento denota é um descolamento da esfera do consumo em relação à produção, como se o conceito de classe fosse dado somente pelo seu papel de consumidor.

Para esses autores, portanto, o consumo se autonomiza e passa a definir a própria identidade de classe. Não se trata aqui, pois, de negar a dimensão do consumo na sociedade ou na comunicação, mas antes de criticar a sua autonomização, bem como a transformação das desigualdades de classe em mera “diferenciação”, naturalizando assim as lutas de classes.

Isso também pode ser observado no trabalho de Mary Douglas e Baron Isherwood (2009), como em: “o critério de consumo utilizado pelos pesquisadores de mercado, se fosse utilizado de maneira sistemática, poderia dar uma boa ideia do que é a classe social” (Douglas; Isherwood, 2009, p. 238). Quando Douglas e Isherwood (2009) falam de “bens” não situam a mercadoria no circuito produção-consumo, mas tão-somente em seu uso. Assim, a classe social é definida a partir do consumo, a partir de expressões como “classes de consumo” e “classes de renda” (operacionalizando o conceito a partir de níveis AB, C1, C2 e DE). Os autores fazem menções ao weberiano John Goldthorpe¹⁵², já tratado aqui no capítulo 2. São as “oportunidades” ou “chances de vida” os indicadores de classe, definidos aqui por meio do consumo. “A possibilidade de um homem não se tornar dispensável na próxima década e, certamente, a capacidade de levar seus filhos para cima dependem da escala de consumo que mantém” (Douglas; Isherwood, 2009, p. 142).

Os autores enfatizam, então, a “diferenciação” entre as “classes de consumo” – ressaltamos, não se trata do termo desigualdade: “a periodicidade do uso não só separa os bens de classe alta, mas também serve para marcar as diferenças entre classes de pessoas” (Douglas; Isherwood, 2009, p. 170). Desse modo, podemos ver que a classe é colocada como um mero estrato (fala-se em “admissão” e “exclusão” em relação à “classe mais alta”) e a partir de suas oportunidades/chances de mercado: “esperamos, assim, que uma classe de consumo secundário se distinga por uma alta elasticidade de renda gasta em viagens e equipamentos de consumo” (Douglas; Isherwood, 2009, p. 240). A essa concepção soma-se uma visão relacionada à “integração” ao mercado – isto é, os sujeitos – que são tratados pelos

---

¹⁵² Também a partir da influência de Goldthorpe podemos notar outro autor da área de consumo (que não aparece em nenhuma citação do *corpus* do capítulo 1): Chan (2010). Suas pesquisas procuram traçar relações entre os status sociais e o consumo cultural, passando pela diferença weberiana entre “classe” e “status”. Chan (2010) reconhece essa diferença como “explicitamente reconhecida” a partir da abordagem weberiana e não entende classe como necessariamente ou tipicamente formando grupos socioculturais reais – ou seja, se aproxima mais da visão compartilhada por Giddens (1975) de “grupos de indivíduos”.

autores sempre como “indivíduos” ou “pessoas” – são vistos somente a partir de suas relações com o mercado e o consumo. “Ser rico significa estar bem integrado numa comunidade rica [...]. Ser rico significa que o crédito está disponível, que perdas menores podem ser absorvidas, subentendendo uma rede de envolvimento mútuo difícil de romper. Ser pobre é ser isolado” (Douglas; Isherwood, 2009, p. 219). Podemos observar como os termos-chave são “crédito”, “perdas menores”, e a questão da classe é tomada mais a partir de integração/isolamento – em termos de comunidade e mercado, nos remetendo, em alguma medida, a uma análise de tipo durkheimiana (Durkheim, 2004).

Outro autor que, de alguma forma, é citado nos estudos de consumo¹⁵³ é Grant McCracken (2003). A partir de uma visão antropológica do consumo, afirma que os bens de consumo comunicam sentidos culturais. Ao priorizar o “valor simbólico do consumo”, McCracken (2003) nega a dimensão material, e mostra seu equívoco em relação ao próprio termo materialismo, como se oposto fosse em relação ao cultural, e como se fosse sinônimo de “consumismo”, seguindo o senso comum (“apegar-se às coisas materiais”, por exemplo). Segundo o autor, “nosso materialismo é uma das coisas mais erradas que há com nossa sociedade e uma das causas mais significativas de nossas modernas dificuldades” (McCracken, 2003, p. 11). Esse equívoco conceitual faz com que seja desprezado tudo o que não envolve o “simbólico” (que se considera a única faceta possível do “cultural”).

Ainda, além de negar tudo o que não seja esse “simbólico”, mostra uma faceta acrítica ao próprio conceito de consumo ou mesmo em relação à questão econômica. Não se trata aqui de negar a dimensão “simbólica” (ou mesmo “comunicativa”) do consumo, mas de colocar que o simbólico faz parte da dimensão material (no sentido do materialismo histórico). Contudo, é interessante notar que, por mais que o autor negue a dimensão “material” (a partir do seu sentido no senso comum) do consumo, a concepção de classe utilizada (que falaremos em seguida) – baseada somente em estrato e no comportamento de consumo – acusa a quem esse “simbólico” serve¹⁵⁴.

O único momento em que há vestígio de alguma questão relacionada à classe é quando revisita a teoria do *trickle-down* de Simmel (1957). Essa expressão, em sentido econômico, pode significar que os mais pobres ficariam menos pobres à medida que os mais ricos enriquecessem. O texto de Simmel (1957), escrito em 1904, se refere ao sistema de moda, onde o comportamento de moda seria ditado pelas classes superiores, com as classes

¹⁵³ Não é dos autores mais citados, mas aparece com quatro citações nos artigos e três nas teses e dissertações no *corpus* do capítulo 1.

¹⁵⁴ Esse ponto fica mais claro a seguir na análise de Rocha e Silva (2012).

populares recebendo de modo passivo e tendendo à imitação¹⁵⁵. Ao propor uma revisão dessa perspectiva, McCracken (2003) afirma que não há uma exclusividade das classes superiores em ditar a moda e os significados culturais.

Seja como for, notamos que para ele, as classes se dão a partir da diferenciação do consumo, tão-somente enquanto “diferença” relativa ao consumo ou ao sistema de moda, sem referências às desigualdades sociais ou as lutas de classes. Aqui, então, podemos dar mais contornos ao que esboçamos no capítulo 1. Os estudos de consumo, ao focarem a questão das classes como estratos e a partir da “diferenciação de consumo”, acabam por invisibilizar as desigualdades. Principalmente em Douglas e Isherwood (2009) e McCracken (2009) podemos notar que, ao trazer uma visão antropológica do consumo, perder-se a dimensão dos conflitos sociais em disputa na sociedade – trata-se mais de “comportamento de classe” relacionado às oportunidades de vida ou mercado.

No campo da comunicação, já havíamos visto estudos no *corpus* do capítulo 1 com posicionamentos semelhantes. Ainda, como mais uma ilustração, podemos analisar o livro “Consumo na base da pirâmide”, de Rocha e Silva (2012), em coletânea organizada por Everardo Rocha, que procura compreender o consumo da chamada “nova classe média” a partir de uma perspectiva comunicacional. Nos capítulos, são citados autores como Mary Douglas e Baron Isherwood, Grant McCracken, Pierre Bourdieu, apresentando concepções frágeis tanto de comunicação quanto classes sociais ou mesmo consumo, pensando os conceitos de forma simplista.

Logo no prefácio, escrito por Everardo Rocha, podemos notar como a faceta consumidor (ou mercado) se sobrepõe a de sujeito social/comunicacional: “até certo ponto na história, eles eram invisíveis. Não eram considerados como um mercado para produtos e serviços, pois praticamente não participavam do mundo do consumo” (Rocha, 2012, p. 13). Isto é, os integrantes dessa chamada “nova classe média” só interessariam aos estudos na medida em que participarem do “mercado” ou do “consumo” (produtos e serviços), e a invisibilidade, portanto, só interessaria nessa esfera, o que fica explícito também na seguinte afirmação: “o modelo de escala evolutiva utilizado para falar de classe social no mundo do marketing e na pesquisa de mercado contribuía para manter invisível esse consumidor” (Rocha, 2012, p. 14).

A partir desses pontos, podemos observar: a) como o conceito de classe utilizado por esses autores do consumo é ajustado à própria visão que se tem de mercado; b) como se fala

---

¹⁵⁵ Não entraremos, aqui, nos detalhes acerca do conceito de classe em Simmel. No entanto, é possível afirmar que ele considera classe meramente como estrato.

da dimensão simbólica e antropológica do consumo para legitimar uma posição de mercado (ou seja, uma dimensão mais *clean* ou *cool* da pesquisa de mercado tradicional), onde os sujeitos só interessam como um *target*, ainda que esse *target* seja mais complexo, pois o ponto de vista dos sujeitos apenas interessa enquanto “comportamento de consumo”.

Na introdução do livro, escrita pelos organizadores, observamos como há uma posição de classe dos autores no enunciado bem definida, enquanto alguém não-pobre que apenas quer o fim da pobreza – fala-se em pobreza, não em desigualdade – para que o mundo se torne “mais seguro”.

Pobreza está associada à violência, convulsão social, instabilidade política e terrorismo. Pobreza é o que demarca a essência de Estados fracassados, como a Somália, levando ao ressurgimento da pirataria no Oceano Índico. Pobreza está por detrás de pandemias e crises de saúde, como a gripe suína e a AIDS. Por tudo isso, a ideia de que a erradicação da pobreza tornará o mundo mais seguro e melhor vem ganhando um número crescente de adeptos. (Rocha; Silva, 2012, p. 19).

Esse “Outro”, o pobre, não é visto nem em sua dimensão antropológica de alteridade (Fürsich, 2016), mas tão-somente como afirmação de um “eu” não-pobre, culpabilizando o pobre (e a pobreza) pelas desgraças do mundo. Isto é, não se trata de falar de luta de classes ou mesmo de corrigir as desigualdades que tornam o mundo mais injusto (Tilly, 1999), mas de reafirmar o ponto-de-vista dos dominantes – erradicação da pobreza “por um mundo melhor”. Além disso, a concepção de comunicação que perpassa todo o livro é relacionada ao funcionalismo, com expressões como “canal de comunicação eficiente” ou “linguagem adequada” – que parecem ser retiradas de um livro de *marketing* ou administração, com embasamento teórico na área de consumo a partir dos autores aqui analisados (McCracken, Douglas e Isherwood...), não se discute efetivamente o conceito de classe social em nenhum momento.

De todos os autores analisados até aqui nessa seção, nenhum tem mais influência no campo da comunicação do que Néstor García Canclini, o que pode ser evidenciado pelas oito citações nos artigos (em sexto lugar) e 28 citações nas teses e dissertações (em quarto lugar) do *corpus* do capítulo 1.

Em Consumidores e Cidadãos (García Canclini, 2001), propõe reelaborar a noção de consumo para mostrar como se constrói uma racionalidade comunicativa e integrativa da sociedade. Antes disso, comenta algumas correntes de estudo do consumo, principalmente os estudos marxistas e os baseados em Bourdieu (estes a partir da questão da distinção). Para García Canclini (2001), as pesquisas marxistas, principalmente entre as décadas de 1950 e

1970, teriam superestimado o poder das empresas sobre os sujeitos. Afirma, então, que, para essa corrente, o consumo é um lugar onde acontecem conflitos de classe, envolvendo participação desigual no processo produtivo. Nesse sentido, “consumir é participar de um cenário de disputas por aquilo que a sociedade produz e pelos modos de usá-lo” (García Canclini, 2001, p. 62). Contudo, o autor critica essa abordagem ao afirmar que vivemos um momento de crise das concepções histórico-dialéticas de classe e de concepções “ontológico-fundamentalistas” (já demarcando aí seu posicionamento) de identidade.

O autor, então, acaba negando a concepção marxista como se fosse algo ultrapassado: “a pergunta é por que as classes subalternas colaboram com tanta frequência com a que as oprime, dando-lhes votos nas eleições e pactuando com eles na vida cotidiana e nos embates políticos” (García Canclini, 2001, p. 201). Como podemos ver, não se considera como acontece o funcionamento do jogo e das disputas ideológicas envolvendo as classes e que não é algo estanque. A partir dessa crítica, García Canclini propõe uma reconceitualização do poder e da ação dos subalternos a partir de Foucault e do interacionismo simbólico. Assim, para ele, “as identidades se constituem não só no conflito bipolar entre classes, mas também em contextos institucionais de ação” (García Canclini, 2001, p. 2002). Nessa visão reducionista do marxismo, ele demonstra uma não-compreensão da dialética “micro”-“macro” no marxismo, pois os conflitos também ocorrem nas interações cotidianas, além de considerar que o conflito é sempre “bipolar” – reduzindo a própria complexidade das lutas de classe. Ao afirmar que “o consumo não pode ser apenas definido pela classe”, o que o autor faz é “jogar o bebê fora junto com a água suja”, ou seja, invisibiliza por completo os conflitos de classes para a questão do consumo, enfatizando aspectos como “negociação” e “comunicação”.

Isso também pode ser verificado no texto “O consumo cultural” (García Canclini, 1999), onde delineia alguns modelos de estudos de consumo e rechaça estudos que considerem o consumo como “lugar de reprodução da força de trabalho e de expansão do capital” (García Canclini, 1999, p. 34), pois, para ele, isso levaria a um economicismo e a uma visão maquiavélica. Isto é, para forçar a dimensão cultural do consumo, o autor nega, de forma simplista, o econômico. O autor também nega que as lutas sejam só laborais. Mais uma vez, o autor mostra uma visão rasa do marxismo, pois as lutas de classes não acontecem somente onde García Canclini considera “laboral”, mas em toda a vida concreta e material. Com isso, ao falar de consumo, o autor perde de vista a própria imbricação entre produção e consumo. Isto é, o consumo é isolado de toda a lógica de produção e circulação, o que nos impede de enxergar a totalidade dos processos produtivos e comunicacionais. Também

podemos observar como há uma perda da noção de classes a partir das lutas e conflitos, tornando-se algo domesticado.

Ora, o que os estudos de consumo aqui apresentados (que são base para uma série de pesquisas analisadas no capítulo 1) fizeram com as classes não foi considerar os sujeitos sociais e comunicacionais em relação às classes, mas negar esses conflitos, vistos como algo “atrasado”. Isso não quer dizer que o consumo deva ser desconsiderado em uma agenda de pesquisa sobre comunicação e classes, mas apenas dizer que os autores aqui apresentados não contribuem para essa agenda. O consumo, pois, deve ser visto a partir das lógicas de circulação dos processos comunicacionais. Na próxima seção, trataremos de outra abordagem comunicacional que vem ganhando relevância nos últimos anos: a mediatização, vinda principalmente da Europa.

4.5. A Questão da Mdiatização

Sonia Livingstone (2009) coloca que os estudos de comunicação, nas décadas de 1980 e 1990, tinham – prioritariamente – os meios de comunicação como centrais em suas agendas, com títulos como “os meios de comunicação e a saúde”. Entretanto, ela observa que nos últimos tempos, a pesquisa em comunicação deslocou para a compreensão das mediações e da midiatização.

Se a trajetória do conceito de mediação – como mostramos – traz o rastro de um termo que ganhou fôlego principalmente na pesquisa latino-americana, como uma “epistemologia do Sul” (Santos; Menezes, 2010), o conceito de midiatização pode ser compreendido como uma resposta que vem prioritariamente da comunidade acadêmica europeia às reconfigurações tecnológicas e comunicacionais. De alguma forma, o termo tem sido alvo de recentes debates no Brasil e já esteve presente em alguns trabalhos do *corpus* de artigos, teses e dissertações analisado no capítulo 1, tais como Senna (2011), Drumond (2014) e Mauro (2014).

Couldry e Hepp (2013) colocam que há uma corrente institucionalista e uma social-construtivista para estudar a midiatização. Entretanto, concordamos com Trindade e Perez (2014) quando afirmam que essas correntes tendem a se aproximar, pois não há como compreender uma instituição sem suas interações, por exemplo. Além dessas correntes – que serão explicitadas adiante – podemos considerar que o conceito tem sido pesquisado prioritariamente em três países europeus: Alemanha, Dinamarca e Inglaterra.

Na Alemanha, há um projeto de pesquisa em torno dos “mundos midiatizados” capitaneada por Andreas Hepp e Friedrich Krotz (2014). Na Dinamarca, há o predomínio da corrente institucionalista a partir dos estudos de Stig Hjarvard (2012; 2014a; 2014b; 2014c; 2014d). Já na Inglaterra, o conceito vem principalmente a partir das pesquisas de Nick Couldry (2012) e Sonia Livingstone (2009), sendo os pesquisadores que possuem mais familiaridade com o conceito de “mediação” – especialmente por causa da trajetória do conceito no país, como pudemos observar no capítulo anterior¹⁵⁶.

---

¹⁵⁶ Na França, Bernard Miège (2009) também toca no termo “mediatização” (cuja diferença na escrita pode ser explicada por diferenças na tradução do francês) para pensar o que se dá “por intermédio das mídias”, como a midiatização a partir dos dispositivos das TICs e a midiatização dos conteúdos didáticos do ensino superior. Da mesma forma, fala rapidamente sobre o termo mediação como algo que deve ser pensado duplamente, a partir da questão técnica e da questão social. No entanto, não aprofundaremos na concepção teórica de Miège (2009) por acreditarmos que: a) por um lado, as perspectivas escandinavas, alemãs e britânicas de midiatização têm tido mais destaque no cenário acadêmico europeu envolvendo o conceito de midiatização; b) Miège (2009) dedica poucas páginas de seu livro para discutir os conceitos de “mediatização” (no seu caso) e mediação e não possui pesquisas nacionais amplas, como é o caso da Alemanha e da Dinamarca; c) em certa medida, podemos considerar que não há algo muito inovador em sua perspectiva sobre o conceito. Além de Miège, gostaríamos também de destacar o trabalho realizado na Holanda por Mark Deuze (2012) – que aqui não será analisado por

Pois diante de tantos autores e correntes, nosso esforço nessa seção é o de mostrar o que é o conceito de midiatização, como ele tem sido estudado nas diferentes abordagens (de maneira panorâmica), como ele se relaciona com o conceito de mediação, e como podemos pensar seu foco para compreensão das classes sociais na comunicação.

O que temos por certo até aqui: a) os autores elencados não se filiam ao materialismo histórico; b) o termo midiatização – em alguma medida – envolve uma questão de “mudança” em relação à mídia. Contudo, qual seria essa mudança? Seria possível pensar a transformação social a partir da midiatização?

Além disso, de maneira geral, os estudos que contemplam o conceito de midiatização pensam a relação entre “mídia” e “sociedade”. Entretanto, o que está em jogo nas diferentes correntes é justamente o que se entende por mídia e por sociedade. Dependendo do modo como há esse entendimento, corre-se o risco de se tornar próximo ao paradigma midiológico (McLuhan, 1969) de considerar o “meio” como fundamental para compreensão da comunicação – afastando-se da noção de comunicação aqui apresentada e da própria questão das mediações mostrada em 4.1. Essa visão mcluhaniana de comunicação é exatamente o que Ampuja (2013) critica como a “midiatização da teoria social” – isto é, de considerar os meios de comunicação e as tecnologias em geral como autônomos em relação ao processo social mais amplo. Do mesmo modo, a visão dos autores sobre os sujeitos também é crucial à medida que, se considerados apenas efeitos de estruturas e instituições, o sujeito é tudo menos um ser social e de comunicação.

Para Stig Hjarvard (2014b), a midiatização deve ser vista como uma teoria geral ou “meta-teoria” para compreensão da realidade – como um “quadro que nos permite generalizar e conectar ideias produzidas por estudos mais específicos” (Hjarvard, 2014b, p. 262). O autor afirma que sua abordagem sobre a midiatização é de uma perspectiva institucionalista. O que isso quer dizer?

Ele considera que a midiatização é um fenômeno próprio da “modernidade tardia” – e não algo que atravessa a história da humanidade (como Verón (2013), por exemplo), mas propõe analisar as mudanças nas lógicas e suas consequências para a sociedade e cultura em âmbito histórico – ou seja, ao longo dos tempos (Hjarvard, 2014a). Por exemplo: em que mudou a religião ou a política nos últimos cinquenta anos devido à midiatização? Isto é, a “lógica da mídia” presente nos últimos cinquenta anos mudou a sociedade e a cultura. Como

---

motivos próximos ao de Miège e também por não trabalhar diretamente com o termo midiatização, mas com um “conceito-irmão”: “vida na mídia” (*media life*). Para o autor, a vida na mídia se assemelha ao de um peixe dentro d’água: estamos tão imersos na cultura midiática que não nos damos conta do quanto.

as “instituições” afetam e são afetadas em relação a essa lógica? Trata-se de compreender a crescente influência “estruturante” da mídia na vida social cotidiana e também na institucionalização da mídia.

O “estruturante” não é um termo gratuito: Hjarvard (2014c) pensa o sujeito a partir da teoria da estruturação de Anthony Giddens (1989) – “agência” e “estrutura”, considerando “a agência humana como co-constitutiva da mudança social” (Hjarvard, 2014c, p. 124). Entretanto, ao focar mais no “estruturante” e nas “instituições” – com as interações sociais sendo analisadas a partir dessa lógica, podemos observar que há mais peso nas estruturas – além de uma abordagem não-dialética em relação ao sujeito social. Com isso, queremos dizer que afirmar “a agência humana como co-constitutiva da mudança social” não é, em hipótese alguma, o mesmo que considerar o sujeito social dialeticamente em relação à transformação social.

O tema da “mudança”, então, em Hjarvard – que não passa por discutir desigualdades e classes, por exemplo – está em algo mais focado nas relações entre instituições e lógicas de mídia – apesar de o autor afirmar que a teoria da mediatização serve como algo “geral”. Amostras de como o conceito de mudança é operacionalizado nas pesquisas de Hjarvard (2012) podem ser vistos a partir de seus exemplos sobre os tipos de mediatização, a saber, direta e indireta.

A mediatização direta pode ser exemplificada a partir do “xadrez” enquanto jogo e suas mudanças ao longo dos tempos, com os jogos de xadrez para computador e celular – houve mudanças no próprio jogo de xadrez – isto é, a mudança está mais na própria lógica dos dispositivos. Já a mediatização indireta é exemplificada pelo autor (Hjarvard, 2012) a partir de uma visita a um restaurante *fast-food* como McDonalds ou Burger King, cujo espaço não funciona apenas como de alimentação, mas de exposição de filmes, compra de brinquedos dos filmes que passam nos cinemas. Outra vez, a mudança não é da ordem do poder – que não é questionado – mas das instituições.

Dentro dessa proposta de mediatização como “meta-teoria”, Hjarvard (2014b; 2014c) afirma que o seu uso de mediatização é próximo ao de mediação proposto por Silverstone, na medida em que ambos ajudam a descrever mudanças nos processos sociais e culturais, por um lado, e nas lógicas midiáticas, por outro. No entanto, o autor escandinavo pensa mediação como um conceito mais “fechado”, como o uso de um meio para comunicação e interação. Talvez haja alguma questão de tradução (o que, para Silverstone (2008) faz parte do processo de mediação) envolvida entre *mediation* e *mediatization* – ou até desconhecimento em relação

à pesquisa na América Latina – mas justamente o que Martín-Barbero (1995) mais enfatiza é que as mediações servem para fugir do *mediacentrismo*.

No fundo, Hjarvard (2014a), com o conceito de midiatização, propõe prestar atenção em processos mais gerais e não algo focado nos meios. Couldry (2012) nos atenta para o fato de pensarmos mais nas dimensões explicativas dos conceitos em vez de fecharmos nossas visões somente para os debates “terminológicos”. E essa “dimensão explicativa” da midiatização em Hjarvard é, centralmente, institucional, pensada a partir da teoria da estruturação (que pouco ou nada pensa sobre questões de desigualdade e poder), e possui um enfoque mais diacrônico.

Enquanto isso, os estudos alemães sobre midiatização possuem um programa de pesquisa nacional chamado “Mundos Midiatizados” e coordenada por Andreas Hepp e Friedrich Krotz (2014). Essa abordagem possui certa influência dos estudos culturais britânicos e do interacionismo de Berger e Luckmann (1994) – com posicionamento mais próximo à tradição social-construtivista, para quem a “midiatização descreve como certos processos de construção da realidade pela comunicação se tornam manifestos em determinadas mídias” (Hepp; Krotz, 2014, p. 3) – incluindo o papel das diversas mídias na construção social da realidade e também como elas alteram as interações cotidianas.

Nesses “mundos midiatizados”, trata-se de pensar mais a “midiatização cotidiana” na condição comunicacional contemporânea do que necessariamente as questões institucionais como em Hjarvard (2014a). Em comum entre eles: a) a percepção da midiatização como uma abordagem mais geral para a pesquisa em comunicação; b) a percepção de uma teoria não-centrada nos meios, mas nas mudanças midiáticas e comunicacionais, por um lado, e na cultura e na sociedade, por outro.

O conceito de mediação em Hepp e Krotz (2014) é sinônimo de “construção de sentido”¹⁵⁷. Enquanto isso, a midiatização, como já afirmamos, descreve um processo de mudança.

A ideia é não tomar a mídia sem a questionar como fonte de mudança – há muitos contextos nos quais as “novas” mídias surgem, mas não são fontes de mudança. A pesquisa em midiatização quer considerar a inter-relação entre mudanças midiáticas e comunicacionais, por um lado, e culturais e sociais, por outro. Isso também implica que a força motriz de mudança não pode ser totalmente a mídia. Em suma, torna-se óbvio que a pesquisa em midiatização é algo diferente da “teoria dos meios” (Hepp; Krotz, 2014, p. 5).

¹⁵⁷ E, nesse contexto se difere de Hjarvard (2014a).

Essa concepção de midiatização, então, se afasta em relação àquela levantada por Hjarvard (2014a) por não se centrar somente nas lógicas institucionais e midiáticas, mas nas produções de sentido (embora o termo “sujeito” não apareça também em Hepp e Krotz (2014) – o que é um problema). Além disso, embora afirmem que a midiatização serve como uma “abordagem geral”, a frase acima torna clara que a pesquisa em midiatização tem um foco definido: o quanto as mudanças midiáticas e comunicacionais implicam mudanças sociais e culturais? Essa frase pode ser especialmente interessante para pensarmos as classes sociais a partir da midiatização. Embora o termo mudança esteja mais uma vez envolvido com a midiatização, também não se discute desigualdade e poder.

O conceito de “mundos midiatizados” trazido por Hepp (2014) parte de uma perspectiva microssociológica dos estudos interacionistas para pensar os “mundos sociais” ou “pequenos mundos da vida”. Segundo Hepp (2014, p. 53), “os mundos midiatizados são o nível no qual a midiatização se torna concreta e pode ser analisada empiricamente” – concordando, nesse ponto, com Couldry (2014), para quem a midiatização precisa “bater no chão” (*hits the ground*) da pesquisa empírica.

No entanto, a abordagem interacionista de Hepp (2014) – que está, no plano de análise, mais para os “pequenos mundos da vida” realmente do que para os “mundos midiatizados” – acaba por não pensar uma maior relação desse “micro-social” do “chão da pesquisa empírica” com o contexto geral da sociedade e da cultura. Uma abordagem dialética dessa relação ajudaria a pensar de modo mais complexa essa inter-relação “micro-macro”. No entanto, até um autor distante do método dialético, como Clifford Geertz (1989) – com mais semelhanças com os interacionistas, por sinal – pode auxiliar na perspectiva. Em seu famoso capítulo sobre a briga dos galos de Bali, o antropólogo americano afirma que não interessa realmente estudar “os lugares”, mas “nos lugares”. E o que isso significa? Que interessa ao pesquisador pensar como o estudado “no local” se relaciona a questões mais gerais da sociedade. É esse olhar mais atento à inter-relação “micro-macro” que falta à perspectiva alemã dos “mundos midiatizados”.

Peil e Röser (2014) fazem parte da equipe de pesquisadores de Hepp e Krotz (2014) sobre “mundos midiatizados” e pesquisam o “lar midiatizado” (ou a midiatização do lar). Ou seja, qual o sentido do lar em contexto de digitalização e Internet, a exemplo das pesquisas de Morley (2007)? Nesse sentido, pode-se pensar desde como a casa é midiatizada e circulada

nos diferentes dispositivos comunicacionais, como o Instagram¹⁵⁸, por exemplo, até propriamente como são as relações dos sujeitos com as mídias dentro de seu próprio lar.

Essa pode ser, por exemplo, uma porta de entrada para pensar uma articulação entre mediação e as desigualdades. Ainda que de forma incipiente, essa é a única pesquisa dentre as realizadas pela equipe de Hepp e Krotz (2014) que toca no tema da desigualdade, em como o lar pode ser considerado um *locus* onde as desigualdades – persistentes – são reproduzidas. Desse modo, ultrapassando a pesquisa de Peil e Röser (2014), pensar a mediação do lar envolve pensar também os “lares não-mediados” e seus sujeitos; em como esses “lares mediados” e “não-mediados” se relacionam às desigualdades nos espaços da cidade e no direito à cidade, na acepção de Harvey (2013a) – porque pensar a “casa” também implica pensar a “rua”¹⁵⁹.

Falar, pois, de mediação e classes sociais, envolve abordar também “não-mediação”, ou de classes “não-mediadas”. Definitivamente, não podemos naturalizar a figura de um sujeito sentado em uma poltrona em frente a uma televisão 60 polegadas enquanto posta sua nova foto no Instagram de seu celular Iphone e está conversando com a namorada pelo *notebook* como “o sujeito da contemporaneidade”. Na verdade, essa figura tem um enquadramento de classe.

Em resumo, até hoje, nada – ou quase nada – foi feito ainda no sentido de pensar a mediação sob o ponto de vista das desigualdades e das diferentes classes sociais. Para nós, como já afirmamos, não existe teoria da comunicação sem teoria da sociedade, ou seja, pesquisar comunicação demanda encarar a sociedade, que é desigual. Produzir e circular ideias é um tema da comunicação na sociedade desigual. Dessa forma, produz-se uma ciência “estéril” desconsiderando as lutas de classes e a persistente desigualdade.

Por isso, é essencial conhecer a concepção de “sociedade” dos autores e das perspectivas (o que também impacta em sua própria conceituação de comunicação): enquanto Hjarvard (2014a) trabalha com a teoria da estruturação de Giddens (1989), as pesquisas coordenadas por Hepp e Krotz (2014) trabalham principalmente com uma perspectiva interacionista e microssociológica.

---

¹⁵⁸ Rede social onde os usuários compartilham fotos, em geral, de sua vida cotidiana, em geral, de viagens, festas, restaurantes e de suas próprias casas. Em geral, trata-se de um espaço discursivo-imagético de distinção (Bourdieu, 2007), reproduzindo hegemonias sobre o que é considerado, por exemplo, o “almoço legítimo” (o que não pode ser descolado do fenômeno da gourmetização da alimentação e do *food truck* nas metrópoles brasileiras, especialmente São Paulo)

¹⁵⁹ Não existe um homem (ou um brasileiro) da “casa” e outro da “rua”, um no âmbito privado, e outro no público, como pensa DaMatta (2001). Essa concepção impede de pensar o sujeito enquanto um ser social.

Já a perspectiva britânica, a partir de um autor como Nick Couldry (2012) – que foi orientando de David Morley e aluno de Roger Silverstone – possui certa influência da teoria dos campos de Bourdieu (1976), e é mais próximo da abordagem de Hepp e Krotz (2014) do que a de Hjarvard (2014a). Nesse sentido, procura traçar uma teoria da mídia orientada socialmente, considerando a mídia como prática nos diferentes campos sociais. Entretanto, Couldry (2014) deixa claro que, apesar de muitos autores negligenciarem ou subestimarem o “social” de suas teorias, ele coloca essa faceta no centro de suas discussões.

Alguns autores cometem um erro comum ao tecerem muitos comentários sobre a “era digital”, negligenciando a questão propriamente da ordem do “social”, ou substituem-no por um discurso fino sobre como as redes são um espaço transversal e ‘conectam-nos’ uns aos outros de certas maneiras (Couldry, 2014, p. 68)

A partir disso, Couldry (2012; 2014) também propõe estudar a midiatização a partir de seus detalhes, conferindo centralidade aos estudos dos “rituais midiáticos” – o que, em alguma medida, nos faz lembrar do conceito de “ritualidades” em Martín-Barbero (1995) – que é uma das mediações. Isso ocorre pois Couldry (2008) não vê contradição entre os conceitos de “mediação” e “midiatização”. Para ele, a midiatização ajuda a abordar as textualidades midiáticas, e a mediação – apesar de ser, em sua visão, um termo mais vago – auxilia a pensar as dialéticas transformações sociais.

Ora, trata-se do primeiro autor, até aqui, dessa seção a pensar, ainda que minimamente, a transformação social e a dialética, em parte por causa de sua assumida influência de Roger Silverstone (2002; 2006) – o que nos é importante para pensar a questão das classes sociais.

Façamos uma síntese: enquanto Hjarvard (2014a), de uma perspectiva institucionalista, trabalha a midiatização como um processo geral e meta-teoria e a mediação como práticas midiáticas, Hepp (2014) faz pesquisas sob uma vertente interacionista e microsociológica a partir dos “mundos midiatizados”, considerando a mediação como produção/construção de sentido e a midiatização – embora também vista como um processo mais amplo – sempre vista a partir da mudança (termo, por vezes, problemático conceitualmente nas obras dos autores). Enquanto isso, Couldry (2008; 2012) possui maior influência dos estudos culturais britânicos (principalmente Morley e Silverstone), além de Bourdieu, e procura compreender as práticas midiáticas e seus rituais. Para ele, a mediação é o processo mais amplo, não a midiatização, e envolve a transformação dos processos

dialéticos da sociedade – mais forte do que o conceito de mudança nos outros autores, enquanto a midiatização se refere mais às textualidades midiáticas.

Lopes (2014) tende a concordar com Couldry (2008). Para ela, a tradição dos estudos latino-americanos de comunicação traz em seu centro o conceito de mediação, e ele é do âmbito dos processos comunicacionais mais gerais, enquanto o protagonismo da midiatização é do âmbito propriamente do midiático, sendo então, um processo mais focado – com o que concordamos. Lopes (2014) afirma que o conceito de midiatização pode ser comparado com o de “mediações comunicativas da cultura” presente em Martín-Barbero (2004), especialmente o de “tecnicidades”. Ou seja, é algo focado na relação dos sujeitos com as tecnologias.

Podemos observar – a partir do texto de Lopes (2014) – como o conceito de midiatização, cuja origem teórica se deve aos europeus, começou a causar impacto na pesquisa em comunicação no “Sul” – seja aceitando, refutando ou apenas discutindo-o. Então, no fim dessa seção, discutiremos – ainda que de maneira breve – a perspectiva de alguns teóricos latino-americanos em relação à midiatização. Além de Lopes (2014), que considera ainda a centralidade do conceito de mediação em relação ao de midiatização, Eliseo Verón (2013; 2014) é um autor latino-americano que trabalha com o conceito.

Entretanto, a perspectiva de Verón é diferente das elencadas até aqui: a partir de uma vertente sociossemiótica (ou semioantropológica), ele considera que a midiatização não é um fenômeno recente, mas que vem sendo realizado há séculos. Para Verón (2013, p. 147), “a midiatização é, no contexto da evolução da espécie, a sequência de fenômenos midiáticos históricos que resultam de determinadas materializações da semiose, obtida por procedimentos técnicos”. No entanto, discordamos dessa proposição por considerarmos que: a) a midiatização, a exemplo do que considera Hjarvard (2014a), é um fenômeno da contemporaneidade (ou da “modernidade tardia”, segundo seus termos) e deve ser entendida em seus parâmetros históricos; b) ao estender o conceito de midiatização por toda a História da humanidade, ele perde seu caráter explicativo – exatamente de um contexto histórico atual.

No Brasil, a Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos) é uma das que mais têm contribuído para o debate sobre midiatização, principalmente a partir dos trabalhos de Antonio Fausto Neto (2008) – influenciado por Verón – e José Luiz Braga (2006b), que parte de uma abordagem social-interacionista¹⁶⁰.

Com relação a Fausto Neto, podemos dizer que o conceito de circulação tem mais vigor teórico em seus textos do que propriamente o de midiatização – é a linguagem em

---

¹⁶⁰ Em outro texto (Lelo; Grohmann, 2014), discutimos os conceitos de circulação presente nos autores.

circulação nos dispositivos (e suas bordas) (Fausto Neto, 2010). Com isso, ele pensa a passagem de uma “sociedade dos meios” para uma “sociedade em vias de midiatização”, o que gera enunciações consideradas inéditas. Dessa forma, a midiatização, segundo Fausto Neto (2014), é fonte de instabilidade (porque os meios de comunicações tradicionais precisam reorganizar suas enunciações) e também serve enquanto um processo interacional de referência (conceito retirado de Braga (2006b)). A vantagem da abordagem de Fausto Neto (2008; 2010; 2014) é considerar a dimensão discursiva em seus estudos sobre circulação midiática. Entretanto, o conceito de midiatização serve mais como um *background* teórico que não é discutido tão a fundo.

Outro ponto é que, influenciado pela própria semiótica de Verón, de origem estruturalista (Verón, 1977), os sujeitos sociais, em Fausto Neto (2008; 2010), somem, assemelhando-se mais a sujeitos assujeitados. Dessa maneira, sua perspectiva se afasta da concepção de sujeito do materialismo histórico – inclusive em relação aos temas do poder e da desigualdade.

Já a abordagem de Braga (2006a; 2006b) procura compreender centralmente a midiatização como um processo interacional de referência – o que significa dizer que a sociedade passa a ser organizada a partir dessas interações. Em uma abordagem, em alguma medida, próxima a de Hepp (2014) e seus “mundos midiatizados”, Braga (2006b) pensa a midiatização a partir de processos interacionais específicos (como a política, a educação e o entretenimento) e também a partir de um processo geral de “midiatização da sociedade”. O problema da perspectiva interacionista de Braga (2006a; 2006b) é o mesmo que apontamos em Hepp (2014) e Hepp e Krotz (2014): o nível micro das interações e da construção social da realidade é importante, mas não dá conta da relação “micro-macro” e da dialética do social (e também do comunicacional).

Muniz Sodré (2014) é outro autor brasileiro que tem abordado o termo midiatização da sociedade e dos próprios fenômenos sociais – o que obrigaria, de alguma forma, as Ciências Sociais clássicas a reverem sua postura em relação aos seus objetos. Para Sodré (2014), midiatização e mediação também não são termos excludentes, sendo que midiatização pode ser considerado um conceito “descritivo de um processo de mudanças qualitativas em termos de configuração social por efeito da articulação da tecnologia eletrônica com a vida humana” (Sodré, 2014, p. 109). E o próprio Sodré (2002) já havia cunhado um termo próprio para afirmar esse processo de mudança: o “*bios* midiático” ou “*bios* virtual”.

No entanto, não se deve naturalizar esse novo *bios* midiático, pois, segundo Sodré (2014, p. 122), “a conversão acrítica da sociedade ao *bios* midiático leva, na esfera da

comunicação, à falsa de que tudo o que é humanamente importante se acha na midiatização”. Dessa forma, seriam considerados legítimos ou válidos somente discursos advindos da “articulação das instituições hegemônicas com a mídia” (Sodré, 2014, p. 122).

Para o autor, então, não podemos tomar a midiatização como uma figura epistemológica em si mesma, pois ela é somente uma dimensão imediatamente visível dos fenômenos comunicacionais. Não é por isso, pois, que devemos ignorá-la, pois essa faceta mais visível pode, justamente, fazer-nos acessar dimensões relacionadas aos processos comunicacionais conectados com os sujeitos sociais/comunicacionais. De acordo com Sodré (2014, p. 311), assim, a midiatização pode abrir “caminho para a compreensão da comunicação como o conceito de uma dimensão constituinte do comum maior do que aquela implicada na superfície dos dispositivos tecnológicos e seus efeitos”. Assim, o *bios* midiático de Sodré não deve ser entendido em si mesmo, senão como algo que faz parte do que, a nosso ver, é realmente a vida – as relações de comunicação.

Em suma, podemos observar que o foco na “mudança” também perpassa a perspectiva de Muniz Sodré em relação à midiatização – a exemplo de Hjarvard (2014a), Hepp e Krotz (2014) e Couldry (2012). Embora a visão de “mudança” implicada em seu conceito de midiatização seja semelhante aos dos autores já destacados, Sodré (2014), em seu livro mais recente, “A Ciência do Comum”, está mais próximo a uma visão marxista, principalmente considerando o papel da comunicação nas lutas de classes e no capitalismo financeiro atual.

O par comunicação/informação contribui [...] para ‘naturalizar’ o mercado financeiro como base da aceleração do desenvolvimento econômico e como fonte de ideologia capitalista do bem-estar humano na atual etapa da penetração da lei estrutural do valor (o capital) em todos os espaços existenciais dos indivíduos. E assim representa um aspecto da luta de classes em que a modernização neoliberal acarreta o dismantelamento do Estado de bem-estar social e da tradicional organização das forças produtivas em favor da precarização do trabalho, com vistas ao aumento de rendimentos do capital fictício (Sodré, 2014, p. 56).

Contudo, ainda não há uma amarração teórica realizada pelo autor entre a “financeirização da comunicação” e o conceito de midiatização, embora tenha ficado claro que sua abordagem se pretende crítica em relação a toma-lo como objeto em si mesmo. De todos os autores ligados à midiatização criticados por Rüdiger (2015), Sodré é o único “que se salva”. Para ele, Sodré mostra que “pode-se trabalhar de maneira crítica e reflexiva com o conceito de midiatização” (Rüdiger, 2015, p. 765).

Como podemos ver, há diversas correntes e dimensões do conceito de midiatização, com formas “fortes” e “fracas” (Ampuja, Koivisto e Väliverronen, 2014). Precisamos, pois,

assim como Rüdiger (2015) aponta sobre Sodré (2014), pensar o conceito de maneira crítica e reflexiva. Em primeiro lugar, não fica claro em nenhuma das acepções (principalmente as vindas do Norte) o que se considera por mudança. Dependendo da perspectiva teórica com que se trabalha, tudo pode ser uma mudança – uma mera mudança nos aparatos, por exemplo. Para nós, apenas faz sentido falar em mudança no sentido de “transformação social” envolvendo as classes sociais, no sentido de ruptura com o hegemônico.

Outra questão é quando já se prevê, de antemão, que a mídia tem “um papel na transformação da cultura e da sociedade, cabendo à pesquisa demonstrá-lo, mas será sempre assim, e no caso de haver, será sempre relevante ou merecedor de exposição?” (Rüdiger, 2015, p. 764). Por isso, há de se ter cuidado para o conceito não virar, como diz Rüdiger (2015), o eixo de uma escolástica, “na qual se notam os sinais de um credo positivista na ciência pela ciência que, incentivando a pesquisa sem referência à razão prática, trivializa os resultados que esta pesquisa pode produzir” (Rüdiger, 2015, p. 766). Por exemplo, como ficam, então, as mudanças midiáticas e tecnológicas que acabam por reforçar hegemonias sociais e culturais?

Ampuja, Koivisto e Väliverronen (2014) criticam o conceito quando considerado um “meta-processo” como os conceitos de “individualização” e “globalização”, pois, segundo eles, pode até ajudar a conseguir financiamentos para pesquisa (como também os termos “sociedade da informação”, “sociedade do conhecimento”, por exemplo), mas não auxilia na compreensão da realidade concreta e material, além de, de acordo com nosso entendimento, esquecer e invisibilizar a luta de classes.

De alguma forma, pois, Muniz Sodré (2014) nos auxilia nessa tarefa, procurando pensar a questão da midiatização também a partir do modo de produção capitalista e suas contradições, não se esquecendo que mídia não é só interação, mas também mercadoria. Para Rüdiger (2015, p. 757/761), em sua crítica aos teóricos da midiatização,

a hipótese de que este serviço também esteja mercantilizado nem de longe lhe passa pela cabeça. Aparentemente, a preocupação abstrata em, senão provar a relevância do processo, pelo menos focar a todo custo no que tem a ver com a mídia, que asseguraria a identidade institucional da pesquisa, não apenas bloqueia a exploração multicausal da situação em exame, mas impõe uma aparência de determinação da mesma pela midiatização [...]. O fato de o noticiário das emissoras ser um produto posto em um mercado e isso condicionar a seleção e relato do que passa pelo mundo é, para os teóricos da midiatização, menos relevante do que o fato das notícias serem formatadas pela televisão. O golpe de Estado, a crise política que lhe deu origem e o banho de sangue dos que a ele se opuseram não importam tanto pelo que podem significar de restrição à liberdade de expressão, mas pelo modo como foram publicizados (Rüdiger, 2015, p. 757/761).

Assim, o conceito de midiaticização pode ser aproveitado, em algum sentido, mas somente se for de maneira circunscrita e crítica, ciente de suas limitações, refletindo de maneira dialética sobre a relação mídia(s)/sociedade. O termo, então, aqui apenas faz sentido à medida que articulado com outros eixos teóricos, como os discursivos e os ligados à questão da produção. Podemos pensar, por exemplo, em “midiaticização das (lutas de) classes” ou das “(lutas de) classes midiaticizadas”, o que sempre envolve pensar as exclusões dos não-midiaticizados. Outra indagação é: em que medida a “lógica da mídia” perpassa as lutas de classes e as diferentes classes sociais? Essa lógica da mídia é mais reproduzida ou transformada pelas classes? Voltaremos a tratar de midiaticização e classes sociais no capítulo 5, seção 3.

Em suma, discutimos neste capítulo algumas reconfigurações nos estudos de recepção desde os estudos pioneiros, tratados no capítulo anterior. A noção de mediação nos estudos ingleses, principalmente a partir de Silverstone, nos ajuda a compreender a circulação dos significados. Mas é com Martín-Barbero que a noção de “mediação” se populariza na América Latina e também impacta as pesquisas sobre classes na comunicação, como mostram o *corpus* do capítulo 1 e as pesquisas analisadas em 4.2, tratando a classe como uma mediação da comunicação. Podemos ver no autor, ao mesmo tempo, a reafirmação da relevância das classes, mas certo apaziguamento ao falar das lutas. A mediação, mesmo assim, pode ser colocada como uma categoria central para compreensão das classes sociais na comunicação, sobre o qual falaremos no capítulo 5, seção 3.

Então, percebemos que, ao longo das reconfigurações – tecnológicas e questões ligadas ao consumo e à midiaticização – tratadas no capítulo, vai se perdendo o tom crítico, bem como a relação com o popular, em relação aos estudos pioneiros de recepção, a despeito de um pretenso maior refinamento teórico em relação àqueles. Ou seja, o foco nas lutas de classes e nos sujeitos sociais com uma perspectiva crítica de poder dá lugar a análises, em alguma medida, mais adocicadas com relação ao poder.

Além disso, podemos observar o próprio deslocamento do termo “recepção” nos estudos que tem um olhar, afinal, para a recepção. Trazemos, então, a importância de reconsiderar a recepção para pensar as classes na comunicação, enquanto um “lugar de embates” (Fígaro; Grohmann, 2015), questionando hegemonias presentes no próprio campo da comunicação.

Como “lugar de embates” e considerando a luta de classes, a recepção não é só um lugar de consensos ou para demonstrar diferenças entre “estratos” da população como

consumidores, mas serve para mostrar os conflitos e as relações de poder presentes nas relações de comunicação. Assim, falar de tecnologia não é só pensar em “participação”, mas também das implicações desiguais de participação; compreender o consumo é concebê-lo a partir de um circuito que envolva produção e consumo, não como ente insulado, e não de forma ajustada às prescrições capitalistas; e entender que a noção de mediação não consegue abarcar todo o processo comunicacional nem o social e somente pode ser interessante, para nós, para pensar o quanto as mudanças tecnológicas e midiáticas presentes nas vidas dos sujeitos impactam nas lutas de classes e na própria mudança/reprodução social. Pois o eixo da recepção é somente um dos eixos para compreensão das classes na comunicação. No próximo capítulo, apresentaremos os dois outros eixos, as questões discursivas e da produção, e procuraremos articular três categorias centrais para as classes sociais na comunicação: mediação, mediação e circulação.

5. DESENVOLVENDO E ARTICULANDO OS EIXOS DAS CLASSES NA COMUNICAÇÃO

O percurso até o momento demonstra um exercício, ao mesmo tempo, de mapeamento e de enfrentamento dialético – o que envolve desconstruções e também levantar aspectos positivos. Pois nesse momento, o que já se percebe timidamente, aparece com mais força: um instante onde a reconstrução e a proposição começam a ganhar terreno. A que se deve esse movimento? Temos mostrado, com certo grau de saturação, para onde tem andado o conceito de classes no campo da comunicação – seja nos últimos anos, seja historicamente/ a partir de autores centrais. Aos poucos, temos percebido, junto a essa análise, alguns eixos teóricos de sustentação para compreensão das classes sociais na comunicação.

No capítulo anterior, buscamos explorar o eixo dos estudos de recepção. Para contemplar as classes sociais a partir da comunicação como um todo, para nós, é preciso considerar questões discursivas, languageiras e relacionadas aos processos produtivos, no sentido de construir uma proposta que considere as lutas de classes na comunicação.

Nesse sentido, o presente capítulo pretende continuar a desenvolver esses eixos. Primeiramente, apresentaremos o eixo discursivo – que envolve questões languageiras e discursivas envolvendo as classes. Ressaltamos que a maior parte do *corpus* analisado no capítulo 1 pode ser classificada a partir desse eixo. Em seguida, trataremos do eixo que consideramos mais invisibilizado no *corpus* e que precisa ser revitalizado para compreensão das classes e suas lutas na comunicação: o eixo da produção.

Após o desenvolvimento dos eixos, procuramos articular os eixos a partir de três categorias centrais para as classes sociais na comunicação: mediatização, mediação e circulação, o que faremos na seção 3 do capítulo.

5.1. Eixo Discursivo

O eixo discursivo é aquele que trata do discurso comunicacional/midiático sobre as classes sociais, o que a maioria das pesquisas do *corpus* do capítulo 1 chamou de “representações midiáticas” das classes sociais. Dos 48 artigos analisados, 27 (56,25%) abordam esse eixo discursivo, e das 42 teses e dissertações, o número é de 22 (52,38%). Ou seja, mais da metade dos trabalhos analisados aborda as classes na comunicação a partir desse eixo.

Embora o termo “representação” seja majoritário no *corpus*, somente alguns trabalhos o discutem, como Sifuentes (2010), Prediger (2011), Silva (2011) e Wottrich (2011)¹⁶¹. Suas principais referências são Stuart Hall, Serge Moscovici e Vera França. Não é nossa intenção aqui discutir o conceito, mas apenas apontar, panoramicamente, os sentidos majoritários do termo nos trabalhos: em geral, a discussão se dá em relação a quadros de sentido e produção de sentido por meio da linguagem com papel no processo de construção das identidades. Trata-se de pensar, pois, os enquadramentos midiáticos, ou como são produzidos os discursos em relação às classes sociais.

No entanto, como ressalta Souto (2011), representação é um conceito movediço, principalmente se formos à raiz do termo: a mídia é uma representação da realidade (ou do real)? Que realidade é essa? Não se pode, como também afirma Souto (2011), conceber representação como mero reflexo da realidade, como algo icônico. O próprio Stuart Hall (1997) recusou uma teoria do reflexo em relação à representação. Se retomarmos Silverstone (2002), por exemplo, podemos pensar que o discurso midiático, enquanto tradução (e, portanto, como textualidade), nunca é perfeito ou completo, pois, em alguma medida, envolve “a violência que fazemos aos significados alheios nas mais suaves tentativas de compreender” (Silverstone, 2002, p. 35).

Como afirma Baccaga (1995b, p. 22), “a mera reprodução não existe. Se assim fosse, teríamos tão-somente o reflexo”, algo que nos remete também a Bakhtin/Volochinov (2010, p. 47), “o ser, refletido no signo, não apenas nele se reflete, mas também se refrata” – algo que se relaciona também à luta de classes – que trataremos à frente.

Falar em representação, portanto, pode ser problemático, e aqui optamos por conceber como “discurso midiático” ou “eixo discursivo” sobre as classes sociais. Dentre outros autores, Kellner (2001), por exemplo, coloca como as identidades – classe, sexualidade,

---

¹⁶¹ A maioria acaba naturalizando o termo “representação” na construção da pesquisa, como algo dado, sem a devida discussão teórico-metodológica.

gênero, raça, etnia, entre outras – são construídas discursivamente¹⁶² por meio dos dispositivos midiáticos. Trata-se, pois, de um “mundo editado” (Baccegá, 1994): como são os modos de aparecer das classes sociais¹⁶³? O que é visibilizado e o que é silenciado (Orlandi, 1992) nesse processo? Como se produz sentido sobre as classes e suas lutas a partir da linguagem?

Para Ronsini (2012), os discursos (que a autora chama de representações) midiáticos e suas apropriações devem ser vistos como parte da luta política e cultural. “O grande desafio é entender [...] como a mídia participa na definição dessas relações de classe ao representar os estilos de vida dos ricos, da classe média e dos ‘pobres’ e justificar cada estilo com base na ideologia do mérito” (Ronsini, 2012, p. 74). Isso também passa – assim como mostramos em relação aos estudos de consumo – pela transformação discursiva das desigualdades em diferenças: “enquanto o desemprego estrutural favorece as identidades fluidas, flexíveis, que possam adaptar-se às regras do mercado, a mídia participa da rentável associação de pessoas em torno de projetos que a mídia chama de ‘tribos’ (Ronsini, 2012, p. 73). Assim, o que é conflito se transforma em negociação e o que são “classes” viram meras “tribos”.

Há uma literatura internacional¹⁶⁴, como Heider (2004), Kendall (2005), Morley (2010), Wood e Skeggs (2011), Skeggs e Woods (2012)¹⁶⁵, Dines e Humez (2014), por exemplo – aliás, não mencionada pelo *corpus* do capítulo 1, salvo exceção de David Morley, em alguns casos – que procura analisar o discurso midiático sobre as classes, mostrando, em alguma medida, como se constrói o discurso de modo a apagar as diferenças de classes, perpetuando um “mito de sociedade sem classes”.

Contudo, o livro-texto organizado por Dines e Humez (2014), “Gender, race and class in media”, em sua edição mais recente, é o que menos trata de classe, apesar das 776 páginas e dos 70 artigos, chegando a ser sintomático no cenário atual. A maioria dos artigos presentes trata de gênero, sexualidade e raça (como na própria ordem do título), sendo que todos os (poucos) artigos sobre classe estão ligados à questão do gênero, não se discutindo, em nenhum deles o conceito de classe.

Já no livro organizado por Don Heider (2004), é mostrado como, nos Estados Unidos, o silêncio sobre as classes sociais na mídia é destinado a negar a existência de interesses de classes em conflito. Para tanto, as pesquisas se valem, principalmente, das teorias do

¹⁶² Concebendo, como Stuart Hall (2006), que identidade é algo que se constrói por meio do discurso.

¹⁶³ Como afirma Champagne (2008, p. 63), “os mal-estares sociais não tem uma existência visível senão quando se fala deles na mídia, isto é, quando são reconhecidos como tais pelos jornalistas”.

¹⁶⁴ Trazemos essa literatura no sentido de uma pesquisa bibliográfica atualizada sobre o tema, para além do que o *corpus* do capítulo 1 aponta.

¹⁶⁵ Entre outros trabalhos de Beverley Skeggs.

jornalismo de matriz norte-americana, como Michael Schudson, Herbert Gans e Gaye Tuchman, utilizando análise de conteúdo. Algumas das conclusões são a racialização da pobreza na mídia, sendo que a maioria dos pobres nos Estados Unidos não é negra, e a construção dos pobres ou como “vítimas” – sempre no sentido individual – ou como “criminosos”. Além disso, observam como a linguagem jornalística é construída com um distanciamento em relação à classe trabalhadora (tratada como “eles”), e direcionada às classes médias¹⁶⁶.

Kendall (2005) se baseia em referenciais teóricos semelhantes (como Schudson e Tuchman), adicionando a noção de “enquadramento” de Erving Goffman. A sua chave de análise, a exemplo de Heider (2004), fica na polarização entre “pobreza” e “riqueza”, ou “pobres” e “ricos”, sem um aprofundamento analítico no conceito nem relações com questões de valor e exploração. A autora, então, constrói “tipologias” de enquadramento da riqueza e da pobreza na mídia dos Estados Unidos, por exemplo: a) enquadramento de consenso: ricos são como todos os outros; b) enquadramento de admiração: ricos são pessoas generosas e solidárias; c) enquadramento de emulação: ricos personificam o *american dream*; d) enquadramento “laranja podre”: alguns ricos são canalhas. Enquanto isso, os pobres são “sem rosto”. Quando muito, segundo Kendall (2005), mostram os membros da classe trabalhadora como “somente isso”, reduzindo-os à sua ocupação ou ao “mercado”, invisibilizando o “mundo do trabalho”¹⁶⁷ – que ultrapassa o mercado ou a organização – e a complexidade da vida material desses sujeitos sociais.

Se Heider (2004) e Kendall (2004) analisam o discurso midiático sobre as classes a partir dos Estados Unidos, David Morley (2010), Beverley Skeggs e Helen Wood (2011; 2012) o fazem a partir do Reino Unido. Em comum, o fato de estudarem a questão de classe sob o prisma da *reality TV*¹⁶⁸, ou televisão-realidade.

Para Morley (2010), atualmente, a visibilidade da classe trabalhadora na mídia, se deve, em parte à *reality TV*, mas o discurso é de desvalorização de qualquer entendimento sociológico do mundo, retratando essa parcela da população como indivíduos soltos no mundo. Com relação a questões teórico-metodológicas no trabalho de Morley (2010), podemos criticar o fato de o autor reduzir classe a mero protocolo metodológico – saber

¹⁶⁶ Em Grohmann (2014), por exemplo, observamos como o discurso da revista IstoÉ dinheiro sobre a chamada “nova classe média” é construído no sentido de distanciamento dessa parcela da população, como na manchete “Como lucrar com a nova classe média” (22 de novembro de 2011).

¹⁶⁷ Ultrapassando o referencial de Kendall (2005) e trazendo Antunes (2001) para a discussão.

¹⁶⁸ Segundo Rocha (2009, p. 2), “A *reality TV* é uma variedade da programação factual popular que modeliza os mais diversos formatos televisivos. Embora o formato mais associado à *reality TV* seja o *reality show*, ela não se restringe a ele e transporta, para a programação em geral, estilos e técnicas que visam tornar seus textos mais e mais reais”

“como” aplicar, “como” usar. Em sua visão, “classe” é menos uma questão ontológica do que algo que pode ser posicionado nas análises.

Skeggs e Wood (2011; 2012) concordam com Morley (2010) no fato de que a *reality TV* desordena categorizações sociais e, assim, produz uma “economia moral complexa”. Esses programas de televisão, segundo Wood e Skeggs (2001), reinventam o mito da mobilidade social a partir da cultura neoliberal, com o discurso de suposto acesso a uma vida melhor por meio dos *realities*. Além disso, no discurso midiático, segundo as autoras, usa-se “ordinário”/ “comum” como eufemismo para dizer “classe trabalhadora”, invisibilizando, pois, o próprio termo classe. A desigualdade social, então, é reduzida à subjetividade. A *reality TV*, assim,

objetifica a classe por separar as pessoas de seus conjuntos de relações (classe trabalhadora) que compõem suas experiências sobre o mundo e os coloca dentro de outro conjunto de relações. A objetificação é realizada por meio do desenvolvimento de tecnologias (ângulos de câmera, luz, *mis-en-scene*, música, etc.), performance, conversa com a câmera (Skeggs, 2015, p. 99).

Ou seja, essa “televisão-realidade” edita o mundo sobre as classes sociais. Entretanto, não se restringe ao discurso midiático sobre os sujeitos. Em alguma medida, esse “mundo editado” é incorporado nas performances das participantes dos *realities*. Para Couldry (2011), os *reality shows* mais reforçam que desafiam as desigualdades de classe, reforçando um modelo de julgamento e classificação, além de promover uma dramatização das relações de classe. Segundo Skeggs e Wood (2012), os programas da *reality TV* exigem que os participantes façam performances a partir de determinados valores, gerando uma semiótica de valores que nos convoca, como espectadores, a pensar em modos de avaliação e classificação.

Esses programas “evocam uma linguagem de antagonismo de classes em torno de distinções de gosto e julgamentos de talento que, muitas vezes, resultam no surgimento de celebridades da classe trabalhadora¹⁶⁹ vistas como figuras odiosas (Wood; Skeggs, 2011, p. 2). Dessa forma, podemos observar como há uma naturalização do discurso midiático em relação as classes – como também mostrado por Ronsini (2012), por exemplo. Assim, há valores em circulação¹⁷⁰, a partir do discurso midiático, sobre como devem ou não devem ser as classes sociais.

Além disso, como esses discursos revelam lutas de classes? Ou, ainda: como as mídias operam um “simulacro” de luta de classes, ou individualizando/ personalizando o debate (uma

¹⁶⁹ Como afirma Champagne (2008, p. 68), “os dominados são os menos aptos a poderem controlar sua própria representação”.

¹⁷⁰ Que Beverley Skeggs e Helen Wood (2012) chamam de “circuito de valor”

personagem *versus* a outra, como nos *reality shows* ou novelas), ou invisibilizando as lutas. Ora, essa dissimulação sógnica da luta de classes (e, por consequência, das próprias classes) é expressão própria da luta de classes. Daí falarmos em “signos de classe” que circulam nos processos comunicacionais.

Como afirmam Bakhtin/ Volochinov (2010), os signos são a arena onde se desenvolve a luta de classes, e em todos os signos “confrontam-se índices de valor contraditórios” (Bakhtin/ Volochinov, 2010, p. 47), onde os confrontos sociais estão materializados e, de certa forma, sintetizados. A escolha por um ou outro signo é reveladora, pois, do lugar na luta de classes. A linguagem, pois, não é formada somente por consensos (como o mínimo para se estabelecer comunicação em uma comunidade linguística), mas primordialmente por conflitos, que, de alguma forma, se materializam nos discursos (Baccega, 1995b). Quando o signo é posto à margem dessa luta de classes, segundo Bakhtin e Volochinov (2010, p. 48), ele “irá infalivelmente debilitar-se, degenerará em alegoria [...] e não será mais um instrumento racional e vivo para a sociedade”.

Contudo, o signo, que é ideológico por definição, às vezes, é visto como “mais ideológico” ou “menos ideológico” dependendo da posição dos sujeitos nas disputas de classes. “A classe dominante tende a conferir ao signo ideológico um caráter intangível e acima das diferenças de classe, a fim de abafar ou de ocultar a luta dos índices sociais de valor que aí se trava, a fim de tornar o signo monovalente” (Bakhtin/ Volochinov, 2010, p. 48). Dessa forma, alguns discursos são classificados como “os neutros”, enquanto “os outros” são taxados como “ideológicos”, no sentido de negativados, naturalizando – no sentido mesmo de construir como natural o que é social e político – as ideologias das classes dominantes.

A partir disso, podemos fazer uma inflexão: em vez de compreender somente os “discursos midiáticos sobre as classes”, propomos os “signos de classe em circulação nos processos comunicacionais” (ou “signos circulantes de classe”). Isso se dá pelo fato de que a construção sógnica das classes e suas lutas não se dá somente no discurso midiático (que, por si só, não é homogêneo), mas em todos os discursos sociais. É preciso, pois, pensar os processos comunicacionais a partir do cotidiano (Bakhtin/ Volochinov, 2010), considerando que “é no cotidiano que se têm jogado as ‘partidas’ decisivas da dominação” (Baccega, 1998, p. 86).

Assim, podemos abarcar, de fato, como se dão as lutas de classes no eixo sógnico. Somente a análise do discurso midiático, como mostrado pelo próprio *corpus* do capítulo 1, pode acabar por invisibilizar os movimentos das lutas de classes que se dão nos processos comunicacionais. Ao tratarmos de “signos de classe em circulação” ou “signos circulantes de

classe”, relaciona-se também ao que foi discutido sobre os estudos de recepção e os sujeitos sociais nos processos comunicacionais.

Também no sentido de ampliação da esfera do “somente discurso midiático”, o trabalho de Wood e Skeggs (2011) é interessante, pois a grande diferença de suas recentes pesquisas em relação à literatura estrangeira sobre “classes na mídia” é o fato de pensar como esses discursos podem também compreender extração de mais-valia – ou seja, conecta os signos a questões da produção e da economia política. Segundo as autoras,

as performances de pessoas ‘comuns’ geram audiência, produzindo não somente violência simbólica (por meio de humilhação e vergonha), mas também exploração direta e extração de valor. Oprah Winfrey acumulou muita fortuna posicionando a si mesma como mercadoria máxima em um “gerenciamento de si” por meio de todo o império midiático (Woods; Skeggs, 2011, p. 16).

Ou seja, podemos pensar a linguagem também a partir da circulação de mercadorias, e, pois, do próprio capital. Em busca de uma semiótica marxista, Rossi-Landi (1985) procura compreender a circulação dos bens linguísticos e da comunicação, partindo do pressuposto de que os signos circulam como mercadorias. “Podemos perguntar-nos quais são as regularidades que regem a circulação das palavras, expressões e mensagens, começando pelos valores segundo os quais elas são consumidas e trocadas” (Rossi-Landi, 1985, p. 85) – e este é, para o autor, a dimensão comunicacional¹⁷¹. Assim, podemos pensar os signos em circulação nos processos comunicacionais e também como mercadoria¹⁷² no processo de circulação do capital.

A linguagem, para Rossi-Landi (1985), deve ser vista como trabalho, produto do trabalho humano linguístico, pois “as palavras e as mensagens, que são problemas, constituem a realidade social concreta da qual temos que partir” (Rossi-Landi, 1985, p. 66). A partir disso, o autor compreende uma “homologia da produção” entre artefatos materiais e enunciados e discursos, ou entre trabalho e linguagem¹⁷³. Desse modo, a linguagem – que constitui a materialidade da vida social – é, ela mesma, trabalho – atividade languageira que é enunciada por sujeitos sociais. Na comunicação, portanto, trabalhamos com signos, que são enunciados, trocados, consumidos, circulados. Produzem sentido e também são mercadorias. “Podemos perguntar-nos quais são as regularidades que regem a circulação de palavras,

¹⁷¹ Em Rossi-Landi (1985, p. 164), o autor define a comunicação como “a produção, a circulação e o acúmulo de mensagens no âmbito da comunidade linguística”. Ele considera política, economia, jurisprudência e moda, por exemplo, como estruturas comunicativas.

¹⁷² E também a dupla face da mercadoria, como signo e como materialidade-coisa.

¹⁷³ Como afirmam Marx e Engels (2007 [1845-1846], p. 34-35), “a linguagem nasce, tal como a consciência, do carecimento, da necessidade de intercâmbio com outros homens”. Não entraremos nos detalhes sobre a relação entre trabalho e linguagem. Cf: Noroudine (2002), Karsenty; Lacoste (2007), Boutet (1995).

expressões e mensagens, começando pelos valores segundo os quais elas são consumidas e trocadas” (Rossi-Landi, 1985, p. 85).

Ursula Huws (2011) afirma que, muitas vezes, ao falar sobre linguagem e discurso, fica “invisível o fato de que os produtos culturais, tais como livros, filmes, ‘ciência’ ou propaganda – e as ‘ideias’ que eles contêm (no mínimo, considerando que são resultado consciente de esforço mental) são também produtos de trabalho humano, intelectual e físico” (Huws, 2011, p. 28).

A linguagem, pois, como trabalho é uma importante dimensão da luta de classes: a língua é um lugar onde se materializam conflitos (Baccega, 1995). Para Rossi-Landi (1985), as classes dominantes controlam a linguagem em todo mercado linguístico comunicativo a partir de três dimensões de controle: a) da codificação; b) dos canais, ou da modalidade da circulação das mensagens; c) das modalidades de interpretação e codificação, ou consumo. Assim, “a classe dominante aumenta a redundância das mensagens que confirmam sua própria posição e ataca com ruído ou, perturbando se necessário, a codificação e a circulação das mensagens que poderiam, ao contrário, desestabilizá-la” (Rossi-Landi, 1985, p. 240). No entanto, como afirma Williams (2000, p. 217), “os grupos dominantes nem sempre controlam (historicamente, de fato, muitas vezes não o fazem) o sistema de significações global de um povo”.

Desse modo, podemos perceber o papel dos sujeitos, em suas relações de comunicação, em visibilizar ou apagar – como simulacro – os signos de classe. As lutas de classes, pois, que se revelam nos processos comunicacionais, tem uma dimensão de trabalho linguístico. Por exemplo, como afirma Fígaro (2014, p. 64), “a atividade languageira, nas relações de comunicação no mundo do trabalho, acompanham, comentam e produzem o trabalho real. Mostram também como são diferentes os lugares de enunciação da empresa (oficial) e do mundo do trabalho”.

Além disso, quais são as versões da conjuntura política de um país que serão circuladas hegemonicamente? Quais são as resistências, os tensionamentos e os deslocamentos de sentido? São as disputas ou lutas narrativas – dimensões da luta de classes. Os conglomerados midiáticos possuem um importante papel nessas disputas narrativas ao fazer circular determinados signos de classe.

No entanto, não podemos reduzir o papel desse eixo ao discurso midiático sobre as classes sociais, pois essa é apenas uma de suas facetas: os profissionais da comunicação e os conglomerados midiáticos circulando os signos de classe. Isso não significa reduzir sua dimensão, pois trata-se de uma faceta importante para a circulação do capital, mas não é a

única¹⁷⁴. Quando falamos nos sujeitos, estamos dizendo que todos os sujeitos sociais e comunicacionais, em seu cotidiano, em sua materialidade própria da vida social, também contribuem para a circulação dos signos de classe e para as lutas de classes nas relações de comunicação, sejam elas mediatizadas ou não.

Na verdade, é nesse circuito que onde os sentidos de classe são (re)produzidos e, de alguma forma, também tensionados. A comunicação não é um fluxo ou algo linear – e deve ser entendida em sua complexidade, considerando, como afirma Maingueneau (2001), as cenas enunciativas e como os enunciados são difundidos. É preciso, portanto, pontuar o “lugar” onde essas lutas de classes ocorrem nos processos comunicacionais, onde os signos de classes circulam, pois também produzem sentido. Para tanto, trazemos¹⁷⁵ a concepção de “dispositivo comunicacional” a partir de Maingueneau (2001).

O conceito de dispositivo possui repercussão filosófica principalmente a partir de Michel Foucault. No entanto, ao longo de sua obra, a noção se mostra instável. No primeiro volume de “História da Sexualidade” (Foucault, 2014a), ele coloca a ideia de “dispositivo de sexualidade” (e também de “alianças”), sem, entretanto, definir o conceito em si. Em “Vigiar e Punir” (Foucault, 2007), a noção também aparece, deixando-nos entrevê-la. Por exemplo, os reformatórios são vistos como “dispositivos voltados para o futuro, e organizados para bloquear a repetição do delito” (Foucault, 2007, p. 104). Ao longo do livro, fala-se em “dispositivo de poder”, “dispositivos disciplinares”, “dispositivo panóptico”, mas também não há uma definição conceitual precisa. O que se pode apreender é um conceito múltiplo e amplo, que serve para explicar diversos mecanismos de poder. Em apenas um momento de sua obra há uma (breve) definição conceitual, em uma entrevista publicada na revista “Ornicar” (que em português se encontra em Foucault, 2014b):

um lugar, um conjunto decididamente heterogêneo que engloba discursos, instituições, organizações arquitetônicas, decisões regulamentares, leis, medidas administrativas, enunciados científicos, proposições filosóficas, morais, filantrópicas (Foucault, 2014b, p. 364).

---

¹⁷⁴ Marcos Dantas (2012) define o trabalho sógnico tomando como base o “trabalhador da informação” (Dantas, 2012, p. 126-27). Como estamos mostrando, não reduzimos esse trabalho sógnico – a atividade linguageira – aos profissionais que trabalham com o que se convencionou chamar de informação ou comunicação, mas algo que se dá a partir da atividade humana dos sujeitos sociais e da sua produção de sentido, onde o trabalho sógnico desses profissionais também está inserido – a partir da dimensão desse trabalho sógnico como mercadoria. Essa redução é perigosa, pois desconsidera as atividades comunicacionais dos sujeitos, como por exemplo, as atividades sógnicas desenvolvidas pelos sujeitos nas mídias sociais – e que podem ser entendidas tanto a partir da produção de sentido como a partir da circulação do capital (como no caso do Facebook – cf: Fuchs, 2014b).

¹⁷⁵ Cf: Fígaro; Grohmann, 2016

Assim, o dispositivo pode ser visto como uma rede – de relações institucionais, normativas, discursivas – que se estabelece (ou pode se estabelecer) entre esses elementos com uma função estratégica dominante, principalmente de disciplinar corpos e modos de ser. Para Foucault (2007; 2014a; 2014b), não há sujeitos sociais, classes sociais ou luta de classes, mas micro-poderes difundidos por toda a sociedade. O “indivíduo” (e não “sujeito”) é que é produzido por esses dispositivos. Sua noção de dispositivo, portanto, invisibiliza as relações de poder entre as classes, dispersando o indivíduo nas sociedades. Por isso, se falamos em “dispositivo comunicacional”, não o é na acepção foucaultiana.

Outro autor que discute a noção de dispositivo é o filósofo italiano Giorgio Agamben. Como se não bastasse a amplitude do conceito em Foucault, Agamben, apesar de seguir pensando junto com o autor francês, propõe ampliá-lo ainda mais, deslocando sua noção para além das instituições:

Generalizando posteriormente a já bastante ampla classe dos dispositivos foucaultianos, chamarei literalmente de dispositivo qualquer coisa que tenha de algum modo a capacidade de capturar, orientar, determinar, interceptar, modelar, controlar e assegurar os gestos, as condutas, as opiniões e os discursos dos seres vivos. Não somente, portanto, as prisões, os manicômios, o panóptico, as escolas, a confissão, as fábricas, as disciplinas, as medidas jurídicas, etc., cuja conexão com o poder é num certo sentido evidente, mas também a caneta, a escritura, a literatura, a filosofia, a agricultura, o cigarro, a navegação, os computadores, os telefones celulares – e por que não – a própria linguagem. (Agamben, 2009, p. 40-41).

Para Agamben (2009), pois, tudo pode se constituir como um dispositivo e produzir subjetividades: nota-se, é o dispositivo que produz subjetividades. Onde está o sujeito, então? Segundo o autor, eles se posicionam entre os seres vivos – também chamadas de “substâncias” – e os dispositivos, que, por sua vez, estão na ordem das técnicas de subjetivação e da produção de subjetividades. Podemos notar, pois, como também em Agamben há uma total captura do indivíduo pelos dispositivos, incluindo processos de subjetivação e dessubjetivação. É interessante notar como o próprio autor chega a afirmar (Agamben, 2009, p. 48) que não existe uma forma única ou correta de “usar” os dispositivos – o que nos levaria a crer que haveria possibilidade para se pensar nas atividades dos sujeitos sociais. No entanto, pelo contrário, isso serve para reafirmar que “a todo dispositivo corresponde um determinado processo de subjetivação (ou, neste caso, de dessubjetivação)” (Agamben, 2009, p. 48). As pessoas são, portanto, resultados dos dispositivos: “aqueles que têm discursos similares são [...] o resultado do dispositivo midiático no qual estão capturados” (Agamben, 2009, p. 48). Com esse sujeito “capturado”, é o dispositivo a linha central da análise, não as atividades dos sujeitos.

Para além de Foucault e Agamben¹⁷⁶, como o campo da comunicação tem pensado o conceito? A revista francesa “Hérmes” dedicou um dossiê ao tema em 1999. Na apresentação, Jacquinet-Delaunay e Monnoyer (1999) afirmam que a noção de dispositivo foi sendo utilizada sem ser propriamente elucidada pensando em sua operacionalidade. Eles afirmam que o conceito aparece, historicamente, como um conceito-valise (*mot-valise*), que pode ser aplicado a diferentes contextos, desde a questão do status dos objetos técnicos, passando pela relação homem-máquina e às formas de ação e controle que perpassam a relação entre humanos e não-humanos. Com isso, o risco é de o conceito ser tão amplo que acaba por perder seu poder explicativo. Podemos perceber, ao longo do dossiê, como há uma ênfase na questão tecnológica, mais do que propriamente comunicacional, como podemos ver em Peraya (1999) e Peeters e Charlier (1999).

Na pesquisa brasileira em comunicação, podemos tomar como referência autores como José Luiz Braga (2006a) e José Luiz Aida Prado (2013). O conceito trazido por Braga (2006a) é o de dispositivos sociais, não de dispositivos comunicacionais, e sua referência para a questão é Mouillaud (2002)¹⁷⁷. Já Prado (2013) fala em dispositivos comunicacionais, mas não conceitua o termo¹⁷⁸ e suas análises se centram somente na dimensão midiática – ou seja, não se trata do propriamente comunicacional.

Jairo Ferreira (2006) defende uma análise tridimensional do conceito de dispositivo, articulando dimensões socioantropológicas, tecnotecnológicas e semiolinguísticas. O conceito de dispositivo aqui, no entanto, nos serve apenas à medida para discutir as relações de comunicação em seu eixo discursivo – pois colocamos como central o sujeito social/comunicacional – e sua relação com as classes sociais e suas lutas. Defendemos, aqui, portanto, por um lado, uma dimensão mais restrita em relação à proposta de Ferreira (2006). Por outro, estamos falando em “dispositivo comunicacional” e o autor concebe apenas os “dispositivos midiáticos”, que não comporta todas as relações de comunicação.

Por isso, trazemos a concepção de dispositivo comunicacional em Maingueneau (2001), pois entendemos que ele torna operativo o conceito – podendo articulá-lo

¹⁷⁶ Não é nossa intenção, aqui, fazer uma exaustiva discussão sobre o conceito, mas somente fazer alguns apontamentos para pensarmos a noção de “dispositivo comunicacional” a partir da ótica das classes sociais.

¹⁷⁷ Mouillaud (2002), ao pensar o jornal como dispositivo, dá como outros exemplos livro, canção, disco e filme. Por um lado, não podemos reduzir dispositivos a esses exemplos ou a questões midiáticas. Por outro, Mouillaud (2002) se aproxima da noção de dispositivo comunicacional em Maingueneau (2001) – apesar de não falar na questão comunicacional – ao afirmar que o dispositivo não pode ser reduzido a um suporte, mas são os lugares nos quais se inscrevem os textos. Nesse sentido, é interessante seu exemplo: “para começar, o teclado não é a mão. Ele a arma com uma prótese que separa as letras, lá onde a mão desliza, não mobilizo apenas o dispositivo alfabético, mas a colocação no espaço (...) inerente à língua” (Mouillaud, 2002, p. 30).

¹⁷⁸ Em Prado (2010), há a conceituação do termo “dispositivo” a partir de Foucault e Agamben, mas o autor não conceitua em “dispositivo comunicacional”, apenas aplica a questão do dispositivo para a mídia.

teoricamente com outras acepções teórico-epistemológicas que não a foucaultiana, por exemplo, sem prejuízo epistemológico. O autor retira o termo das discussões filosóficas envolvidas nas relações de poder e disseminadas nos dispositivos para compreendê-lo a partir das situações de enunciação considerando o próprio processo comunicacional.

Quando tratamos do *mídi*um de um gênero de discurso, não basta levar em conta seu suporte material no sentido estrito (oral, escrito, manuscrito, televisivo, etc.). É necessário também considerar o conjunto do circuito que organiza a fala. A comunicação não é, com efeito, um processo linear [...]. Na realidade, é necessário partir de um dispositivo comunicacional que integre logo de saída o *mídi*um. O modo de transporte e de recepção do enunciado condiciona a própria constituição do texto, modela o gênero do discurso. (Maingueneau, 2001, p.72).

Como podemos ver, Maingueneau (2001) propõe extrapolar o texto linguístico para mostrar-se como totalidade na comunicação, que não é um processo linear, envolvendo suportes materiais de produção, situações de difusão e de recepção. Se um dos elementos é alterado, muda-se também a própria comunicação. O conceito deve ser visto, então, como um “lugar” da comunicação – onde ocorrem, por exemplo, os embates e conflitos – que nos permite compreender as condições de produção dos discursos, com seus efeitos de sentidos e deslocamentos. Não se trata, pois, de um circuito fechado, mas aberto às possibilidades de intervenção pelos sujeitos, e é na circulação que o dispositivo faz sentido.

Estas formas de comunicação, compreendidas pelos dispositivos comunicacionais, nos ajudam a compreender a sociedade em que vivemos, pois como afirma Maingueneau (2001, p. 72), “uma sociedade [...] não se distingue das formas de comunicação que ela torna possíveis e que a tornam possível”. Portanto, Maingueneau (2001) nos possibilita sair das amarras foucaultianas para considerar as relações entre os sujeitos em sua vida concreta e material, com suas contradições e considerar o dispositivo a partir dos processos comunicacionais, sem extirpar a centralidade das lutas de classes nas relações de comunicação.

O que, então, queremos aqui com o dispositivo comunicacional? Podemos nos perguntar: em que medida os dispositivos comunicacionais podem revelar lógicas ou sentidos de classe¹⁷⁹? A novela pode ser assistida em uma televisão, no celular, com pessoas por perto ou não. A reunião da empresa pode mobilizar falas, interações por celular, gestos (podendo, inclusive, indicar resistências a uma fala hegemônica). Um pedaço de bilhete, um grupo no *WhatsApp*, uma determinada página do Facebook, uma troca de e-mails, a sala de jantar onde é servida a ceia para a família – todos são dispositivos comunicacionais que nos revelam, no

¹⁷⁹ Pergunta também levantada por Mauro (2014).

plano das relações de comunicação, as lutas de classes. São as ambiências ou os lugares onde a comunicação se efetiva, onde as lutas são travadas e por onde os signos de classes circulam e são materializados, concretizados. A circulação dos signos de classes, portanto, não ocorre sem os dispositivos comunicacionais, e determinados discursos justamente se tornam hegemônicos porque se concretizam nesses diferentes dispositivos.

Em suma, podemos definir, de forma panorâmica, dimensões do eixo discursivo para compreensão das classes (e suas lutas) na comunicação: a) os signos de classe presentes nas mídias, no discurso midiático; b) a linguagem como trabalho e mercadoria, tanto matéria dos trabalhadores da área de comunicação em suas atividades, quanto a articulação do discurso midiático com a atividade linguageira presente na produção transformada em mercadoria; c) os signos de classes circulantes nas relações de comunicação dos sujeitos a partir dos diferentes dispositivos comunicacionais.

Com isso, podemos compreender como o eixo linguageiro ou discursivo atua nas lutas de classes em circulação nos processos comunicacionais. Contudo, não podemos nos esquecer do eixo próprio da “produção” – o lado dos trabalhadores e do trabalho – muitas vezes invisibilizada nas pesquisas em comunicação. Como afirma Fuchs (2016, p. 195), “lutas culturais são lutas semióticas porque são nelas onde o sentido é contestado – isto é, há disputas sobre quem define e controla o valor e o conhecimento na sociedade”.

5.2. O Lado “Invisível” da Produção

No *corpus* do capítulo 1, pudemos ver que a maioria dos trabalhos é classificada a partir dos estudos de recepção e/ou consumo e do que chamamos aqui de “eixo discursivo”. Foram poucas as pesquisas que trataram do lado da “produção”, ou seja, as lutas de classes na comunicação a partir do modo de produção capitalista. Ficam invisibilizadas questões como valor, trabalho e exploração e mesmo a economia política da comunicação (ou crítica da economia política). Esse eixo é essencial para uma abordagem das lutas de classes na comunicação.

Quando falamos em “produção”, não se configura uma análise da produção midiática – no sentido de um estudo de *newsmaking* (Traquina, 2005) ou da equipe de produção ou o orçamento de uma produção midiática. Essa é uma visão rasa e, em alguma medida, tecnicista sobre o sentido de “produção”. Aqui a expressão se refere a um sentido mais abrangente, no sentido de trabalho e produção material, de processos de produção.

Nesse sentido, é importante ressaltar que o processo de produção nunca se deu somente nas fábricas. Falar em produção e em trabalho como atividade humana e no modo de produção capitalista é pensar nos mais variados espaços sociais. Falamos em “mundo do trabalho” e não em “mercado de trabalho”, pois não relegamos à produção o lugar de mero “mercado” – seria rebaixar o próprio conceito de trabalho, enquanto seria focada em relações somente econômicas. Conceber o “mundo do trabalho” (Antunes, 2001) é pensa-lo em sua complexidade, à luz da vida concreta e material dos sujeitos, suas subjetividades e também com vistas às formas de exploração e expropriação. Afinal, a dialética do trabalho (e da própria “classe-que-vive-do-trabalho”) é a compreensão de que envolve uma dimensão de expressão/riqueza e outra de expropriação/pobreza (Huws, 2014; Antunes, 2013). Pender somente para um lado é compreender a produção de maneira simplista, não-dialética.

O *Zeitgeist* da produção atualmente é, principalmente, o de um “discurso flexível e trabalho duro” (Bernardo, 2009). O “imperativo da flexibilidade” é um dos pilares da atual fase do capitalismo, fase essa que tem sido, em certa medida, adjetivada por autores, tais como “novo espírito do capitalismo” (Boltanski; Chiapello, 2012), “capitalismo *cool*” (McGuigan, 2012), “nova razão do mundo” (Dardot; Laval, 2016). Independentemente do nome, o importante é ressaltar como tem ocorrido as mudanças no motor do capitalismo, uma “nova morfologia do trabalho” (Antunes, 2013)¹⁸⁰. Conforme Eagleton (2012, p. 136),

¹⁸⁰ “Essa nova morfologia do trabalho (...). vem ampliando o universo do trabalho invisibilizado e potencializando novos mecanismos geradores de valor – ainda que com aparência de não valor – a partir de

Hierarquias ao velho estilo talvez tenham cedido lugar em alguns setores da economia a formas de organização descentralizadas, baseadas em redes, em equipes, ricas em informação, camaradagem e informalidade, mas o capital continua concentrado em um número menor do que nunca de mãos, e as fileiras dos indigentes e carentes crescem a toda hora.

A luta de classes, pois, não desaparece no capitalismo do século XXI, e a comunicação tem o seu papel. Em certa medida, essas mutações se relacionam com a intensificação da comunicação nos processos produtivos. Como afirma Figaro (2008, p. 28), “as tecnologias e as linguagens do campo da comunicação são incorporadas ao novo modelo de organização da empresa desde a produção”. Ou como diz Judy Wajcman (2015, p. 100), “os trabalhadores dedicam a maior parte do seu tempo no trabalho engajados em atividades de comunicação”.

Muniz Sodré (2014) também concorda que, principalmente devido às mudanças no capitalismo nos últimos anos, a comunicação se faz ainda mais importante em relação aos processos produtivos. “Hoje, é grande o consenso quanto ao fato de que a comunicação, em sua prática, é a ideologia mobilizadora de um novo tipo de força de trabalho, correspondente à etapa presente de produção das mercadorias por comando global” (Sodré, 2014, p. 85).

E isso não é algo novo. Como mostra Williams (2000, p. 230), “os processos de informação, quer externos quer internos, tornaram-se uma parte qualitativa da organização econômica”. Com isso, para ele, há novas complexidades de classes, sendo, então, “significativo que alguns dos mais encarniçados conflitos e lutas ‘industriais’ dão-se, hoje em dia, nessa área crítica dos sistemas de informação, de comunicações e de administração baseados em coleta e processamento de dados” (Williams, 2000, p. 230-231). Por isso, não podemos descolar a produção ao pensar as classes e suas lutas no campo da comunicação.

De forma mais ampla, podemos considerar, ainda, a comunicação com um papel intrinsecamente imbricado aos processos produtivos – a comunicação ela mesma como produção. Como afirma Williams (2011a, p. 69),

a comunicação e os seus meios materiais são intrínsecos a todas as formas distintamente humanas de trabalho e de organização social, constituindo-se assim em elementos indispensáveis tanto para as forças produtivas quanto para as relações sociais de produção [...] Os meios de comunicação, tanto como produtos quanto como meios de produção estão diretamente subordinados ao desenvolvimento histórico (Williams, 2011a, p. 69)

Enquanto atividades humanas, comunicação e trabalho estão inseridos no cotidiano concreto dos sujeitos sociais. “Pensar e comunicar para Marx são processos de produção que são embutidos na vida cotidiana e no trabalho humano. Os seres humanos produzem suas próprias capacidades e realidades de pensar e comunicar no trabalho e nas relações sociais” (Fuchs; Sandoval, 2015, p. 31). Dessa forma, não há trabalho que também não mobilize comunicação. Se não podemos descolar os processos de comunicação dos processos produtivos, podemos considerar que comunicação e trabalho formam, portanto, um binômio que considera a atividade humana¹⁸¹ como central (Fígaro, 2001; 2008), e enquanto binômio, é algo entrelaçado na vida social e não deve ser considerado como entes independentes, como também concordam McKercher e Mosco (2008) e Fuchs e Sevignani (2013)

Podemos observar, então, que a comunicação ligada aos processos produtivos se desenvolve tanto em relação à atividade humana e material dos sujeitos quanto no próprio modo de produção capitalista, de modo que a comunicação, de fato, se torna uma grande força, de certo modo, mobilizadora (ou desmobilizadora) da luta de classes. Essas lutas se dão, então, nos processos comunicacionais e produtivos.

A partir do reconhecimento, então, do papel produtivo da comunicação, podemos compreender como a economia política da comunicação nos ajuda em relação às classes. Para Mosco (2009), trata-se de pesquisar as desigualdades persistentes nos sistemas de comunicação e como as tecnologias de comunicação têm sido usadas para desqualificar o trabalho, inclusive nas indústrias midiáticas, onde suas elites (re)produzem os controles sobre os negócios de comunicação. O autor também pontua que é dever da economia política examinar como as audiências respondem e resistem ao sistema comercial hegemônico, inclusive nas plataformas de internet. Segundo Mosco (2009, p. 191), “essas formas de análise de classe são importantes porque demonstram que a classe nos diz muito sobre produção, distribuição e comunicação na sociedade”.

A comunicação, pois, tem seu caráter de classe, algo semelhante ao que Bolaño (2000) afirma em relação à informação: “no nível do processo de trabalho, a informação adquire inequivocamente a forma de informação de classe” (Bolaño, 2000, p. 45). E com a internet, o cenário não é diferente. Para Nayar (2010), a distribuição e a força de trabalho da internet são controladas por uma “tecno-classe”.

---

¹⁸¹ Trabalho, portanto, não é somente sinônimo de “emprego”, mas no sentido humano da atividade de trabalho. Segundo Eagleton (2012, p. 98), “Marx (...) crê na produção pela produção em um sentido mais generoso do termo, defendendo a tese de que a autorrealização humana deve ser valorizada como um fim em si mesma, em lugar de reduzida ao instrumento de consecução de outro objetivo (...). Marx se revela um crítico severo da ideia de reduzir a produção humana a tratores e turbinas. A produção que considerava importante se aproximava mais da arte do que da montagem de rádios transistores ou do abate de ovelhas”.

Esse olhar, pois, deve considerar as reconfigurações dos oligopólios e das empresas frente à comunicação e às tecnologias, formando uma classe capitalista transnacional. Uma agenda acerca das lutas de classes na comunicação, portanto, deve considerar o mundo do trabalho e a classe trabalhadora, como se dão as formas de exploração e expressão, reconhecendo “os trabalhadores como agentes que resistem, lutam mais e negociam suas condições de trabalho” (Cohen, 2012, p. 151).

Mas em vez de falar “classe trabalhadora” ou “classe-que-vive-do-trabalho” (Antunes, 2001) – expressões que soam *démodé* – alguns autores têm procurado se expressar a partir de formas adjetivadas de trabalho, tais como “trabalho digital”, “trabalho criativo”, “classe criativa” e “trabalhadores do conhecimento”. Quais as implicações disso?

Hesmondhalgh (2013) conceitua “trabalho cultural” e “trabalho comunicacional”, afirmando que somente produzem “cultura” ou “comunicação” os trabalhadores estritamente vinculados à produção e circulação de textos – também com uma visão restrita sobre “texto”, sendo assim, apenas alguns trabalhadores dentro de algumas indústrias específicas (rádio, televisão, internet, música, por exemplo). Em sua visão, por exemplo, engenheiros não seriam trabalhadores culturais, pois sua atividade de trabalho não resultaria em um texto com sentido social. O autor incorre no erro de dizer que o que chama de “trabalhador cultural” é composto por “criadores de símbolos”, como se os outros trabalhadores não criassem símbolos e significados por meio de seu trabalho.

McKercher e Mosco (2009) propõem uma abordagem mais ampla, incluindo todos

na cadeia de produção e distribuição de produtos de conhecimento. Nessa visão, mulheres trabalhadoras mal-pagas das proximidades do Vale do Silício que fabricam e montam cabos e componentes elétricos são trabalhadoras do conhecimento porque são parte integral da cadeia de valor que resulta na fabricação do motor central da produção de conhecimento: o computador (McKercher; Mosco, 2009, p. 25).

Assim, os autores propõem o conceito de “trabalhadores do conhecimento”, com uma proposta pretensamente aberta de incluir quem trabalha em cadeias de valores ligadas ao “conhecimento”. Se, por um lado, McKercher e Mosco (2009) avançam em relação a Hesmondhalgh (2013) por visibilizar as condições de trabalho precárias que estão por trás do imaginário de empresas como Google, por exemplo (Casaqui; Riegel, 2009), por outro, a ênfase no que os autores chamam de “ocupações do conhecimento”: a) traz uma perspectiva weberiana ligada às ocupações e somente ao lugar técnico na produção; b) separa pretensos “trabalhadores do conhecimento” – de uma cadeia produtiva mais valorizada no atual estágio do capitalismo e, portanto, trabalhadores mais “valiosos” – de outros trabalhadores que não

teriam conhecimento ou não seriam ligados a cadeias produtivas valorizadas. Por que alguns trabalhadores seriam “do conhecimento” e outros não? A quem servem essas classificações e taxonomias?

Consideramos que o trabalho, em uma abordagem marxiana, como atividade humana deve ser considerado em sua totalidade. Toda atividade de trabalho, pois, envolve cultura, comunicação e conhecimento, algo também afirmado por Fuchs e Sandoval (2015). O que acontece é que alguns trabalhadores se situam, funcionalmente, em áreas vinculadas aos meios de comunicação ou às indústrias da comunicação. Mas essa é só uma parcela dos trabalhadores – que também mobilizam cultura, comunicação e conhecimento. Falar em “trabalho cultural” e “trabalhador do conhecimento”, então, é semelhante a classificar a sociologia em “sociologia da violência”, “sociologia política”, “sociologia do gosto”, “sociologia das profissões”: pode até funcionar para localizar pesquisadores em um campo científico e suas relações de poder, mas enquanto conceitos, isso se mostra frágil, pois trata como caixas estanques o que possui relações.

Em alguma medida, podemos considerar que esses conceitos de “trabalho cultural” e “trabalhador do conhecimento” possuem um enquadramento de classe. É o que podemos pensar a partir de Williams (2000) e Bolaño (2007)¹⁸². Tudo se passa como se os trabalhos considerados “manuais” fossem menores desvalorizados em relação a trabalhos tidos como “intelectuais” ou “do conhecimento”. Segundo Williams (2000, p. 144),

o caso exemplar significativo é, atualmente, o dos impressores e outros trabalhadores ‘manuais’ na produção do jornal. Afirma-se com toda a segurança, dentro do que hoje se aceita sobre a sociedade de classes, que esses trabalhadores não têm absolutamente nenhuma relação legítima com o conteúdo da produção cultural (...). De um lado da divisão estão os que ‘escrevem’, do outro, os que ‘imprimem’. O primeiro processo é considerado produção cultural, o último, meramente instrumental (Williams, 2000, p. 144)

Essas divisões não levam em conta que não há trabalho que não envolva, ao mesmo tempo, mente e corpo: “o trabalho humano leva a natureza a ser essa extensão de nossos corpos, o que chamamos de civilização. Todas as instituições [...] são extensões do nosso corpo produtivo” (Eagleton, 2012, p. 116). Marx (2011b [1857-1858]), nos *Grundrisse*, coloca que o processo de produção e circulação do capital é impossível sem o trabalho humano, que envolve todo o sujeito:

---

¹⁸² Mesmo assim, eles continuam a utilizar a expressão “trabalho cultural”, Williams (2000) em sua tentativa de circunscrever o espaço de uma “sociologia da cultura” e Bolaño (2007) o de uma “economia política da comunicação”. Talvez a expressão mais adequada seja “trabalhador da área de televisão”, ou “trabalhador da área de literatura”, podendo, ao gosto do leitor, também substituir a palavra “área” por “campo”.

a natureza não constrói máquinas nem locomotivas, ferrovias, telégrafos elétricos, máquinas de fiar automáticas etc. Elas são produtos da indústria humana; material natural transformado em órgãos da vontade humana sobre a natureza ou de sua atividade na natureza. Elas são órgãos do cérebro humano criados pela mão humana; força do saber objetivada (...). Até que ponto as forças produtivas da sociedade são produzidas, não só na forma do saber, mas como órgãos imediatos da práxis social; do processo real da vida (Marx, 2011b [1857-1858], p. 589)

Podemos considerar, pois, que há uma luta desigual pela definição do trabalho que seria mais “legítimo”. Para Bolaño (2007), aquilo que ele chama de “trabalho cultural” tem “uma função ideológica, de construção da hegemonia de uma determinada classe ou de uma contra-hegemonia, ligada a um projeto de sociedade” (Bolaño, 2007, p. 49). Williams (2000) apresenta uma discussão semelhante, ao afirmar que é possível, a partir de lutas e disputas, visibilizar produções culturais vinculadas aos grupos subordinados. “Os grupos dominantes nem sempre controlam [...] o sistema de significações global de um povo” (Williams, 2000, p. 217).

A classe-que-vive-do-trabalho, pois, se reconfigura, adquire novas formas, mas continua a ser classe. Em tempos onde se discute o “não-humano” e os “afetos”, há muito de desumano e de desafeto para a classe trabalhadora. Em alguma medida, podemos considerar que alguns conceitos são fetichizados (Gusmão, 2012), em forma de generalização, revelando também lógicas de classes. Variações de enunciados como “hoje todo mundo usa internet” ou “quando você trabalha com o que gosta, nada é trabalho” ou “trabalhar é legal” também são – como mostramos na seção anterior – signos de classes que circulam na comunicação.

A partir disso, há a valorização de trabalhos considerados “flexíveis” e “cool”, em detrimento de outros, considerados negativamente como “rígidos” e “pesados”. É importante mencionar o embaralhamento de fronteiras entre “tempo de trabalho” e “tempo livre”, entre trabalho e lazer, na configuração do mundo do trabalho atualmente, algo que já pudemos verificar em relação aos jornalistas *freelancers* (Grohmann, 2012). Küklich (2005) chega a cunhar o termo *playbor* (*play* + *labor*) para sintetizar esse embaralhamento de fronteiras e mostrar como circulam sentidos do trabalho como um “jogo”. Com isso, pode ocorrer não-percepção do trabalho e a legitimação de condições de trabalho precárias em nome desse pretenso “jogo”. Contudo, essa dinâmica de *playbor* não ocorre em todas as frações da classe-que-vive-do-trabalho. Com a valorização cega desses trabalhos colocados como *cool*, então, são invisibilizadas as contradições e condições de trabalho desses próprios trabalhadores.

O trabalho de Richard Florida (2011) pode ser considerado nessa direção – fetichizando noções a partir de uma lógica de classe. Para ele, atualmente ocorre a ascensão

de uma pretensa “classe criativa”, que seria o “futuro” do trabalho e o motor das economias desenvolvidas.

Este livro descreve a ascensão de uma nova classe social. Se você é cientista ou engenheiro, arquiteto ou designer; escritor, artista ou músico; ou se emprega a criatividade ao trabalhar com negócios, educação, saúde, direito ou alguma outra profissão, significa que é um integrante dela (Florida, 2011, p. XIII)

Não há, em seu livro, base teórica para a discussão do conceito de classe, mas pode-se notar que as bases definidoras para o que chama de “classe criativa” se relacionam à ocupação e à questão econômica. Sua proposição do que seria algo “novo” e uma “classe” é baseada ainda em um discurso meritocrático e na individualidade¹⁸³, reproduzindo termos de forma acrítica, como em: “a classe criativa tem a dimensão, o poder e o talento necessários para desempenhar um papel importante na reformulação do mundo” (Florida, 2011, p. XV). Segundo Florida (2001), os membros dessa parcela da população seriam diferentes dos membros da “classe trabalhadora”, pois “ganham para criar e têm muito mais autonomia e flexibilidade” (Florida, 2011, p. 8). Tudo se passa, então, como se criar não fizesse parte de um processo de trabalho e como se a pretensa “classe criativa” realmente não trabalhasse. O discurso, então, funciona de modo que ser alguém pertencente à classe trabalhadora é ruim e antiquado. São ainda louvadas as capacidades de autonomia e flexibilidade de quem pertenceria a essa parcela “criativa”.

Percebemos, então, como há toda uma gramática positivada da “nova razão do mundo” (Dardot; Laval, 2016) ou da flexibilidade no mundo do trabalho, a qual Mészáros (2008) chamaria de “convergência semântica”. Fazem parte dessa gramática expressões como criatividade, inovação (Ampuja, 2016), disrupção e empreendedorismo (Casaqui; Sinato, 2015; Roxo; Grohmann, 2015), que ajudam a legitimar e justificar a acumulação do capital. Por isso, como afirmam autores como Ross (2009), McGuigan (2009), Illouz (2011), Huws (2014) e Ampuja (2016), não podemos descolar essa gramática da produção de valor do capitalismo.

Como já afirmamos aqui e no capítulo 2, o fato de o mundo do trabalho ter uma nova “morfologia” (Antunes, 2013), por assim dizer, isso não significa que a teoria do valor perde sua centralidade. “A forma valor continua a existir, não porque as classes dominantes hajam decidido que assim devia ser, mas por se tratar de uma forma fetichista não percebida como tal pelos sujeitos” (Jappe, 2006, p. 141). Em vez de insistir no mito do trabalho imaterial

¹⁸³ Para Florida (2011, p. 8), “todos os membros da da classe criativa (...) compartilham o mesmo éthos criativo, que valoriza a criatividade, a individualidade, as diferenças e o mérito”.

(como discutimos no capítulo 2), é preciso “re-corporificar” o trabalho, reinserindo “os seres humanos, com toda sua materialidade redundante, bagunçada, vulnerável, assim como a complexidade de suas relações sociais antagonistas, bem no centro de nossa análise” (Huws, 2011, p. 52)

Para Ross (2009), transforma-se, em um passe de mágica, o perfil de um artista lutando contra o sistema, com suas vulnerabilidades e inseguranças com relação ao trabalho, em um modelo de empreendedor, que seria tolerante ao risco. Ampuja (2016) ressalta que não se trata de um “heroísmo” dos empreendedores, mas as compulsões da própria dinâmica de acumulação do capital. No primeiro volume de “O Capital, no capítulo sobre mais-valor absoluto e relativo, Marx (2013 [1865]) trava uma discussão com John Stuart Mill que pode iluminar o fato de determinados sujeitos pertencentes à classe-que-vive-do-trabalho (Antunes, 2001) terem a ilusão de serem gestores do capital¹⁸⁴.

Mill poderia dizer que o trabalhador, que adianta para si mesmo não só os meios de subsistência, como também os meios de trabalho, seria, na realidade, seu próprio assalariado. Ou que o camponês americano seria seu próprio escravo, que trabalha para si próprio, em vez de para um senhor alheio [...]. Na realidade dos fatos, o trabalhador adianta gratuitamente seu trabalho ao capitalista durante uma semana etc. para, no final da semana etc., receber o preço de mercado desse trabalho; isso o converte, segundo Mill, num capitalista! (Marx, 2013, p. 586).

Também Illouz (2011) e McGuigan (2009) reforçam que essa gramática revela a mobilização das subjetividades, inclusive dos recursos afetivos¹⁸⁵, dos trabalhadores. Essa gramática, junto à reorganização dos processos produtivos, são também faces da luta de classes, inclusive como mercadoria. Como afirma Ampuja (2016, p. 30),

como o poder social no capitalismo é baseado em desigualdades de classes, a inovação está também ligada a essas desigualdades. O poder de decisão sobre quais inovações tecnológicas serão produzidas é distribuído de forma desigual, assim como as consequências sociais dessa produção, como no caso das inovações financeiras de alto risco que contribuíram para a crise econômica global e que tem causado polarizações e instabilidades sociais massivas.

Essa mobilização das subjetividades no mundo do trabalho ajuda a legitimar sacrifícios em prol de sua atividade, como no enunciado que Huws (2014) traz como

¹⁸⁴ Como afirmam Laval e Dardot (2016, p. 145), “o empreendedor não é um capitalista ou um produtor nem mesmo o inovador schumpeteriano que muda incessantemente as condições de produção e constitui o motor do crescimento. É um ser dotado de espírito comercial, à procura de qualquer oportunidade de lucro que se apresente e ele possa aproveitar, graças às informações que ele tem e os outros não. Ele se define unicamente por sua intervenção específica na circulação de bens”.

¹⁸⁵ A isso McGuigan (2009) chama de *surplus love*. Gostaríamos apenas de reforçar que, em nossa visão, é impossível separar o “afeto” do “ser genérico”.

exemplo: “se é um trabalho que você ama, nós tiramos nossas tripas para fora em prol dele”. A autora, então, indaga como a expressão “trabalho criativo”, parte dessa gramática que estamos explanando, se ajusta ao atual modo de produção capitalista:

por que o desejo de classificar esses trabalhadores? E por que, particularmente, agora? Com a difusão simultânea das tecnologias digitais e da globalização comercial nos últimos anos do século XX, esses trabalhadores assumiram uma nova importância como fontes de ‘valor adicionado’ ou ‘propriedade intelectual’. (Huws, 2015, p. 86)

É importante lembrar que os processos produtivos e comunicacionais são hoje o que são devido a uma história, a uma trajetória, a um passado. “Tudo o que é produzido dentro da economia capitalista, se trata de produtos, processos infraestrutura ou ‘conhecimento’, e é resultado da criatividade do passado” (Huws, 2015, p. 87). No entanto, o que é do passado, muitas vezes, é considerado obsoleto, ultrapassado. Nesse sentido, como afirma Huws (2015, p. 89), “o processo de criação é, portanto, também um processo de destruição, por vezes, a destruição dos meios de subsistência de outro trabalhador”.

Como já afirmamos, o trabalho é atividade criadora – no sentido marxiano, não da gramática do “trabalho criativo” – e desenvolvido historicamente, o que é sempre um processo contraditório. Marx (2011b [1857-1858]), nos *Grundrisse*, critica Adam Smith por este não enxergar o trabalho como autorrealização do sujeito, uma superação de obstáculos que também é uma atividade da liberdade. Desse modo,

os trabalhos efetivamente livres, p. ex., compor, são justamente trabalhos ao mesmo tempo da maior seriedade e do mais intenso esforço. O trabalho da produção material só pode adquirir tal caráter 1) se seu caráter social é posto, 2) se é simultaneamente trabalho de caráter científico e geral, e não esforço do ser humano como força natural adestrada de maneira determinada, mas como sujeito que aparece no processo de produção não só em forma simplesmente natural, emergindo diretamente da natureza, mas como atividade que regula todas as forças da natureza (Marx, 2011b [1857-1858], p. 509).

Se o trabalho é sempre um movimento entre criação/expressão/autonomia¹⁸⁶ e expropriação/exploração/controle¹⁸⁷, os trabalhadores vivem um drama, procurando um

¹⁸⁶ ‘Relatos poéticos podem ser gerados a partir de processos de trabalho, mesmo os aparentemente mais chatos e pressurizados. Aqui, podemos conferir a fala de um caixa de supermercado: ‘Eu uso os meus três dedos - o meu polegar, o meu dedo indicador e meu dedo do meio. A mão direita. E minha mão esquerda está sobre os produtos... meus quadris pressionam o botão, que faz rodar a esteira do balcão. Quando eu sinto que tenho produtos suficientes na minha frente, eu deixo de lado o quadril. Eu só estou movendo os quadris, a mão, bem como o registro, os quadris, a mão e o registro... Se você mantém aquele ritmo, você é um operador de caixa rápido... Se alguém interrompe para me perguntar o preço, eu respondo enquanto me movo... Como se eu estivesse tocando um piano’” (Huws, 2015, p. 86).

¹⁸⁷ “A forte identificação com o produto do trabalho pode deixar os trabalhadores com uma ilusão de deter uma propriedade, mesmo quando os direitos de propriedade intelectual são cedidos. O confronto com essa realidade

equilíbrio entre a auto-expressão e o reconhecimento e a necessidade de pagar as contas em dia e ganhar a vida. A esse drama contraditório de criação-expropriação, Huws (2014) chama de “dança dialética”. Nessa dança, cada forma de controle exige uma forma específica de resistência.

Outro debate que tem sido realizado a partir dos processos de produção é sobre o “trabalho digital”. A despeito da questão terminológica, o que nos faz replicar a mesma crítica em relação às expressões adjetivadas em relação ao trabalho (cultural, comunicacional, criativo), o interessante na literatura (Scholz, 2013; Fuchs, 2014a; Fuchs; Sandoval, 2015; Huws, 2014) é perceber quais facetas têm sido descortinadas em relação à “morfologia” (Antunes, 2013) do mundo do trabalho. Nesse caso, como a produção de mercadorias ligadas às mídias digitais e tecnologias vai além da dimensão *cool*, idealizada e superficial¹⁸⁸ do Vale do Silício¹⁸⁹, e envolve trabalho similar ao escravo nas extrações de minério para fabricação de computadores ou precárias condições de trabalho na *Foxconn* para montagem de celulares, por exemplo. Como mostram Fuchs e Sandoval (2015, p. 28)

a vida dos trabalhadores Muhanga, Lu, Bopha, Mohan, Bob e Ann parecem completamente diferentes. Muhanga extrai minerais da natureza. Lu e Bopha são trabalhadores da indústria. Mohan, Bob e Ann são trabalhadores da informação criando softwares e designs. Eles trabalham sob diferentes condições como escravos, assalariados ou *freelancers*. Seus trabalhos também diferem em relação à produção e ao uso das tecnologias digitais e o lucro das empresas de TICs.

O trabalho na área de mídias digitais não pode ser descolado do restante do modo de produção capitalista, envolvendo várias dimensões nos processos produtivos: por exemplo, mineração, montagem de hardware, engenharia, criação de software, trabalho na área de química, design, atividade jornalística e publicitária, trabalho em *call center*. São múltiplas formas de relações e locais de trabalho, com diversas formas de expressão e exploração do trabalho.

Sem geração de energia, cabos, satélites, computadores, disjuntores, telefones celulares e milhares de outros produtos materiais, sem a extração de matéria-prima que forma essas mercadorias, sem o lançamento de satélites para enviar seus sinais, sem a construção de edifícios onde as mercadorias são projetadas, montadas e vendidas, sem a fabricação e funcionamento de veículos no qual elas são vendidas, a Internet não poderia ser acessada por ninguém (Huws, 2014, p. 157).

---

de perda pode ser doloroso. A experiência de expropriação pode vir como choque recorrente” (Huws, 2014, p. 111).

¹⁸⁸ No sentido de ser somente a superfície.

¹⁸⁹ Como dizem Casaqui e Riegel (2009, p. 163), “o mundo do trabalho, identificado no cenário do Google com significações de criatividade, despojamento, modernidade e juventude, torna-se espetáculo que sublima o caráter competitivo e demais conotações negativas associadas a essa esfera de atuação humana.

Fuchs e Sandoval (2015) chegam a categorizar 1728 formas de trabalho digital, em suas mais variadas dimensões. Huws (2014) pontua que uma grande proporção da força de trabalho mundial está envolvida nesses tipos de trabalhos. Por isso, é importante entender o seu papel no capitalismo global, como é composta essa força de trabalho e quais as relações de classe envolvidas. A classe trabalhadora global, então, se apresenta deslocalizada e diversificada, mas nem por isso deixa de ser classe-que-vive-do-trabalho (Antunes, 2001). Queremos, ainda, reforçar que essa dimensão das classes sociais não se desloca dos outros eixos que vimos construídos até aqui, como afirma Ampuja (2016, p. 31):

essas dimensões estruturais-materiais não estão desligadas das culturais-ideológicas. Isso inclui a promoção de empreendedores como ídolos populares na mídia [...] bem como o fetichismo da mercadoria ligado aos novos produtos de TIC como símbolos paradigmáticos do capitalismo *cool* (Ampuja, 2016, p. 31).

Outro debate nessa área envolve a atividade dos sujeitos-receptores – em quaisquer nomenclaturas: fã, usuário, prosumidor, *produser*. Seria parte da cultura participativa? Ou uma atividade de trabalho? Como poderíamos conceituar essa atividade? A cultura da participação seria mesmo “participativa”, ou envolveria a própria “divisória digital” e a questão das classes?

Para Fuchs (2014b), não podemos compreender participação como Jenkins (2009), Jenkins, Green e Ford (2014) e Shirky (2011), pois, em sua visão, esses autores compreendem a internet de uma maneira celebratória, desconsiderando que a participação também envolve estruturas de propriedade, ou seja, questões de classes. Dessa maneira, achar que “participar” na Internet é o fato dos sujeitos produzirem conteúdo e publicarem no Youtube é uma dimensão muito pequena e desconsiderar que participação é um conceito político.

Participação quer dizer que humanos tem direitos e realmente fazem parte de decisões e governam e controlam as estruturas que os afetam. Direitos são sempre universais e não particulares [...]. Similarmente, participação é uma demanda política universal, não uma categoria relativa. Caso contrário, pode-se dizer que a ditadura é uma democracia participativa porque uma elite dominante está “participando”, que é, no entanto, uma parte relativamente pequena da população (Fuchs, 2014b, p. 57).

Por isso, para Fuchs (2014b), a “cultura participativa” – do modo como ela é propalada – seria, antes de mais nada, uma ideologia¹⁹⁰ e que possui um recorte de classe, (“garotos brancos com seus brinquedos ‘participatórios’”, Fuchs, 2014b, p. 57). Nesse sentido, reivindicar uma verdadeira comunicação ou cultura participativa – o que inclui seu sentido democrático – é considerar as desigualdades e lutas de classes envolvidas nos aspectos já mencionados do mundo do trabalho – inclusive o trabalho dos mineradores na produção de celulares. O dispositivo comunicacional não se encerra em seu aspecto discursivo, mas é produto de trabalho humano. Assim, a participação deve ser entendida tanto a partir da produção de sentido comunicacional quanto na própria circulação do capital. Do contrário, o conceito se torna inofensivo perante as lutas de classes.

Quais sujeitos serão vocalizados na circulação dos processos comunicacionais, principalmente pela internet? Como essas vozes são distribuídas e quais os seus sentidos? Os diferentes (e desiguais) sujeitos sociais não têm o mesmo poder de vocalizar suas demandas. Nessa divisória digital, uma das primeiras barreiras é o acesso. Em pesquisa do Banco Mundial¹⁹¹ publicada em janeiro de 2016, 4,2 bilhões de pessoas estão excluídas da economia digital, cerca de 60% da população mundial. No Brasil, segundo a mesma pesquisa, 98 milhões não têm acesso à internet. Isto é, somente entre os desconectados, já haveria uma cota de não-participação nesses espaços. Se formos considerar o uso e a circulação dentro desses espaços, as desigualdades também se fazem presentes. O sujeito social nas redes – mesmo com terminologias *cool* como “prossumidor” – não é um ente isolado do mundo. Sendo assim, sua capacidade de ser “ouvido” depende das estruturas de poder presentes na sociedade. Desse modo, a luta de classes também está envolvida nessa luta por participação e pela criação de conteúdos digitais (Fuchs, 2013).

Quando falamos em estrutura de propriedade, podemos exemplificar a partir do site Youtube. Quando produzimos conteúdo dentro da plataforma Youtube, entramos em sua lógica de processos produtivos. O usuário pode ser dono de uma conta dentro do canal, mas não é seu proprietário. Pode possuir os meios de produção para gravar uma reportagem e postar no canal, mas não detém os meios de produção da plataforma. Assim, os *youtubers* – que conseguem uma renda a partir da circulação de seus vídeos e das receitas de publicidade da plataforma – não podem ser considerados empresários, mas uma peça dentro dos

---

¹⁹⁰ McKercher e Mosco (2007) possuem uma visão semelhante em relação ao conceito de convergência: “é valioso examinar a convergência como um constructo cultural, parte de um mito sobre redes globais unindo o mundo em um capitalismo-sem-fricção” (McKercher; Mosco, 2007, p. 147).

¹⁹¹ Pesquisa “Dividendos Digitais”, disponível em <<http://www.worldbank.org/en/publication/wdr2016>>. Acesso em 08 jul. 2016.

mecanismos de produção e circulação do capital para a empresa Youtube, que pertence ao Google. No segundo semestre de 2015, o Youtube anunciou sua versão paga e sem anúncios, o Youtube Red. Então, ameaçou remover os vídeos dos Youtubers que não aderissem ao novo plano¹⁹². Desse modo, podemos visualizar os limites da participação e da criação de conteúdos quando a plataforma não pertence realmente a quem cria esses conteúdos.

Google e Facebook não são instituições de caridade nem uma comunidade aberta, mas empresas. Visibilizar, pois, o eixo da produção e a dinâmica desses processos produtivos nos ajuda a melhor elucidar as lutas de classes presentes na comunicação. Se as empresas vendem mercadorias, quais seriam as mercadorias vendidas pelo Google e pelo Facebook? Os dados dos sujeitos. A partir disso, há um debate sobre a *commoditização*¹⁹³ que envolve os usuários na internet¹⁹⁴.

Fuchs (2014a; 2014b) recupera a noção de “mercadoria audiência” nos trabalhos clássicos de Dallas Smythe (1977; 1981). O argumento de Smythe (1981) é que as empresas de comunicação, mesmo as empresas televisivas, produziram audiências e venderiam para seus anunciantes. Nesse sentido, já nas décadas de 1970 e 1980, Smythe (1981) acreditava que o público trabalharia para os anunciantes. Para ele, as pessoas “a) desempenham funções essenciais de marketing para os produtores; b) trabalham na produção e reprodução da força de trabalho” (Smythe, 1977, p. 3). Essa contribuição em forma de “trabalho não-pago” funcionaria, pois, como um motor fundamental do sistema midiático¹⁹⁵.

O trabalho de Smythe foi criticado (Meehan; 1984; Jhally, 1987; Garnham, 1990), principalmente, por sua imprecisão conceitual em relação à “mercadoria audiência”. Para Bolaño (2000), além da imprecisão conceitual, a relação entre os meios de comunicação e o público, no caso levantado por Smythe (1977; 1981) seria de comunicação, não de trabalho, sendo uma atividade distinta do trabalho executado, por exemplo, pelos trabalhadores empregados pelas empresas de comunicação.

Fuchs (2014a; 2014b), então, recupera essa noção de “mercadoria audiência” para mostrar como, nas empresas de internet, os sujeitos seriam *commoditizados* a partir de seus

¹⁹² Cf: “Google ameaça remover vídeos de Youtubers parceiros que não aderirem ao Youtube Red” (22/10/2015), site UOL Adrenaline. Disponível em: < <http://adrenaline.uol.com.br/2015/10/22/38211/google-ameaca-remover-videos-de-youtubers-parceiros-que-nao-aderirem-ao-youtube-red>>. Acesso em: 08 jul. 2016

¹⁹³ Podemos chamar também de “mercadorização” ou “mercantilização”.

¹⁹⁴ Não entraremos aqui em peculiaridades terminológicas, como “o fã” ou “o prosumidor”, como já afirmamos em seção anterior. Mais do que a categoria, nos interessa o debate em torno da *commoditização* e da atividade dos sujeitos nas redes.

¹⁹⁵ “O poder da audiência é produzido, vendido e consumido; ele comanda o preço e é uma mercadoria (...). Vocês membros da audiência contribuem com um trabalho não-pago e em troca você recebe o material dos programas e as propagandas explícitas” (Smythe, 1981, p. 233). ”.

dados, vendidos para os anunciantes. Desse modo, as atividades dos usuários nas redes, como os conteúdos produzidos por eles, seriam exploradas pelas corporações na Internet. Na visão do autor, o usuário das mídias sociais seria, assim, duplo objeto de *commoditização*. A partir dessa lógica, ele é, “por si só uma mercadoria, e por meio dessa *commoditização*, enquanto estiver online, sua consciência torna-se permanentemente exposta à lógica da mercadoria sob a forma de publicidade” (Fuchs, 2014a, p. 101).

Essas publicidades se efetivam a partir de uma permanente vigilância das atividades dos usuários, que é um mecanismo importante de *commoditização* (Kang; McAllister, 2011). Como diz Assange (2013, p. 71), “se você for um usuário-padrão, o Google sabe com quem você se comunica, quem você conhece, o que está pesquisando e, possivelmente, sua preferência sexual, sua religião e suas crenças filosóficas”. Para Fuchs e Trottier (2013), há vários tipos de vigilância envolvendo os usuários na internet: dos dados dos perfis pessoais, do conteúdo produzido, das relações sociais nas redes, do comportamento de navegação e “cliques”, ou seja, vigilância, monitoramento e controle à comunicação dos sujeitos.

Essas empresas de internet (como Google e Facebook), então, segundo Fuchs (2014a) venderiam os dados como mercadoria por um preço maior que o investido em capital constante e variável (cf: Fuchs, 2014a, p. 102), e, a partir disso, os usuários de internet seriam trabalhadores não-pagos no sistema produtivo, trabalhando de forma gratuita para a manutenção do sistema dessas empresas, que gerariam, dessa forma, uma acumulação de capital pelo trabalho do usuário.

A ideia do usuário como um trabalhador não-pago¹⁹⁶ e explorado pelas empresas de internet foi criticada tanto por autores mais vinculados ao mercado (Shirky, 2011; Jenkins; Green; Ford, 2014) quanto por autores mais vinculados à economia política da comunicação (Bolaño; Vieira, 2014; Huws, 2014). É preciso, pois, localizar o espectro dessas críticas.

Jenkins, Green e Ford (2014), como já citado em seção anterior, não acreditam que o usuário seja explorado, mas “engajado”, rejeitando o que chamam de “lógica econômica”, e afirmando que os sujeitos seguem uma lógica cultural. Nesse sentido, contrapõem uma “cultura da commodity” a uma “economia do dom”¹⁹⁷, marcada por bens simbólicos. Para os autores, “essas pessoas são membros de comunidades sociais envolvidas em atividades que

---

¹⁹⁶ No entanto, é importante ressaltar, como já exemplificamos acima – no caso dos Youtubers – que nem todos os usuários na internet não são pagos. Eles podem receber dinheiro a partir de ferramentas como Google AdSense e Youtuber Partner Program, como afirma Kosnik (2013). Isso não invalida o argumento de que esses usuários fazem parte das dinâmicas da circulação do capital a partir dessas atividades. Não é a remuneração que define a relação com o capital, mas o lugar na produção. Se fosse, um trabalhador de uma fábrica de automóveis não seria explorado porque é remunerado.

¹⁹⁷ Com base no antropólogo Marcel Mauss.

são importantes para elas sob o aspecto individual e/ou social” (Jenkins; Green; Ford, 2014, p. 105). Shirky (2011) segue na mesma direção ao dizer que os usuários não são trabalhadores: “e se eles forem, de fato, contribuintes que pretendem, acima de qualquer coisa, que suas contribuições sejam atos de compartilhamento, mais do que de produção? E se seus trabalhos forem trabalhos de amor?” (Shirky, 2011, p. 56).

O que os autores acima não compreendem é a complexidade da produção na vida concreta e material. Jenkins, Green e Ford (2014) parecem separar o “econômico” da “cultura”, de forma não-dialética, não compreendendo que – nos termos dos autores – a “cultura da commodity” e a “economia do dom” podem ser dimensões diferentes do fenômeno, não se anulando entre si. Da mesma forma, Shirky (2011) não compreende que produção também pode envolver compartilhamento – os meios de comunicação também são meios de produção (Williams, 2011a). O fato dele trazer à tona a expressão “trabalho de amor”, além de nos lembrar da expressão de Negri e Hardt (2005) – “serviço com sorriso” – ignora a complexidade do “ser genérico”, como se o trabalho de um operário em uma fábrica de carros também não pudesse ser um “trabalho de amor”. Assim, os autores enxergam a realidade de uma maneira simplista.

O outro lado das críticas a Fuchs (2014a; 2014b) tem também uma visão marxista, ou seja, as críticas não invalidam por completo seu trabalho e são mais focadas: será que o usuário é mesmo *commoditizado*, com seu trabalho explorado e não-pago nas mídias digitais? Para Bolaño e Vieira (2014)¹⁹⁸, o trabalho do usuário não é explorado, pois depende da produção de mais-valia e do valor-mercadoria. Não é exatamente o usuário que é *commoditizado*, mas seus dados. Além disso – gostaríamos de salientar – achar que os sujeitos são inteiramente *commoditizados* é perder de vista a noção de “sujeito social”.

Para esses autores, a produção dos usuários não possui valor de troca, pois “o conteúdo eventualmente produzido por ele somente interessa à empresa como matéria bruta” (Bolaño; Vieira, 2014, p. 79). Dessa forma, não há trabalho produtivo ou trabalho explorado. Na verdade, como afirmam Bolaño e Vieira (2014, p. 80), e concordamos com sua afirmação,

o trabalho produtivo é somente aquele dos trabalhadores informacionais capazes de transformar os dados em mercadoria audiência e de criar ferramentas que transformam toda a informação coletada da rede em bancos de dados. São estes

¹⁹⁸ Não entraremos em todas as dimensões do debate entre esses autores. Para mais informações, cf: Fuchs, 2015a; Bolaño, 2015; Fuchs, 2015b.

profissionais¹⁹⁹ que empregam produtivamente sua força de trabalho (Bolaño; Vieira, 2014, p. 80).

Huws (2014) segue na mesma direção da crítica de Bolaño e Vieira (2014) e afirma que, longe de ser um trabalho explorado ou não-pago dos usuários, a lógica que está por trás é a mesma das rendas de aluguel (*rent*). A mais-valia obtida por sites como Google e Facebook são produzidas, sim, pela força de trabalho, mas não dos usuários e sim do “trabalho dos trabalhadores que produzem mercadorias para serem anunciadas nesses sites, não do trabalho das pessoas que usam esses sites” (Huws, 2014, p. 161). Do mesmo modo, os publicitários pagam as empresas de mídias sociais para anunciar aos seus clientes.

Contudo, isso não significa que a atividade dos usuários nas redes sociais deva ser desconsiderada. Pelo contrário, precisamos compreender como essa atividade faz parte da lógica dos processos produtivos em rede na circulação do capital. Nem todos os trabalhos geram mais-valia ou são pagos, como o trabalho doméstico, por exemplo.

Assim, Huws (2014) chama a atenção para a dimensão do “trabalho de consumo” que, em sua visão significa o consumidor assumir tarefas antes atribuídas a trabalhadores pagos para desempenhar essas funções. Entretanto, o argumento é melhor desenvolvido por Marie-Anne Dujarier (2016). Para ela, há três tipos de trabalho do consumidor²⁰⁰: Em primeiro lugar, a auto-produção dirigida, como a automatização dos caixas eletrônicos, as máquinas de café automatizadas (a explicação de Huws (2014) sobre “trabalho do consumo” se restringe a essa dimensão).

Em segundo lugar, a co-produção colaborativa, como o conteúdo gerado pelo usuário – que é a dimensão que estamos discutindo até aqui. Dujarier (2016) alerta para a necessidade de observar onde ocorrem essas atividades, se em organizações empresariais (como Google e Facebook) ou em organizações sem fins lucrativos (como Wikipedia, Linux e blogs gratuitos), pois trazem consequências diferentes para a circulação do capital. Para Terranova (2013), o

¹⁹⁹ Em outro texto, Bolaño (2015) detalha quem seriam esses profissionais: “trabalho feito por empregados, engenheiros, pesquisadores e muitos outros tipos de profissionais que produzem estatísticas, interfaces e algoritmos que fazem possível a constituição da mercadoria audiência” (Bolaño, 2015, p. 58).

²⁰⁰ No primeiro volume de “O Capital”, Marx (2013 [1865]) comenta, por sua vez, o “consumo do trabalhador”, a partir do conceito de “consumo produtivo”: “o consumo do trabalhador tem uma dupla natureza. Na própria produção, ele consome, por meio de seu trabalho, meios de produção, transformando-os em produtos de valor maior que o do capital adiantado. Esse é seu consumo produtivo. Ao mesmo tempo, ele é consumo de sua força de trabalho pelo capitalista que a comprou. Por outro lado, o trabalhador gasta em meios de subsistência o dinheiro pago na compra da força de trabalho: esse é seu consumo individual. O consumo produtivo e o consumo individual do trabalhador diferem, portanto, inteiramente. No primeiro, o trabalhador atua como força motriz do capital e pertence ao capitalista; no segundo, ele pertence a si mesmo e executa funções vitais à margem do processo de produção. O resultado de um é a vida do capitalista, o do outro é a vida do próprio trabalhador” (Marx, 2013 [1865], p. 646).

free labor seria o momento em que o consumo é traduzido em atividades produtivas, que são “abraçadas de maneira prazerosa e, ao mesmo tempo, frequentemente exploradas de maneira vergonhosa” (Terranova, 2013, p. 37). Para Huws (2014), atividades de trabalho realizadas para fins de autoexpressão na internet, como postar fotos ou vídeos, estão na categoria de “trabalho produtivo”, que a autora prefere considerar como “trabalho reprodutivo não-pago, produzindo valor social de uso” (Huws, 2014, p. 172).

O terceiro tipo de trabalho do consumidor para Dujarier (2016) seria o trabalho do consumidor a partir do trabalho nas organizações e o consumo de mercadorias no mercado. Um bom exemplo desse tipo de trabalho são as revendedoras da Natura estudadas por Abílio (2014), que trabalham para a empresa e consomem seus produtos, são “trabalhadoras-consumidoras”, funcionando, inclusive, como mídia – veículos de publicidade – para a empresa. Segundo Abílio (2014, p. 223), o trabalho amador

designa atividades que não têm lastros do trabalho, que podem gerar rendimentos que não têm o lastro do salário, que garantem sentidos que não têm o lastro da identidade profissional, mas que possibilitam a plena atividade e que podem se efetivar em alguma medida como trabalho não pago.

Esses entrelaçamentos entre trabalho e consumo nos elucidam, de alguma forma, a compreender esses eixos a partir da circulação do capital, com suas novas (e velhas) dinâmicas, sempre contraditórias, revelando também maneiras mais sutis de exploração dos trabalhadores. A comunicação, pois, tem seu papel não somente como produção de sentido, mas como processo produtivo no modo de produção capitalista, envolvendo as lutas de classes. Como afirma Caraway (2016, p. 78), “as análises sobre as novas mídias devem começar da luta contra o valor, porque na medida em que as plataformas das novas mídias são meios de dominação de classe, elas também são um terreno para a luta de classes”. Então, o eixo da produção precisa ser visibilizada como um importante eixo para compreender as lutas de classes na comunicação, afinal, como podemos refletir a partir do exposto nessa seção, em alguma medida, os trabalhadores da área de comunicação são também trabalhadores da circulação em relação ao capital. Na próxima seção, para encerrar esse capítulo, procuraremos articular os eixos em torno de três categorias para as classes sociais na comunicação: circulação, mediação e midiaticização das classes.

5.3 Circulação, Mediação e Mdiatização das Classes

A trajetória da pesquisa, até aqui, tem, por um lado, evidenciado um caminho teórico, epistemológico e metodológico do conceito de classe social no campo da comunicação e, por outro, a partir dessa trajetória, uma proposta de eixos para compreensão das lutas de classes na comunicação, como uma agenda de pesquisa. Esses eixos articulam os processos comunicacionais – recepção/consumo; discursos; produção/trabalho – e não são estanques. Por exemplo, a linguagem é também um trabalho, a produção não pode ser descolada da recepção, e os discursos circulam tanto na produção quanto na recepção.

Após a discussão dos eixos, nosso esforço agora é de síntese de noções que possam articular os eixos pensando na questão comunicacional. Assim, pensamos em três categorias (da mais particular à mais geral): mdiatização das classes (da ordem do midiático), mediação das classes (da ordem do comunicacional) e circulação das classes (da ordem do comunicacional e da ordem do capital). A partir dessas categorias, podemos pensar nas lutas de classes nas relações de comunicação.

A mdiatização das classes e das lutas de classes envolve pensar: o quanto as mudanças midiáticas ou tecnológicas significam, de fato, transformação social para os sujeitos? O acento aqui é na transformação social – não somente em mudanças culturais, que nem sempre se traduzem em mudanças efetivas para as classes e suas lutas. Sendo assim, significa observar como essas mudanças tecnológicas e midiáticas podem significar conflitos de classes.

Outras questões pertinentes: em que medida o uso de internet pelo celular pelas diferentes frações da classe-que-vive-do-trabalho revela mudanças ou permanências ideológicas da parcela da população? Como a mdiatização das diferentes classes revelam seus valores e visões de mundo (inclusive suas lutas)? Qual o papel das mídias para reprodução ou transformação do social? Como as diferentes classes reproduzem ou resistem à lógica da mídia e seus dispositivos comunicacionais? Como as lutas de classes estão presentes nessa lógica da mídia?

As lutas de classes estão presentes também a partir das lógicas midiáticas, como na internet. S. Craig Watkins (2009) e Danah Boyd (2014), por exemplo, colocam que as questões de classe (e também de raça e etnia) impactam no uso dos jovens nas redes sociais, reforçando desigualdades tanto no acesso quanto no próprio uso. Segundo Boyd (2014, p. 173), “as redes sociais não transformaram radicalmente as redes de sociabilidade dos jovens. Como resultado, a tecnologia não reconfigurou radicalmente as desigualdades”. Ou seja, a

mediatização pode servir a uma mudança somente no ambiente midiático-tecnológico, com a reprodução das desigualdades.

Falar em classes mediatizadas envolve, então, também as classes não-mediatizadas. Assim, quais os impactos da mediatização e da não-mediatização para a classe-que-vive-do-trabalho em suas frações? Desde a Foxconn até o Vale do Silício, passando pelas novas formas mediatizadas de controle à comunicação no trabalho, em que medida as novas formas de expressão e expropriação – principalmente essa última – do trabalho passam por essas mudanças midiáticas e tecnológicas? O que significa a mediatização no mundo do trabalho? Quais as implicações dessa lógica da mídia na vida do trabalhador? Como, dessa forma, a lógica midiática perpassa as lutas de classes?

Se a mediatização é da ordem do midiático/tecnológico em relação ao social, a mediação é da ordem do comunicacional. A classe social enquanto mediação da comunicação é um olhar organizador da experiência dos sujeitos sociais em suas relações de comunicação, ou seja, mediação da classe como produção de sentido comunicacional. Isso não quer dizer que a mediação da classe seja a única atuante nas relações de comunicação. Pelo contrário, essas relações são atravessadas por diversas outras identidades. O que estamos dizendo é que a classe, como mediação organizativa dos sentidos, reconstrói a partir de sua mediação as outras identidades – muitas vezes com deslocamento de sentidos. Compreender a mediação de classe, pois, significa compreender em que medida as relações de comunicação passam pela mediação da classe e como ela (re)(des)organiza as relações de comunicação. Em que medida as lutas de classes estão presentes e/ou atuam nessa produção de sentido? Ou seja, um conceito de mediação que recupere as noções de poder e desigualdade para compreender, por exemplo, os embates nos cotidianos dos sujeitos-receptores.

Já a circulação das classes podemos considerar a partir da ordem do comunicacional mais a partir da compreensão do modo de produção capitalista, ou seja, a circulação das classes (e suas lutas) atua tanto nos processos comunicacionais quanto na ordem do capital. Podemos dizer que, em alguma medida, a circulação engloba tanto a mediação quanto a mediatização.

Os sentidos sobre as classes circulam pela sociedade, e é por isso que seus sentidos se efetivam, se atualizam e podem ser ressignificados. Quando falamos em circulação, pois, dos processos comunicacionais, nos aproximamos do conceito de circulação de significados em Silverstone (2002) e do “circuito de cultura” em DuGay, Hall et al. (1997) e também

abordado por Hall (1997; 2003a)²⁰¹, enquanto sentidos que são produzidos em lugares distintos e circulados por meio de vários processos e práticas, sem descolar a totalidade de produção-consumo²⁰², partindo da própria concepção marxiana de circuito (como explicaremos a seguir). Então, Hall (2003a, p. 390) pontua:

Circulação e recepção são, de fato, ‘momentos’ do processo de produção na televisão e são reincorporados via um certo número de feedbacks indiretos e estruturados no próprio processo de produção. [...] Produção e recepção da mensagem televisiva não são, portanto, idênticas, mas estão relacionadas: são momentos diferenciados dentro da totalidade formada pelas relações sociais do processo comunicativo como um todo.

Assim, podemos compreender que, entre produção e consumo, emissão e recepção, os sentidos são construídos, e tanto a mediação quanto a midiatização têm papel nesse processo. Pois entre esses elementos podemos encontrar os sujeitos sociais da comunicação, a *práxis* comunicativa. Como afirma Baccega (1995a, p. 61), “para os estudos e a prática dos processos comunicacionais, nem só a emissão, nem a recepção: o homem vive e se forma na *práxis*, da qual é parte integrante. E é a partir dela que os estudos de comunicação avançarão”. Desse modo, a luta de classes é efetivada nessa circulação.

A partir da concepção marxiana de circulação, podemos compreendê-la tanto a partir dos processos comunicacionais quanto a partir da circulação própria do capital. Nos *Grundrisse*, Marx (2011b [1857-1858], p. 47) afirma

Fome é fome, mas a fome que se sacia com carne cozida, comida com garfo e faca, é uma fome diversa da fome que devora carne crua com mão, unha e dente. Por essa razão, não é somente o objeto do consumo que é produzido pela produção, mas também o modo do consumo, mas também subjetivamente. A produção cria, portanto, os consumidores (Marx, 2011b [1857-1858], p. 47).

Consumo e produção são, assim, dois momentos do mesmo processo, do mesmo ato. Por exemplo, responder a um e-mail no conforto do lar, em um notebook ou computador de mesa, não é a mesma resposta de e-mail quando se tenta enviá-lo de um celular com sinal fraco de 3G dentro de um metrô no horário de pico. As condições de produção e consumo estão materializadas nas mensagens, nos sujeitos sociais e nos dispositivos comunicacionais. Comunicação e trabalho estão presentes nessa relação. Trata-se de um “circuito produtivo”,

²⁰¹ Não nos interessa aqui discutir uma aplicação dos “tipos de leitura” propostos por Hall (2003a) ou algo do gênero, mas ressaltar a dimensão de circulação proposta por esses textos

²⁰² DuGay, Hall et al (1997) conceituam cinco processos-base do circuito de cultura: representação, regulação, identidade, consumo e produção. Não nos interessa aqui destrinchar esses processos, mas ressaltar a dimensão conceitual envolvendo a ideia de um “circuito de cultura”. Do mesmo modo, não é de nosso interesse destrinchar sobre uma dimensão mais aplicável de Hall (2003a), como os “tipos de leitura”, por exemplo.

envolvendo as relações de produção e consumo, cuja dialética repercute nos processos de comunicação. As identidades entre produção e consumo são expressas por Marx (2011b [1857-1858]) a partir de três aspectos:

1) Identidade imediata. A produção é consumo; o consumo é produção. [...]; 2) O fato de que cada qual aparece como meio do outro; é mediado pelo outro, o que é expresso como sua dependência recíproca. [...]; 3) Não só a produção é imediatamente consumo e o consumo, imediatamente produção; nem tampouco a produção é apenas meio para o consumo e o consumo, finalidade para a produção [...] (Marx, 2011b [1857-1858], p. 47-48).

Ele chega à conclusão de que produção e consumo não são momentos idênticos, mas devem ser compreendidos como membros de uma totalidade. Não se concebe “consumo” como deslocado desse processo, como se houvesse uma “sociedade do consumo”, pois como afirma Vieira Pinto (2005b), todas as sociedades foram, de certa forma, também do “consumo”, inclusive as sociedades pré-históricas. Não se trata de diminuir a questão do consumo, mas somente de não autonomizá-la em relação ao processo total de circulação.

Braga (2006a), contudo, alerta para o fato de que Marx, em sua visão, foca na circulação de bens e de mercadorias – segundo ele, num “sentido econômico” – e que seria diferente do que chama de “sistema de circulação interacional” (Braga, 2006a, p. 28). Discordamos dele, pois: a) a maior parte das interações mediatizadas ocorrem por meio de dispositivos que são, invariavelmente, bens e mercadorias, que, na definição de Marx (2013 [1865]), são objetos que satisfazem necessidades humanas, seja da ordem do “estômago” ou da “fantasia”; nesse sentido, por exemplo, o jornalismo, a publicidade, o entretenimento e a internet, atendem a esse circuito, como, aliás, toda a comunicação; b) as vidas reais, materiais e concretas dos sujeitos sociais acontecem nesse circuito, e onde a sociedade se organiza, portanto, é possível conceber os processos comunicacionais, com suas forças hegemônicas e contra-hegemônicas, pensando a totalidade sujeito-objeto.

A circulação, então, é central para a compreensão das lutas de classes na comunicação. Para Fausto Neto (2013), mesmo em outra perspectiva teórica, a circulação pode ser vista como um lugar de embates. Os processos comunicacionais não são feitos somente de consensos, mas de lutas e disputas, sendo, assim, um terreno por excelência onde as forças ideológicas jogam o jogo da hegemonia a partir da luta de classes. Nos termos de Muniz Sodré (2014, p. 56),

O par comunicação/informação contribui [...] para ‘naturalizar’ o mercado financeiro como base da aceleração do desenvolvimento econômico e como fonte de ideologia capitalista do bem-estar humano na atual etapa da penetração da lei estrutural do valor (o capital) em todos os espaços existenciais dos indivíduos. E

assim representa um aspecto da luta de classes em que a modernização neoliberal acarreta o dismantelamento do Estado de bem-estar social e da tradicional organização das forças produtivas em favor da precarização do trabalho, com vistas ao aumento de rendimentos do capital fictício (Sodré, 2014, p. 56).

Assim, podemos pensar a circulação dos processos comunicacionais e produtivos. Voltemos aos *Grundrisse*. Lá, Marx (2011b [1857-1858]) já coloca os meios de comunicação e transporte como centrais para a circulação do capital, “no duplo de sentido de que determina tanto o círculo daqueles que trocam entre si, dos que entram em contato, como a velocidade com que a matéria-prima chega aos produtores e o produto, aos consumidores” (Marx, 2011b [1857-1858], p. 134). Com a “financeirização da comunicação”²⁰³ descrita por Sodré (2014), o capital é valorizado pela velocidade circulatória de seus processos, tanto na produção quanto no consumo. Essa financeirização, como afirma Nick Dyer-Witheford (2015, p. 82),

hiper-acelera essa circulação, tentando atravessar a produção e a troca e, por meio de juros, dívidas e apostas de especulação, transforma diretamente dinheiro em ainda mais dinheiro. Esses processos circulatórios tanto repercutem quanto são moldados pela composição de classes (Dyer-Witheford, 2015, p. 82).

O próprio autor, em outro livro, “Cyber-Marx” (Dyer-Witheford, 1999), também reitera que o desenvolvimento dos meios de comunicação também contribui para a aceleração do fluxo do capital. Assim, há também a gestão e controle da circulação dos processos comunicacionais – nos termos de produção de sentido – pelo capital, revelando mais uma faceta comunicacional da luta de classes.

A partir disso, podemos encaminhar as seguintes afirmações: a) a imbricação dos processos comunicacionais com os processos produtivos; b) no processo de circulação do capital, não há somente o capital, mas sujeitos ativos, reais e concretos; c) as lutas de classes perpassam os processos comunicacionais e produtivos, ou seja, há uma circulação das lutas de classes nas relações de comunicação e trabalho. Quando falamos em “circulação das lutas”²⁰⁴, podemos nos basear também, em alguma medida²⁰⁵, em Dyer-Witheford (1999; 2015), para quem “o circuito do capital de alta tecnologia, então, fornece as vias para a circulação das lutas” (Dyer-Witheford, 1999, p. 93). São circuitos de acumulação e resistência, articulando consumo e produção.

²⁰³ “Capitalismo financeiro e comunicação constituem hoje, no mundo globalizado, um par indissolúvel. O capitalismo contemporâneo é ao mesmo tempo financeiro e midiático” (Sodré, 2014, p. 55).

²⁰⁴ E não de afetos (Safatle, 2015), por exemplo. Explicitaremos essa distinção no próximo capítulo.

²⁰⁵ Quando dizemos “em alguma medida”, se deve ao fato de Dyer-Witheford basear seus estudos no marxismo autonomista, embora afirme que está mais próximo de Karl Heinz Roth do que Antonio Negri e Michael Hardt (Dyer-Witheford, 2016).

Midiatização, mediação e circulação das lutas de classes, desse modo, formam três categorias que articulam os eixos teóricos sobre classes na comunicação discutidos até aqui e nos auxiliam a compreender melhor as lutas de classes nas relações de comunicação, tema do próximo capítulo.

6. AS LUTAS DE CLASSES NAS RELAÇÕES DE COMUNICAÇÃO

A partir do que discutimos aqui, consideramos central para a pesquisa em comunicação pensar as lutas de classes nas relações de comunicação. Até agora, mostramos, em linhas gerais:

- como o conceito de classe social tem sido pensado, não-pensado, invisibilizado e/ou maltratado na pesquisa em comunicação em seus sentidos teórico-epistemológicos-conceituais;
- um dos pontos-cegos dos trabalhos analisados é justamente a não-discussão do conceito de classe social, o que buscamos trazer a partir de diferentes correntes, reafirmando a atualidade da classe social;
- então, procuramos traçar uma trajetória do conceito no campo da comunicação, no sentido de também compreender os sentidos (como sinônimo de “significações” ou de “para onde vai”) das classes na comunicação;
- a partir desse histórico, empreendemos um esforço analítico e também propositivo a partir de alguns eixos – que funcionam como linhas-mestre ou eixos teóricos de sustentação –, buscando pensar a totalidade do processo de comunicação, a saber: a) eixo da recepção – seja em qual terminologia for, um eixo que tem o “sujeito comunicacional” como central; b) eixo discursivo, sócio; c) eixo da “produção” – no sentido de pensar economia política, trabalho e suas relações com a comunicação e a luta de classes no modo de produção capitalista;
- tendo por base esses três eixos, denominamos três categorias distintas e complementares – nem estanques nem lineares – para as classes na comunicação: mediação, mediação e circulação.

Dessa forma, nesse movimento dialético, os eixos e as categorias constituem as bases teóricas para as lutas de classes nas relações de comunicação. Partindo das classes na comunicação no corpus do capítulo 1, chegamos aqui a uma discussão epistemológica e ontológica, em um esforço de síntese: a partir dos eixos e categorias desenhados, o que diferencia a abordagem de “lutas de classes” na comunicação de outras concepções de comunicação que consideram o conflito? O que é comunicação, aliás, e como esse conceito se relaciona com o que foi discutido até então?

O que chamamos de lutas de classes na comunicação não se equivale a qualquer abordagem que pense “luta” ou “conflito” no campo comunicacional, pois precisa estar contemplado pelo sentido de luta de classes como exposto nos capítulos anteriores. Trazemos, então, sem a perspectiva de esgotamento, como alguns autores da área de comunicação trabalham a noção de conflito ou luta na comunicação e como nossa perspectiva difere das deles.

Primo (2011) e Recuero²⁰⁶ (2014), por exemplo, buscam pensar o conflito e a cooperação a partir de interações mediadas. Primo (2011) considera que a competição como um tipo indireto de conflito e fala, inclusive, em disputas que impulsionam a ciência e tecnologia. Dessa forma, procura mostrar que nem todo conflito é “destrutivo”, mas pode levar à “integração”, como no caso de uma briga de casal. Sendo assim, ele não nega o conflito como parte dos processos comunicacionais: “não se pode deixar de lado, pois, o estudo das tensões que percorrem todo o ciberespaço” (Primo, 2011, p. 198). Contudo, sua visão do que é “conflito” é perpassada por uma visão funcionalista, pensando em como o conflito se converte em cooperação ou integração na comunicação.

Recuero (2014) segue na mesma direção, ao colocar conflito, competição e cooperação como processos sociais que influenciam a “rede”, buscando compreender como ocorrem “regularidades” e “irregularidades” nas interações sociais. A partir disso, podemos ver como há também uma visão que coloca o conflito como perigoso às estruturas sociais. Para a autora, a cooperação é um processo formador das estruturas sociais, enquanto a luta – longe de ser “luta de classes” – é ligada à competição e o conflito é relacionado à hostilidade. A competição é o elemento positivado – não só por Recuero (2014) ou Primo (2011), mas pelo próprio mercado – que pode, em algum momento, gerar cooperação entre os “atores” – nota-se, atores, não sujeitos. “O conflito, por outro lado, pode gerar hostilidade, desgaste e ruptura da estrutura social. Muitas vezes, é associado à violência e à agressão” (Recuero, 2014, p. 82). Assim como no funcionalismo, é como se o conflito “perturbasse” a ordem social, o equilíbrio e o “organismo”, vendo-o como algo “disfuncional”, não como parte da realidade material e concreta de uma maneira dialética: “enquanto a cooperação é essencial para a criação e a manutenção da estrutura, o conflito contribui para o desequilíbrio” (Recuero, 2014, p. 83). As palavras reinantes são mais “adaptação” e “desequilíbrio” do que transformação, por exemplo. Os conflitos, então, são vistos na ordem de um “desvio individual” – “indivíduos mal-intencionados”, como no excerto abaixo:

---

²⁰⁶ Recuero (2014), inclusive, segue as ideias de Primo (2011).

Em um *fotolog* coletivo, por exemplo, é muito comum que indivíduos mal-intencionados postem fotos pornográficas ou ofensas. Embora as fotos ofensivas sejam rapidamente retiradas e seus usuários banidos do grupo, ainda assim os conflitos aparecem bastante (Recuero, 2014, p. 84).

Dessa forma, a autora descola totalmente o “social” do “individual” – enxergando a cooperação na ordem do social e o conflito na dimensão individual, sem uma compreensão dialética da realidade comunicacional.

Adriana Braga (2008), por sua vez, pensa o conflito a partir do interacionismo e da etnometodologia em estudo sobre interações no blog *Mothersn*. Assim, coloca o conflito também em uma chave de “ruptura” contra a “integração”, podendo ser explicado como a explicitação de uma discordância, a compreensão incorreta sobre os termos de uma crítica ou sendo visualizado a partir do uso abusivo do anonimato ou “mau comportamento” de usuários ocasionais nas redes sociais. O foco excessivo nas interações individuais faz com que a autora, assim como os autores que mencionamos anteriormente, perca de vista a totalidade. Para a autora, “em situações de conflito [...], cabe aos/às próprios/as participantes conter os excessos a partir de recursos puramente interacionais” (Braga, 2008, p. 131). Mas o que seria um “puramente” interacional descolado das estruturas de poder e das desigualdades? O que seria um “excesso”? O conflito, pois, é visto como “agressividade”, “tumulto” e “desestabilização”, como no trecho: “comportamentos deliberadamente agressivos para tumultuar e desestabilizar grupos formados nesses espaços” (Braga, 2008, p. 124). A palavra “ordem social” não é utilizada para se referir aos termos citados anteriormente, mas, a partir do contexto apresentado, não seria surpresa observar a expressão.

O conflito, então, na visão da autora, está longe também de sinalizar para luta de classes. Contudo, ela dedica uma parte do livro a falar das “*working girls*”, grupo de participantes do blog analisado, que

é composto por mulheres que exercem atividades profissionais fora de casa. A maior parte do grupo em observação utiliza o computador ligado à internet no seu cotidiano laboral [...]. É também diante do computador que fazem seus intervalos de trabalho, a visitar os vários ambientes do circuito-blogue (Braga, 2008, p. 217).

A seção do livro é denominada “feminismo e luta de classes”, mas o que se apresenta é uma transcrição das interações dos usuários no blog, acompanhado de comentários sucintos da autora, sem analisar o papel da luta de classes nessas interações, como em:

Ao longo dos mais de duzentos comentários deste *thread* notável, foram levantadas questões cruciais acerca dessa contradição na hodierna sociedade urbana brasileira: as relações étnicas, de classe e trabalho na movimentação social feminina. Entre

aspectos desse tema, pode-se destacar o estatuto trabalhista da empregada doméstica, seu papel na emancipação das mulheres de classe média, intimidade e assédio sexual no ambiente doméstico, maus-tratos infantis, gosto de classe e hierarquias nas relações de trabalho no lar. Paralelo à seriedade do debate, o deboche, em uma sarcástica paródia, que daria voz à classe das trabalhadoras domésticas, a partir de discursos que reiteram o estigma e o estereótipo dessa categoria profissional. O *thread* ainda estendeu-se longamente e terminou com uma comparação das empregadoras entre os salários pagos às respectivas empregadas domésticas.

Assim, o descritivismo não ajuda a elucidar o papel das lutas de classes nas relações de comunicação. É importante ressaltar que não há nenhuma explicação para o termo “luta de classes” – presente somente no título da seção. Para além disso, podemos pontuar: a) a autora não relaciona a noção de “conflito” empregada no trabalho com o que é descrito na parte sobre as “*working girls*”; b) ao falar de luta de classes somente nessa parte da pesquisa, é como se somente ao falar do grupo autodenominado de “mulheres da classe trabalhadora” é que as lutas de classes se expressariam nas relações de comunicação, e nos outros momentos, fosse somente um “conflito” na ordem individual, como desestabilização ou desordem, ou como se não houvesse lutas de classes ou “signos de classe” em outros enunciados, mais uma vez, não alcançando a totalidade.

Já outros autores, advindas da perspectiva nórdica de mediação, Eskjaer, Hjarvard e Mortensen (1900) analisam o que chamam de “mediação dos conflitos”. Diferentemente de Braga (2008), Primo (2011) e Recuero (2014), os autores colocam o conflito como parte do meta-processo global de “mediação da sociedade”²⁰⁷, com o argumento de que a mídia pode amplificar, enquadrar, agenciar ou co-estruturar conflitos. Os autores definem a ideia de “conflito mediado” a partir do papel na mídia nos processos sociais por meio dos quais os conflitos são reconhecidos pelos “atores sociais” – colocando a mídia a partir de três dinâmicas: como conduíte (*conduit*), linguagem e ambiente. Mas que os consideram como conflitos? Em geral, escândalos, guerras, terrorismo, desastres. De certo modo, são evidenciados aspectos geopolíticos desses conflitos mediados. Também chamam a atenção para o que denominam “novas formas de conflito”, como cibercrime ou cyberbullying. Em nenhum momento, fala-se em classes ou luta de classes como conflitos mediados. Apesar de considerarem o conflito como parte dos processos comunicacionais, caem em uma dimensão funcionalista ao colocar que “conflitos podem ser funcionais ou disfuncionais socialmente dependendo do contexto” (Eskjaer; Hjarvard; Mortensen, 2015, p. 2). Dessa

---

²⁰⁷ Já comentamos, no capítulo anterior, os problemas de considerar a mediação como um “meta-processo” (como globalização, individualização...). Para mais detalhes, cf: Ampuja, Koivisto e Välvirronen (2014).

forma, não alcançam o que estamos chamando de lutas de classes nas relações de comunicação.

Malini e Antoun (2014), por sua vez, concebem a dimensão do conflito na comunicação para além do funcionalismo. Diferentemente dos outros autores aqui mencionados, Malini e Antoun (2014) falam em “luta” e “resistência”, aqui principalmente envolvendo ciberativismo e mobilização nas redes. A comunicação, aqui, tem papel nessas lutas: “a comunicação parece ter um papel determinante em toda movimentação destas lutas” (Malini; Antoun, 2014, p. 190).

No entanto, se aqui aparece o conflito nos sentidos de luta e resistência, quem desaparece é a classe. Aliás, é interessante notar como, em muitos trabalhos que falam em “classe social” – como mostramos ao longo dessa tese – o conflito e a luta desaparecem, e quando essas noções são visibilizadas, como em Malini e Antoun (2014), a classe é que é invisibilizada. Nesse sentido, os autores seguem a perspectiva de Negri e Hardt (2005) – já exposta no capítulo 2: as lutas e os conflitos são concebidos, então, a partir da micropolítica da multidão: “vive-se na fábrica social onde as populações lançam mão dos mais diferentes processos culturais em conflito” (Malini; Antoun, 2014, p. 157). Ora, não é porque há diferentes processos de conflito que a luta de classes desaparece, pelo contrário.

Para eles, a tecnologia auxilia nesse processo de mobilização do que chamam de “novas narrativas multitudinárias”. Dessa forma, a classe é diluída na “multidão”. Do mesmo modo que Negri e Hardt (2005), há um peso colocado na dimensão do “afeto” e das “paixões” – como também explicamos no capítulo 2 – como no seguinte trecho: “lutas em que a informação como catalisadora do afeto das populações revela-se fator determinante na condução das ações e paixões, pondo os movimentos sociais sob a forte influência das expressões incorporais” (Malini; Antoun, 2014, p. 189). A comunicação, então, é colocada como impulsionadora de afetos.

Para nós, não se trata de destacar o “afeto” – no sentido de “paixão” e “emoção” – como componente da comunicação ou da sociedade – como fazem, por exemplo, Lordon (2015) e Safatle (2015)²⁰⁸, pois o afeto está inserido na concepção de “sujeito social” a partir de Marx e Engels (2007 [1845-1846]).

Apesar de não falar especificamente de comunicação, Safatle (2015), por exemplo, além de conceber o conceito de trabalho de forma não-dialética (somente na chave da “exploração”), coloca a sociedade como um “circuito de afetos”: “quando sociedades se

---

²⁰⁸ Ambos inspirados por Espinosa.

transformam, abrindo-se à produção de formas singulares de vida, os afetos começam a circular de outra forma, a agenciar-se de maneira a produzir outros objetos e efeitos” (Safatle, 2015, p. 17). Nesse sentido, Safatle (2015) critica o conceito de proletariado no marxismo, considerando-o “também um conceito ontológico que descreve um modelo de emergência de sujeitos políticos com afetos bastante específicos” (Safatle, 2015, p. 29). Em nossa visão, não se trata de uma ontologia a partir da questão dos afetos senão a partir da “ontologia do ser social” (Lukács, 2012), sobre a qual falaremos em breve.

Dessa forma, pensamos que tratar de “circuito dos afetos”, “circulação dos afetos” ou “afetos e paixões na multidão” não trazem contribuições para compreensão das lutas de classes na comunicação, concebendo os sujeitos de comunicação como sujeitos sociais. Os autores que aqui discutimos tratam de conflito na comunicação, mas sem conceber classe, ora de maneira funcionalista, ora a partir de Negri e Hardt (2005), por exemplo. É preciso, pois, “re-corporificar”, nos termos de Huws (2011), a luta de classes na dimensão comunicacional. O conceito e a atualidade da “luta de classes” já discutimos no capítulo 2 e ao longo da tese – considerando os conflitos de classes em todas as dimensões do cotidiano dos sujeitos sociais – e mostramos a pertinência para a base das lutas de classes nas relações de comunicação: circulação, mediação e mediação das (lutas) de classes. Contudo, como podemos definir comunicação? O que é, pois, comunicação? Começaremos discutindo de quais acepções de comunicação nos distanciamos.

Considerando as trajetórias teóricas da comunicação, nos afastamos das concepções de comunicação equivalentes à transmissão, manipulação, consenso ou mídia. Não que não possa haver comunicação midiática ou um mínimo de consenso: o que estamos querendo dizer é que não podemos reduzir a comunicação à mídia ou ao consenso, por exemplo. Não pretendemos explicar de forma detalhada as teorias, pois o objetivo é mais situar o conceito de comunicação com o qual trabalhamos que efetivamente esgotar outras perspectivas teóricas²⁰⁹.

A concepção de comunicação como transmissão vem da cibernética (Wiener, 1967), da teoria matemática da informação (Weaver, 1978) e de uma compreensão positivista-funcionalista da sociedade e da comunicação. Cada uma dessas teorias tem suas especificidades, como a maior ênfase da cibernética e da teoria matemática no “canal” do processo de informação/comunicação. O que interessa para Weaver (1978), por exemplo, é se a mensagem chegou ao destinatário, não importando o que ou como ela chegou. Não existe

---

²⁰⁹ Nesse sentido, consideramos que obras como Rüdiger (2011b), Citelli, Baccega, Lopes e França (2014), entre outros, cumprem com o papel de expor as diferentes correntes teóricas.

perspectiva de sujeito, que é, como afirma Álvaro Vieira Pinto (2005b, p. 358), “reduzido a aspectos operatórios, engenhariais”.

Wiener (1967) concebia um universo maquínico e automatizado, “em que o homem deixa de ser sujeito, com todos os males que daí nascem, para se tornar o fluído ou embreagem angelical de um só e vasto maquinismo” (Rüdiger, 2011a, p. 109). Dessa forma, a centralidade é da máquina, sendo a sociedade apenas “um conjunto de circuitos e canais” (Rüdiger, 2011a, p. 110). Para Álvaro Vieira Pinto (2005b), tanto Weaver quanto Wiener podem ser relacionados a uma “razão formalista”, que separa “conteúdo semântico” do “modo de transmissão”, “que distingue e deixa desligado o que desmembrou, sem compreender a unidade real que liga dialeticamente tudo quanto foi logicamente separado no plano formal” (Pinto, 2005b, p. 359). A comunicação, pois, deve ser concebida em sua totalidade.

Além disso, Álvaro Vieira Pinto (2015b) considera que a cibernética possui uma abordagem de classe. Isso significa dizer que

todos os conceitos métodos e maquinismos que a integram ou que ela manipula têm, explícita ou implicitamente, essa base, ou seja, resultam da presença do homem e das influências dos condicionamentos recebidos da estrutura da sociedade dividida à qual pertence, refletindo as necessidades da existência humana (Pinto, 2005b, p. 31).

E isso é algo que, embora não se discuta o conceito de classe, o próprio Norbert Wiener (1965) disse²¹⁰ e que passou despercebido por seus discípulos, de acordo com Álvaro Vieira Pinto (2005b). Além disso, ele afirma que “as classes poderosas sempre tiveram ao seu dispor servomecanismos, fossem eles o escravo dos faraós e dos sátrapas, o cavalo dos barões feudais ou os engenhos mecânicos, agora aperfeiçoados com caráter eletrônico e automatizados” (Pinto, 2005a, p. 87-88).

Não podemos considerar, como na perspectiva da comunicação como transmissão, a informação como o motor da história, mas é movida pelas relações sociais. “O processo informativo não foi criado espontaneamente pela máquina, que nada exige, nem mesmo a existência que tem, mas se acha figurado nela à imagem do que existe realmente no homem sendo percebido como tal” (Pinto, 2005b, p. 29). Nesse sentido, pensamos a centralidade do processo comunicacional a partir do ser humano. A comunicação, então, é

representada pelos únicos fatores históricos, os homens, que os inventaram e com eles operam. A informação, mesmo entendida equivocadamente em caráter

---

²¹⁰ “O fato de que estes meios estejam nas mãos de uma classe muito limitada de homens ricos, e, portanto, naturalmente, expressam a opinião desta classe” (Wiener, 1965, p. 161).

autônomo, conforme imaginam alguns cibernéticos, claramente não pode ser o motor da história. Se, porém, a compreendermos em sentido dialético, em seu significado de manifestação do progresso da interferência do homem no curso da transformação da realidade, por ação direta sobre outros homens, ou indireta, pela criação de instrumentos materiais, aí então, sim, poderia ser qualificada de ‘motor da história’. Mas neste caso a expressão mudaria totalmente de sentido, nada teria de comum com o que declara a cibernética oficial, significando simplesmente uma outra maneira de dizer que é o homem o verdadeiro autor da sua história. Quando, entretanto, nos referimos à ação dos homens uns sobre outros, com a mediação dos dispositivos instrumentais, na verdade estamos pintando o quadro das contradições sociais das formações históricas divididas em classes (Pinto, 2005b, p. 296-297).

Isto é, para nós, trata-se de pensar os processos comunicacionais a partir dos sujeitos sociais. Retomaremos esse ponto à frente.

Seja na teoria matemática da informação, na cibernética ou no funcionalismo, fato é que todas essas perspectivas, em maior ou menor medida, conferem centralidade ao papel do “emissor” no processo e a comunicação é vista como transporte, transmissão, instrumento e ferramenta. Fausto Neto (2013, p. 44) afirma que “a perspectiva funcionalista destaca a linguagem como uma ferramenta” a serviço das intenções dos emissores.

Na concepção funcionalista, como em Lasswell (1978), o importante é a “comunicação eficiente”, sempre tendo o emissor como núcleo central. Se a comunicação não for “eficiente”, o que ocorre é um “ruído” na comunicação. Nessa visão, o ruído é disfuncional e é prejudicial a uma comunicação “eficiente”. Ou seja, todos os ruídos devem ser eliminados. O que importam são noções como “coesão” e “organismo”. Para Rüdiger (2011b, p. 25), “os conceitos de comunicador e receptor foram coisificados, perdendo seu sentido humano, prático e social. Dessa forma, esses conceitos não designam pessoas, mas funções que são executadas dia a dia, vivendo em sociedade”. Ou seja, o que está em jogo é uma concepção de sujeito, que, aqui é apagado e coisificado.

Muniz Sodré (2012) considera o funcionalismo e seu berço comunicacional, a *mass communication research* norte-americana, o paradigma dominante na comunicação, não somente epistemologicamente, mas em relação a financiamento de pesquisas. O autor coloca o funcionalismo como uma chave para compreender a “financeirização da comunicação”.

Da mesma forma que nos afastamos da concepção de comunicação como transmissão – seja para a teoria matemática da informação, para a cibernética ou para o funcionalismo, nos afastamos da perspectiva que reduz a comunicação à mídia (que, em alguma medida, também dialoga com a perspectiva da comunicação como transmissão), que confere centralidade aos dispositivos técnicos ou ao *medium* para compreensão da comunicação. Tendo Marshall McLuhan (1969) como um autor fundante, essa perspectiva considera os estudos dos meios

como o que realmente importa para o campo da Comunicação, abordagem essa que vem sendo atualizada.

Derrick de Kerckhove, Vilém Flusser, Friedrich Kittler e Scot Lash são, com efeito, apenas alguns a explorar a hipótese mcluhaniana de que os meios, em vez de se sucederem, tornam-se o conteúdo dos que surgem mais tarde e que, por essa via, eles definem o modo de ser do mundo (Rüdiger, 2011b, p. 131).

Essa perspectiva reduz, portanto, a comunicação aos meios técnicos, aos aparatos midiáticos e aos dispositivos tecnológicos. Não que eles não devam ser estudados na comunicação, pelo contrário, no entanto comunicação não é só isso. Os estudos dos meios de comunicação ou dos dispositivos também são contemplados em nossa proposta, como mostramos ao longo da tese, no entanto, não é o seu fundamento último. Os processos de comunicação como interações e a sociedade escapam aos olhos de McLuhan (1969), pois os meios são o centro do mundo. A materialidade reivindicada por esses teóricos, enquanto “materialidade midiática” ou “materialidade tecnológica” – ou enquanto “pele” (Kerckhove, 2006) – é completamente diferente de afirmar a materialidade da vida concreta e social dos sujeitos, pois diferem os conceitos sobre o que é “sociedade” e o que é “tecnologia”.

Ao colocar o “meio” e a “informação” como centrais em suas teorias, acabam por não ter uma visão sobre o sujeito social. Álvaro Vieira Pinto (2005b) também confrontou essa perspectiva: “não conseguem apreender na comunicação um existencial do homem, um traço distintivo, exatamente aquele pelo qual se assinala e identifica sua separação do ‘reino animal’” (Pinto, 2005b, p. 478). O ser humano, nesse sentido, só se comunica com a mediação das condições sociais: “por trás do aparelho, do filme, do jornal, dos figurantes e dos faladores, está o outro homem, o proprietário ou comandante do processo informativo” (Pinto, 2005b, p. 491).

A comunicação não existe somente atualmente e apenas porque existem dispositivos midiáticos, pois a centralidade não está no rádio, no celular ou na televisão, e a isso o próprio Vieira Pinto (2005b) relacionava o conceito de “comunicação de massas”, em evidência na segunda metade do século XX, quando escreveu seu livro: “O que o conceito atual de comunicação de massas veio fazer não foi evidentemente cria-la, pois sempre existiu, mas revelar algumas qualidades originais de que agora se reveste, e pelas quais a humanidade passou a entendê-la” (Pinto, 2005b, p. 349). Nesse sentido, Álvaro Vieira Pinto (2005a; 2005b) alerta para expressões como “era tecnológica” ou “explosão tecnológica”, consideradas por ele incorretas, pois “a técnica está presente por definição em todo ato

humano” (Pinto, 2005a, p. 62). Dessa forma, todas as eras do ser humano seriam “eras” tecnológicas. Como também afirma Muniz Sodré (2002, p. 22)

a astúcia das ideologias tecnicistas consiste geralmente na tentativa de deixar visível apenas o aspecto técnico do dispositivo midiático, da ‘prótese’, ocultando a sua dimensão societal comprometida com uma forma específica de hegemonia, onde a articulação entre democracia e mercadoria é parte vital de estratégias corporativas. Essas ideologias costumam permear discursos e ações de conglomerados transnacionais e de ideológicos dos novos formatos de Estado (Sodré, 2002, p. 22).

Marko Ampuja (2015) considera que análises centradas somente em aspectos técnicos devem ser tratadas com suspeitas, pois a tecnologia ou a comunicação não transformam nada sozinhas. Então, precisamos compreender que “a emancipação depende não da transformação das estruturas tecnológicas, mas mais propriamente da transformação dos sistemas políticos e estruturas de poder privado dentro das quais aquelas estão incorporadas” (Ampuja, 2015, p. 66). É, preciso, pois, uma abordagem dialética de comunicação, como diz Eagleton (2012, p. 37).

Toda extensão de comunicação humana traz consigo novas formas de comunidade e novos tipos de divisão. Tecnologias novas podem frustrar o potencial humano, mas também são capazes de aumentá-lo. A modernidade não deve ser louvada de forma leviana, mas não deve também ser ignorada com desdém. Suas características positivas e negativas são, na maior parte, aspectos do mesmo processo. É por isso que apenas uma abordagem dialética, uma abordagem que perceba como a contradição faz parte de sua essência, poderá lhe fazer justiça (Eagleton, 2012, p. 37).

Conceber, pois, a comunicação de forma dialética é entendê-la tanto como “emancipação” quanto “prisão”, tanto como “expressão” e “riqueza” quanto “expropriação” e “pobreza”, para usar os termos, respectivamente, de Huws (2014) e Antunes (2013).

Também nos afastamos da comunicação considerada como “manipulação”, seja por meio da perspectiva funcionalista da “agulha hipodérmica”²¹¹ ou mesmo a partir de autores

²¹¹ Amplamente debatida na literatura sobre teorias da comunicação (Lima, 2001; Gomes, 2004; Rüdiger, 2011b, por exemplo), é tratado como um modelo simplista e ultrapassado. Contudo, queremos apenas alertar a necessidade de continuar a fazer a crítica a essa perspectiva, pois ainda há, no senso comum, quem atribua à mídia o fato de uma pessoa cometer tal ato de violência ou culpa a “influência” – outra noção complicada – da mídia pelo fato de alguém ser homossexual, por exemplo. Apenas a título de ilustração, na novela Babilônia, exibida pela Rede Globo em 2015, duas atrizes de cerca de 80 anos – Fernanda Montenegro e Nathalia Timberg – protagonizaram uma cena de beijo. A partir da circulação da cena nas redes sociais, houve quem culpasse a novela e a emissora por fazer com que as pessoas se “transformassem” – com muitas aspas – em homossexuais. O fato foi ironizado pelo portal Sensacionalista, em “Homem vira boi depois de assistir reprise de Rei do Gado”, publicada em 23 de março de 2015 e disponível em <<http://www.sensacionalista.com.br/2015/03/23/homem-vira-boi-depois-de-assistir-reprise-de-rei-do-gado/>> (acesso em 26 jul. 2016). Com isso, queremos dizer que essas disputas pelo sentido mesmo de comunicação fazem parte da luta de classes.

como Adorno e Horkheimer (1985), pertencentes à Escola de Frankfurt²¹². Nessa abordagem, a comunicação, e mais propriamente, a comunicação midiática é vista como totalizadora e manipuladora dos corpos e cérebros das “massas”. Alguns argumentos utilizados são os da “liquidação do indivíduo”, “infantilização das massas” (Adorno, 1985) e “particularidades do eu como mercadorias monopolizadas” (Adorno; Horkheimer, 1985).

Compreendemos a importância de uma “teoria crítica” da sociedade e da mercantilização da indústria cultural. Enxergamos a relevância dessa perspectiva para o desenvolvimento da Economia Política da Comunicação e da comunicação como mercadoria, como já explanamos anteriormente. Entretanto, limitar-se a pensar a indústria cultural e a comunicação apenas como manipulação e mercantilização é anti-dialético e simplista, pois não dá voz às contradições inerentes à comunicação e à sociedade. Além disso, algumas dessas expressões são tomadas como se a resposta para todos os problemas comunicacionais e sociais fosse: “manipulação”, “manipulação” e “manipulação”.

Para nós, há uma visão radicalmente distinta entre as visões adornianas e marxianas de sujeito, o que é crucial epistemologicamente. A concepção de sujeito em Frankfurt, principalmente em Adorno, é a “de um ser completamente abarcado por um sistema socioeconômico que impede a expressão do sujeito, como se fosse possível separá-lo e privá-lo de sua subjetividade” (Figaro, 2001, p. 45). Dessa forma, o sujeito é visto como um objeto, como diz o próprio Adorno (1978, p. 288): “o consumidor não é rei, como a indústria cultural gostaria de fazer crer, ele não é o sujeito dessa indústria, mas seu objeto”.

Além disso, enxergamos uma influência weberiana nos escritos de Adorno quando fala em “racionalidade instrumental”. Trata-se da “racionalização das imagens do mundo”, que é própria do desenvolvimento do capitalismo e tende à burocratização (Weber, 1981). Na “comunicação como manipulação”, não se enxerga saída, é o que Lukács (2000) chamou de “Grande Hotel Abismo”, “um belo hotel, provido de todo conforto, à beira do abismo, do nada, do absurdo. E o espetáculo diário do abismo, entre refeições ou espetáculos comodamente fruídos, só faz elevar o prazer desse requintado conforto” (Lukács, 2000, p. 18).

Michael Löwy (2014) é outro autor a concordar com essa visão, pensando os autores a partir do termo “marxismo weberiano”. Apesar de o nome de Weber ter sido citado somente uma vez em “Dialética do Esclarecimento” (Adorno; Horkheimer, 1985), pensa-se a

---

²¹² Creio que não podemos ser simplistas e alargar a “comunicação como manipulação” a todos os integrantes da Escola de Frankfurt, pois consideramos, por exemplo, Walter Benjamin (2012) um otimista latente e que enxerga, ao menos, uma possibilidade de transformação da sociedade, diferentemente da dialética negativa adorniana.

sociedade a partir do “desencantamento do mundo”. Segundo Löwy (2014, p. 118), “a racionalidade que triunfa no universo da mercadoria capitalista, na indústria cultural e no Estado burguês é puramente formal e instrumental, indiferente aos objetivos e às finalidades da ação”. O próprio Habermas (2012b) concorda com essa visão weberiana atribuída a Adorno e Horkheimer. Para Habermas (2012b), Adorno e Horkheimer abandonaram “a teoria da consciência de classes. Esses autores resolveram o problema de ligação entre Marx e Weber, apoiando-se ainda mais claramente em Weber” (Habermas, 2012b, p. 599).

Quem vê saída para a comunicação, também partindo de uma leitura weberiana das racionalidades é o próprio Habermas, que podemos considerar um representante da “comunicação como consenso”. A saída para superar a racionalidade instrumental é a “racionalidade comunicativa”, a “ação comunicativa”. Ou seja, a comunicação tem um caráter central em sua teoria social. Por um lado, a teoria da ação comunicativa (ou do “agir comunicativo”, na tradução para o português – Habermas, 2012a; 2012b), tem uma concepção semelhante de “comunicação” à nossa por não reduzir o debate sobre a comunicação à mídia ou ao aparato midiático, mas a coloca como interação normativa dada pela língua de cada cultura na relação com o cotidiano.

No entanto, na acepção de Marx e Engels (1996 [1848]) no “Manifesto do Partido Comunista” em relação à burguesia, o mesmo motivo por qual Habermas é exaltado é também o motivo para seu “enterro”: para elevar a categoria de comunicação e autonomizá-la, Habermas (2012a; 2012b) destrói a categoria do trabalho como algo explicativo do mundo social, desconsiderando, portanto, um ponto-chave do marxismo. Segundo ele, “as relações de trabalho assalariado neutralizam as realizações dos produtores em relação ao contexto de suas ações, situadas no mundo da vida” (Habermas, 2012b, p. 604).

Habermas (2012a; 2012b) separa, então, mundo-da-vida (*Lebenswelt*) de sistema, como se separasse subjetividade, cotidiano e cultura de trabalho, com a autonomização do agir comunicativo. Para ele, “somente essa racionalidade comunicativa, que se reflete na autocompreensão da modernidade, confere uma lógica interna à resistência contra a mediatização” (Habermas, 2012b, p. 601). Ou seja, como se a subjetividade somente pudesse ser alcançada a partir do agir comunicativo e como se o trabalho fosse apenas função de poder e dinheiro do sistema, uma “prisão”. Ele desconsidera o trabalho como atividade fundadora da ontologia do ser social²¹³. Separa o inseparável: a atividade de trabalho e comunicação.

---

²¹³ Ele também critica a noção marxiana de trabalho social: “o conceito marxiano de trabalho social, portanto, é adequado à tarefa de eliminar a forma de vida dos homínidas com relação à dos primatas, mas não capta a reprodução especificamente humana da vida” (Habermas, 1976, p. 115). Trabalhos como Figaro (2001), Antunes

Além disso, ao autonomizar a comunicação, é como se ela fosse responsável por todas as “vitórias” da sociedade na “esfera pública” (Habermas, 1984). Para o autor, deve-se buscar o consenso por meio da comunicação, e destitui de sua teoria da comunicação o caráter de conflitos, lutas e embates. Para nós, de acordo com a trajetória que vimos desenvolvendo até aqui, a comunicação nunca pode ser considerada somente consenso. De acordo com Fígaro (2008, p. 40), “Habermas extrai da linguagem sua característica de arena social, pois como mediadora, representação e possibilidade de conhecer a realidade ela é lugar de embate ideológico, de pontos de vista, sobre a vida, a razão e a fé”.

O próprio Habermas marca suas diferenças com Marx e o marxismo. Ele afirma (Habermas, 1976) que Karl Marx não foi “materialista histórico por inteiro”, chamando a sua teoria de “materialismo ingênuo marxiano”. Habermas (1976) propõe que a reconstrução do materialismo histórico deve servir à elaboração crítica por parte do neoevolucionismo nas ciências sociais e do estruturalismo. Do ponto de vista metodológico, inclusive, afirma ver semelhanças entre Parsons (e sua teoria dos meios de controle) e Marx (e sua teoria do valor) (Habermas, 2012b), colocando-se contrário à teoria do valor. Há também críticas à concepção de “ser social”, pois, para Habermas (2013, p. 361), “Marx nunca se perguntou pela essência do homem e da sociedade enquanto tal e em momento algum quis saber de que maneira se constitui o sentido do ser, ou melhor, do ser social”. Essa afirmação é também uma crítica à “ontologia do ser social” em Lukács (2012).

Para Habermas (1976), pois, o materialismo histórico deveria ser reconstruído sem Marx.

Uma outra questão é saber se o materialismo histórico já não teve no próprio Marx um papel bastante secundário, limitando-se a complementar a análise do capitalismo com uma remissão às sociedades pré-capitalistas; e se a análise da formação social contemporânea não deve se sustentar sobre as próprias pernas, Marx preocupava-se em identificar e explicar os desenvolvimentos críticos com base nos quais era possível observar a limitação estrutural da capacidade de direção e de controle, e em fundar a necessidade prática de uma mudança no princípio de organização social (Habermas, 1976, p. 40).

Em sua “reconstrução”, se utiliza, além da teoria da ação social de Max Weber, a partir de sua concepção sobre a racionalização das imagens do mundo, a noção de aprendizagem de Piaget (olhada de forma onto e filogenética), o interacionismo de George

---

(2013), Huws (2014) e Fuchs (2014a) rebatem essa afirmação – mostrando a atualidade do trabalho social para a compreensão da vida cotidiana atualmente, como também mostramos no item sobre “o lado invisível da produção” no capítulo anterior.

Herbert Mead, entender a linguagem a partir dos atos de fala (Austin), e a teoria sistêmica de Talcott Parsons (Habermas, 2012a)

Ou seja, Habermas (2012a; 2012b) despe o materialismo histórico de suas “vestes” fundamentais – trabalho, luta de classes e dialética– para tentar reconstruí-lo, sob a forma de uma teoria da evolução social, baseada na aprendizagem, tendo a comunicação como caráter central, principalmente em relação à moral e ao direito. Dessa forma, para ele, não faz sentido falar em “luta de classes”, como podemos ler no seguinte excerto:

tendo em vista a pacificação do conflito de classes pelo Estado social e levando em conta que a estrutura de classes já não é focalizada normativamente, a teoria da consciência de classes perde sua referência empírica. Ela já não é aplicável a uma sociedade em que se torna cada vez mais difícil identificar mundos da vida absolutamente específicos de uma classe (Habermas, 2012b, p. 633).

O Estado – nem o europeu da época que Habermas escreveu “Teoria do agir comunicativo” (início da década de 1980) – não pacificou ou exterminou a luta de classes. Do mesmo modo, o que Habermas chama de “estrutura de classes” é antes focalizada na vida concreta que normativamente, como bem mostra Marx (1997) em “O 18 Brumário de Luís Bonaparte”. Além disso, o fato de as culturas de classes terem se modificado ou de algo não ser “especificamente de uma classe” não significa que elas tenham acabado, mas que suas características se transformaram.

Em outro momento, ele diz algo semelhante: “a reificação de esferas de ação estruturadas comunicativamente não produz, em primeira linha, efeitos que possam ser atribuídos a determinada classe” (Habermas, 2012b, p. 598). Assim, para Habermas, as classes – como já afirmado – não fazem parte da comunicação, não entendendo a luta mesma como parte do processo comunicacional, como também fica claro nesse trecho:

Os grupos que se compreendem como teoricamente esclarecidos (e que Marx identificou em seu tempo como a vanguarda dos comunistas, ou seja, do partido) precisam escolher todas as vezes, em atenção a seu adversário, entre estratégias de esclarecimento e de luta, ou seja, entre preservação ou interrupção da comunicação (Habermas, 2013, p. 77).

Dessa forma, Habermas (2013) coloca a luta como uma “interrupção da comunicação”, como se as lutas não estivessem, elas mesmas, presentes nas relações de comunicação.

A disputa pela própria definição do conceito de comunicação mesmo faz parte das lutas tanto internas – sempre epistemológicas e políticas – ao próprio campo da comunicação

quanto à própria dinâmica da sociedade. Conceber comunicação a partir de McLuhan, Lasswell ou Habermas é também compreender determinada visão de sociedade.

Já dissemos, pois, que: a) consideramos o conflito como parte da comunicação; b) mostramos abordagens distintas da nossa em relação a conflitos e reafirmamos o conflito a partir da luta de classes; c) mostramos abordagens distintas da nossa em relação ao que é comunicação. Agora, procuraremos mostrar o que entendemos por comunicação para, enfim, poder pensar as lutas de classes nas relações de comunicação.

O conceito de comunicação já está, em certa medida, evidenciado ao longo da tese. Em resumo, a comunicação é atividade humana. É a centralidade do ser humano, como sujeito social, na comunicação. É ele quem comunica, diretamente com outros seres humanos, ou por meio de jornais, celulares ou quaisquer *gadgets*. Portanto, nossa perspectiva se distingue daquela que considera a “comunicação das coisas” (Lemos, 2013)²¹⁴ e que coloca humanos e não-humanos na mesma posição em relação à comunicação. Como diz Wolton (2011, p. 42), “falar de ‘comunicação entre objetos’ é absurdo ou supõe colocar uma cruz em cima da comunicação humana”.

Em nossa visão, um celular não é somente uma “coisa”, pois ele é fruto e produto do trabalho humano. “Em nenhum momento os computadores e as máquinas cibernéticas mais complexas [...] se desligam do homem, mesmo quando supostamente parecem gerar os próprios modelos de ação” (Pinto, 2005a, p. 201). Inclusive, as “coisas”, muitas vezes, são produzidas sob condições precárias de trabalho, como mostra Fuchs (2014a) em relação à exploração do trabalho na produção de iPhones e iPads na Foxconn. São os homens que se comunicam por meio das coisas. Como diz Schaff (1967, p. 1987), partimos “do indivíduo humano real, de condições sociais, reconhecendo o homem como bem supremo, deve voltar-se contra todas as condições que humilham o homem”.

Marx e Engels (2007 [1845-1846]) afirmam que o diferencial do ser humano em relação aos outros animais é a capacidade de trabalhar, colocada como necessidade social. No entanto, não se trabalha sozinho. Do trabalho, nasce a necessidade de cooperação e relação entre os indivíduos, daí a necessidade da linguagem/ comunicação. Segundo Celso Frederico (2014, p. 330), “o enfoque materialista e ontológico marca, desse modo, sua distância em

---

²¹⁴ Não é nossa intenção aqui discutir a fundo os princípios dessa teoria, mas somente marcar uma distinção básica em relação à nossa visão. André Lemos se baseia na “Teoria Ator-Rede”, que tem em Bruno Latour (2012) seu principal expoente. Para Latour (2012), as ciências humanas, historicamente, puseram o ser humano no centro do debate, não dando a devida atenção ao que chama de “híbridos” e “actantes”. Para ele, os seres humanos também são “feitos de objetos”. Para Lemos (2013, p. 21), “a mediação com não-humanos é parte constitutiva do humano”. Consideramos, ao contrário, que os objetos são recheados de trabalho humano – dos mais diversos tipos. Mesmo os *gadgets* e algoritmos foram construídos a partir de trabalho humano.

relação ao criacionismo: a comunicação não é um dom inato, mas surgiu da necessidade posta pela sobrevivência”. Comunicação, portanto, é atividade humana, é relação que se dá por meio da linguagem, que “nasce, tal como a consciência, do carecimento, da necessidade de intercâmbio com outros homens” (Marx; Engels, 2007 [1845-1846], p. 34).

Para o materialismo histórico, então, segundo Rüdiger (2011b, p. 80), “o trabalho representa [...] o fundamento da interação simbólica. A comunicação, em última instância, é a mediação primária do trabalho”, e a produção e o trabalho são fatores de desenvolvimento da linguagem e da comunicação. Pois a comunicação, nesta visão, é, não apenas uma mediação da práxis, mas um “meio de socialização da consciência gerada pelas condições históricas que determinam essa práxis” (Rüdiger, 2011b, p. 78).

A comunicação é produção de sentido, que se dá na relação com o “outro”, e não mera transmissão de informações, concordando com a perspectiva de Wolton (2011), para quem “informar não é comunicar”. Dessa forma, a comunicação enquanto processo ou atividade só se efetiva realmente na “relação”, isto é, na troca, na interação. Não existe relação – como as de produção – que não seja também uma relação de comunicação, pois ela é inerente ao ser social. Isto é, o ser social é um ser comunicacional – como detalharemos à frente.

A partir disso, as relações de comunicação devem ser consideradas não como atividades isoladas, mas constitutivas de realidades históricas e relacionadas à estrutura de poder e ao modo de produção da sociedade. Como afirmam Bakhtin/ Volochinov (2010, p. 37) em relação à “comunicação na vida cotidiana”, “por um lado, ela está diretamente vinculada aos processos de produção e, por outro lado, diz respeito às esferas das diversas ideologias especializadas e formalizadas”.

A comunicação é, portanto, atividade humana, que tem seus processos, e se efetiva na relação, nas relações de comunicação. Ela é dialética e, assim como o trabalho, envolve também “expressão” e “expropriação” – como produção de sentido e na circulação do capital. Pois bem, a comunicação não é só um “agir em comum”, mas relação que também envolve “conflito”. As relações de comunicação de que tratamos aqui não são o “agir comunicativo” habermasiano. As lutas de classes – bem como as próprias classes, dessa forma, estão presentes nas relações de comunicação, não fora delas. É o lugar onde elas se efetivam, e não foram inventadas por um governo ou indivíduo. Nas relações de comunicação, se encontram, a depender da situação, mediação, mediatização e circulação das classes e lutas. As marcas das classes e das lutas de classes se encontram nas relações de comunicação. Pois sim, a comunicação tem classes.

Nesse sentido programático das lutas de classes na comunicação, consideramos centrais ainda dois aspectos: a) reincorporar o marxismo nos Estudos Culturais; b) compreender questões epistemológicas e ontológicas do próprio marxismo.

É uma perspectiva de sujeito relacionada ao poder que aproxima certa parcela dos Estudos Culturais, em certa medida, a pensar nas lutas de classes na comunicação. Sua ênfase nas resistências populares, na cultura operária e na transformação social. Como o próprio Raymond Williams (1961) ressalta, a comunicação envolve significados e atividades comuns, que também “levam a tensões, ao crescimento e à mudança” (Williams, 1961, p. 55). Compreende a comunicação como um todo social. “Política e arte, junto com ciência religião, vida familiar e outras categorias [...] pertencem a mundo inteiro de relações de ação e interação²¹⁵” (Williams, 1961, p. 65-66). Mas os Estudos Culturais podem ser considerados marxistas?

Dos três “pais fundadores” (Mattelart; Neveu, 2004) dos Estudos Culturais em Birmingham (Raymond Williams, Edward Palmer Thompson e Richard Hoggart), somente Hoggart não teve uma formação realmente marxista (o que não impede de ter escrito um dos mais belos escritos sobre a cultura operária, “As Utilizações da Cultura” – Hoggart, 1973). Como já vimos, a contribuição de Thompson (1987) em relação ao conceito de classe é crucial para o marxismo. Enquanto isso, Raymond Williams é o mais próximo do que pensamos como um autor para contribuir para um olhar marxista dos estudos culturais para a comunicação. Em 1975, ele escreveu o texto “Você é marxista, não é?”, em que se mostra mais próximo da perspectiva marxiana do que algumas apropriações, em sua visão, indevidas, do marxismo.

A abordagem fundamental do materialismo histórico, como definida por Marx, parece-me profundamente verdadeira. Os homens fazem sua própria história dentro de certos limites que são definidos pelas condições de seu desenvolvimento social, condições que são, elas mesmas, profundamente afetadas pelo estado de suas relações econômicas, que são, por sua vez, relacionadas a um estágio particular do modo de produção [...]. Se tomarmos essa posição geral chegamos a uma importante visão geral da história e especialmente do desenvolvimento da sociedade capitalista (Williams, 1989, p. 71).

Nesse mesmo texto, Williams (1989) se coloca próximo ao trabalho de Antonio Gramsci e de sua ênfase na questão da hegemonia, mas diz que foi acusado de não ser marxista por muitas pessoas ligada à esquerda inglesa. Trata-se de uma conhecida disputa pela questão do “determinismo”, se é a economia ou a cultura que tem predominância para o

---

²¹⁵ Para nós, relações de comunicação.

marxismo. Na verdade, o que importa para o materialismo histórico é o ser humano como “ser genérico”, em sua totalidade, englobando economia, cultura e outros campos. Então, é um simplismo e um reducionismo trazer somente uma esfera para o debate. Como diz Eagleton (2012, p. 91),

em certo sentido, a afirmação de que tudo se resume à economia é um truísmo. É tão absolutamente óbvio que fica difícil imaginar que alguém possa pô-la em dúvida. Antes de mais nada, precisamos comer e beber. Também precisamos de roupas e abrigo, ao menos se moramos em Sheffield e não em Samoa. [...]. A base da cultura é o trabalho. Não pode haver civilização sem produção material (Eagleton, 2012, p. 91).

Esse ponto também é citado por Muniz Sodré (2014), ressaltando o diferencial da concepção marxiana de economia, relacionada à vida material e concreta dos sujeitos:

No método marxiano, economia não é a ciência das relações técnicas de produção, nem das escolhas individuais sob a égide de um mercado, e sim do modo pelo qual os agentes produzem e reproduzem tanto esses objetos quanto as próprias relações no interior de classes sociais. Em termos mais diretos: não há economia como uma relação autônoma entre objetos (a troca de uma mercadoria por outra), mas como uma relação entre sujeitos vivos e concretos, suscetível de levar à compreensão de outras relações sociais (Sodré, 2014, p. 51-52)

Segundo Fuchs (2014a), pesquisadores introduzem pequenos trechos de Engels e Marx em seus textos somente para taxa-los como economicistas e reducionistas, mas não leram a obra marxiana completa. Trata-se de um “mito” ou “conto” que alguém acreditou que era verdade e foi sendo repassado como verdade. Por exemplo, Itânia Gomes (2011), ao falar do conceito de “estrutura de sentimento” em Williams, aborda o “esforço teórico-metodológico de rejeitar o determinismo marxista e empreender uma análise cultural que seja a análise da relação entre os elementos de um modo inteiro de vida” (Gomes, 2011, p. 30). Em nossa visão, é propriamente marxista compreender os elementos de um modo inteiro de vida. Convencionou-se chamar os Estudos Culturais de “marxistas heterodoxos”, porque pensariam a partir de Antonio Gramsci e não a partir de qualquer outro marxista. Assim, pensar teórico-metodologicamente um “modo inteiro de vida” é algo central e não heterodoxo ao materialismo histórico.

A própria expressão “materialismo cultural”²¹⁶, cunhada por Williams e defendida principalmente a partir da obra “Marxismo e Literatura” (Williams, 1980), seria desnecessária

²¹⁶ Ana Luiza Coiro Moraes (2011) também faz um interessante esforço de conceber o materialismo cultural de Williams como herdeiro do materialismo histórico dialético marxiano. “O materialismo cultural de Williams reivindica a ação humana sobrepondo-se à ideologia e a forças determinantes. A centralidade é na cultura,

considerando que o materialismo histórico já é, também, cultural. No entanto, o conceito há de ser entendido em seu contexto. A cultura era, segundo Williams (2011a), silenciada nos estudos materialistas, em uma época de lutas travadas entre um “marxismo estruturalista”, tributário de Althusser, e um “marxismo cultural”, mais próximo a Gramsci.

Com isso, a posição de Williams é, segundo Cevasco (2003, p. 111), “pensar uma teoria materialista da cultura que leve em conta seu papel social e contribua para a construção de uma alternativa de sociedade mais justa e igualitária”. A partir disso, o autor concebe a linguagem e a comunicação como “forças sociais formadoras”, interagindo com as instituições, formas, relações e tradições. Nesse processo de pensar o “modo inteiro de vida” dos sujeitos, Raymond Williams é um dos poucos dos Estudos Culturais a considerar a integração da dimensão econômica com a questão cultural²¹⁷ da comunicação e das mídias, e cujo esforço pode ser observado em livros como “Os Meios de Comunicação Social” (Williams, 1971) e “Televisão: tecnologia e forma cultural” (Williams, 1975). Isto é, uma contribuição marxista dos estudos culturais na comunicação não pode prescindir de uma análise do “modo inteiro de vida” – de pensar o próprio ser comunicacional.

Se em Raymond Williams, há a proximidade com a abordagem marxiana, o mesmo não pode ser dito de outros autores, como Lawrence Grossberg (1995), por exemplo. Ele critica os estudos culturais e “boa parte” da teoria marxista por seu compromisso com a especificidade histórica e a contextualidade radical (Grossberg, 2012). Critica também em Grossberg (2012) a teoria do valor em Marx, propondo repensar a noção de valor como algo dentro das relações humanas – como se Marx falasse de outra coisa – e cita o austríaco von Mises para pensar o econômico como “prática de mensuração”. Dessa forma, há um distanciamento em relação à abordagem marxiana.

Pensamos diferente do próprio Stuart Hall (2003b), que coloca que “em nenhum momento os estudos culturais e o marxismo se encaixaram perfeitamente, em termos teóricos”

---

pensada como força produtiva a partir do foco no que é efetivamente vivido pelos sujeitos, estes sim, a partir de suas ações, gerando as determinações no interior das condições e especificidades de classe” (Moraes, 2011, p. 12).

²¹⁷ A título de ilustração, vale, ainda, recuperar, uma disputa antiga entre os Estudos Culturais e a Economia Política da Comunicação – algo que mostramos ser possível conciliar a partir dos eixos propostos para as classes na comunicação. Na década de 1990, ficou famoso um debate entre Lawrence Grossberg (1995), dos Estudos Culturais norte-americanos, e Nicholas Garham (1995), da Economia Política da Comunicação. O argumento de Grossberg (1995) é o clássico, já relatado, problema do “determinismo econômico” e 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 dos tempos – 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, p. 87).

(Hall, 2003b, p. 1991). Nossa tentativa é, justamente, pensar os Estudos Culturais a partir do marxismo, e não como Hall (2003b), que flerta com o pós-estruturalismo, por exemplo.

A partir de Hall e em sua geração posterior, os Estudos Culturais, além de se tornarem uma “moda acadêmica”, foram perdendo o seu potencial crítico a partir de: 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”. Nesse caso, há um total descentramento de identidades (Hall, 2006), procurando “descentralizar a classe social”, relegada quase como uma “última identidade”, no “fim da fila”²¹⁸ do quarteto raça, gênero, etnicidade e classe. Conforme Mattelart e Neveu (2004, p. 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 (Mattelart; Neveu, 2004, p. 15)

Os Estudos Culturais norte-americanos, como Grossberg (1995; 2010) por exemplo, têm parcela de responsabilidade nessa “virada”, ao “adocicaram” temas ligados ao poder e à desigualdade. Nessa adocicação dos Estudos Culturais – como, aliás, mostramos em parte do *corpus* analisado no capítulo 1 – ao retirar as lutas e os conflitos relacionados à desigualdade não contribuem para um olhar materialista da comunicação. Segundo Žižek (2013, p. 156),

é crucial [...] a passagem dos estudos culturais ingleses para os norte-americanos: mesmo que encontremos em ambos os mesmos temas, conceitos etc., o funcionamento socioideológico é completamente diferente, porque passamos de um envolvimento com a verdadeira cultura de classe trabalhadora para o *radical chic* acadêmico (Žižek, 2013, p. 156).

Para Sally Munt (2000), os estudos culturais nos Estados Unidos, principalmente entre 1980 e 1990, focaram demasiadamente nas questões múltiplas identitárias, invisibilizando os sujeitos trabalhadores. Nessa abordagem “liberal-pluralista” fala-se mais de consumo do que propriamente da produção – como pudemos notar nos trabalhos do *corpus* do capítulo 1 e no material analisado nos capítulos subsequentes. Podemos dar como exemplo dessa abordagem John Hartley (2002), para quem a globalização obriga-nos a dar uma nova concepção à

---

²¹⁸ Segundo Eagleton (2012, p. 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”

questão de classe. “Na nova economia, não faz mais sentido falar em proprietários (*owners*) e trabalhadores” (Hartley, 2002, p. 29). Segundo ele, devemos deixar de depender de análises que considerem as “estruturas econômicas”. Para ele, é melhor falar somente em “pobres de informação” e “ricos de informação”. Ou seja, há um deslocamento das classes a partir da produção.

Por isso, se faz necessária uma reintegração dos Estudos Culturais à perspectiva materialista, em um mundo em que, segundo Gulias (2011, p. 149), “muitos estudos culturais ‘não-marxistas’ se veem mais preocupados em como o signo reside na mente do consumidor-espectador sem levar em conta que o signo se torna um signo por meio do trabalho dos humanos, muitas vezes desconsiderado, no capitalismo”. Ou seja, não se pode deixar de lado as questões do poder, da dialética, do sujeito social e da transformação. Nesse sentido, é preciso pensar as lutas de classes na comunicação à luz dos Estudos Culturais. É necessário, portanto, recuperar o legado de Raymond Williams, que coloca o materialismo histórico como central em suas análises e, fundamentalmente, pensa o sujeito como ser social, como nessa clássica provocação sobre o conceito de “massa”:

Não acho que meus parentes, amigos, vizinhos, colegas, conhecidos, são as massas; nenhum de nós pode fazer isso ou o faz. As massas são sempre os outros, que nós não conhecemos e não podemos conhecer. No entanto hoje, em nosso tipo de sociedade, nós vemos esses outros regularmente em sua infinidade de variações; fisicamente estamos parados ao lado deles. Eles estão aqui, e estamos aqui com eles. E o fato de estarmos com eles é, é claro, toda a questão. Para outras pessoas nós também somos massas. Massas são as outras pessoas. Na verdade, não existem massas; há apenas maneiras de ver as pessoas como massas (Williams, 2011b, p. 325).

São a partir dos sujeitos sociais e de suas vivências no cotidiano que os Estudos Culturais carregam os estudos mais férteis. É a partir de uma abordagem de sujeito social e, conseqüentemente, comunicacional que podemos pensar as lutas de classes nas relações de comunicação. Como afirma Marx (2011b [1857-1858, p. 55) nos *Grundrisse*, “também no método teórico o sujeito, a sociedade, tem de estar continuamente presente como pressuposto da representação”. Precisamos, pois, começar a apreender o método marxiano a partir de conceitos como “materialismo histórico”, “sujeito social” e a própria atualidade de Marx.

. Desde a crise econômica de 2008 (que afeta principalmente a Europa), parece haver um renovado interesse no autor, como atestam os livros de Terry Eagleton (2012) e David Harvey (2013b; 2014), por exemplo, ou um interesse em temáticas afins ao autor (como capital e desigualdade), podendo citar como exemplo o polêmico *best-seller* de Thomas Piketty (2014), “O Capital no Século XXI”. Apesar de fazer algumas críticas ao autor, ele dá

o braço a torcer: “o patamar muito elevado da riqueza privada [...] observado desde os anos 1970 e 1980 nos países ricos, sobretudo na Europa e no Japão, se inscreve com perfeição na lógica marxista” (Piketty, 2014, p. 18).

Christian Fuchs (2014a) cita alguns trechos de jornais e revistas entre 2008 e 2011 para pensar o desaparecimento e o retorno de Marx na Europa. Fuchs (2014a) observou, a partir de pesquisa em banco de dados, uma queda acentuada de citações envolvendo Marx e palavras correlatas a partir de 1988, com as citações caindo em mais da metade. O autor cita alguns motivos para o “desaparecimento” de Marx, como a ascensão do neoliberalismo, a mercantilização de tudo, inclusive nas universidades e o aumento do pós-modernismo na cultura e nas ciências sociais.

Entretanto, a partir de 2008, ele enxerga um aumento gradativo de citações sobre Karl Marx nos periódicos. Alguns dos motivos apontados são: a) a precarização do trabalho e da vida, gerando novos fenômenos de classe, exploração e mercantilização; b) a financeirização da economia; c) o papel das tecnologias no capitalismo já teria sido antecipado, em alguma medida, por Marx. Em geral, para Fuchs (2014a), o crescente interesse na obra marxiana é uma indicação da persistência do capitalismo, dos conflitos de classe e das crises inerentes ao sistema.

Em geral, o que significa falar em Marx hoje? Na visão de Therborn (2012a), é compreender as forças produtivas e as relações de produção em escala global e seus efeitos conflituosos sobre as relações sociais. De acordo com Celso Frederico (2008b, p. 87), “é voltar ao mundo real, ao mundo do trabalho, da produção, das classes sociais e da história”, considerado muitas vezes, como conceitos “mortos-vivos” (Beck, 1999).

A partir disso, o que é falar em materialismo histórico? Ele é trabalhado por Marx e Engels (2007 [1845-1846]) em “A Ideologia Alemã”, e não se trata de um sentido dado ao senso comum para a palavra “materialista”, como uma pessoa que não vive sem seus bens de consumo. As práticas materiais aqui expressadas se contrapõem ao “idealismo alemão”. É a vida prática dos homens que interessa à perspectiva materialista, práticas que são concretas e cotidianas. “Toda vida social é essencialmente prática. Todos os mistérios que conduzem a teoria ao misticismo encontram sua solução racional na prática humana e na compreensão dessa prática”. (Marx; Engels, 2007 [1845-1846], p. 534).

A vida prática antecede a consciência, e não o contrário, pois a consciência já é um produto social, como, por exemplo, mostra Vigotski (2005) em relação ao pensamento e à linguagem. As coisas e as ideias não existem fora da linguagem, do mesmo modo que não existe consciência fora do sujeito social, que deve ser concebido em todas as suas facetas.

Se com ‘ser social’ queremos dizer o tipo de coisa que fazemos, a consciência já se encontra aí envolvida. Não é como se a consciência existisse de um lado de um divisor de águas e nossas atividades sociais de outro. Não é possível votar, beijar, apertar mãos ou explorar o trabalho imigrante sem significados e intenções (Eagleton, 2012, p. 121).

As intenções, os valores e as escolhas dos sujeitos são analisados em suas vidas concretas. Nesse sentido, as ideias também são materiais, pois produto de determinada maneira de enxergar o mundo. Essa concepção materialista do mundo é exposta por Marx e Engels no seguinte trecho de “A Ideologia Alemã”:

os homens são os produtores de suas representações, de suas ideias e assim por diante, mas os homens reais, ativos, tal como são condicionados por um determinado desenvolvimento de suas forças produtivas e pelo intercâmbio que a ele corresponde, até chegar às suas formações mais desenvolvidas. (...). Quer dizer, não se parte daquilo que os homens dizem, imaginam ou representam, tampouco dos homens pensados, imaginados e representados para, a partir daí, chegar aos homens de carne e osso; parte-se dos homens realmente ativos e, a partir de seu processo de vida real, expõe-se também o desenvolvimento dos reflexos ideológicos e dos ecos desse processo de vida (Marx; Engels, 2007 [1845-1846], p. 94).

O que diferencia o “materialismo histórico” de outras formas de materialismo? É a compreensão de que a sociedade está sempre em movimento e é preciso apreender os fenômenos sociais a partir de seu movimento e de sua dinâmica, não de maneira estática ou mecânica. São os movimentos históricos da vida social, com suas contradições, que importam para o materialismo histórico. Dessa forma, não podemos pensar as lutas de classes de forma exatamente igual ao que Marx escreveu em relação ao “18 Brumário de Luís Bonaparte” (Marx, 1997 [1852]) ou às lutas de classes na França (Marx, 1977b [1852]), porque estamos em outro período histórico. É preciso apreender os fenômenos comunicacionais, portanto, em seu contexto e em sua dinâmica. Por isso, Eagleton (2012) lembra que não podemos aplicar os conceitos marxianos do século XIX de forma mecanicista, como um dogma. “Quem estuda Marx tem liberdade para escolher que ideias em sua obra parecem mais plausíveis. Apenas os marxistas fundamentalistas encaram essa obra como escritura sagrada, e hoje eles existem em menor número do que os fundamentalistas cristãos” (Eagleton, 2012, p. 46).

Para apreender os fenômenos em sua dinamicidade, é preciso entender o materialismo histórico a partir da dialética. Não estamos falando aqui da lógica aristotélica, que concebe, por exemplo, que se Z não pode ser igual a Y ou a qualquer elemento diferente de Z, ou seja, inexiste contradição, que é tomada como falsidade. Ao contrário, a partir da ótica hegeliana, a

contradição é inerente aos movimentos dos fenômenos. Segundo Sader (2007, p. 11), na perspectiva de Hegel,

o mundo que nos aparece sob a dicotomia entre sujeito e objeto, entre subjetividade e objetividade, tem de ser desvendado nas suas raízes, para compreendermos o porquê dessa cisão, enquanto as ilusões mencionadas optam por um dos dois polos e os absolutizam. A apreensão da verdade do real consiste justamente na explicação da forma pela qual o real se desdobra em sujeito e objeto.

Qual a diferença da abordagem hegeliana para a de Marx? A dialética hegeliana precisa ser colocada em movimento na história concreta dos sujeitos, em sua própria materialidade, em suas relações de produção, deixando o devaneio de que é a consciência de sujeito que permite entender a realidade. Para compreendê-la, é preciso partir das condições concretas da produção da vida em sociedade, apreendendo o movimento da história como movimento contraditório das forças produtivas em contextos reais, objetivos. O movimento dialético, pois, “deve considerar o movimento contraditório das forças produtivas nos embates e nos conflitos de interesses, o que gera a luta de classes” (Fígaro, 2015, p. 147). E como afirma Lukács (2015, p. 76), “a contradição nem sempre é pura e simplesmente contradição, e os gatos só são todos pardos na noite do pensamento burguês”.

A partir dessa dialética, o método marxiano confere centralidade às relações – por isso aqui falamos em “relações de comunicação”, com as classes sendo também definidas pelas relações. Na dicotomia sujeito/objeto, se Durkheim (2007) propõe estudar os fatos sociais como “coisas”, de modo dedutivo, assujeitando os indivíduos diante da “toda-poderosa sociedade”, Weber (1981) faz o caminho contrário, partindo dos sujeitos, em uma sociologia compreensiva, com o método indutivo, mas acaba por não dar conta das relações. Para Marx, nem só o sujeito, nem só o objeto: são as relações entre eles que importam para o materialismo histórico. Nesse sentido, aparece o conceito de “sujeito social” e de “ser genérico” na perspectiva materialista.

Em “A Ideologia Alemã”, Marx e Engels (2007 [1845-1846], p. 86-87) dizem que o que importa para o materialismo histórico não é o que os sujeitos imaginam, idealizam ou desejam, mas “os indivíduos reais, sua ação e suas condições materiais de vida, tanto aquelas por eles já encontradas como as produzidas por sua própria ação”. Ou seja, os sujeitos sociais são donos e responsáveis por suas próprias ações, entretanto, muitas dessas ações são produtos da historicidade e do que já foi produzido na sociedade, em uma corrente histórica. Um exemplo: as palavras que aqui escrevo são, em alguma medida, minhas porque foi o meu corpo e a minha força de trabalho que redigiram esse texto. O que escrevo é inédito no sentido

da atualização dessa perspectiva a partir da minha escrita, porque estou seguindo uma corrente histórica. Desse modo, o que eu estou escrevendo já foi abordado, em alguma medida, por minha orientadora, pela orientadora dela, e assim sucessivamente. Então, esse trabalho (como qualquer outro trabalho) é, ao mesmo tempo, individual e coletivo. O sujeito presente na perspectiva marxista, então, é produto da história e, ao mesmo tempo, a produz. É clássica a seguinte afirmação de Marx em “O 18 Brumário de Luís Bonaparte”: “os homens fazem a sua própria história; contudo, não a fazem de livre e espontânea vontade, pois não são eles que escolhem as circunstâncias sob as quais ela é feita, mas estas lhes foram transmitidas assim como se encontram” (Marx, 1997 [1852], p. 25). Isto é, o sujeito social em Marx é um sujeito que é, ao mesmo tempo, “individual” e “social” – nem sujeito assujeitado nem sujeito somente “dono de si mesmo”. Mas, em última instância, os homens fazem a diferença, “a sua própria história”.

O que isso quer dizer? Há quem diga que, no marxismo, o indivíduo é apagado, quando é o seu contrário, o indivíduo é o ponto de partida, sempre pensando-o em relação aos outros indivíduos. Trata-se de uma visão otimista acerca do papel do indivíduo na sociedade. As possibilidades de transformação da sociedade se dão a partir dos indivíduos reais e ativos, ou seja, os sujeitos sociais devem ser concebidos como seres ativos na sociedade, com personalidade e individualidade, com possibilidades de escolhas. Adam Schaff (1967) escreveu uma tese para mostrar como o indivíduo não é apagado da perspectiva marxiana/marxista. Segundo ele,

o homem é, [...] segundo o marxismo – o criador da História, não como mônade da livre vontade, condicionada por nada, o que seria uma simples fantasia filosófica, mas como produto da História e, em consequência, como indivíduo psicofísico real, socialmente condicionado, que faz as suas determinadas escolhas (Schaff, 1967, p. 165)

Os homens podem não fazer a história do jeito ou na hora que querem, mas, mesmo assim, são capazes de fazer a história. Esse é um ponto importante: a possibilidade de transformação social. Uma das questões cruciais do materialismo histórico que o diferencia de outras correntes é a questão da mudança. Segundo Dana Cloud (2006, p. 68),

as teorias pós-estruturalistas ignoram um fato crucial: a mudança acontece. É impossível acabar com a dialética, uma vez que o processo de confronto dialético e de transformação social está, na realidade, em curso. Onde há exploração e opressão, as pessoas se levantam para lutar contra isso. A dialética se apresenta como uma oportunidade de explicar uma intervenção no processo de mudança. O reconhecimento dos interesses atuais de uma classe trabalhadora culturalmente diversa e discursivamente criativa num mundo ainda dividido em classes é, nada

mais, nada menos, que uma habilidade para fazer julgamentos práticos, a partir dos quais pode haver uma organizada, sistemática e poderosa tentativa para alterar o mundo real (Cloud, 2006, p. 68).

Isto é, é um diferencial pensar a questão da mudança dialeticamente, a partir das relações e contradições entre “indivíduo-sociedade”, “particular-geral”, “micro-macro” e também “reprodução-mudança”. O foco na possibilidade de mudança não exime o materialismo histórico de compreender como alguns fenômenos se reproduzem, como já apontado, as circunstâncias “lhes foram transmitidas assim como se encontram” (Marx, 1997 [1852], p. 25).

Essa transformação também ocorre nas relações entre “micro e macro” e “indivíduo e sociedade”, como afirma Eagleton (2012) em “Marx estava certo”: “por sermos criaturas batalhadoras, com anseios e linguagem, somos capazes de transformar nossas condições ao longo do processo conhecido como história. Ao fazer isso, acabamos, ao mesmo tempo, transformando a nós mesmos” (Eagleton, 2012, p. 70). Raymond Williams, que foi orientador de Terry Eagleton, também concorda com essa visão: “a coisa mais importante que um trabalhador produz é sempre ele mesmo, tanto na condição específica de seu trabalho, quanto na ênfase histórica mais ampla dos homens produzindo-se a si mesmos e a sua história” (Williams, 2011a, p. 48).

Essa concepção de sujeito social contempla a visão da totalidade do ser: um “ser genérico”. Nos “Manuscritos econômico-filosóficos”, Marx (2010 [1844], p. 128) afirma “o homem não é apenas ser natural, mas ser natural humano, isto é, ser existente para si mesmo, por isso, ser genérico, que, enquanto tal, tem de atuar e confirmar-se tanto em seu ser quanto em seu saber”. Isto é, o ser deve ser concebido por inteiro, não fracionado em partes. “Corpo” e “mente” também estão interligados. Como diz Eagleton (2012, p. 116), “um corpo humano, em certo sentido, é um objeto material, parte natureza e parte história. No entanto, trata-se de um tipo particular de objeto, bem diverso de repolhos e baldes de carvão”.

Então, estão incorretas as visões que creem que o materialismo histórico concebe o ser somente a partir da razão, deixando de lado as questões emocionais, pois o homem tomado como um “ser genérico” contempla todas as questões envolvidas na produção do ser humano e no ser humano como ser produtor, quais sejam poder, arte, capitalismo, emancipação, exploração, autorrealização, estranhamento, aspectos esses que envolvem tanto questões de fundo afetivo quanto racional. Segundo Eagleton (2012, p. 119), “antes que cheguemos a refletir sobre a realidade, já estamos envolvidos com ela de forma prática e emocional, e nosso raciocínio acontece dentro de tal contexto”

Marx chega a comentar nos “Manuscritos Econômico-Filosóficos”: “o homem enquanto objeto sensível é, por conseguinte, um padecedor, e porque um ser que sente o seu tormento, um ser apaixonado. A paixão [...] é a força humana essencial que caminha energicamente em direção ao seu objeto” (Marx, 2010 [1844], p. 128). Para Marx (2010 [1844]), o sensível é da ordem do real, do empírico. É considerar o “sensível” como atividade prática que diferencia o materialismo histórico do “materialismo contemplativo”, conforme Marx e Engels (2007 [1845-1846]) em “A Ideologia Alemã”. Cremos que a concepção de “ser genérico” abarca essa visão de compreender também as questões da ordem do “sensível” de uma forma, a nosso ver, mais completa do que uma visão espinosiana, por exemplo, justamente por compreender a totalidade do ser enquanto sujeito ativo no mundo. Segundo Schaff (1967), a concepção materialista

ao invés de tratar tal amor de forma abstrata, o faz de maneira concreta, isto é, com fundamento no duro combate pelos objetos e postulados a ele relacionados, em consequência, o humanismo de Marx precisa levantar o problema do combate contra aquilo que contradiz o amor, que humilha, subjuga, explora o homem, em uma palavra, que o torna infeliz (Schaff, 1967, p. 190).

Essa concepção de sujeito, portanto, não está descolada de pensar as relações de poder na sociedade. Ao contrário, pensar as relações de poder e os embates (como as questões de ideologia, hegemonia e classes sociais) que circulam pela comunicação, nas práticas concretas e cotidianas, são questões centrais.

Reforçamos que o primado do método marxiano está nas relações, e por isso a comunicação se efetiva nas relações e a classe também se dá em e a partir de uma relação. Essas relações dependem dos sujeitos sociais, que são comunicacionais. Então, pois, falar em lutas de classes nas relações de comunicação é, de alguma maneira, trazer uma contribuição para a ontologia do ser social, para a epistemologia e a teoria do sujeito, e, por conseguinte, para a comunicação.

Quando Lukács (2012) escreveu “Para uma ontologia do ser social”, propôs a prioridade do ontológico em relação à epistemologia. Isso não quer dizer, entretanto, negar a epistemologia, pelo contrário. Trata-se de não pensar o “conhecimento somente pelo mero conhecimento”²¹⁹, da prioridade da vida concreta e real e de como apreender esse real. “A

---

²¹⁹ Mészáros (2009) também critica quem considera a metodologia pela metodologia sem se preocupar com a práxis – inclusive o chamado “marxismo analítico” (sobre o qual tratamos no capítulo 2). “As representações de tais postulados metodológicos vão desde a fenomenologia e o estruturalismo até os ‘analíticos tal e qual’ (...) assim como os monótonos rótulos ‘pós’, do pós-estruturalismo e do pós-modernismo ao extremamente vazio ‘pós-marxismo’. De modo compreensível, o refreamento farisaico das questões substantivas que demandam comprometimento com seus valores correspondentes leva à busca de uma ‘metateoria’ orientanda de forma

ciência brota da vida, e na vida mesmo – saibamos ou não, queiramos ou não – somos obrigados a nos comportar espontaneamente de modo ontológico” (Lukács, 2012, p. 293). Para Lukács (2012), é o neopositivismo – e não o marxismo – que separa a teoria do conhecimento da ontologia: “o neopositivismo [...] deseja resolver essa questão pela exclusão de toda ontologia, pela simples unidade de ‘linguagem científica e pelo seu tipo de manipulação logicista” (Lukács, 2012, p. 69). Isto é, podemos compreender epistemologicamente a comunicação a partir da ontologia do ser.

Compreender, pois, a ontologia do ser social e, por conseguinte, comunicacional, é, assim, pensar as relações – como as de comunicação e classes. Para Lukács (2012), o plano ontológico é o das relações e conexões, também entre sujeito e objeto, singular e totalidade, forma e conteúdo. “O sujeito de modo algum se contrapõe ao objeto de forma rígida e incomunicável. O método dialético não significa nem uma unidade indiferenciada, nem uma separação rígida de fatores” (Lukács, 2015, p. 43). O ser é complexo e com múltiplas relações e a ontologia procura compreender essas múltiplas determinações. Como afirma Mészáros (2008, p. 56),

o ‘ser’ de qualquer classe é a síntese abrangente de todos os fatores atuantes na sociedade, enquanto os proponentes de um ‘determinismo econômico’ – corretamente criticado por Gramsci – isolam apenas *um* fator e, grosseiramente, o sobrepõem a todos os outros.

Os sujeitos pertencem a uma classe, o que envolve algumas das determinações do ser. “Essas condições ontológicas altamente complexas determinam para cada ser humano singular (no interior de sua classe, nação, etc.) o espaço concreto de suas possibilidades de reação e ação” (Lukács, 2012, p. 53). Não há somente o “ser humano” na sociedade, mas “complexos parciais”, como é o caso das classes, “que, precisamente por causa de suas dimensões existenciais diversas e heterogêneas, podem exercer, em suas inter-relações reais, uma influência determinante sobre o processo em seu conjunto” (Lukács, 2012, p. 53). E as categorias, por sua vez, expressam também “maneiras de ser”²²⁰. Dessa maneira, para Lukács (2012), não existe só a “universalidade”, mas a “particularidade” e a “singularidade”, que é concreta. A concretude do ser, pois, envolve interações complexas e complexos de interações.

‘meta-ética’. Do mesmo modo, e mais uma vez de maneira alguma surpreendente, o ilusório engajamento ‘supraideológico’ – ou ‘pós-ideológico’ – na análise pela análise culmina na prática da metodologia pela metodologia” (Mészáros, 2009, p. 289).

²²⁰ “As categorias expressam formas de ser, determinações de existência, com frequência somente aspectos singulares, dessa sociedade determinada, desse sujeito, e que, por isso, a sociedade, também do ponto de vista científico, de modo algum só começa ali onde o discurso é sobre ela enquanto tal” (Marx, 2011b [1857-1858], p. 59).

Não conseguimos apreender a realidade ou a práxis isoladamente. Como afirma Marx (2011, p. 54) nos *Grundrisse*, “o concreto é concreto porque é a síntese de múltiplas determinações, portanto, unidade da diversidade”.

Nesse sentido, a ontologia do ser - enquanto universalidade – compreende as lutas de classes nas relações de comunicação. Como afirma Lukács (2010, p. 109),

a essência de um tal ser social exprime-se precisamente nessas lutas, em que a sua explicitação omnilateral, seus antagonismos reais incorporam ontologicamente a essência objetiva da genericidade ainda mais profunda e completa do que o simples desfecho efetivo das lutas.

Por sua vez, as lutas de classes nas relações de comunicação envolvem circulação, mediação e mediação das (lutas de) classes, que se relacionam com os eixos traçados a partir dos processos comunicacionais (produção, discurso, recepção) – enquanto parcialidades, como fios que tecem, relacionam e fazem conexões – que, por fim, foram traçadas a partir da análise da singularidade concreta do *corpus* presente no capítulo 1.

O concreto não significa simples ou simplificado, pois nele se concentra toda a complexidade do real²²¹. O conhecimento, pois, é construído tecendo relações a partir dessa dimensão em direção à totalidade. Entre a totalidade e a singularidade, as parcialidades, repletas de relações, conexões e reconstruções. O desenho da pesquisa, pois, é antes formado também por “relações” que por um “sistema”. Segundo Lukács (2012, p. 296), “os pensadores que possuem um senso verdadeiramente ontológico para a riqueza e a variedade da estrutura dinâmica da realidade concentrarão seu interesse [...] nos tipos de relação que não podem ser encaixados de maneira adequada num sistema”. Dessa forma, as categorias, enquanto essas “formas de ser” (Marx, 2011b [1857-1858]), se traduzem em “elementos estruturais de complexos relativamente totais, reais, dinâmicos, cujas inter-relações dinâmicas dão lugar a complexos cada vez mais abrangentes” (Lukács, 2012, p. 297).

As lutas de classes nas relações de comunicação só fazem sentido se compreendidas à luz da contraditória dinâmica da sociedade, dos sujeitos sociais. As lutas estão nos movimentos, nas reorganizações e nas dinâmicas das relações de comunicação e da própria sociedade. Assim, circulação, mediação e mediação das (lutas de) classes também não são noções estanques, pois só fazem sentido em movimento, em relação. Os conceitos, então,

---

²²¹ O real é, por si, complexo, e a ciência deve buscar apreender esse real. Assim, discordamos de visões que colocam a complexidade como um “paradigma” da ciência, pois entendemos que ela é um pressuposto do fazer científico. Assim, em nossa visão, a expressão “paradigma da complexidade” se tornou um lugar-comum e chavão das pesquisas, muitas vezes sem propriamente aplicar a própria “complexidade” ou ter uma reflexão epistemológica mais profunda.

estão em relação e em movimento, e não são suprimidos uns pelos outros. “Todo ‘elemento’, toda parte é também aqui um todo, o ‘elemento’ é sempre um complexo com propriedades concretas, qualitativamente específicas, um complexo de forças e relações diversas que agem em conjunto” (Lukács, 2012, p. 306-307). Dessa forma, o método não opera nem dedutivamente nem indutivamente, mas a partir de concatenações, que “associa de modo teórico-orgânico a ontologia histórica do ser social com a descoberta teórica das suas legalidades concretas e reais” (Lukács, 2012, p. 313).

Classes, comunicação e ser se realizam na relação, nas relações. A própria luta é uma relação. E se método e, por conseguinte, conceitos se efetuam também nas relações, nas concatenações, isso se deve antes à concretude do ser, pois este precede o método. Concebemos, pois, os sujeitos como um elemento preponderante da práxis, da epistemologia e da ontologia.

Falamos em ontologia do ser social, que é comunicacional. Se a comunicação é, pois, uma atividade humana que se efetiva na relação, não existe ser social sem comunicação. Trata-se, então, de reafirmar o lugar dos sujeitos na pesquisa em comunicação. Não só meios ou processos, mas sujeitos. As Ciências da Comunicação como lugar dos sujeitos comunicacionais e suas relações de comunicação. Na década de 1990, Sousa (1995) falava que o sujeito era o lado oculto do receptor nos estudos dominantes em comunicação. Como mostramos ao longo desse trabalho, muitas vezes o sujeito ainda é oculto nas pesquisas em comunicação. Por vezes também é escondido por debaixo de uma “epistemologia pela epistemologia”, em que o método estrangula o humano, o material e o concreto. É, então, conceber a comunicação a partir de suas dimensões humanas e materiais. Do contrário, produziremos uma ciência estéril, e é preciso pensar no papel da pesquisa e do sujeito-pesquisador em Ciências da Comunicação em um país como o Brasil.

Reflexões (In)Conclusivas

A nosso ver, o término de uma tese de doutorado é, antes, o início de uma caminhada que um fim de ciclo. Uma caminhada pautada por indagações e questionamentos de ordem teórica, metodológica e epistemológica. Um destrinchar dos sentidos de um conceito no campo. O olhar para o cuidado conceitual, para uma reflexividade sobre o ato da pesquisa – enquanto ato, ao mesmo tempo, teórico e metodológico. Nesse sentido, as considerações ou conclusões nunca são finais. Em alguma medida, há sempre inconclusões. Então, antes que fim, é um processo, que gera novas indagações.

Procuramos mostrar em que medida o campo da comunicação tem incorporado o conceito de classe social em suas trajetórias de pesquisas, no sentido de evidenciar sentidos teóricos. Falar de classes na comunicação, do modo como abordamos, ajuda revelar o próprio campo comunicacional, de forma geral. Alguns problemas aqui levantados, principalmente de ordem teórica, metodológica, epistemológica – e até mesmo ontológica – são questões do próprio campo da comunicação, de maneira geral. Além dos sentidos teóricos das classes no campo, principalmente nos capítulos finais, buscamos também compreender alguns sentidos que podem ser teorizados. Assim, colocamos que a comunicação, como conceito, é permeada pelas lutas de classes. Como pode-se perceber pela leitura, há diversas camadas de sentido e sua leitura deve buscar acompanhar essas diferentes camadas.

No capítulo 1, fizemos uma análise bibliométrica e conceitual de 48 artigos dos congressos Compós, Intercom e Comunicon e de 42 teses e dissertações entre os anos de 2010 e 2014²²². Um ponto de partida, enquanto “singularidade concreta” (Lukács, 2012). É a partir dali que todo o caminho foi sendo traçado, descortinado. O recorte se mostrou válido por mostrar certa saturação quanto ao conceito no campo durante o período. Pudemos notar uma falta de autores marxistas na bibliometria, de modo que a escolha dos autores reflete no tratamento do conceito. Em alguns trabalhos, a “classe” aparece de maneira somente lateral, como ilustração. Foi também comum encontrar uma falta de reflexividade teórica, metodológica e conceitual em relação ao conceito, que podemos considerar, em certa medida, banalizado ou pouco aprofundado, como adorno, como dizendo para não-dizer. Além disso, a dimensão do “conflito” ou das “lutas” aparece somente pontualmente em alguns trabalhos.

---

²²² O recorte buscou trazer os cinco últimos anos a partir do momento em que foi realizada a pesquisa (ano de 2015). Por que não estender, por exemplo, o mapeamento de teses, dissertações e artigos até 1990? Seria um caminho possível e interessante, mas optamos por focalizar em um retrato do conceito em uma época específica – de certo modo, um retrato atual – e de forma mais detalhada, pois nos serve como ponto-de-partida para as indagações outras.

Não é raro encontrar pesquisas que acabam por transformar a desigualdade de classes em mera diferença. Uma exceção encontrada frente a diversos problemas apontados foi uma série de pesquisas realizadas ou orientadas por Veneza Ronsini, da Universidade Federal de Santa Maria. Então, a partir do *corpus* analisado no capítulo 1, identificamos algumas tendências de pesquisa, por onde começamos a desenhar eixos teóricos para compreensão das classes na comunicação, não de forma estanque, mas em relação.

O que se segue na tese se assemelha a fios de um novelo, puxados das questões levantadas no primeiro capítulo. O segundo se coloca a partir de uma das questões que detectamos nos artigos, teses e dissertações: a não-discussão do conceito de classe. Então, procuramos trazer um mapa das diferentes teorias de classes e como cada uma delas possui implicações teórico-metodológicas: Marx e marxismos, Weber, Bourdieu, Žižek, Negri e Hardt, além de um breve percurso na teoria social brasileira, desde autores clássicos até contemporâneos, mostrando como ela também mostra uma história com relação às classes, por vezes culturalizando o debate. Esse caminho se mostrou importante para mostrar a complexidade e a atualidade do conceito, sendo preciso reconhecer as implicações de cada abordagem. A partir desse capítulo, pudemos também observar raízes teóricas e epistemológicas de trabalhos analisados no capítulo anterior. Classe não se resume a renda, estratificação ou a classificar sujeitos em “ABCD”, e ela possui esse sentido prioritariamente em uma perspectiva weberiana. Então, após essa trajetória, trazemos uma tentativa de pensar as classes a partir das lutas, das relações e dos sujeitos, a “classe-que-vive-do-trabalho” (Antunes, 2001), mostrando que as classes importam para pensar o hoje.

Então, após puxarmos um “fio” com relação às implicações próprias do conceito, no capítulo 3, procuramos evidenciar uma trajetória do conceito no campo da comunicação para além do período 2010-2014. Os conceitos possuem uma história, tanto na teoria social (capítulo 2), quanto no próprio campo comunicacional, estas principalmente entre os anos 1970 e início dos anos 1990, quando há uma virada nos estudos comunicacionais latino-americanos com a obra de Jesús Martín-Barbero. Nesse capítulo 3, pois, fazemos uma análise conceitual a partir de obras de referência – internacionais e nacionais. Percebemos como o conceito em um campo não pode ser deslocado do processo histórico mais geral, pois questões de “lutas de classes” apareciam mais frequentemente em alguns dos estudos pioneiros na comunicação. Especificamente no Brasil, observamos a força da comunicação popular para pensar as classes. Nesse ponto, observamos certo “descritivismo” nessas pesquisas pioneiras e a ascensão dos estudos de recepção como área relevante para a comunicação e para pensar as classes. Esse panorama realizado nos auxilia a sedimentar eixos

para as classes sociais na comunicação, a saber: os estudos de recepção, estudos discursivos/linguageiros e que versam sobre a produção/economia política da comunicação.

No capítulo 4, procuramos destrinchar, então, um desses eixos a partir do ponto onde parou o anterior: como a noção de mediação transformou os estudos de recepção – e quais suas abordagens para compreensão das classes, dos ingleses ao latino-americanos, passando pela centralidade de Martín-Barbero. Então, depreendemos a importância de pensar criticamente a mediação para compreensão da “mediação de classe”, que sempre envolve um circuito de cultura, não como algo estanque. Mostramos também impactos desses estudos para a pesquisa brasileira de recepção envolvendo as classes, principalmente na primeira década do século XXI. Contudo, essa mesma época trouxe certo deslocamento da aceção dos “estudos de recepção” para questões como “convergência” ou “interatividade”. Procuramos, então, analisar implicações dessas reconfigurações conceituais em relação às mudanças tecnológicas para os estudos de recepção a partir da análise de alguns autores, olhando também o modo como eles compreendem a questão das classes. Desse modo, vamos entendendo também o movimento de deslocamento do próprio conceito de classe e das lutas de classes no campo da comunicação. Ou seja, ao aprofundarmos na análise, revelamos camadas que nos levam à melhor compreensão do que está na superfície do *corpus* do capítulo 1. Depois, trazemos como estudos na área de consumo – também vistos no primeiro capítulo – acabam por negar os conflitos e invisibilizar as classes como sujeitos sociais. Encerramos o capítulo analisando um conceito vindo principalmente da Europa – midiatização – procurando analisar alguns dos principais autores, observando como ele poderia ser ou não útil para as classes na comunicação. A partir dos fios puxados nesse capítulo, deixamos alguns pontos em aberto – a mediação e a midiatização das classes, que surgem a partir dessa escavação.

Se o quarto capítulo se dedicou a explorar diversas relações entre recepção e classes, o quinto capítulo busca organizar os outros eixos faltantes: o discursivo e o da produção. Para considerar um eixo discursivo, é preciso, então, em nossa visão, fazer um deslocamento somente do estudo das representações das classes nas mídias para um discursivo/linguageiro de forma mais ampla e que também considere o discurso midiático. Dessa forma, trazemos a noção de “signos de classes” e o papel da linguagem na circulação do capital (linguagem como mercadoria), bem como uma discussão sobre em que medida os dispositivos comunicacionais podem revelar lógicas, relações e lutas de classes. Os signos de classe, pois, circulam nas relações de comunicação e pelos diferentes dispositivos comunicacionais.

Quanto à produção, consideramos um eixo “invisível” nas análises realizadas em capítulos anteriores e consideramos essencial recuperar economia política, trabalho, classe

trabalhadora e a questão do valor para pensar as classes na comunicação. Evidenciamos, pois, a importância do trabalho para a comunicação e como isso envolve as classes, considerando o papel da comunicação como processo produtivo no capitalismo. As lutas de classes não deixam de acontecer na relação capital-trabalho e apresentam novas e velhas formas de exploração, envolvidas também em lógicas comunicacionais. Dessa forma, as lutas de classes na comunicação envolvem pensar a “nova morfologia do trabalho” (Antunes, 2013) com suas novas gramáticas, sem descola-la da produção de valor no capitalismo. Assim, discutimos, não sem críticas, questões como trabalho criativo, trabalho digital, *commoditização* dos usuários na internet. Trata-se, pois, de olhar as lutas de classes na comunicação a partir do ângulo dos trabalhadores.

Com os três eixos desenhados a partir de uma compreensão ampla do processo comunicacional, sintetizamos uma proposta de três categorias – distintas, porém complementares, nem estanques nem lineares – para as lutas de classes na comunicação: circulação, mediação e midiaticização das classes (e suas lutas). A midiaticização envolve a ordem do midiático (e o quanto as mudanças midiáticas/tecnológicas envolvem ou podem envolver conflitos de classes ou mudanças/reproduções sociais). Já a mediação de classe envolve a ordem do comunicacional, como um olhar de classe, como produção de sentido, enquanto algo que desorganiza e reorganiza as relações de comunicação. A circulação das classes e das lutas de classes, por sua vez, é da ordem tanto do comunicacional quanto do capital, enquanto signos circulantes de classe e também enquanto circulação do capital. Dessa forma, mostramos, mais uma vez, a imbricação dos processos comunicacionais e produtivos, e como as lutas de classes perpassam tanto as relações de trabalho quanto as relações de comunicação.

Enfim, o capítulo 6 apresenta o que envolveria, ao mesmo tempo, midiaticização, mediação e circulação das classes: as lutas de classes nas relações de comunicação, que, para nós, deve ter uma centralidade na agenda de pesquisa comunicacional. Nesse sentido, mostramos o que não consideramos como “conflito” e “comunicação” para as lutas de classes nas relações de comunicação; pontuamos o lugar do marxismo no campo da comunicação; assim, evidenciamos o que compreendemos como relações de comunicação e como podemos conceber as lutas de classes nas relações de comunicação. A comunicação como processo só se efetiva na relação do mesmo modo que as classes só se efetivam nas relações. Ela, pois, tem classes e lutas de classes na produção de sentido e na circulação do capital. Então, trazemos a concepção marxiana de sujeito (e reivindicamos a reincorporação dos estudos culturais ao marxismo) para pensar questões epistemológicas e ontológicas. O sujeito social é

comunicacional. Desse modo, as lutas de classes nas relações de comunicação envolvem a ontologia do ser. O sujeito social/ comunicacional e de classe em suas relações.

Podemos, pois, notar como os capítulos passam por camadas distintas até desembocar nessa proposta final. Reafirmamos a pertinência da presente tese à linha de pesquisa “Epistemologia, Teoria e Metodologia da Comunicação”, do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo, e nossa contribuição mostra como o falar das/sobre as classes revela algo sobre o próprio campo da comunicação e seus sujeitos. Além disso, como algo para toda nossa vida acadêmica, pensamos na centralidade do compromisso do pesquisador com a *práxis* (o esforço teórico visa apreender o real) e com a transformação, principalmente em relação à contribuição da comunicação a um projeto de país. Se as lutas de classes estão presentes nas relações de comunicação, elas não estão fora de nós: temos também que pensar no papel do comunicador na luta de classes. No sentido de atividade humana, todos comunicamos. Produzimos sentido e, a depender do contexto, essa comunicação pode ser circulada como mercadoria. O trabalhador inserido nas indústrias de comunicação – e também no campo acadêmico da comunicação – tem seu papel de reflexão e atuação nas lutas de classes. Falar de classes, pois, não é só falar do “Outro”, mas também de nós mesmos e nossa *práxis* no mundo concreto.

CORPUS ANALISADO NO CAPÍTULO 1 (POR TIPO)

a) Artigos do Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós)

ESCOSTEGUY, Ana Carolina. De Gastadores a Econômicos: uma narrativa midiática de transformação do estilo de vida dos segmentos populares em ascensão. In: Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação – Compós, 2014, Belem/PA. **Anais da Compós 2014**. Belém, PA: Compós, 2014.

FERRÃO NETO, José. Os Outros: povo e oralidade na comunicação. In: Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação – Compós, 2011, Porto Alegre/RS. **Anais da Compós 2011**. Porto Alegre, RS: Compós, 2011.

FRANÇA, Vera; DORNELAS, Raquel. No Bonde da Ostentação: o que os ‘rolezinhos’ estão dizendo sobre os valores e a sociabilidade da juventude brasileira? In: Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação – Compós, 2014, Belem/PA. **Anais da Compós 2014**. Belém, PA: Compós, 2014.

FRANÇA, Vera; PRADO, Denise. Produções Culturais da Periferia: legitimidade e tensões. In: Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação – Compós, 2010, Rio de Janeiro/RJ. **Anais da Compós 2010**. Rio de Janeiro, RJ: Compós, 2010.

MIANI, Rozinaldo. A Construção de uma Nova Postura Política no Sindicalismo Brasileiro: o sindicato cidadão nas páginas da imprensa sindical. In: Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação – Compós, 2013, Salvador/BA. **Anais da Compós 2013**. Salvador, BA: Compós, 2013.

RONSINI, Veneza. A Ideologia Meritocrática na Novela das Oito e a Reprodução das Desigualdades de Classe. In: Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação – Compós, 2011, Porto Alegre/RS. **Anais da Compós 2011**. Porto Alegre, RS: Compós, 2011.

SERELLE, Marcio. A Guinada dos Populares: mídia e vida social no Brasil. In: Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação – Compós, 2014, Belem/PA. **Anais da Compós 2014**. Belém, PA: Compós, 2014.

SOUTO, Mariana. Novas Emergências das Relações de Classe no Cinema Brasileiro: uma pequena reviravolta coletiva? In: Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação – Compós, 2013, Salvador/BA. **Anais da Compós 2013**. Salvador, BA: Compós, 2013.

b) Artigos do Congresso Internacional em Comunicação e Consumo (Comunicon)

ALMEIDA, Bibiana; ALMEIDA, Patricia. Nem Luxo, nem Lixo: percepções da classe C a respeito de coleções especiais de estilistas em lojas de fast fashion. In: Congresso Internacional Comunicação e Consumo - Comunicon, 2011, São Paulo/SP. **Anais do Comunicon 2011**. São Paulo, SP. ESPM, 2011.

BACHA, Maria de Lourdes; FIGUEIREDO, Celso. Virei um Big Mac: as classes CD e a vaidade *fast food*. In: Congresso Internacional Comunicação e Consumo - Comunicon, 2012, São Paulo/SP. **Anais do Comunicon 2012**. São Paulo, SP. ESPM, 2012.

BARBOTIN, Maria Angeluce; RETONDAR, Anderson. “Não Tem Pobre Aqui Não”: um debate sobre identidade, consumo e pobreza. In: Congresso Internacional Comunicação e Consumo - Comunicon, 2014, São Paulo/SP. **Anais do Comunicon 2014**. São Paulo, SP. ESPM, 2014.

BARROS, Carla. A Empregada Doméstica na Mídia e na Música Popular: notas sobre confrontos de classe. In: Congresso Internacional Comunicação e Consumo - Comunicon, 2012, São Paulo/SP. **Anais do Comunicon 2012**. São Paulo, SP. ESPM, 2012.

HANSEN, Cândida. A Notícia como Tradução e o Acontecimento Noticioso da Nova Classe Média Brasileira. In: Congresso Internacional Comunicação e Consumo - Comunicon, 2013, São Paulo/SP. **Anais do Comunicon 2013**. São Paulo, SP. ESPM, 2013.

JORDÃO, Janaína. “O porteiro do prédio também pode ir, então qual a graça?” A nova classe trabalhadora e representações midiáticas da distinção social. In: Congresso Internacional Comunicação e Consumo - Comunicon, 2013, São Paulo/SP. **Anais do Comunicon 2013**. São Paulo, SP. ESPM, 2013.

JORDÃO, Janaína. O Gosto de Classe: o jogo das classificações nos espaços de consumo. In: Congresso Internacional Comunicação e Consumo - Comunicon, 2014, São Paulo/SP. **Anais do Comunicon 2014**. São Paulo, SP. ESPM, 2014.

LEMOES, Lígia. Admirável Mundo Novo da Ficção Televisiva na TV Paga: adorável psicose. In: Congresso Internacional Comunicação e Consumo - Comunicon, 2012, São Paulo/SP. **Anais do Comunicon 2012**. São Paulo, SP. ESPM, 2012.

OLIVEIRA-CRUZ, Milena. Estrutura de Sentimento como Hipótese Cultural: uma perspectiva para pensar a ‘nova classe média’. In: Congresso Internacional Comunicação e Consumo - Comunicon, 2013, São Paulo/SP. **Anais do Comunicon 2013**. São Paulo, SP. ESPM, 2013.

PALUDETTO, Rita. Continuum: as classes sociais e o espírito do consumo na história da evolução da sociedade moderna. In: Congresso Internacional Comunicação e Consumo - Comunicon, 2011, São Paulo/SP. **Anais do Comunicon 2011**. São Paulo, SP. ESPM, 2011.

POMPEU, Bruno. Consumo de Classe Alta e Consumo de Classe Baixa: os dois lados do consumo brasileiro na publicidade contemporânea. In: Congresso Internacional Comunicação e Consumo - Comunicon, 2014, São Paulo/SP. **Anais do Comunicon 2014**. São Paulo, SP. ESPM, 2014.

ROCHA, Natália. Uma Classe Consumista na Sociedade de Consumo. In: Congresso Internacional Comunicação e Consumo - Comunicon, 2012, São Paulo/SP. **Anais do Comunicon 2012**. São Paulo, SP. ESPM, 2012.

RUGAI BASTOS, Mônica; SOUSA, Plínio. Características da ‘nova classe média’ brasileira e seu consumo cultural. In: Congresso Internacional Comunicação e Consumo - Comunicon, 2012, São Paulo/SP. **Anais do Comunicon 2012**. São Paulo, SP. ESPM, 2012.

RUGAI BASTOS, Mônica; SOUSA, Plínio. Identidade pelo Consumo: expectativas para a Classe C Brasileira. In: Congresso Internacional Comunicação e Consumo - Comunicon, 2013, São Paulo/SP. **Anais do Comunicon 2013**. São Paulo, SP. ESPM, 2013.

SANTOS, Maria Stella. O Funk Chega à Classe A de Carona no Mercedes-Benz. In: Congresso Internacional Comunicação e Consumo - Comunicon, 2013, São Paulo/SP. **Anais do Comunicon 2013**. São Paulo, SP. ESPM, 2013.

TORQUATO, Shirley. Uma Reflexão sobre o Consumo Doméstico Popular Através de Duas Perspectivas: a análise etnográfica e a representação publicitária. In: Congresso Internacional Comunicação e Consumo - Comunicon, 2014, São Paulo/SP. **Anais do Comunicon 2014**. São Paulo, SP. ESPM, 2014.

c) Artigos do Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom)

BASTOS, Pablo. Presente no Retrovisor: comunicação e memória do Mutirão da Vila Comunitária. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom, 2013, Manaus/AM. **Anais do Intercom 2013**. Manaus/AM: Intercom, 2013.

BERALDO, Beatriz. O Vestuário Feminino: da moda de classe até a era da sua reprodutibilidade sexy. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom, 2013, Manaus/AM. **Anais do Intercom 2013**. Manaus/AM: Intercom, 2013.

BOLAÑO, César; VIEIRA, Eloy. Economia Política da Internet: sites de redes sociais e luta de classes. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom, 2013, Manaus/AM. **Anais do Intercom 2013**. Manaus/AM: Intercom, 2013.

BORDINHÃO, Filipe; RONSINI, Veneza. Masculinidade e Publicidade: a mediação da socialidade a partir das questões de classe. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom, 2012, Fortaleza/CE. **Anais do Intercom 2012**. Fortaleza/CE: Intercom, 2012.

CAPOTE FILHO, Haroldo; FORT, Mônica. A Louça, a Gravata, o Gato: representações publicitárias e riscos interpretativos. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom, 2014, Foz do Iguaçu/PR. **Anais do Intercom 2014**. Foz do Iguaçu/PR: Intercom, 2014.

CASTRO, Gisela. Cheia de Charme: a classe trabalhadora no paraíso da cibercultura. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom, 2012, Fortaleza/CE. **Anais do Intercom 2012**. Fortaleza/CE: Intercom, 2012.

DALMONTE, Edson; FONTES, Maria Lucineide. O Viés de Classe e Região Adotado na Cobertura de Crimes Familiares e de Gênero no Brasil. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom, 2012, Fortaleza/CE. **Anais do Intercom 2012**. Fortaleza/CE: Intercom, 2012.

FERREIRA, Nelson Toledo. As Mutações Identitárias das Organizações e dos Trabalhadores na Contemporaneidade. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom, 2010, Caxias do Sul/RS. **Anais do Intercom 2010**. Caxias do Sul/RS: Intercom, 2010.

FERREIRA, Nelson Toledo. Mídia Sindical como Dispositivo de Interação entre Minorias e Classe Trabalhadora. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom, 2011, Recife/PE. **Anais do Intercom 2011**. Recife/PE: Intercom, 2011.

FOGAÇA, Jôse. O Consumo, o Gosto, a Ponte e a Cerca: um estudo exploratório sobre gosto e referências estéticas em propagandas dirigidas à baixa renda. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom, 2011, Recife/PE. **Anais do Intercom 2011**. Recife/PE: Intercom, 2011.

GONÇALVES, Carlos Alberto; LISBÔA, Maria da Graça. O Adorno como Objeto Simbólico de um *Habitus* de Classe. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom, 2011, Recife/PE. **Anais do Intercom 2011**. Recife/PE: Intercom, 2011.

LOSNAK, Célio. Imprensa, Política e Sociedade no Início do Século XX. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom, 2013, Manaus/AM. **Anais do Intercom 2013**. Manaus/AM: Intercom, 2013.

MAURO, Rosana. O Discurso sobre Classe na Representação da Empregada Doméstica na Ficção Televisiva e na Propaganda. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom, 2013, Manaus/AM. **Anais do Intercom 2013**. Manaus/AM: Intercom, 2013.

MAURO, Rosana; TRINDADE, Eneus. O Estereótipo da Vilã Emergente na Construção de Identidades Discursivas de Carminha em Avenida Brasil. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom, 2012, Fortaleza/CE. **Anais do Intercom 2012**. Fortaleza/CE: Intercom, 2012.

MOURA, Iara. A Nova Classe C Ascende à TV: apontamentos sobre a representação de classe na telenovela brasileira. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom, 2013, Manaus/AM. **Anais do Intercom 2013**. Manaus/AM: Intercom, 2013.

NASCIMENTO, Layse. Tramas da Imprensa Paranaense e o Regime Militar de 1964. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom, 2010, Caxias do Sul/RS. **Anais do Intercom 2010**. Caxias do Sul/RS: Intercom, 2010.

PORCELLO, Flávio. De Boni a Boninho: a mudança estética e conceitual da TV brasileira para atrair a nova classe média. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom, 2012, Fortaleza/CE. **Anais do Intercom 2012**. Fortaleza/CE: Intercom, 2012.

SCHNORR, Júlia. A Juventude Rural e as Novas Fronteiras Culturais Entre o Campo e a Cidade a Partir do Debate de Classe Social. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom, 2011, Recife/PE. **Anais do Intercom 2011**. Recife/PE: Intercom, 2011.

SIFUENTES, Lirian. Ser Mulher, Jovem e Pobre: a construção de sentidos pela telenovela. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom, 2010, Caxias do Sul/RS. **Anais do Intercom 2010**. Caxias do Sul/RS: Intercom, 2010.

SILVA, Renata Córdova da. Mídia e Recepção: um estudo etnográfico com mulheres de classe popular. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom, 2010, Caxias do Sul/RS. **Anais do Intercom 2010**. Caxias do Sul/RS: Intercom, 2010.

SOBRAL, Jacqueline. O Protagonismo das Classes Populares na Telenovela Brasileira: uma reflexão a partir de “Avenida Brasil”. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom, 2012, Fortaleza/CE. **Anais do Intercom 2012**. Fortaleza/CE: Intercom, 2012.

TARAPANOFF, Fabíola; FERNANDES, Júlio César. Reflexo de uma Ascensão: o imaginário da classe C nas novelas “Cheias de Charme” e “Avenida Brasil”. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom, 2012, Fortaleza/CE. **Anais do Intercom 2012**. Fortaleza/CE: Intercom, 2012.

TONDATO, Márcia. Representações Ficcionalas à Mesa: espaços e estilos de alimentação como diferenciação social. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom, 2012, Fortaleza/CE. **Anais do Intercom 2012**. Fortaleza/CE: Intercom, 2012.

WOTTRICH, Laura. Classe importa? Reflexões sobre o conceito de classe social para pensar a recepção da mídia. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom, 2010, Caxias do Sul/RS. **Anais do Intercom 2010**. Caxias do Sul/RS: Intercom, 2010.

d) Teses e Dissertações

BALTHAZAR, Ana Carolina. **Tanto eu quanto o outro:** um estudo sobre o consumo de jovens mulheres de classe alta da Zona Sul do Rio de Janeiro. Dissertação (Mestrado – Comunicação Social). Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-RJ). Rio de Janeiro/RJ, 2011. Orientador: Everardo Rocha.

BARBOSA, Alexandre. **A Comunicação do MST:** uma ação política contra-hegemônica. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Universidade de São Paulo (USP), São Paulo, 2013. Orientador: Celso Frederico.

BARBOSA, Zilda. **Ações Afirmativas e Cotas na Mídia:** a construção de fronteiras simbólicas. Dissertação (Mestrado – Comunicação e Cultura) – Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), Rio de Janeiro, 2011. Orientador: Muniz Sodré.

BERNARDES, Márcia. **Jovens e Internet:** usos sociais e sociabilidades juvenis femininas em uma instituição de acolhimento. Tese (Mestrado – Comunicação) – Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), São Leopoldo/RS, 2012. Orientadora: Denise Cogo.

BORN, Ani Mari. **As Representações das Elites na Mídia de Colonismo Social em Porto Alegre/RS:** um estudo de caso sobre o Programa Sociedade com Odalgir Lazzari. Tese (Doutorado – Comunicação) – Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), São Leopoldo/RS, 2010. Orientadora: Suely Fragoso.

CARDENUTO, Reinaldo. **O Cinema Político de Leon Hirszman (1976-1981):** engajamento e resistência durante o regime militar brasileiro. Tese (Doutorado – Meios e Processos Audiovisuais) – Universidade de São Paulo (USP), São Paulo, 2014. Orientador: Eduardo Morettin.

CARDOSO, Sílvia. **Eu Não Sou Lixo:** música ‘brega’, indústria fonográfica e crítica musical no Brasil dos anos 1970. Dissertação (Mestrado – Comunicação) – Universidade Federal Fluminense (UFF), Niterói/RS, 2011. Orientador: Marildo Nercolini.

DEL MONTE, Michele. **A Influência da Publicidade Televisiva no Consumo da População de Classe C:** os anunciantes do varejo popular. Dissertação (Mestrado – Ciências da Comunicação) – Universidade de São Paulo (USP), São Paulo, 2011. Orientador: Leandro Leonardo Batista.

DIAS, Lia Ribeiro. **Inclusão Digital como Fator de Inclusão Social:** a inserção de jovens de baixa renda como protagonistas na Sociedade do Conhecimento. Dissertação (Mestrado – Comunicação) – Faculdade Cásper Líbero, São Paulo, 2011. Orientador: Walter Teixeira Lima Junior.

DRUMOND, Rafael. **Entre espaços, uma novela:** teletopias de uma #avenida em trânsito. Dissertação (Mestrado – Comunicação Social) – Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC-MG), Belo Horizonte, 2014. Orientadores: Maria Ângela Mattos e Eduardo Antônio de Jesus.

DUTRA, Flora Ardenghi. **Usos e apropriações do celular por jovens de classe popular.** Dissertação (Mestrado – Comunicação) – Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), Santa Maria/RS, 2014. Orientadora: Veneza Ronsini.

FARIA, Ewerton. **Camadas Populares Emergentes:** um novo contexto para a comunicação publicitária de instituições de ensino superior. Dissertação (Mestrado – Comunicação) – Universidade de São Caetano do Sul (USCS), São Caetano do Sul/SP, 2012. Orientador: Gino Giacomini Filho.

FONSECA, Vicente. **Telejornalismo Popular e Sensacionalismo no Programa Balanço Geral.** Dissertação (Mestrado – Comunicação e Informação) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Porto Alegre, 2010. Orientador: Flávio Porcello.

FREGNI, Carla. **Do Bife ao Infinito:** relações de consumo na revista Claudia. Dissertação (Mestrado – Comunicação e Cultura) – Universidade de Sorocaba (UNISO), Sorocaba, 2010. Orientadora: Miriam Silva.

GRIJÓ, Wesley Pereira. **Mediações Quilombolas:** apropriações étnicas na recepção de telenovelas. Tese (Doutorado – Comunicação e Informação) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Porto Alegre, 2014. Orientadora: Karla Müller.

MADUREIRA, Viviane. **O Uso do Celular pela Mulher Contemporânea:** vinculação e capilaridades na comunicação e na cultura. Dissertação (Mestrado – Comunicação e Cultura) – Universidade de Sorocaba (UNISO), Sorocaba, 2012. Orientadora: Miriam Silva.

MAURO, Rosana. **Aspectos da Mdiatização do Consumo e do Sentido de Classe Social na Telenovela:** a representação da “nova classe C”. Dissertação (Mestrado – Ciências da Comunicação) – Universidade de São Paulo (USP), São Paulo, 2014. Orientador: Eneus Trindade.

MONTEIRO, Bianca. **Ana Maria e Malu, sujeitos de vários discursos:** leituras para compreender seus contratos de leitura no espaço-tempo da midiatização. Dissertação (Mestrado – Comunicação) – Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), São Leopoldo/RS, 2012. Orientador: Antonio Fausto Neto.

NORMANDO, Jullena. **Programas Femininos na TV:** cidadania e consumo. Mestrado (Comunicação – Comunicação) – Universidade Federal de Goiás (UFG), Goiânia/GO, 2010. Orientadora: Ana Carolina Rocha Pessoa Temer.

OSHIRO, Ana Lucia. **Reputação:** as interpretações dos sujeitos organizacionais e coletivos no contexto normativo de transição do capitalismo material para o imaterial cognitivo em rede. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Universidade de São Paulo (USP), São Paulo, 2014. Orientador: Sidineia Gomes de Freitas.

PAIVA, Lara. **O Eu e o Outro na Representação Fílmica da Favela:** uma análise de 5x Favela: agora por nós mesmos, Cinco Vezes Favela e Cidade de Deus. Mestrado (Comunicação – Comunicação) – Universidade Federal de Goiás (UFG), Goiânia/GO, 2010. Orientadora: Maria Luiza Mendonça.

PAULA, Fernanda Cintra de. **Muito antes da marca:** relações entre a recepção de publicidade e o consumo de alimentos por crianças de classes populares. Dissertação (Mestrado – Comunicação e Práticas do Consumo) – Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), São Paulo, 2013. Orientadora: Isabel Orofino.

PAULA, Gustavo de. **A Classe C vai às Bancas:** a ascensão dos tabloides populares no Brasil. Dissertação (Mestrado – Jornalismo) – Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Florianópolis/SC, 2011. Orientador: Mauro César Silveira.

PAULA, Francislene. **Em Busca de um Leitor de Fronteiras:** representações e projeções identitárias da nova classe média brasileira nos jornais populares Super Notícias e Meia Hora. Dissertação (Mestrado – Comunicação) – Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), Juiz de Fora/MG, 2013. Orientador: Paulo Roberto Figueira Leal.

PENHA, Francislanda. **Representações Midiáticas da Pobreza:** o programa Esquenta! e o reposicionamento do discurso sobre os pobres na TV brasileira. Mestrado (Comunicação – Comunicação) – Universidade Federal de Goiás (UFG), Goiânia/GO, 2012. Orientadora: Ana Carolina Rocha Pessoa Temer

PREDIGER, Solange. **Mídia e representação social juvenil:** recepção do programa Malhação. Dissertação (Mestrado – Comunicação) – Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), Santa Maria/RS, 2011. Orientadora: Veneza Ronsini.

ROCHA, Natália. **Ser ou não ser:** nova classe média, consumo e comunicação. Dissertação (Mestrado – Comunicação Social). Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-RJ). Rio de Janeiro/RJ, 2013. Orientador: Everardo Rocha.

ROSA, Guilherme Carvalho da. **Televisão e Sociabilidade:** os pequenos estabelecimentos comerciais de Pelotas/RS. Tese (Doutorado – Comunicação) – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC-RS), Porto Alegre, 2014. Orientadora: Doris Fagundes Haussen.

SATO, Silvio. **As Expressões da Mobilidade na Comunicação das Marcas de Telefonia Celular no Brasil.** Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Universidade de São Paulo (USP), São Paulo, 2010. Orientadora: Clotilde Perez.

SCHNORR, Júlia Mello. **Jovens rurais, corações urbanos:** Jornal Nacional e as desigualdades sociais do campo. Dissertação (Mestrado – Comunicação) – Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), Santa Maria/RS, 2013. Orientadora: Veneza Ronsini.

SENNA, Carlos Henrique Corrêa. **Midiatização do Campo Religioso:** a recepção da celebridade Padre Fábio de Melo por seus fãs/devotos. Dissertação (Mestrado – Comunicação Social) – Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC-MG), Belo Horizonte, 2011. Orientadora: Teresinha Maria de Carvalho Cruz Pires.

SIMÕES, Priscila. **Processos Comunicacionais em Instituições de Ensino Superior:** o caso UniRadial – Estácio. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Universidade de São Paulo (USP), São Paulo, 2010. Orientador: Adilson Citelli

SIFUENTES, Lirian. **Telenovela e identidade feminina de jovens de classe popular**. Dissertação (Mestrado – Comunicação) – Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), Santa Maria/RS, 2010. Orientadora: Veneza Ronsini.

SIFUENTES, Lirian. **“Todo mundo fala mal, mas todo mundo vê”**: estudo comparativo do consumo de telenovela por mulheres de diferentes classes. Tese (Doutorado – Comunicação) – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC-RS), Porto Alegre, 2013. Orientadora: Ana Carolina Escosteguy, 2014.

SILVA, Anderson Luís de Vargas. **Afinal, o que a classe média quer ver no Jornal do Almoço?** Um estudo de recepção junto a telespectadores gaúchos. Dissertação (Mestrado – Comunicação) – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC-RS), Porto Alegre, 2013. Orientadora: Ana Carolina Escosteguy.

SILVA, Fabiana Felix do Amaral. **Novas Subjetividades Subalternas na Cidade**: cultura, comunicação e espacialidade. Tese (Doutorado – Ciências da Comunicação) – Universidade de São Paulo (USP), São Paulo, 2011. Orientadora: Maria Nazareth Ferreira.

SILVA, Lourdes Ana Pereira Silva. **Melodrama como matriz cultural no processo de constituição de identidades familiares**: um estudo de (tele)novela e bumba-meu-boi – usos, consumo, e recepção. Tese (Doutorado – Comunicação e Informação) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Porto Alegre, 2012. Orientadora: Nilda Jacks.

SILVA, Renata Córdova da. **Feminino velado**: a recepção da telenovela por mães e filhas das classes populares. Dissertação (Mestrado – Comunicação) – Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), Santa Maria/RS, 2011. Orientadora: Veneza Ronsini.

SILVA, Regina Cardoso. **Violência contra a Mulher, Políticas Públicas e Telenovela – intersecções possíveis**: o caso Fina Estampa. Dissertação (Mestrado – Comunicação e Cultura) – Universidade de Sorocaba (UNISO), Sorocaba, 2013. Orientador: Mauricio Reinaldo Gonçalves.

SOBRAL, Jacqueline. **Você gosta de alguém?** Representações de amor, erotismo e sexo construídas por crianças em contextos populares a partir da cultura midiática. Dissertação (Mestrado – Comunicação e Práticas do Consumo) – Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), São Paulo, 2014. Orientadora: Isabel Orofino.

SOUTO, Mariana. **Figurações em Crise**: juventudes de classe média no cinema brasileiro contemporâneo. Dissertação (Mestrado – Comunicação Social) – Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), Belo Horizonte/MG, 2011. Orientadora: Vera França.

WOTTRICH, Laura. **Envelhecer com *Passione***: a telenovela na vida de idosas das classes populares. Dissertação (Mestrado – Comunicação) – Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), Santa Maria/RS, 2011. Orientadora: Veneza Ronsini.

REFERÊNCIAS

- ABÍLIO, Ludmila Costhek. **Sem Maquiagem**: o trabalho de um milhão de revendedoras de cosméticos. São Paulo: Boitempo, 2014.
- ADORNO, Theodor. A Indústria Cultural. In: COHN, Gabriel (org.). **Comunicação e Indústria Cultural**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1978, p. 287-295.
- ADORNO, Theodor. O Fetichismo na Música e a Regressão na Audição. **Textos Escolhidos – Coleção Os Pensadores**. São Paulo: Abril Cultural, 1985, p. 65-85.
- ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Max. **Dialética do Esclarecimento**. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.
- AGAMBEN, Giorgio. O que é um dispositivo? In: **O Que é o Contemporâneo?** E outros ensaios. Chapecó: Argos, 2009.
- ALTHUSSER, Louis. Ideologia e aparelhos ideológicos de Estado (notas para uma investigação). In: ŽIŽEK, Slavoj (org.). **Um mapa da ideologia**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1996, p. 105-142.
- ALTHUSSER, Louis. **Aparelhos Ideológicos de Estado**: notas sobre os aparelhos ideológicos de Estado. Rio de Janeiro: Graal, 1999.
- AMPUJA, Marko. **Theorizing Globalization**: a critique of the mediatization of social theory. Chicago: Haymarket Books, 2013.
- AMPUJA, Marko. A Sociedade em Rede, o Cosmopolitismo e o ‘Sublime Digital’: reflexões sobre como a História tem sido esquecida na teoria social contemporânea. **Revista Parágrafo**. V. 1, N. 3, 2015, p. 55-67.
- AMPUJA, Marko. The New Spirit of Capitalism, Innovation Fetishism and New Information and Communication Technologies. **Javnost – The Public: Journal of the European Institute for Communication and Culture**. V. 23, N. 1, 2016. P. 19-36.
- AMPUJA, Marko; KOIVISTO, Juha; VÄLIVERRONEN, Esa. Strong and Weak Forms of Mediatization Theory: a critical review. **Nordicon Review**. N. 35, 2014, p. 111-123.
- ANDERSON, Perry. **A Crise da Crise do Marxismo**: introdução a um debate contemporâneo. São Paulo: Brasiliense, 1987.
- ANDRADE, Roberta Manuela Barros de. **O Fascínio de Sherazade**: os usos sociais da telenovela. São Paulo: Annablume, 2003.
- ANDRADE, Roberta Manuela Barros de. Gênero, Classe e Geração na Televisão Brasileira. In: Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação – Compós, 2004, São Bernardo do Campo/SP. **Anais da Compós 2004**. São Bernardo do Campo/SP, 2004.

ANTUNES, Ricardo. **Os Sentidos do Trabalho**: ensaio sobre a afirmação e a negação do trabalho. São Paulo: Boitempo, 2001.

ANTUNES, Ricardo. **O Caracol e sua Concha**: ensaios sobre a nova morfologia do trabalho. São Paulo: Boitempo, 2005.

ANTUNES, Ricardo. A nova morfologia do trabalho e suas principais tendências. In: ANTUNES, Ricardo (org.). **Riqueza e Miséria do Trabalho no Brasil II**. São Paulo: Boitempo, 2013, p. 13-28.

ANTUNES, Ricardo; BRAGA, Ruy. **Infoproletários**: degradação real do trabalho virtual. São Paulo: Boitempo, 2009.

ARAÚJO, Carlos Alberto. Bibliometria: evolução histórica e questões atuais. **Em Questão**. Porto Alegre, v. 12, n. 1, jan./jun. 2006, p. 11-32.

ASSANGE, Julian. **Cypherpunks**: liberdade e o futuro da Internet. São Paulo: Boitempo, 2013.

BACCEGA, Maria Aparecida. Do mundo editado à construção do mundo. **Comunicação & Educação**. N. 1, p. 7-14, 1994.

BACCEGA, Maria Aparecida. O Campo da Comunicação. In: CORREA, Tupã Gomes. **Comunicação para o Mercado**. São Paulo: Edicom, 1995a.

BACCEGA, Maria Aparecida. **Palavra e Discurso**: História e Literatura. São Paulo: Ática, 1995b.

BACCEGA, Maria Aparecida. **Comunicação e Linguagem**: discursos e ciência. São Paulo: Moderna, 1998.

BACCEGA, Maria Aparecida. Televisão e educação: a escola e o livro. **Comunicação & Educação**. N. 2, p. 176-187, 2002.

BACCEGA, Maria Aparecida. Comunicação e Consumo. In: CITELLI, Adilson; BERGER, Christa; BACCEGA, Maria Aparecida; LOPES, Maria Immacolata Vassallo de; FRANÇA, Vera Veiga (org.). **Dicionário de Comunicação**: escolas, teorias e autores. São Paulo: Editora Contexto, 2014, p. 53-65.

BACHA, Edmar Lisboa. **Os Mitos de uma Década**: ensaios de economia brasileira. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1976.

BAKHTIN, Mikhail. **A Cultura Popular na Idade Média e no Renascimento**: o contexto de François Rabelais. São Paulo: Hucitec, 1987.

BAKHTIN, Mikhail/ VOLOCHINOV. **Marxismo e Filosofia da Linguagem**: problemas fundamentais do método sociológico na ciência da linguagem. São Paulo: Hucitec, 2010.

BAGNO, Marcos. **A Língua de Eulália**: novela sociolinguística. São Paulo: Contexto, 2006.

BALIBAR, Étienne. Sobre os conceitos fundamentais do materialismo histórico. In: ALTHUSSER, Louis; BALIBAR, Étienne. **Ler O Capital**. Rio de Janeiro: Zahar, 1980.

BARTHES, Roland. **Mitologias**. Rio de Janeiro: Difel, 2009.

BAUDRILLARD, Jean. **A Sociedade de Consumo**. Lisboa: Edições 70, 1991.

BAUMAN, Zygmunt. **O Mal-estar da Pós-Modernidade**. Rio de Janeiro: Zahar, 1998.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para Consumo**. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BECK, Ulrich. **A Sociedade de Risco**. São Paulo: Ed. 34, 1999.

BENJAMIN, Walter. **A Obra de Arte na Época de Sua Reprodutibilidade Técnica**. Porto Alegre: Zouk, 2012.

BERNARDO, Marcia Espanhol. **Trabalho Duro, Discurso Flexível: uma análise das contradições do toyotismo a partir da vivência de trabalhadores**. São Paulo: Expressão Popular, 2009.

BERGER, Michele; GUIDROZ, Kathleen (org.). **The Intersectional Approach: transforming the academy through race, class and gender**. North Carolina: University of North Carolina Press, 2009.

BERGER, Peter; LUCKMANN, Thomas. **A Construção Social da Realidade: tratado de sociologia do conhecimento**. Petrópolis: Vozes, 1994.

BERNSTEIN, Basil. Language and Social Class. **British Journal of Sociology**. N. 11, v. 3, 1960, p. 271-276.

BIHR, Alain. **Les rapports sociaux de classes**. Lausanne: Page 2, 2012.

BLIKSTEIN, Izidoro. **Kaspar Hauser ou a Fabricação da Realidade**. São Paulo: Cultrix, 2003.

BLUMLER, Jay; KATZ, Elihu. **The Uses of Mass Communication**. Beverly Hills: Sage, 1974.

BOLAÑO, César. **Indústria Cultural, Informação e Capitalismo**. São Paulo: Hucitec/Polis, 2000.

BOLAÑO, César (org.). **Economia Política da Internet**. Aracaju: Ed. UFS, 2007.

BOLAÑO, César; VIEIRA, Eloy. Economia Política de Internet e os Sites de Redes Sociais. **Revista EPTIC**. V. 16, n. 2, 2014, p. 72-84.

BOLAÑO, César. Digitalisation and Labour: a rejoinder to Christian Fuchs. **Triple C – Open Access Journal for a Global Sustainable Information Society**. V. 13, n. 1, 2015, p. 79-83.

BOLTANSKI, Luc; CHIAPELLO, Ève. **O Novo Espírito do Capitalismo**. São Paulo: Martins Fontes, 2009

BONIN, Jiani. Explorações sobre práticas metodológicas na pesquisa em comunicação. **Famecos**, n 37. Porto Alegre, dez/2008.

BOSI, Ecléa. **Cultura de Massa e Cultura Popular**: leituras de operárias. Petrópolis: Vozes, 1978.

BOURDIEU, Pierre. Structuralism and Theory of Sociological Knowledge. **Social Research**. V. 35, n. 4, 1968, p. 681-706.

BOURDIEU, Pierre. **A Economia das Trocas Simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 1976

BOURDIEU, Pierre. **O Desencantamento do Mundo**: estruturas econômicas e estruturas temporais. São Paulo: Perspectiva, 1979

BOURDIEU, Pierre. O Campo Científico. In: **Pierre Bourdieu**. São Paulo: Ática, 1983.

BOURDIEU, Pierre. **Coisas Ditas**. São Paulo: Brasiliense, 1990

BOURDIEU, Pierre. **O Poder Simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1999

BOURDIEU, Pierre. **Meditações Pascalianas**. Rio de Janeiro, Bertrand Brasil, 2001

BOURDIEU, Pierre. **Os Usos Sociais da Ciência**: por uma sociologia clínica do campo científico. São Paulo: Ed. UNESP, 2004

BOURDIEU, Pierre. **Esboço de Auto-análise**. São Paulo: Cia. Das Letras, 2005

BOURDIEU, Pierre. **A Distinção**: crítica social do julgamento. São Paulo: Edusp, 2007

BOURDIEU, Pierre (org.). **A Miséria do Mundo**. Petrópolis: Vozes, 2008.

BOURDIEU, Pierre; PASSERON, Jean-Claude; CHAMBOREDON, Jean-Claude. **Ofício de Sociólogo**: metodologia de pesquisa na sociologia. Petrópolis: Vozes, 2007.

BOUTET, Josiane. **Paroles au Travail**. Paris: L'Harmattan, 1995.

BOYD, Danah. **It's Complicated**: the social lives of networked teens. New Haven: Yale University Press, 2014.

BRAGA, Adriana. **Personas Materno-Eletrônicas**: feminilidade e interação no Blog Motern. Porto Alegre: Sulina, 2008.

BRAGA, José Luiz. **A Sociedade Enfrenta sua Mídia**: dispositivos sociais de crítica midiática. São Paulo: Paulus, 2006a.

BRAGA, José Luiz. Sobre mediatização como processo interacional de referência. In: In: XV Encontro Anual da Compós – Associação Nacional de Pós-Graduação em Comunicação. **Anais do XV Encontro Anual da Compós**. São Paulo: Bauru, 2006b.

BRAGA, Ruy. **A Política do Precariado: do populismo à hegemonia lulista**. São Paulo: Boitempo, 2013

BRAVERMAN, Harry. **Trabalho e Capital Monopolista: a degradação do trabalho no século XX**. Rio de Janeiro: Zahar, 1987.

BREEN, Richard. Foundations of a neo-Weberian class analysis. In: WRIGHT, Erik Olin (org.). **Approaches to Class Analysis**. Cambridge: Cambridge University Press, 2005, p. 31-49.

BURAWOY, Michael. **O Marxismo Encontra Bourdieu**. Campinas: Ed. Unicamp, 2010.

CAMPANELLA, Bruno. **Os Olhos do Grande Irmão: uma etnografia dos fãs do Big Brother Brasil**. Porto Alegre: Sulina, 2012.

CARAWAY, Brett. Crisis of Command: theorizing value in new media. **Communication Theory**. V. 26, n. 1, 2016, p. 64-81.

CARDOSO, Fernando Henrique. Althusserianismo ou marxismo? A propósito do conceito de classes em Poulantzas: comentários. **Estudos CEBRAP**. São Paulo, 3: p. 65-83, jan. 1973.

CASAQUI, Vander. Por uma teoria da publicização: transformações no processo publicitário. **Significação**. São Paulo, n. 36, 2011, p. 131-151.

CASAQUI, Vander; RIEGEL, Viviane. Google e o consumo do trabalho criativo. **Comunicação, Mídia e Consumo**. V. 6, n. 17, nov. 2009, p. 161-180.

CASAQUI, Vander; SINATO, Angelina. Empreendedorismo social em perspectiva global: bem comum, trabalho e engajamento na retórica do capitalismo contemporâneo. **Revista EPTIC**. V. 17, n. 1, jan/abr. 2015, p. 185-198.

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede: a era da informação – economia, sociedade e cultura – vol. 1**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CASTELLS, Manuel. **Communication Power**. New York: Oxford University Press, 2009.

CASTELLS, Manuel. **Redes de Indignação e Esperança**. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

CAZELOTO, Edilson. **Inclusão Digital: uma visão crítica**. São Paulo: Ed. SENAC, 2008.

CERTEAU, Michel de. **A Invenção do Cotidiano: 1. Artes de fazer**. Petrópolis: Vozes, 1994.

CEVASCO, Maria Elisa. **Dez Lições Sobre Estudos Culturais**. São Paulo: Boitempo, 2003.

CHAMPAGNE, Patrick. A visão mediática. In: BOURDIEU, Pierre (org.). **A Miséria do Mundo**. Petrópolis: Vozes, 2008.

CHAN, Tak Wing. **Social Status and Cultural Consumption**. Cambridge: Cambridge University Press, 2010.

CHAUÍ, Marilena. Uma nova classe trabalhadora. In: SADER, Emir (org.). **Dez anos de governos pós-neoliberais no Brasil**. São Paulo: Boitempo, 2013, p. 123-134.

CITELLI, Adilson. **Linguagem e Persuasão**. São Paulo: Ática, 2004.

CITELLI, Adilson; BERGER, Christa; BACCEGA, Maria Aparecida; LOPES, Maria Immacolata Vassallo de; FRANÇA, Vera Veiga (org.). **Dicionário de Comunicação: escolas, teorias e autores**. São Paulo: Editora Contexto, 2014

CLOUD, Dana L.. Change happens: materialist dialectics and communication studies. In: ARTZ, Lee; MACEK, Steve; CLOUD, Dana, L.. **Marxism and Communication Studies**. New York: Peter Lang, 2006, p. 53-70.

COGO, Denise; BRIGNOL, Liliane Dutra. Redes Sociais e os Estudos de Recepção na Internet. In: XIX Encontro Anual da Compós – Associação Nacional de Pós-Graduação em Comunicação. **Anais do XIX Encontro Anual da Compós**. Rio de Janeiro: PUC-RJ, 2010.

COHEN, Nicole. Cultural work as a site of struggle: freelancers and exploitation. **Triple C – Open Access Journal for a Global Sustainable Information Society**. V. 10, n. 2, 2012 p. 141- 155.

CORTÊS, Norma. **Esperança e Democracia: as ideias de Álvaro Vieira Pinto**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2003.

COULDRY, Nick. Mediatization or mediation? Alternative understandings of the emergent space of digital storytelling. **New Media Society**. V. 10, n. 3, p. 373-391, 2008.

COULDRY, Nick. **Media, Society, World: social theory and digital media practice**. London: Polity, 2012.

COULDRY, Nick. Class and contemporary forms of ‘Reality’ production, or hidden injuries of class. In: WOOD, Helen; SKEGGS, Beverley (org.). **Reality Television and Class**. London: Routledge, 2011, p. 33-44.

COULDRY, Nick; HEPP, Andreas. Conceptualizing mediatization: contexts, traditions, arguments. **Communication Theory**, v. 23, Issue 3, p. 191-201, 2013.

COUTINHO, Carlos Nelson. **O Estruturalismo e a Miséria da Razão**. São Paulo: Expressão Popular, 2010.

CROMPTON, Rosemary. **Class and Stratification**. Cambridge: Polity, 2008.

CUCHE, Denys. **A Noção de Cultura nas Ciências Sociais**. Bauru: EDUSC, 1999.

- DAMATTA, Roberto. **O que faz o brasil, Brasil?** Rio de Janeiro: Rocco, 2001.
- DANTAS, Marcos. **Trabalho com Informação:** valor, acumulação, apropriação nas redes do capital. Rio de Janeiro: Centro de Filosofia e Ciências Humanas da UFRJ, 2012.
- DARDOT, Pierre; LAVAL, Christian. **A Nova Razão do Mundo:** ensaio sobre a sociedade neoliberal. São Paulo: Boitempo, 2016.
- DA VIÁ, Sarah Chucid. **Televisão e Consciência de Classe:** a influência dos meios de comunicação e o nível de aspiração do trabalhador têxtil. Petrópolis: Vozes, 1977.
- DAWKINS, Richard. **O Gene Egoísta.** São Paulo: Companhia das Letras, 2007.
- DEUZE, Mark. **Media Life.** Cambridge: Polity Press, 2012.
- DINES, Gail; HUMEZ, Jean. **Gender, Race and Class in Media.** London: Sage, 2014.
- DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD, Baron. **O Mundo dos Bens:** para uma antropologia do consumo. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2009.
- DORFMAN, Ariel; MATTELART, Armand. **Para leer al pato Donald:** comunicación de massa y colonialismo. Buenos Aires: Siglo XXI, 1972.
- DU GAY, Paul; HALL, Stuart et al. **Doing Cultural Studies:** the story of the Sony Walkman. London: The Open University/ Sage, 1997.
- DUJARIER, Marie-Anne. The three sociological types of consumer work. **Journal of Consumer Culture.** V. 16, n. 2, jul. 2016, p. 572-591.
- DUMONT, Louis. **O individualismo:** uma perspectiva antropológica da ideologia moderna. Rio de Janeiro: Rocco, 1985.
- DURKHEIM, Émile. **Da Divisão do Trabalho Social.** São Paulo: Martins Fontes, 2004 [1893].
- DURKHEIM, Émile. **As Regras do Método Sociológico.** São Paulo: Martins Fontes, 2007 [1895].
- DYER-WITHEFORD, Nick. **Cyber-Marx:** cycles and circuits of struggle in high-technology capital. Chicago: University of Illinois Press, 1999.
- DYER-WITHEFORD, Nick. **Cyber-Proletariat:** global labour in the digital vortex. London: Pluto Press, 2015.
- DYER-WITHEFORD, Nick. Ciberproletariado, ciclos de lutas e mídias digitais. Entrevista concedida a Rafael Grohmann. **Revista Parágrafo.** V. 4, n. 1, 2016, p. 99-105.
- EAGLETON, Terry. **Ideologia:** uma introdução. São Paulo: Boitempo/ UNESP, 1997.
- EAGLETON, Terry. **Marx estava certo.** Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2012.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina. **Cartografia dos Estudos Culturais**: uma versão latino-americana. Belo Horizonte: Ed. Autêntica, 2001.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina. Quando a recepção já não alcança: por uma revisão no método e no objeto. In: Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação – Compós, 2008, São Paulo/SP. **Anais da Compós 2008**. São Paulo, SP: Compós, 2008.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina; JACKS, Nilda. **Comunicação e Recepção**. São Paulo: Hackers Editora, 2006.

ESPINOZA, Baruch de. **Os Pensadores – Espinoza**. São Paulo: Abril Cultural, 1983.

ESKJAER, Mikkel Fugl; HJARVARD, Stig; MORTENSEN, Mette. Three Dynamics of Mediatized Conflicts. In: ESKJAER, Mikkel Fugl; HJARVARD, Stig; MORTENSEN, Mette (org.). **The Dynamics of Mediatized Conflicts**. New York: Peter Lang, 2015, p. 1-30.

FAUSTO NETO, Antonio. Fragmentos de uma ‘analítica’ da midiatização. **Revista MATRIZES**. V. 1, n. 2, 2008.

FAUSTO NETO, Antonio. As bordas da circulação. **Alceu**: revista de Comunicação, Cultura e Política, n. 20, v. 10, jan/jun 2010.

FAUSTO NETO, Antonio. Como as linguagens afetam e são afetadas na circulação? In: BRAGA, José Luiz; FERREIRA, Jairo; FAUSTO NETO, Antonio; GOMES, Pedro Gilberto (org.). **10 Perguntas para a Produção de Conhecimento em Comunicação**. São Leopoldo/RS: Ed. Unisinos, 2013, p. 43-64.

FERNANDES, Florestan. **A Integração do Negro na Sociedade de Classes – vol I**. São Paulo: Dominus, 1965.

FERNANDES, Florestan. **A Revolução Burguesa no Brasil**: ensaio de interpretação sociológica. Rio de Janeiro: Zahar, 1975.

FERNANDES, Florestan. **Capitalismo dependente e Classes Sociais na América Latina**. São Paulo: Global, 2009.

FERREIRA, Jairo. Uma abordagem tiádica dos dispositivos midiáticos. **Líbero**. N. 17, v. 9, p. 137-145, jun/2006

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.

FIGARO, Roseli. **Comunicação e Trabalho**: estudo de recepção – o mundo do trabalho como mediação da comunicação. São Paulo: Anita/Fapesp, 2001.

FIGARO, Roseli. **Relações de Comunicação no Mundo do Trabalho**. São Paulo: Annablume, 2008.

FIGARO, Roseli. Introdução. In: FÍGARO, Roseli (org.). **Comunicação e Análise do Discurso**. São Paulo: Contexto, 2012, p. 9-17.

FIGARO, Roseli. O campo da comunicação e a atividade linguageira no mundo do trabalho. **Revista Chasqui**. N. 126, outubro/2014.

FÍGARO, Roseli. O(s) método(s) histórico(s) nas pesquisas em comunicação. **Revista MATRIZES**, São Paulo, v. 9, n. 2, p. 143-164, jul/dez. 2015.

FÍGARO, Roseli; GROHMANN, Rafael. O Conceito de Classe Social nos Estudos Brasileiros de Recepção. In: Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação – Compós, 2013, Salvador/BA. **Anais da Compós 2013**. Salvador, BA: Compós, 2013.

FIGARO, Roseli; GROHMANN, Rafael. Lutas de Classes e os ‘Rolezinhos’: uma abordagem na perspectiva dos Estudos de Recepção. In: Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação – Compós, 2014, Belem/PA. **Anais da Compós 2014**. Belém, PA: Compós, 2014.

FÍGARO, Roseli; GROHMANN, Rafael. A recepção serve para pensar: é um ‘lugar’ de embates. In: Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação – Compós, 2015, Brasília/DF. **Anais da Compós 2015**. Brasília/DF: Compós, 2015.

FÍGARO, Roseli; GROHMANN, Rafael. Dispositivos Comunicacionais no Mundo do Trabalho: revisão e aplicação. In: XIII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación – ALAIC, 2016, Cidade do México. **Anais do ALAIC 2016**. Cidade do México: Alaic, 2016.

FLORIDA, Richard. **A Ascensão da Classe Criativa**. Porto Alegre: L&PM, 2011.

FOUCAULT, Michel. **A Ordem do Discurso**. São Paulo: Edições Loyola, 1996.

FOUCAULT, Michel. **Vigiar e Punir**: nascimento da prisão. Petrópolis: Vozes, 2007.

FOUCAULT, Michel. **História da Sexualidade**: volume 1 – a vontade de saber. São Paulo: Paz e Terra, 2014a.

FOUCAULT, Michel. **Microfísica do Poder**. São Paulo: Paz e Terra, 2014b.

FREDERICO, Celso. Marx na pós-modernidade. In: FREDERICO, Celso; TEIXEIRA, Francisco. **Marx no Século XXI**. São Paulo: Cortez, 2008.

FREDERICO, Celso. Classe e Lutas Sociais. In: ABEPSS. **Serviço Social**: direitos sociais e competências profissionais. Brasília: CFESS/ABEPSS, 2009, p. 255-266.

FREDERICO, Celso. Marxismo e Comunicação. In: CITELLI, Adilson; BERGER, Christa; BACCEGA, Maria Aparecida; LOPES, Maria Immacolata Vassallo de; FRANÇA, Vera Veiga (org.). **Dicionário de Comunicação: escolas, teorias e autores**. São Paulo: Editora Contexto, 2014, p. 330-338.

FREIRE, Paulo. **Extensão ou Comunicação?** Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1983.

FREIRE, Paulo; SHOR, Ira. **Medo e Ousadia: o cotidiano do professor**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1986.

FREIRE FILHO, João. **Reinvenções da Resistência Juvenil: os estudos culturais e as micropolíticas do cotidiano**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.

FREYRE, Gilberto. **Casa-grande e Senzala**. São Paulo: Global, 2006

FUCHS, Christian. Class and Exploitation on the Internet. In: SCHOLZ, Trebor (org.). **Digital Labor: the internet as playground and factory**. New York: Routledge, 2013, p. 211-224.

FUCHS, Christian. **Digital Labor and Karl Marx**. London: Routledge, 2014a.

FUCHS, Christian. **Social Media: a critical introduction**. London: Routledge, 2014b.

FUCHS, Christian. Against divisiveness: digital workers of the world unite! A rejoinder to César Bolaño and Eloy Vieira. **Television & New Media**. V. 16, n. 1, 2015a, p. 62-71.

FUCHS, Christian. Digital Labour: a comment on César Bolaño's TripleC reflection. **Triple C – Open Access Journal for a Global Sustainable Information Society**. V. 13, n. 1, 2015b, 79-83.

FUCHS, Christian. **Reading Marx in the Information Age: a media and communication studies perspective on Capital Volume 1**. London: Routledge, 2016.

FUCHS, Christian; SANDOVAL, Marisol. Trabalhadores digitais do mundo inteiro uni-vos: teorizando e analisando o trabalho digital. **Revista Parágrafo**. V. 2, n. 3, 2015, p. 27-50.

FUCHS, Christian; SEVIGNANI, Sebastian. What is digital labour? What Is digital work? What's their difference? And why do these questions matter for understanding social media. **Triple C – Open Access Journal for a Global Sustainable Information Society**. V. 11, n. 2, 2013, p. 237-293.

FUCHS, Christian; TROTTIER, Daniel. The Internet as surveilled workplace and factory. In: GUTWIRTH, Serge et alli (org.). **European Data Protection: coming of age**. Dordrecht: Springer, 2013, p. 33-57.

FUKUYAMA, Francis. **O Fim da História e o Último Homem**. Rio de Janeiro: Ed. Rocco, 1992.

FÜRSICH, Elfriede. O Problema em Representar o Outro: mídia e diversidade cultural. **Revista Parágrafo**. N. 4, v. 1, 2016, p. 51-61.

GAGGI, Massimo; NARDUZZI, Edoardo. **El Fin de La Clase Media y el Nacimiento de la Sociedad de Bajo Coste**. Madri: Lengua de Trapo, 2007.

GARCÍA CANCLINI, Néstor. Gramsci con Bourdieu: hegemonia, consumo y nuevas formas de organización popular. **Revista Nueva Sociedad**. N. 71, México, p. 68-78, 1984.

GARCÍA CANCLINI, Néstor. **Consumidores e Cidadãos: conflitos multiculturais da globalização**. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2001.

GARCÍA CANCLINI, Néstor. **Diferentes, Desiguais e Desconectados**. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2005.

GARCIA DOS SANTOS, Laymert. **Politizar as Novas Tecnologias: o impacto sociotécnico da informação digital e genética**. São Paulo: Ed. 34, 2011.

GARNHAM, Nicholas . **Capitalism and Communication: global culture and the economics of information**. London: Sage, 1990

GARHAM, Nicholas. Political Economy and Cultural Studies: reconciliation or divorce? **Critical Studies in Mass Communication**. V. 12, n. 1, p 62-71, 1995.

GEERTZ, Clifford. **A Interpretação das Culturas**. Rio de Janeiro: Ed. Guanabara, 1989.

GIDDENS, Anthony. **A Estrutura de Classes das Sociedades Avançadas**. Rio de Janeiro: Zahar, 1975.

GIDDENS, Anthony. **A Constituição da Sociedade**. São Paulo: Martins Fontes, 1989.

GIDDENS, Anthony. **A Terceira Via: reflexões sobre o impasse político atual e o futuro da socialdemocracia**. Rio de Janeiro: Record, 2000.

GIL, Patrícia Guimarães. **Vendedoras de Sentidos: entre trajetórias de trabalhadoras e a comunicação institucional**. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2006. Orientadora: Mauren Leni de Roque.

GINZBURG, Carlo. **O Queijo e os Vermes**. São Paulo: Companhia das Letras, 2006.

GIRARDI JR., Liráucio. **Pierre Bourdieu: questões de sociologia e comunicação**. São Paulo: Annablume, 2007.

GOLDTHORPE, John. **On Sociology: numbers, narratives and the integration of research and theory**. Oxford: Oxford University Press, 2000.

GOMES, Itânia. **Efeito e Recepção: a interpretação do processo receptivo em duas tradições de investigação sobre os media**. Rio de Janeiro: E-Papers, 2004.

GOMES, Itânia. Raymond Williams e a hipótese cultural da estrutura de sentimento. In: JANOTTI JUNIOR, Jeder; GOMES, Itania. **Comunicação e Estudos Culturais**. Salvador: EDUFBA, 2011, p. 29-48

GRAMSCI, Antonio. Cultura y lucha de clases (25-V-1918). In: **Antología**. México: Siglo XXI, 1970a, p. 41-44

GRAMSCI, Antonio. La formación de los intelectuales. In: **Antología**. México: Siglo XXI, 1970b, p. 388-396.

GRAMSCI, Antonio. **A Questão Meridional**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987.

GRAMSCI, Antonio. **Cadernos do Cárcere**. Rio de Janeiro: Ed. Civilização Brasileira, 2002.

GRAMSCI, Antonio. O conceito de revolução passiva. In: JINKINGS, Ivana; SADER, Emir (org.). **As Armas da Crítica**: antologia do pensamento de esquerda. São Paulo: Boitempo, 2012, p. 255-261.

GROHMANN, Rafael. **Os Discursos dos Jornalistas Freelancers Sobre o Trabalho**: comunicação, mediações e recepção. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2012. Orientadora: Roseli Aparecida Fígaro Paulino

GROHMANN, Rafael. A Midiatização da Nova Classe Média: identidades discursivas na revista IstoÉ Dinheiro. **Revista Rumores**. V. 8, n. 16, 2014.

GROHMANN, Rafael; SOUZA, Livia Silva de. A Midiatização das Jornadas de Junho: o consumo na rede. **Revista Ciberlegenda**, V. 1, n. 31, 2014

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.

GROSSBERG, Lawrence. **Estudios Culturales en tiempo futuro**. Buenos Aires: Siglo XXI, 2012.

GUIMARÃES, Antonio Sérgio. **Classes, Raças e Democracia**. São Paulo: Ed. 34, 2002.

GULIAS, Max. A marxist methodology for cultural studies. In: SMITH, Paul (org.). **The Renewal of Cultural Studies**. Philadelphia: Temple University Press, 2011, p. 143-151.

GUSMÃO, Luís de. **O Fetichismo do Conceito**: limites do conhecimento teórico da investigação social. Rio de Janeiro: Topbooks, 2012.

HABERMAS, Jürgen. **Para a Reconstrução do Materialismo Histórico**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1976.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança Estrutural na Esfera Pública**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

HABERMAS, Jürgen. **Teoria do Agir Comunicativo – vol I.** São Paulo: Ed. WMF Martins Fontes, 2012a.

HABERMAS, Jürgen. **Teoria do Agir Comunicativo – vol II.** São Paulo: Ed. WMF Martins Fontes, 2012b.

HABERMAS, Jürgen. **Teoria e Práxis:** estudos de filosofia social. São Paulo: Ed. Unesp, 2013.

HALL, Stuart. Introduction. In: **Representation:** cultural representations and signifying practices. London: Sage, 1997, p. 1-11.

HALL, Stuart. Codificação/ Decodificação. In: **Da Diáspora:** identidades e mediações culturais. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2003a, p. 365-384.

HALL, Stuart. Estudos Culturais e seu legado teórico. In: **Da Diáspora:** identidades e mediações culturais. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2003b, p. 187-204.

HALL, Stuart. **A Identidade Cultural na Pós-Modernidade.** São Paulo: DP&A, 2006.

HAMBURGER, Esther. **O Brasil Antenado:** a sociedade da novela. Rio de Janeiro: Zahar, 2002.

HAYEK, Friedrich August von. **O Caminho da Servidão.** Rio de Janeiro: Instituto Liberal, 1990.

HARTLEY, John. **Communication, Cultural and Media Studies:** the key concepts. London: Routledge, 2002.

HARVEY, David. **O Enigma do Capital:** e as crises do capitalismo. São Paulo: Boitempo, 2011.

HARVEY, David. **Os Limites do Capital.** São Paulo: Boitempo, 2013a.

HARVEY, David. **Para Entender O Capital – Livro I.** São Paulo: Boitempo, 2013b.

HARVEY, David. **Para Entender O Capital – Livros II e III.** São Paulo: Boitempo, 2014.

HEIDER, Don (org.). **Class and News.** Oxford: Rowman & Littlefield, 2004.

HEPP, Andreas. As configurações comunicativas de mundos mediatizados: pesquisa da mediação na era da “mediação de tudo”. **Revista MATRIZES**, São Paulo, v. 8, n.1, p. 21-44, jan/jun. 2014.

HEPP, Andreas; KROTZ, Friedrich (org.). **Mediatized Worlds:** culture and society in a media age. London: Palgrave, 2014.

HESMONDHALGH, David. **The Cultural Industries.** London: Sage, 2013.

HJARVARD, Stig. Midiatização: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural. **Revista MATRIZES**, São Paulo, v. 5, n.2, p. 53-92, jan/jun. 2012.

HJARVARD, Stig. **A Midiatização da Cultura e da Sociedade**. São Leopoldo/RS: Ed. Unisinos, 2014a.

HJARVARD, Stig. A perspectiva escandinava dos estudos da midiatização: entrevista com Stig Hjarvard. Entrevista concedida a Fabiane Sgorla e Daniel Pedroso. **Revista Fronteiras – estudos midiáticos**. V. 16, n. 3, p. 261-268, 2014b

HJARVARD, Stig. From Mediation to Mediatization: the institutionalization of new media. In: HEPP, Andreas; KROTZ, Friedrich (org.). **Mediatized Worlds: culture and society in a media age**. London: Palgrave, 2014c

HJARVARD, Stig. Midiatização: conceituando a mudança social e cultural. **Revista MATRIZES**, São Paulo, v. 8, n.1, p. 21-44, jan/jun. 2014d.

HOGGART, Richard. **As Utilizações da Cultura**: aspectos da vida cultural da classe trabalhadora – vol. I. Lisboa: Ed. Presença, 1973.

HOLANDA, Sérgio Buarque de. **Raízes do Brasil**. São Paulo: Companhia das Letras, 2006.

HONNETH, Axel. **Luta por Reconhecimento**: a gramática moral dos conflitos sociais. São Paulo: Ed. 34, 2003

HUWS, Ursula. A construção de um cibertariado? Trabalho virtual num mundo real. In: ANTUNES, Ricardo; BRAGA, Ruy (org.). **Infoproletários**: degradação real do trabalho virtual. São Paulo: Boitempo, 2009, p. 37-58.

HUWS, Ursula. Mundo material: o mito da economia imaterial. **Mediações**. V. 16, n. 1, jan/jun 2011, p. 24-54.

HUWS, Ursula. **Labor in the Global Digital Economy**: the cybertariat comes of age. New York: Monthly Review Press, 2014.

HUWS, Ursula. A Ignição no Motor: trabalhadores criativos na economia global. **Revista Parágrafo**. V. 1, N. 3, 2015, p. 85-92.

IANNI, Octavio. **Raças e Classes no Brasil**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1966.

IANNI, Octavio (org.). **Teorias da Estratificação Social**: leituras de sociologia. São Paulo: Ed. Nacional, 1972.

IANNI, Octavio. Globalização: novo paradigma das ciências sociais. **Estudos Avançados**. V. 21, n. 8, 1994, p. 147-163.

ILLOUZ, Eva. **O Amor nos Tempos de Capitalismo**. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

JACKS, Nilda (org.). **Meios e Audiências II**: a consolidação dos estudos de recepção no Brasil. Porto Alegre: Sulina, 2014.

JACKS, Nilda; MENEZES, Daiane; PIEDRAS, Elisa. **Meios e Audiências: a emergência dos estudos de recepção no Brasil**. Porto Alegre: Sulina, 2008.

JACQUINOT-DELAUNAY, Geneviève; MONNOYER, Laurence. Avant-propos. Il était une fois. **Hermès**. N. 25, p. 9-14, 1999.

JAPPE, Anselm. **As Aventuras da Mercadoria**. Lisboa: Antígona, 2006.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

JENKINS, Henry; GREEN, Joshua; FORD, Sam. **Cultura da Conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável**. São Paulo: Aleph, 2014.

JHALLY, Sut. **The Codes of Advertising**. New York: Routledge, 1987.

JUNQUEIRA, Lília. **Desigualdades Sociais e Telenovelas: relações ocultas entre ficção e reconhecimento**. São Paulo: Annablumme, 2010.

KAMAKURA, Wagner; MAZZON, José Afonso. **Estratificação Socioeconômica e Consumo no Brasil**. São Paulo: Blusher, 2013.

KANG, Hyunjin; McALLISTER, Matthew. Selling You and Your Clicks: examining the audience commodification of Google. **Triple C - Open Access Journal for a Global Sustainable Information Society**. V. 9, n. 2, 2011, p. 141-153.

KARSENTY, Laurent; LACOSTE, Michèle. Comunicação e Trabalho. In: FALZON, Pierre (org). **Ergonomia**. São Paulo: Blucher, 2007, p. 207-222.

KENDALL, Diana. **Framing Class: media representations of wealth and poverty in America**. Lanham, MD: Rowman & Littlefield, 2005.

KERCKHOVE, Derrick de. **A Pele da Cultura**. São Paulo: Annablume, 2009.

KOSNIK, Abigail de. Fandom as Free Labor. In: SCHOLZ, Trebor (org.). **Digital Labor: the internet as playground and factory**. New York: Routledge, 2013, p. 98-111.

KÜKLICH, Julian. Precarious Playbour: modders and the digital games industry. **Fibreculture Journal**, v. 3, n. 5, 2005.

KUNSCH, Waldemar Luiz. A Comunicação Eclesial Católica nos Programas Brasileiros de Pós-Graduação em Comunicação. In: XXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom. **Anais do Intercom**. Campo Grande/MS, 2001.

LAHIRE, Bernard. **A Cultura dos Indivíduos**. Porto Alegre: Artmed, 2006.

LARRAÍN, Jorge. **El concepto de ideología: vol I – Carlos Marx**. Santiago: LOM, 2007

LASSWELL, Harold. A estrutura e a função da comunicação na sociedade. In: COHN, Gabriel (org.). **Comunicação e Indústria Cultural**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1978, p. 105-117.

LAZARSFELD, Paul. **The People's Choice**. New York: Columbia University Press, 1948.

LEAL, Ondina Fachel. **A Leitura Social da Novela das Oito**. Petrópolis: Vozes, 1985.

LÉVI-STRAUSS, Claude. **As Estruturas Elementares do Parentesco**. Petrópolis: Vozes, 1982.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Edições 34, 1999.

LE MOS, André. **A Comunicação das Coisas: teoria ator-rede e cibercultura**. São Paulo: Annablume, 2013.

LENIN, Vladimir Ulianov. Uma grande iniciativa. In: **Obras Escolhidas**: tomo 3. Lisboa: Avante, 1980.

LEONTIEV, Alexis. **O Desenvolvimento do Psiquismo**. São Paulo: Centauro, 2004.

LIMA, Venício. **Mídia: teoria e política**. São Paulo: Perseu Abramo, 2001.

LIVINGSTONE, Sonia. On the mediation of everything: ICA presidential address 2008, **Journal of Communication**. V 59, n.1, pp. 1-18, 2009.

LOJKINE, Jean. **A Classe Operária em Mutações**. Belo Horizonte: Oficina de Livros, 1990.

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

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. Pesquisa de Comunicação: questões epistemológicas, teóricas e metodológicas. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**. São Paulo, v. 27, n. 01, 2004, p. 13-40.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. **Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Edições Loyola, 2005.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. Uma agenda metodológica presente para a pesquisa de recepção na América Latina. In: In : JACKS, Nilda (Org.) **Análisis de recepción en America Latina: un recuento histórico con perspectivas al futuro**. Quito: Ciespal, 2011, p. 409-428.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. Mediação e Recepção: algumas conexões teóricas e metodológicas nos estudos latino-americanos de comunicação. **Revista MATRIZES**, São Paulo, v. 8, n.1, p. 21-44, jan/jun. 2014.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de; BORELLI, Sílvia; RESENDE, Vera. **Vivendo com a Telenovela: mediações, recepção, teleficcionalidade**. São Paulo: Sumus, 2002.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de; OROFINO, Isabel. Jesús Martín-Barbero. In: CITELLI, Adilson; BERGER, Christa; BACCEGA, Maria Aparecida; LOPES, Maria Immacolata Vassallo de; FRANÇA, Vera Veiga (org.). **Dicionário de Comunicação:** escolas, teorias e autores. São Paulo: Editora Contexto, 2014, p. 364-369.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo de; ROMANCINI, Richard. Epistemologia da Comunicação. In: CITELLI, Adilson; BERGER, Christa; BACCEGA, Maria Aparecida; LOPES, Maria Immacolata Vassallo de; FRANÇA, Vera Veiga (org.). **Dicionário de Comunicação:** escolas, teorias e autores. São Paulo: Editora Contexto, 2014, p. 127-137.

LORDON, Frédéric. **A Sociedade dos Afetos:** por um estruturalismo das paixões. Campinas: Papirus, 2015.

LÖWY, Michael. **Ideologias e Ciência Social:** elementos para uma análise marxista. São Paulo: Cortez, 1985.

LÖWY, Michael. **A Jaula de Aço:** Max Weber e o marxismo weberiano. São Paulo: Boitempo, 2014.

LUKÁCS, Georg. **A Teoria do Romance:** um ensaio histórico-filosófico sobre as formas da grande épica. São Paulo: Ed. 34, 2000.

LUKÁCS, Georg. **História e Consciência de Classe.** São Paulo: Martins Fontes, 2003.

LUKÁCS, Gyorgy. **Prolegômenos Para uma Ontologia do Ser Social.** São Paulo: Boitempo, 2010.

LUKÁCS, Gyorgy. **Para uma Ontologia do Ser Social I.** São Paulo: Boitempo, 2012.

LUKÁCS, Gyorgy. **Reboquismo e Dialética.** São Paulo: Boitempo, 2015.

MAINGUENEAU, Dominique. **Análise de Textos de Comunicação.** São Paulo: Cortez, 2001.

MALDONADO, Alberto Efendy. Confluências epistemológicas: teoria da *mediação social* de Martín Serrano e pensamento crítico transformador latino-americano. **Revista de Economia Política das Tecnologias da Informação e Comunicação – EPTIC.** Vol. 10, n. 3, set/dez. 2008.

MALINI, Fábio; ANTOUN, Henrique. @ **Internet e # Rua:** ciberativismo e mobilização nas redes sociais. Porto Alegre: Sulina, 2013.

MARQUES DE MELO, José (org.). **Comunicação e Classes Subalternas.** São Paulo: Cortez, 1980.

MARQUES DE MELO, José. **O Campo da Comunicação no Brasil.** Petrópolis: Vozes, 2008.

MARTEL, Frédéric. **Mainstream:** a guerra global das mídias e das culturas. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2012.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos Meios às Mediações:** comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 1995.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Sujeito, Comunicação e Cultura. Entrevista concedida a Roseli Figaro e Maria Aparecida Baccega. **Comunicação e Educação**. N. 15, p. 62-80, 1999.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Pistas para entre-ver meios e mediações. In: MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos Meios às Mediações:** comunicação, cultura e hegemonia. 5ª edição. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2009, p. 11-21.

MARTÍN SERRANO, Manuel. **La Mediación Social**. Madrid: Akal, 1978.

MARTINO, Luiz Claudio (org.). **Teorias da Comunicação:** muitas ou poucas? Cotia, SP: Ateliê Editorial, 2007.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teorias das Mídias Digitais:** linguagens, ambientes e redes. Petrópolis: Vozes, 2014.

MARX, Karl. **O Capital – Livro III**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1974 [1894].

MARX, Karl. Carta a J. Weydemeyer em New York, 5 de março de 1852. In: MARX, Karl; ENGELS, Friedrich. **Obras Escolhidas**. São Paulo: Alfa Ômega, 1977a [1850].

MARX, Karl. As Lutas de Classe na França de 1848 a 1850. In: MARX, Karl; ENGELS, Friedrich. **Obras Escolhidas**. São Paulo: Alfa Ômega, 1977b [1852].

MARX, Karl. **Teorias da mais-valia:** história crítica do pensamento econômico. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1980 [1905].

MARX, Karl. **O 18 Brumário de Luís Bonaparte**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1997 [1852].

MARX, Karl. **Miséria da Filosofia**. São Paulo: Expressão Popular, 2009 [1847].

MARX, Karl. **Manuscritos Econômico-filosóficos**. São Paulo: Boitempo, 2010 [1844].

MARX, Karl. Proudhon. In: **A Sagrada Família:** ou a crítica da Crítica crítica contra Bruno Bauer e consortes. São Paulo: Boitempo, 2011a [1845], p. 34-68.

MARX, Karl. **Grundrisse**. São Paulo: Boitempo, 2011b [1857-1858].

MARX, Karl. **O Capital:** crítica da economia política – Livro I: o processo de produção do capital. São Paulo: Boitempo, 2013 [1865].

MARX, KARL; ENGELS, Friedrich. **Manifesto do Partido Comunista**. 6ª ed. Petrópolis: Vozes, 1996 [1848].

MARX, Karl; ENGELS, Friedrich. **A Ideologia Alemã**. São Paulo: Boitempo, 2007 [1845-46].

MATTELART, Armand. Introduction: for a class analysis of Communication. In: MATTELART, Armand; SIEGELAUB, Seth (org.). **Communication and Class Struggle: vol. I – capitalism, imperialism.** New York: International General, 1979, p. 23-72.

MATTELART, Armand; NÉVEU, Erik. **Introdução aos Estudos Culturais.** São Paulo: Parábola, 2004.

MATTELART, Armand; SIEGELAUB, Seth (org.). **Communication and Class Struggle: vol. I – capitalism, imperialism.** New York: International General, 1979.

MATTOS, Maria Angela et ali. Estudos de Recepção: possível deslocamento para uma epistemologia das interações. **Interin.** Curitiba, v. 15, n. 1, 2013, p. 5-18.

McCRACKEN, Grant. **Cultura e Consumo: novas abordagens ao caráter simbólico dos bens e atividades de consumo.** Rio de Janeiro: Mauad, 2003.

McGUIGAN, Jim. **Cool Capitalism.** New York: Pluto Press, 2009.

McKERCHER, Catherine; MOSCO, Vincent. Introduction: theorizing knowledge labor and the information society. In: McKERCHER, Catherine; MOSCO, Vincent (org.). **Knowledge Workers in the Information Society.** Lanham: Lexington Books, 2007.

McKERCHER, Catherine; MOSCO, Vincent. **The Laboring of Communication: will knowledge workers of the world unite?** Lanham: Lexington Books, 2009.

MCLUHAN, Marshall. **Os Meios de Comunicação como Extensões do Homem.** São Paulo: Cultrix, 1969.

MEEHAN, Eileen. Ratings and the Institutional Approach: a third answer to the commodity question. **Critical Studies in Mass Communication.** V. 1, n. 2, 1984, p. 216-225.

MÉSZÁROS, István. **O Poder da Ideologia.** São Paulo: Boitempo, 2004.

MÉSZÁROS, István. **Filosofia, Ideologia e Ciência Social.** São Paulo: Boitempo, 2008.

MÉSZÁROS, István. **Estrutura Social e Formas de Consciência: a determinação social do método.** São Paulo: Boitempo, 2009.

MICELI, Sérgio. **A Noite da Madrinha.** São Paulo: Perspectiva, 1972.

MIÈGE, Bernard. **A Sociedade Tecida pela Comunicação: técnicas da informação e da comunicação entre inovação e enraizamento social.** São Paulo: Paulus, 2009.

MILIBAND, Ralph. Análise de Classes. In: GIDDENS, Anthony; TURNER, Jonathan (org.). **Teoria Social Hoje.** São Paulo: Unesp, 1999, p. 471-502.

MILNER, Andrew. **Class.** London: Sage, 1999.

MONTÚFAR, Fernando Checa. De la ‘recepción’ al ‘consumo’: una necesaria reflexión conceptual. In : JACKS, Nilda (Org.) **Análisis de recepción en America Latina**: un recuento histórico con perspectivas al futuro. Quito: Ciespal, 2011, p. 13-17.

MORAES, Ana Luiza Coiro. Epistemologia dos Estudos Culturais: da dialética ao materialismo cultural. In: Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação – Compós, 2011, Porto Alegre/RS. **Anais da Compós 2011**. Porto Alegre/RS: Compós, 2011.

MORLEY, David. **The Nationwide Audience**: structure and decoding. London: BFI, 1980.

MORLEY, David. **Television, Audiences and Cultural Studies**. London: Routledge, 1992.

MORLEY, David. **Media, Modernity and Technology**: the geography of the new. London: Routledge, 2007.

MORLEY, David. Class-ificações Mediadas: representações de classe e cultura na televisão britânica contemporânea. **Revista MATRIZES**. Ano 3, n. 10, nov. 2010.

MOSCO, Vincent. **The Political Economy of Communication**. London: Sage, 2009.

MOSCO, Vincent. **To the Cloud**: Big Data in a Turbulent World. New York: Paradigm, 2014.

MOUILLAUD, Maurice. Da forma ao sentido. In: MOUILLAUD, Maurice; PORTO, Sergio Dayrell (org.). **O Jornal**: da forma ao sentido. Brasília: Ed. UnB, 2002, p. 29-36.

MOTTA, Luiz Eduardo. **A Favor de Althusser**: revolução e ruptura na teoria marxista. Rio de Janeiro: Gramma/ FAPERJ, 2014.

MUNT, Sally. Introduction. In: MUNT, Sally (org.). **Cultural Studies and Working Class**: subject to change. London: Cassell, 2000, p. 1-17.

MURDOCK, Graham. Comunicação contemporânea e questões de classe. **Revista MATRIZES**, São Paulo, v. 2 n. 2, p.31-56, 2009.

NAYAR, Pramod K. **An Introduction to New Media and Cybercultures**. Chicester: Wiley-Blackwell, 2010.

NEGRI, Antonio; HARDT, Michael. **Império**. Rio de Janeiro: Record, 2001

NEGRI, Antonio; HARDT, Michael. **Multidão**. Rio de Janeiro: Record, 2005.

NERI, Marcelo. **A Nova Classe Média**. Relatório de Pesquisa. Rio de Janeiro: CPS/FGV, 2008.
Disponível em:
<http://www.cps.fgv.br/ibrecps/M3/M3_ANovaClasseMedia_Port_2.pdf> Acesso em: 25 jul. 2013.

NERI, Marcelo. **A Nova Classe Média**: o lado brilhante dos pobres. Relatório de Pesquisa. Rio de Janeiro: CPS/FGV, 2010. Disponível em:

<http://www.cps.fgv.br/ibrecps/ncm2010/NCM_Pesquisa_FORMATADA.pdf> Acesso em 25 jul. 2013.

NOUROUDINE, Abdallah. A linguagem: dispositivo revelador da complexidade do trabalho. In: SOUZA-E-SILVA, Maria Cecília; FAÏTA, Daniel. **Linguagem e Trabalho: construção de objetos de análise no Brasil e na França**. São Paulo: Cortez, 2002.

O'DONNELL, Guillermo. Tensões do Estado autoritário-burocrático e a questão da democracia. In: COLLIER, David (org.). **O novo autoritarismo na América Latina**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982.

ORLANDI, Eni. **As Formas do Silêncio: no movimento dos sentidos**. Campinas: Ed. Unicamp, 1992.

OROFINO, Maria Isabel. Os clássicos da Pesquisa de Recepção no Brasil. In : XX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom. **Anais do Intercom**, Santos/SP, 1997.

OROZCO GÓMEZ, Guillermo. **Televisión y Audiencias : un enfoque cualitativo**. Madrid : Ediciones de la Torre, 1996.

OROZCO GÓMEZ, Guillermo. Comunicação Social e mudança tecnológica : um cenário de múltiplos desordenamentos. In : MORAES, Dênis de (org.). **Sociedade Mediatizada**. Rio de Janeiro : Mauad, 2006, p. 81-98.

OROZCO GÓMEZ, Guillermo. La condición comunicacional contemporánea : desafios latinoamericanos de la investigación de las interacciones en sociedade red. In : JACKS, Nilda (Org.) **Análisis de recepción en America Latina: un recuento histórico con perspectivas al futuro**. Quito: Ciespal, 2011, p. 377-408.

ORTIZ, Renato. **A Moderna Tradição Brasileira: cultura brasileira e identidade cultural**. São Paulo: Brasiliense, 1988.

PARKIN, Frank. **Marxism and Class Theory: a bourgeois critique**. New York: Columbia University Press, 1979.

PEETERS, Hugues; CHARLIER, Philippe. Contributions à une theorie du dispositif. **Hermès**. N. 25, p. 15-23, 1999.

PEIL, Corinna; RÖSER, Jutta. The Meaning of Home in the Context of Digitalization, Mobilization and Mediatization. In: HEPP, Andreas; KROTZ, Friedrich (org.). **Mediatized Worlds: culture and society in a media age**. London: Palgrave, 2014, p. 233-252.

PERAYA, Daniel. Médiation et médiatisation: le campus virtuel. **Hermès**. N. 25, p. 153-167, 1999.

PERICÁS, Luiz Bernardo; WIDER, Maria Célia. Caio Prado Júnior. In: PERICÁS, Luiz Bernardo; SECCO, Lincoln (org.). **Intérpretes do Brasil: clássicos, rebeldes e renegados**. São Paulo: Boitempo, 2014.

PERISSINOTTO, Renato. Marxismo e Ciência Social: um balanço crítico do marxismo analítico. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**. V. 25, n. 73, jun/2010, p. 113-128.

PERISSINOTTO, Renato. Marx e a análise contemporânea de classe. In: CODATO, Adriano; PERISSINOTTO, Renato. **Marxismo como Ciência Social**. Curitiba: Ed. UFPR, 2011.

PIENIZ, Mônica. Tecnicidade como mediação empírica: o trânsito das audiências a partir do Twitter. In: Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação – Compós, 2014, Belem-PA. **Anais da Compós 2014**. Belém, PA: Compós, 2014.

PIENIZ, Mônica; WOTTRICH, Laura Hastenpflug. Receptores na Internet: desafios para o contexto de trânsito das audiências. In: JACKS, Nilda (org.). **Meios e Audiências II: a consolidação dos estudos de recepção no Brasil**. Porto Alegre: Sulina, 2014, p. 73-94.

PIKETTY, Thomas. **O Capital no Século XXI**. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2014.

PINTO, Álvaro Vieira. **O Conceito de Tecnologia – Volume I**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2005a.

PINTO, Álvaro Vieira. **O Conceito de Tecnologia – Volume II**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2005b.

PINTO, Álvaro Vieira. **A Sociologia dos Países Subdesenvolvidos**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2008.

POCHMANN, Márcio. **Nova Classe Média? – O trabalho na base da pirâmide social brasileira**. São Paulo: Boitempo, 2012

POCHMANN, Márcio. **O Mito da Grande Classe Média: capitalismo e estrutura social**. São Paulo: Boitempo, 2014.

POULANTZAS, Nicos. As classes sociais. **Estudos CEBRAP**. São Paulo, 3: 5-39, jan. 1973

PRADO, José Luiz Aidar. Convocação nas revistas e construção do *a mais* nos dispositivos midiáticos. **Revista MATRIZES**. São Paulo, V. 3, n. 2, p. 63-78, 2010.

PRADO, José Luiz Aidar. **Convocações Biopolíticas dos Dispositivos Comunicacionais**. São Paulo: Educ, 2013.

PRADO JÚNIOR, Bento. O problema da Filosofia no Brasil. In: **Alguns Ensaios: filosofia, literatura, psicanálise**. São Paulo: Max Limonad, 1985, p. 173-194.

PRADO JÚNIOR, Caio. Carta de Caio Prado Júnior a André Gunder Frank, 30 nov. 1967, em acervo de Caio Prado Júnior no IEB-USP, código de referência CPJ-CA134.

PRADO JÚNIOR, Caio. **Formação do Brasil Contemporâneo**. São Paulo: Brasiliense, 1972.

PRADO JÚNIOR, Caio. **A Revolução Brasileira**. Rio de Janeiro: Brasiliense, 1977.

PRETTI, Dino. **Sociolinguística: os níveis da fala**. São Paulo: Ed. Nacional, 1982.

PRIMO, Alex. **Interação Mediada por Computador: comunicação, cibercultura, cognição**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

PRZEWORSKI, Adam. **Capitalismo e Social-Democracia**. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

QUADROS, Waldir J. de; ANTUNES, Davi J. N. Classes sociais e distribuição de renda no Brasil dos anos noventa. **Cadernos do CESIT**. N. 30, out. 2001.

REBECHI, Claudia. **Prescrições de comunicação e racionalização do trabalho: os ditames de relações públicas em diálogo com o discurso do IDORT (nos 1930-1960)**. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2014. Orientadora: Roseli Aparecida Fígaro Paulino

REBECHI, Claudia; FIGARO, Roseli. A comunicação no mundo do trabalho e a comunicação da organização: duas dimensões distintas. **ANIMUS: revista interamericana de comunicação midiática**. Santa Maria, v. 12, n. 24, p. 1-23, 2013.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2014.

RIBEIRO, Darcy. **O Povo Brasileiro**. São Paulo: Cia. Das Letras, 2006.

ROCHA, Debora Cristine. Reality TV e reality show: ficção e realidade na televisão. **E-Compós**. V. 12, n. 3, set./dez. 2009.

ROCHA, Ângela da; SILVA, Jorge Ferreira da (org.). **Consumo na Base da Pirâmide: estudos brasileiros**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2012

ROCHA, Everardo. Prefácio. In: ROCHA, Ângela da; SILVA, Jorge Ferreira da (org.). **Consumo na Base da Pirâmide: estudos brasileiros**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2012.

ROMANCINI, Richard. **O Campo Científico da Comunicação no Brasil: institucionalização e capital científico**. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2006. Orientadora: Maria Immacolata Vassallo de Lopes.

RONSINI, Veneza. **Entre a Capela e a Caixa de Abelhas: identidade cultural de gringos e gaúchos**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2004.

RONSINI, Veneza. **Mercadores de Sentido: consumo de mídia e identidades juvenis**. Porto Alegre: Ed. Sulina, 2007a.

RONSINI, Veneza. Mídia, Cultura e Classe: a ordem da diferença. In: XVI Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, Curitiba, 2007b. **Anais da Compós 2007**. Curitiba, PR: Compós, 2007b.

RONSINI, Veneza. Apontamentos sobre classe social em um estudo de recepção. In: FREIRE FILHO, João; BORGES, Gabriela (org.). **Estudos de Televisão: diálogos Brasil-Portugal**. Porto Alegre: Sulina, 2011, p. 297-338.

RONSINI, Veneza. **A Crença no Mérito e a Desigualdade: a recepção da telenovela do horário nobre**. Porto Alegre: Sulina, 2012.

ROSS, Andrew. **Nice Work If You Can Get It: life and labor in precarious times**. New York: New York University Press, 2009.

ROSSI-LANDI, Ferruccio. **A Linguagem como Trabalho e como Mercado: uma teoria da produção e da alienação linguísticas**. São Paulo: Difel, 1985.

ROXO, Michelle; GROHMANN, Rafael. O Jornalista Empreendedor: uma reflexão inicial sobre jornalismo, flexibilização do trabalho e os sentidos do empreendedorismo no campo profissional. **Líbero**. V. 18, n. 35, jan/jun 2015, p. 123-132.

RÜDIGER, Francisco. **As Teorias da Cibercultura: perspectivas, questões e autores**. Porto Alegre: Sulina, 2011a.

RÜDIGER, Francisco. **As Teorias da Comunicação**. Porto Alegre: Penso, 2011b.

RÜDIGER, Francisco. Os estudos de mídia e a problemática epistemológica da teoria da mediatização: uma nova escolástica. **Revista Intexto**. N. 34, p. 745-769, set/dez. 2015.

RUSHKOFF, Douglas. **Media Virus: hidden agendas in popular culture**. New York: Ballantine, 1994.

SAAD-FILHO, Alfredo. **O Valor de Marx**. Campinas: Ed. Unicamp, 2011.

SADER, Emir. Apresentação. In: MARX, Karl; ENGELS, Friedrich. **A Ideologia Alemã: São Paulo: Boitempo, 2007 [1845-46]**.

SAFATLE, Vladimir. **O Circuito dos Afetos: corpos políticos, desamparo e o fim do indivíduo**. São Paulo: Cosac Naify, 2015.

SANTOS, José Alcides Figueiredo. **Estruturas de Posições de Classe no Brasil**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2002.

SANTOS, José Alcides Figueiredo Santos. Uma Classificação Socioeconômica para o Brasil. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, V. 20, n. 58, 2005, p. 26-45.

SANTOS, Boaventura de Sousa; MENESES, Maria Paula (org.). **Epistemologias do Sul**. São Paulo: Ed. Cortez, 2010.

SCHAFF, Adam. **O Marxismo e o Indivíduo**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1967.

SCHMITZ, Daniela Maria. Será que o jovem só vê TV? A juventude nas pesquisas de recepção. In: JACKS, Nilda. **Meios e Audiências II: a consolidação dos estudos de recepção no Brasil**. Porto Alegre: Sulina, 2014, p. 187-216.

SCHNEIDER, Marco. Ética e epistemologia: alerta contra a neutralidade axiológica na pesquisa em comunicação contemporânea. **Revista MATRIZES**. V. 7, n. 2, jul./dez. 2013, p. 11-27.

SCHOLZ, Trebor (org.). **Digital Labor: the internet as playground and factory**. New York: Routledge, 2013.

SCOLARI, Carlos. **Hipermediaciones: elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva**. Barcelona: Gedisa, 2008.

SCOLARI, Carlos. Transmedia Storytelling: implicit consumers, narrative worlds, and branding in contemporary media production. **International Journal of Communication**. V. 3, 2009, p. 586-606.

SHIRKY, Clay. **A Cultura da Participação: criatividade e generosidade no mundo conectado**. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

SIEGELAUB, Seth. A communication on communication. In: MATTELART, Armand; SIEGELAUB, Seth (org.). **Communication and Class Struggle: vol. I – capitalism, imperialism**. New York: International General, 1979, p. 11-22.

SIGNATES, Luiz. Estudo sobre o conceito de mediação e sua validade como categoria de análise para os estudos de comunicação. In: SOUSA, Mauro Wilton de. (org.). **Recepção Midiática e Espaço Público: novos olhares**. São Paulo: Paulinas, 2006, p. 55-80.

SIGNATES, Luiz. O que é especificamente comunicacional nos estudos brasileiros de comunicação na atualidade? In: BRAGA, José Luiz; FERREIRA, Jairo; FAUSTO NETO, Antonio; GOMES, Pedro Gilberto (org.). **10 Perguntas para a Produção de Conhecimento em Comunicação**. São Leopoldo/RS: Ed. Unisinos, 2013, p. 19-29.

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.

SILVERSTONE, Roger. **Television and Everyday Life**. London: Routledge, 1994.

SILVERSTONE, Roger. **Por que estudar a mídia?** São Paulo: Loyola, 2002.

SILVERSTONE, Roger. Mediation and Communication. In: CALHOUN, Craig; ROJEK, Chris; TURNER, Bryan (org.). **The SAGE Handbook of Sociology**. London: Sage, 2005a

SILVERSTONE, Roger. Mídia e Vida Cotidiana: elementos para uma teoria da mediação. Entrevista concedida a Veneza Ronsini. In: **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**. V. 2, n. 28, p. 127-136, 2005b.

SILVERSTONE, Roger. **Media and Morality: on the rise of the Mediapolis**. Cambridge: Polity Press, 2006.

SIMMEL, Georg. Fashion. **The Americal Journal of Sociology**. V. 62, n. 6, 1957, p. 541-558.

SINGER, André. **Os Sentidos do Lulismo: reforma gradual e pacto conservador**. São Paulo: Companhia das Letras, 2012

SINGER, Paul. **Dominação e Desigualdade: estrutura de classe e repartição da renda no Brasil**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1981.

SKEGGS, Beverley. A economia moral da apresentação pessoal: relações de classe e auto-performance nos *reality shows*. **Revista Parágrafo**. V. 1, n. 3, p. 93-103, 2015.

SKEGGS, Beverley; WOOD, Helen. **Reacting to Reality Television: performance, audience and value**. London: Routledge, 2012.

SMYTHE, Dallas. Communications: blindspot of western marxism. **Canadian Journal of Political and Social Theory**. V. 1, n. 3, 1977, p. 1-27.

SMYTHE, Dallas. On the audience commodity and its work. In: DURHAM, Meenaksh; KELLNER, Douglas (org.). **Media and Cultural Studies: keywords**. Malden: Blackwell, 1981.

SOARES, Ismar de Oliveira. **Do Santo Ofício à Libertação: o discurso (e a prática) do Vaticano e da Igreja Católica no Brasil sobre a comunicação social**. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1986. Orientador: José Marques de Melo.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do Espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede**. Petrópolis: Vozes, 2002.

SODRÉ, Muniz. Comunicação: um campo em apuros teóricos. **Revista MATRIZES**. V. 5, n. 2, jan/jun. 2012, p. 11-27.

SODRÉ, Muniz. **A Ciência do Comum: notas para o método comunicacional**. Petrópolis: Vozes, 2014.

SOUSA, Mauro Wilton de. (org). **Sujeito, o lado oculto do receptor**. São Paulo: Brasiliense, 1995.

SOUZA, Amaury de; LAMOUNIER, Bolívar. **A classe média brasileira: ambições, valores e projetos de sociedade**. Rio de Janeiro: Elsevier; Brasília/DF: CNI, 2010.

SOUZA, Jessé. Elias, Weber e a singularidade cultural brasileira. In: WAIZBORT, Leopoldo (org.). **Dossiê Norbert Elias**. São Paulo: Edusp, 1999.

SOUZA, Jessé. **A Construção Social da Subcidadania**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2003.

SOUZA, Jessé. **A Ralé Brasileira: quem é e como vive**. Belo Horizonte. Ed. UFMG, 2009.

SOUZA, Jessé. **Os Batalhadores Brasileiros: nova classe média ou nova classe trabalhadora?** Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2010.

SOUZA, Jessé. Doença Social. Entrevista concedida ao Jornal Estado de Minas. **Caderno Pensar – Estado de Minas**. Belo Horizonte, 15 jan. 2011, p. 1

SOUZA, Jessé. **A Tolice da Inteligência Brasileira**. São Paulo: LeYa, 2015.

SPINAK, Ernesto. Indicadores cienciométricos. **Ciência da Informação**. V. 27, n. 2, out. 1998.

TAYLOR, Charles. **As Fontes do Self: a construção da identidade moderna**. São Paulo: Edições Loyola, 1997

THERBORN, Göran. **Do Marxismo ao Pós-Marxismo?** São. Paulo: Boitempo, 2012a.

THERBORN, Göran. Class in the 21st Century. **New Left Review**. V. 5, n. 87, p. 5-29, 2012b.

THOMPSON, Edward Palmer. **A Miséria da Teoria ou um Planetário de Erros: uma crítica ao pensamento de Althusser**. Rio de Janeiro: Zahar, 1981.

THOMPSON, Edward Palmer. **A Formação da Classe Operária Inglesa**. Vol I. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987.

TILBURG, João Luís van. **A Televisão e o Mundo do Trabalho**. São Paulo: Paulinas, 1990.

TILLY, Charles. **Durable Inequality**. Berkeley: University of California Press, 1999.

TOALDO, Mariângela; JACKS, Nilda. Consumo Midiático: uma especificidade do consumo cultural, uma antessala para os estudos de recepção. In: XXII Encontro Anual da Compós, 2013. **Anais da Compós**. Salvador: UFBA, 2013.

TONDATO, Márcia. Os Gêneros Televisivos no cotidiano da recepção de televisão. In: II Colóquio Binacional Brasil-México de Ciências da Comunicação. **Anais do II Colóquio...**, 2009.

TÖNNIES, Ferdinand. Comunidade e Sociedade. In: MIRANDA, Orlando (org.). **Para ler Ferdinand Tönnies**. São Paulo: Edusp, 1995.

TORRES, Nora Gámez. El paradigma de la mediación: crítica y perspectivas. **Mediaciones Sociales**. N. 1, 2º semestre de 2007, p. 195-213.

TOSEL, André. Teoria Política e Trabalho Imaterial em Marx. Entrevista concedida a Henrique Amorim. **Lutas Sociais**. N. 23, 2009, p. 163-169.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo – Vol. I: porque as notícias são como são**. Florianópolis: Ed. Insular, 2005.

TRINDADE, Eneus; PEREZ, Clotilde. Dimensões do consumo mediatizado. In: II Confibercom. **Anais do Confibercom**. Braga: Universidade do Minho. 2014, p. 1-10.

VEBLEN, Thorstein. **A Teoria da Classe Ociosa**: um estudo econômico das instituições. São Paulo: Livraria Pioneira Editora, 1965.

VELHO, Gilberto. Observando o Familiar. In: NUNES, Edson de Oliveira. **A Aventura Sociológica**: objetividade, paixão, improviso e método na pesquisa social. Rio de Janeiro: Zahar, 1978, p. 36-46.

VERÓN, Eliseo. **Ideologia, Estrutura e Comunicação**. São Paulo: Ed. Cultrix, 1977.

VERÓN, Eliseo. **La Semiosis Social 2**: ideas, momentos, interpretantes. Buenos Aires: Paidós, 2013.

VERÓN, Eliseo. Teoria da Mediatização: uma perspectiva semioantropológica e algumas de suas consequências. **Revista MATRIZES**. São Paulo, v. 8, n. 1, p. 13-19, jan/jun. 2014.

VIGOTSKI, Lev. **Pensamento e Linguagem**. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

VILCHES, Lorenzo. **A Migração Digital**. São Paulo: Loyola, 2003.

WACQUANT, Löic. Durkheim e Bourdieu: a base comum e suas fissuras. **Novos Estudos**, n. 48, jul-1997, p. 29-38.

WAJCMAN, Judy. **Pressed for Time**: the acceleration of life in digital capitalism. Chicago: University of Chicago Press, 2015.

WATKINS, S. Craig. **The Young and the Digital**: what the migration to social-network sites, games, and anytime, anywhere media means for our future. Boston: Beacon Press, 2009.

WEAVER, Warren. A matemática da comunicação. In: COHN, Gabriel (org.). **Comunicação e Indústria Cultural**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1978, p. 25-37.

WEBER, Max. **A Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo**. São Paulo: Pioneira, 1981.

WEBER, Max. Classe, Estamento e Partido. In: **Ensaio de Sociologia**. Rio de Janeiro: LTC, 1982, p. 211-228.

WEBER, Max. **Economia e Sociedade**. Vol I. Brasília: Ed. UnB, 1991.

WEFFORT, Francisco. Notas sobre a Teoria da Dependência: teoria de classe ou ideologia nacional? **Estudos Cebrap**. N. 1, 1971.

WERNECK VIANNA, Luiz. **A Revolução Passiva**: iberismo e americanismo no Brasil. Rio de Janeiro: Revan/ IUPERJ, 1997.

WIENER, Norbert. **Cybernetics**: or Control and Communication in the Animal and the Machine. Cambridge: MIT Press, 1965.

- WIENER, Norbert. **Cibernética e Sociedade**. São Paulo: Cultrix, 1967.
- WILLIAMS, Raymond. **The Long Revolution**. Harmondsworth: Penguin, 1961.
- WILLIAMS, Raymond. **Los Medios de Comunicación Social**. Barcelona: Península, 1971.
- WILLIAMS, Raymond. **Television: technology and cultural form**. New York: Schocken Books, 1975.
- WILLIAMS, Raymond. **Marxismo y Literatura**. Barcelona: Península, 1980.
- WILLIAMS, Raymond. You're a marxist, aren't you? In: **Resources of Hope: culture, democracy, socialism**. London: Verso, 1989, p. 65-76.
- WILLIAMS, Raymond. **Cultura**. São Paulo: Paz e Terra, 2000.
- WILLIAMS, Raymond. **Palabras Clave: un vocabulario de la cultura y la sociedade**. Buenos Aires: Nueva Visión, 2003.
- WILLIAMS, Raymond. **Cultura e Materialismo**. São Paulo: Ed. UNESP, 2011a.
- WILLIAMS, Raymond. **Cultura e Sociedade: de Coleridge a Orwell**. Petrópolis: Vozes, 2011b.
- WILLIAMS, Raymond. Região e classe no romance. In: **A Produção Social da Escrita**. São Paulo: Ed. UNESP, 2014, p. 299-312.
- WILLIS, Paul. **Aprendendo a ser trabalhador: escola, resistência e reprodução cultural**. Porto Alegre: Artes Médicas, 1991.
- WOLTON, Dominique. **Internet, e depois? Uma teoria crítica das novas mídias**. Porto Alegre: Sulina, 2003.
- WOLTON, Dominique. **Informar Não é Comunicar**. Porto Alegre: Sulina, 2010.
- WOOD, Helen; SKEGGS, Beverley (org.). **Reality Television and Class**. London: Routledge, 2011.
- WRIGHT MILLS, Charles. **A Nova Classe Média**. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.
- WRIGHT, Erik Olin. **Class Counts: comparative studies in class analysis**. Cambridge: Cambridge University Press, 1997.
- WRIGHT, Erik Olin. **The Debates on Classes**. New York: Verso, 1989.
- WRIGHT, Erik Olin; LEVINE, Andrew; SOBER, Elliot. **Reconstruindo o Marxismo**. Petrópolis: Vozes, 1993.

ŽIŽEK, Slavoj. O espectro da ideologia. In: ŽIŽEK, Slavoj (org.). **Um mapa da ideologia**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1996, p. 39-50

ŽIŽEK, Slavoj. **Em Defesa das Causas Perdidas**. São Paulo: Boitempo, 2011 .

ŽIŽEK, Slavoj. **O Ano Em Que Sonhamos Perigosamente**. São Paulo: Boitempo, 2012.

ŽIŽEK, Slavoj. **Alguém disse totalitarismo?** Cinco intervenções no (mau) uso de uma noção. São Paulo: Boitempo, 2013.

ŽIŽEK, Slavoj. **Violência**: seis reflexões laterais. São Paulo: Boitempo, 2014.