

As classes sociais ainda importam para a recepção? Uma análise de teses e dissertações (2010-2014)

Do social classes still matter for reception: analysis of PhD and Master Thesis (2010-2014)

RAFAEL GROHMANN

Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (USP). Coordenador Adjunto e Professor do Mestrado Profissional em Jornalismo do FIAM-FAAM - Centro Universitário. Professor Contratado III da Escola de Comunicações e Artes da USP. Brasil.

rafael-ng@uol.com.br

Edição v.36
número 1 / 2017

Contracampo e-ISSN 2238-2577
Niterói (RJ), v. 36, n. 1
abr/2017-jul/2017

A Revista Contracampo é uma revista eletrônica do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense e tem como objetivo contribuir para a reflexão crítica em torno do campo midiático, atuando como espaço de circulação da pesquisa e do pensamento acadêmico.

PPG|COM

Programa de Pós-Graduação
COMUNICAÇÃO
Programa de Pós-Graduação

UFF

AO CITAR ESTE ARTIGO, UTILIZE A SEGUINTE REFERÊNCIA:

GROHMANN, Rafael. As Classes Sociais Ainda Importam para a Recepção? Uma análise de teses e dissertações (2010-2014). Contracampo, v. 36, n. 1, pp. 43-63, abr. 2017/ jul. 2017.

Enviado em 05 de janeiro de 2017 / Aceito em 13 de abril de 2017.

DOI - <http://dx.doi.org/10.22409/contracampo.v36i1.970>

Resumo

O artigo traz uma análise de 16 teses e dissertações defendidas em programas de pós-graduação em comunicação no Brasil que utilizaram a categoria de classe social em um estudo de recepção entre os anos de 2010 e 2014¹. A partir desta seleção, foi realizada uma bibliometria dos trabalhos e uma análise de cunho qualitativo, de forma a compreender como os conceitos de “recepção” e “classe” apareceram nos trabalhos, procurando refletir questões de ordem teórica e metodológica que impactam os estudos de recepção e, de maneira geral, o próprio campo da comunicação.

Palavras-chave

Recepção; Classe Social; Epistemologia; Comunicação.

Abstract

The paper analyzes 16 masters and PhD thesis in communication programs in Brazil that used social class category in a study of reception between 2010 and 2014. Based on this selection, the article did a bibliometric analysis of the works and a qualitative analysis in order to understand how the concepts of "reception" and "class" appeared in the works, to reflect issues on theory and methodology that impact the reception studies and, in general, communication studies.

Keywords

Reception; Social Class; Epistemology; Communication.

¹ Versão preliminar desse trabalho foi apresentada na 25ª edição do Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós), em 2016.

Introdução

Falar sobre classes na área de comunicação não é algo novo, mas nem sempre o trânsito é fácil. Um dos argumentos é o de que a discussão seria “sociologizante” e que não buscaria o “especificamente” comunicacional. Ora, o que é a comunicação senão atividade humana realizada por sujeitos sociais (Wolton, 2010)? Pensar uma teoria da comunicação desconsiderando a sociedade, como afirma Wolton (2010), é produzir, pois, uma ciência estéril. Pensamos a comunicação e os estudos de recepção como um “lugar de embates” (Fígaro; Grohmann, 2015), e para isso, é central relacionar as classes sociais para uma perspectiva crítica dos estudos de recepção e da própria teoria da comunicação. Pois o prestígio do campo comunicacional, como afirma Sodré (2012), principalmente em momento de “financeirização da comunicação”, se dá a partir de seu valor social e político.

Porém, o que os estudos de recepção têm feito com as classes sociais? Continua como uma categoria de análise? Grohmann e Fígaro (2014) mostraram como o conceito de classe aparece em estudos de recepção brasileiros publicados em livros, entre as décadas de 1970 e 2000, sendo os mais recentes Andrade (2003), Junqueira (2010) e Ronsini (2012). No Encontro Nacional da Compós, entre 1992 e 2009, apenas dois trabalhos foram encontrados com a palavra-chave “classe”: Andrade (2004) e Ronsini (2007), sendo que apenas o último foi apresentado no GT Mídia e Recepção. Já especificamente no GT Recepção: processos de interpretação, uso e consumo midiáticos, entre 2010 e 2015, houve três trabalhos: Fígaro e Grohmann (2013; 2014) e Sifuentes (2015).

Mas e no âmbito dos programas de pós-graduação? Como são as pesquisas que têm trabalhado com classe social no âmbito da recepção nos últimos anos? O presente artigo tem o intuito de fazer mais perguntas que trazer respostas, ou seja, procura fazer notas e mapear as teses e dissertações produzidas na área de comunicação que contemplem o conceito de classe social nos estudos de recepção entre os anos de 2010 e 2014. Trata-se, portanto, de considerar a recepção como um *locus* reflexivo privilegiado para analisar teórica, epistemológica e metodologicamente o próprio campo da comunicação.

Procedimentos Metodológicos

O artigo faz parte de uma pesquisa mais ampla sobre o conceito de classe social no campo da comunicação. Para a definição do *corpus*, foi realizada uma

pesquisa nas bibliotecas digitais² de todos³ os programas de pós-graduação da área de comunicação do Brasil de modo a encontrar trabalhos defendidos entre os anos de 2010 e 2014 que possuíssem o termo “classe” (ou “classes”) no título, nas palavras-chave ou no resumo. A partir deste recorte, foram encontradas 42 pesquisas. Então, a partir da leitura dos resumos, procuramos os que tratassem, de alguma forma, de recepção. Assim, foram encontrados 16 trabalhos, totalizando 38% dos estudos que envolvem classe no campo da comunicação, de um universo total desconhecido de teses e dissertações defendidas na área no período escolhido. Um adendo: são 16 trabalhos, porém são 15 autores, pois Sifuentes (2010; 2014) possui a dissertação de mestrado e a tese de doutorado no *corpus* analisado.

Por que o período compreendido entre 2010 e 2014? Jacks, Menezes e Piedras (2008) já pesquisaram as teses e dissertações sobre recepção na década de 1990 e Jacks (2014) entre os anos de 2000 e 2009. Portanto, o período escolhido tem a intenção de mostrar o retrato da produção da primeira metade da atual década, que ainda não possui publicações sobre. O objeto empírico escolhido foram as teses e dissertações por considerarmos ser o “produto” principal oriundo dos programas de pós-graduação (com suas áreas de concentração, linhas de pesquisa, projetos de pesquisa e orientadores), com potencial para visibilizar os andamentos da pesquisa no país.

O recorte de classe ocorreu para tentar focalizar como o conceito tem sido discutido ou (in)visibilizado no campo, mostrando que, para parafrasear Murdock (2009), a vida comunicacional também é formada por pedras do calçamento, não somente a praia. “É a recusa em reconhecer que a classe permanece sendo um importante princípio estrutural de cada aspecto da vida no capitalismo recente, incluindo comunicações, que bloqueia uma visão abrangente das condições contemporâneas” (MURDOCK, 2009, p. 32). A pesquisa aqui empreendida pode ser denominada como uma “metapesquisa”, permitindo mapear a área analisada, com avanços e permanências, visualizando “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). Para tanto, a análise passou por duas etapas: a primeira se utiliza da técnica da bibliometria (Spinak, 1998; Araújo, 2006; Romancini, 2006), sem esgotar toda a sua potencialidade metodológica, procurando saber quem são os autores mais citados e suas implicações teóricas. A citação de um autor, de certa forma, mostra seu lugar e sua visibilidade em determinado campo científico (Bourdieu, 1983). Determinado autor só foi

² O banco de teses da CAPES, à época da pesquisa, não estava atualizado com os dados das pesquisas realizadas em 2013 e 2014.

³ Até o final de 2014, a área possuía 46 programas.

contabilizado uma vez por trabalho e foram excluídas as autocitações. Depois, houve uma leitura de resumo, introdução e trechos dos trabalhos em que os autores trabalhassem os conceitos de “recepção” e “classe social” para a análise qualitativa.

Uma Panorâmica

O *corpus* analisado (cuja relação completa se encontra na seção de referências), de 16 trabalhos, é formado por 12 dissertações de mestrado e quatro teses de doutorado, sendo que 12 trabalhos são provenientes de universidades do Rio Grande do Sul, dois de São Paulo e dois de Minas Gerais. Isso demonstra, de alguma forma, o domínio dos estudos de recepção no Sul do Brasil e nos faz pensar: como nacionalizar a pesquisa de recepção no país (considerando, é claro, que nosso *corpus* diz apenas respeito às pesquisas que falam do conceito de classe)? Dos 16 trabalhos, seis foram orientados pela professora Veneza Mayora Ronsini na Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), o que confirma, de algum modo, o seu protagonismo no campo da comunicação envolvendo o conceito de classe, especialmente a partir da recepção. Quanto às universidades, ainda, embora não tenhamos os dados referentes a todos os estudos de recepção realizados entre 2010 e 2014, notamos a ausência da Universidade de São Paulo (USP) entre os trabalhos que compreendem recepção e classe, considerando, pois, que esta era a universidade com mais pesquisas em recepção entre os anos de 2000 e 2009 segundo Jacks (2014).

A televisão, a exemplo do que já mostraram Jacks, Menezes e Piedras (2008) e Jacks (2014) em outros estudos de recepção, foi o meio mais estudado (em 11 teses ou dissertações), sendo que oito deles tiveram por objeto a ficção televisiva e dois, telejornalismo. Quanto ao grupo estudado (além de todos, de alguma maneira, falarem em classe social), pelo menos cinco trabalharam diretamente com a noção de juventude⁴, e pelo menos quatro a questão de gênero, sempre relacionada à mulher. Quanto à juventude, Schmitz (2014) já havia apontado que nos estudos de recepção envolvendo jovens entre os anos 2000 e 2009, o conceito de classe social aparecia em, pelo menos, metade dos trabalhos, principalmente jovens de classe popular.

Quanto às abordagens de estudos de recepção propostas por Jacks (2014), a saber, sociocultural, sociodiscursiva e comportamental, há 14 pesquisas que podem ser consideradas socioculturais e duas sociodiscursivas⁵. A ausência de

⁴ Se somarmos a esses trabalhos os que pesquisaram crianças, chegamos a sete pesquisas.

⁵ Porém, concordamos com Jacks (2014, p. 14): “classificar sempre é problemático”.

estudos comportamentais pode ser explicada pela incompatibilidade epistemológica de se estudar classe social na recepção a partir de uma perspectiva de ordem mais individual. Já quanto às técnicas adotadas, a etnografia é predominante, principalmente com observação participante e entrevistas, o que ocorre em 12 dos 16 trabalhos. Em alguns casos, além da análise propriamente da “recepção”, há o exame das representações midiáticas (ou do discurso midiático) e como os grupos estudados (preferencialmente a questão de classe) são ali representados. Notamos essa perspectiva em sete trabalhos, sendo que um deles pertence à abordagem sociodiscursiva.

Quanto aos autores mais citados, há 59 que foram citados em, pelo menos, quatro trabalhos. Desses, 29 (49,1%) são brasileiros e 30 (50,9%) são estrangeiros, número próximo ao encontrado por Romancini (2006) em pesquisas nas teses e dissertações dos programas de pós-graduação em comunicação em 2004: 52% de autores estrangeiros e 48% de brasileiros (Romancini, 2006, p. 239). Contudo, dentre os 12 autores mais citados, constam apenas 4 nacionais, sendo que, pelo nosso método, o trabalho em conjunto de Jacks e Escosteguy (2006) contou como um outro “autor” em relação às pesquisas individuais das autoras, resultando assim, apenas três nomes brasileiros: Nilda Jacks, Ana Carolina Escosteguy e Maria Immacolata Vassallo de Lopes. Em geral, o autor mais citado foi Jesús Martín-Barbero, citado em todos os 16 trabalhos. Logo em seguida, citado em 15 pesquisas, está Néstor García Canclini. Com 14 citações, Stuart Hall e Pierre Bourdieu. Em quinto lugar, com 15 citações, Guillermo Orozco Gómez e Nilda Jacks. Maria Immacolata Vassallo de Lopes a seguir, com 11 citações. Depois, com 9 citações, completando os 12 mais votados, estão: Roger Silverstone, David Morley, Ana Carolina Escosteguy e Nilda Jacks e Manuel Castells (como segue na FIGURA 01 abaixo):

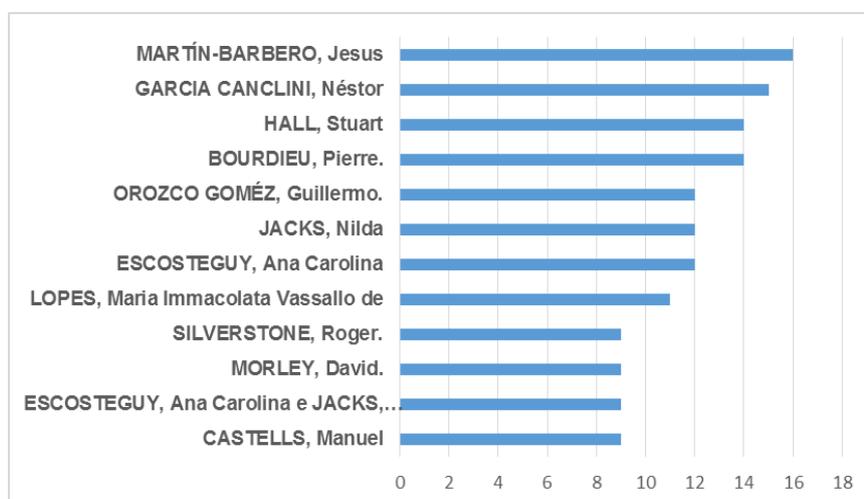


Figura 01: autores mais citados pelas teses e dissertações
 Fonte: Autor

O que esses autores querem dizer para a pesquisa em recepção? Em primeiro lugar, uma predominância de autores vinculados aos Estudos Culturais, tanto britânicos como Stuart Hall, David Morley e Roger Silverstone, quanto latino-americanos, como Martín-Barbero, García Canclini e Orozco Gómez, e autoras, também latino-americanas, mas especificamente brasileiras, ligadas, em alguma medida, a esses autores: Nilda Jacks, Ana Carolina Escosteguy e Maria Immacolata Vassallo de Lopes. Por um lado, isso significa a consolidação dos autores no campo da recepção no Brasil, algo que não é recente, como já haviam atestado Jacks, Menezes e Piedras (2008), principalmente em relação ao trio Martín-Barbero, García Canclini e Orozco Gómez, que, em certa medida, se tornaram sinônimos de estudos de recepção no país. Por outro lado, sem desconsiderar a importância desses autores, isso nos faz pensar: como fazer para que outros pesquisadores apareçam nessa lista nos próximos anos? Não se trata de uma “renovação pela renovação”, mas um campo científico avança tanto a partir de novos achados empíricos quanto de discussões conceituais. Por exemplo: a maioria dos autores se utiliza dos mesmos conceitos propostos por Martín-Barbero (2009) na década de 1980 a partir do mapa noturno das mediações. O conceito de mediação tem sua importância, revitalizada recentemente (Lopes, 2014) também em relação ao debate sobre mídiatização, mas o que se questiona aqui, sem a pretensão de repostar, é de outra natureza: quais debates conceituais serão a agenda dos pesquisadores brasileiros dessa área na próxima década?

Os outros autores citados no gráfico são Pierre Bourdieu e Manuel Castells. Esse último sinaliza uma ligação com questões ligadas aos dispositivos tecnológicos e à internet, não necessariamente em uma chave crítica (Ampuja, 2015). Já Pierre Bourdieu acaba por ser a única referência no que tange ao próprio conceito de classe social. Não é nossa intenção, nesse momento, discorrer sobre o conceito na obra do autor, mas a questão é: se por um lado, os estudos de recepção, e os estudos culturais em geral, parecem estar bem representados nos autores mais citados, o mesmo não necessariamente aparece em relação à classe social (ao menos entre os mais citados), com um autor único. Será que é preciso discutir mais o conceito de classe nos estudos de recepção?

Dentre os autores mais citados em nossa pesquisa, cinco aparecem na lista dos mais citados pelos programas de pós-graduação em comunicação do Brasil em 2004, segundo Romancini (2006, p. 245): em ordem, Pierre Bourdieu, Jesús Martín-Barbero, Néstor García Canclini, Stuart Hall e Manuel Castells.

Depois dos autores que aparecem na figura 01, há sete autores citados em oito trabalhos, a saber: Veneza Ronsini é a única representante do campo brasileiro

da comunicação; Jessé Souza é o autor brasileiro mais vinculado à temática das classes sociais, possuindo forte influência de Pierre Bourdieu (Souza, 2009); ainda no âmbito brasileiro, o pesquisador da cultura Renato Ortiz; no plano internacional, o antropólogo Clifford Geertz se junta aos sociólogos Anthony Giddens e Zygmunt Bauman e ao filósofo Douglas Kellner.

De um modo geral, os autores citados acabam por mostrar um retrato do próprio *corpus*, marcado pelas influências gaúchas, isto é, de uma determinada maneira de enxergar a recepção.

Notas e Reflexões sobre o *Corpus*

Um dos principais problemas teórico-metodológicos, já apontado por Lopes (2005), e também abordado pelos estudos de Jacks, Menezes e Piedras (2008) e Jacks (2014), é o divórcio entre as categorias discutidas na parte teórica com a mobilização empírica do objeto. Schmitz (2014) afirma que, nos estudos de recepção envolvendo jovens entre os anos de 2000 e 2009, o conceito de classe “costuma aparecer na discussão teórica ou apenas na dimensão empírica, quando os sujeitos são selecionados em função de sua situação de classe” (Schmitz, 2014, p. 205). Então, como os trabalhos pesquisados trataram os conceitos de “classe” e “recepção”?

De início, gostaríamos de abordar os trabalhos orientados por Veneza Ronsini na Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) – Sifuentes (2010), Prediger (2011), Wottrich (2011), Renata Córdova da Silva (2011), Júlia Schnorr (2013) e Flora Dutra (2014). Em geral, as pesquisas trazem uma concepção de recepção que conjuga a chamada “etnografia crítica de recepção” (Ronsini, 2003), com observações e entrevistas com os sujeitos, às representações midiáticas de classe (e desigualdade), de modo a compreender como a mediação de classe atua nesse processo. Para tanto, os autores mais utilizados teoricamente na recepção são Stuart Hall e Martín-Barbero, procurando articular o modelo *encoding-decoding* (Hall, 2003) às mediações propostas por Martín-Barbero (2009), sendo que ritualidade, tecnicidade, institucionalidade e socialidade são conceitos que, em geral, os textos mobilizam. Assim, tenta-se desenhar a noção de circuito, mesmo que os autores, em geral, não falem ou abordem o conceito de circulação no campo da comunicação. Em certo sentido, então, podemos afirmar que há um sentido de pesquisa coletiva na maioria desses trabalhos, o que contribui para o fortalecimento da pesquisa em recepção e da própria área da comunicação.

Com relação à classe social, na parte teórica, Pierre Bourdieu e Jessé Souza são autores, via de regra, que aparecem na instância teórica (Lopes, 2005) dos

trabalhos. No entanto, ao operacionalizar o conceito na pesquisa empírica, os autores que mais aparecem são Quadros e Antunes (2001). Por um lado, há a importância de trazer o conceito para a realidade brasileira e uma justificativa teórica para embasar a escolha dos sujeitos entrevistados. Contudo, no que podemos perceber, não há uma reflexão sobre as consequências teóricas e epistemológicas sobre o “uso” desses autores e como seus conceitos se relacionam – com aproximações e distanciamentos – aos trazidos por Bourdieu (2007) e Souza (2009): eles conversam? Há disparidades conceituais? Por exemplo, Quadros e Antunes (2001) falam mais em “classes sócio-ocupacionais” que em “classes sociais”. Quais as consequências dessas escolhas para o andamento da pesquisa?

Como ponto positivo, também podemos destacar o diálogo entre os trabalhos dos autores, algo que tem sido raro de acontecer nos estudos de recepção brasileiros, como atesta o trabalho de Jacks (2014). A partir da análise bibliométrica, detectamos que – sem contar as autocitações – pesquisas de Renata Córdova da Silva e Laura Hastenpflug Wottrich foram citadas por outros trabalhos (três e dois, respectivamente). Além delas, a autora Lourdes Pereira Silva, da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) apareceu com três citações.

Ademais, gostaríamos de fazer algumas observações sobre trabalhos ligados ao grupo orientado por Veneza Ronsini. Destacamos o objeto estudado por Schnorr (2013), os jovens rurais; e, mais do que isso, jovens que são ligados a movimentos sociais. Isto é, trata-se de trazer a comunicação para pensar as relações políticas no próprio cotidiano. Embora não haja um desenvolvimento conceitual acerca disso, o trabalho acaba por visibilizar empiricamente as lutas de classes envolvidas nos processos comunicacionais. Também não chega a discutir exatamente o conceito de trabalho, mas procura relacionar, na recepção, a relação com as vivências e o trabalho dos sujeitos. Um dos achados da autora é que: “ter proximidade com os movimentos sociais não garante, por si só, o seu envolvimento político” (Schnorr, 2013, p. 2).

Gostaríamos também de salientar um trecho da pesquisa de Prediger (2011), que analisa a representação e a recepção juvenil da novela *Malhação*. Ela afirma como a novela *Malhação*, na temporada estudada, não enuncia o termo “classe” para se referir aos personagens em seu discurso midiático, e acaba por transformar em meras diferenças aquilo que é uma relação desigual (García Canclini, 2005), contribuindo, assim, para uma leitura desse modo pelos sujeitos também na recepção.

Já a dissertação de Dutra (2014) pode ser considerada uma exceção em relação aos outros trabalhos desse grupo, a começar pelo próprio objeto de estudo: o celular. No título, a autora fala em “usos e apropriações” do celular. Já no

resumo, além dessa terminologia, chega a afirmar “recepção transmidiática” e “consumo de celular”, mesmo usando as mediações de ritualidade, socialidade e tecnicidade (Martín-Barbero, 2009) na operacionalização empírica da pesquisa. Em relação à perspectiva teórico-conceitual, não há justificativas para as diferentes terminologias utilizadas, nem fica clara a relação (a princípio distintiva, pela leitura da autora) entre recepção e consumo, como podemos observar no trecho abaixo:

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).

Nesse sentido, o texto de Toaldo e Jacks (2013) poderia servir como uma inspiração conceitual, a partir das dimensões de “consumo cultural”, “consumo midiático” e “recepção”, no sentido de deixar claras as opções conceituais e suas consequências teórico-metodológicas. Nota-se, então, no trabalho de Dutra (2014) que o conceito de recepção acaba por desaparecer ao longo do texto, com uma visibilização do consumo como comunicação e distinção, principalmente a partir de autores como Néstor García Canclini, Thorstein Veblen e Mary Douglas e Baron Isherwood. Da mesma maneira, o conceito de classe aparece mais relacionado ao consumo, como em: “consumidores de todas as classes sociais tendem a buscar o novo, o diferente” (DUTRA, 2014, p. 65). Autores ligados ao debate sobre classes, de perspectivas teóricas distintas, como Antonio Sérgio Guimarães, Jessé Souza e Cinthya Sarti são mobilizados para a discussão, sem a devida reflexividade teórico-epistemológica.

Já Lirian Sifuentes tem sua dissertação de mestrado, defendida da UFSM (Sifuentes, 2010) e sua tese de doutorado, defendida na PUC-RS (Sifuentes, 2014) no *corpus* analisado. Nos dois trabalhos, há preocupações semelhantes com o geral dos trabalhos analisados até aqui, com uma “etnografia crítica de recepção” (Ronsini, 2003), sendo que há uma discussão sobre as inter-relações entre classe social e gênero. Em Sifuentes (2014), há também uma crítica ao viés mercadológico do conceito de classe. Do ponto de vista comunicacional, em Sifuentes (2010), há a análise das representações de classe na novela “Caminho das Índias” (e a mediação da tecnicidade) e a recepção a partir da socialidade e da ritualidade (envolvendo modos de ver e ler). Em Sifuentes (2014), fala-se em “consumo da telenovela” a partir dos modos de ver mídia, e modos de ver e viver a telenovela. A autora ainda aborda as diferenças e nuances entre análise de

recepção, consumo midiático, usos sociais e estudos de identidades (Sifuentes, 2014, p. 101-102), preferindo classificar seu estudo como “consumo midiático”. Já no que tange à operacionalização do conceito de classe, o trabalho de Sifuentes (2014) mantém coerência em relação à instância teórica, trazendo para a instância empírica-analítica adaptações (ou apropriações) da discussão com Jessé Souza (2010), categorizando as classes em: raladoras, batalhadoras e classe média.

O trabalho de Rosa (2014), também da PUC-RS, trata sobre a participação da televisão na sociabilidade em pequenos estabelecimentos comerciais de Pelotas/RS e como há o atravessamento da disposição de classe. Seu aparato conceitual tem por base “sociabilidade”, “classe social” e “mediações”. O conceito central, então, não é o de recepção, mas sociabilidade. Ou seja, coloca-se a comunicação a partir da interação humana. Contudo, não há um aprofundamento das inter-relações entre recepção, sociabilidade e o próprio conceito de comunicação, recorrendo, em último caso, a autores como Georg Simmel ao definir o conceito de sociabilidade.

Silva (2013), por sua vez, procura mostrar como “integrantes da classe média” veem e o que querem assistir no “Jornal do Almoço”, da RBS TV, no Rio Grande do Sul, principalmente a partir das mediações de institucionalidade, ritualidade e tecnicidade. Se o conceito de recepção é construído a partir de Martín-Barbero (2009), o conceito de classe aparece não enquanto sujeitos sociais e comunicacionais, mas como *target*, público-alvo, como em: “é possível afirmar que o conteúdo produzido [...] ainda não conseguiu conquistar e ajustar-se a esse estrato econômico – classe média – que forma a base de sua audiência” (Silva, 2013, p. 6). Colocada como um “estrato econômico” (com o autor, por vezes, substituindo o termo por “classe econômica”), a classe aparece a partir do que chamamos de “abecedário de classe” – como sinônimo de nível socioeconômico – A, B, C, D, E, ocorrendo também certa generalização e essencialização do que seria a “classe média” ou a “classe C”, por exemplo, como em: “a pirâmide social no Brasil agora é um losango. A maior representatividade deixou de ser das classes D e E e passou a ser da classe C” (Silva, 2013, p. 38). Do ponto de vista teórico, são mobilizados autores como Neri (2010) – com uma concepção que liga classe à renda – e Giddens (1975), que apresenta um conceito de classe neweberiano (Crompton, 2008), que a associa à renda, estratificação e oportunidade de vida. Contudo, não há uma reflexão epistemológica, por parte do autor, conectando os conceitos da instância teórica com as questões empíricas de pesquisa.

Ainda no Rio Grande do Sul, há dois trabalhos oriundos da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS): Grijó (2014) e Silva (2012). Em ambos, o conceito de classe não é o principal discutido nas pesquisas, cujos objetos são,

respectivamente, as mediações quilombolas na recepção de telenovelas e as identidades familiares em relação com o melodrama, incluindo telenovela e o “bumba-meu-boi”.

Grijó (2014) discute as mediações quilombolas na recepção de telenovelas, considerando-se a luta no pleito étnico-racial. Analisa, então, nove categorias: história do quilombo, violência, preconceito, cidadania, história do negro, cotidiano, relação com o outro, relações de classe, relações de gênero e relações étnicas. A partir desses temas, a classe é compreendida a partir da mediação de socialidade. O autor não descola o conceito de classe das questões de poder, o que pode ser comprovado pela utilização do termo “grupo subalterno” como sinônimo de classe e por suas reflexões sobre a comunicação a partir da noção de hegemonia, procurando dialogar com “trabalhos acadêmicos que pensam os âmbitos da produção, da transmissão e da recepção (ou seja, todo o processo comunicativo) a partir das relações de hegemonia na sociedade” (Grijó, 2014, p. 93). O autor, então, analisa as apropriações de uma família em relação às narrativas de telenovelas, abordando diversas novelas que são citadas pelas entrevistadas (desde “Ninho da Serpente”, exibida pela Band em 1982, até “Sangue Bom”, transmitida pela Rede Globo em 2013), procurando compreender também as temáticas desses produtos midiáticos. No entanto, apesar de Grijó (2014) intitular um capítulo de “consumo midiático”, não há discussão sobre o conceito no contexto dos estudos de recepção.

Já Silva (2012) fala tanto em “usos” quanto em “consumo” e “recepção”. Porém, não há uma sistematização clara dos conceitos, no sentido de estabelecer dimensões e alcances de cada um. Um exemplo pode ser dado em Silva (2012, p. 101), quando os “usos” ficam de fora dos objetivos da autora: “na perspectiva da recepção e do consumo cultural, nossa opção consiste em [...]” (Silva, 2012, p. 101). Um debate acerca dessas noções nos ajudaria a refinar conceitual, teórica e epistemologicamente os estudos de recepção. No entanto, uma importante discussão realizada pela autora logo no início de seu trabalho se relaciona ao próprio conceito de comunicação: considera-o em seu sentido amplo, que abriga, mas não se restringe ao plano do “midiático”, como espaço de produção de sentidos, com a prioridade do plano social para analisar a “complexidade da vida cotidiana familiar” (Silva, 2012, p. 22). Com relação ao conceito de classe, assim como no trabalho de Grijó (2014), não se trata da questão principal, pois os objetos da pesquisa são o melodrama e o bumba-meu-boi. Contudo, a autora considera que “deixar de lado qualquer análise de classe na problematização dessas identidades, em sociedades tão desiguais como a do contexto brasileiro, sugere uma falha de perspectiva” (Silva, 2012, p. 41). Então, compreende o conceito de

classe “não como uma mera organização econômica totalizante, mas como determinante de todas as outras relações sociais conforme propõe Laclau” (Silva, 2012, p. 31). Entretanto, não há o desenvolvimento da discussão conceitual no autor referido nem o desenvolvimento do argumento central colocado. Logo em seguida, há uma discussão a partir de renda e renda domiciliar *per capita*, sem a devida articulação teórica. Na parte empírica, a classe retorna ao trabalho a partir das descrições das entrevistas com sujeitos: então, fala-se em status e prestígio como indicadores de classe (a partir do material analisado), mas não há uma discussão teórica e conceitual sobre.

A pesquisa de Márcia Bernardes (2012), defendida na Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), aborda os usos sociais da internet e a sociabilidade juvenil feminina em uma instituição de acolhimento, e como essas sociabilidades estão marcadas por questões de gênero e classe. O título sugere o conceito de “usos”, discutido pela autora a partir de Certeau (1994), mas o conceito principal com relação à recepção é mesmo o de mediação (Martín-Barbero, 2009). Nesse sentido, sociabilidade e interação são noções que dão suporte ao lugar da comunicação na pesquisa: as “interações comunicacionais”. A bibliografia primordialmente utilizada para a discussão de classe é proveniente da corrente interacionista (por exemplo, Georg Simmel, Georg Herbert Mead, Peter Berger e Thomas Luckmann), o que, por um lado, se alinha epistemologicamente à questão das “interações comunicacionais”, mas por outro, perguntamos: será que esse olhar para a comunicação nos permite conectar essas interações às lutas de classes no sentido macro, ou à circulação de lutas (Dyer-Witheford, 2015) nos processos comunicacionais?

Os trabalhos de Paula (2013) e Sobral (2014) são os representantes de São Paulo na pesquisa e provenientes da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM). Em “Muito antes da marca: relações entre a recepção de publicidade e o consumo de alimentos por crianças de classes populares”, Paula (2013) coloca a noção de recepção a partir dos Estudos Culturais, mas é o consumo que tem protagonismo:

os Estudos Culturais, ao trabalharem com recepção, começaram a deixar pra trás a crítica ao consumismo em prol de uma análise antropológica da atribuição de valor simbólico aos objetos materiais, que seriam uma das primeiras formas através das quais as pessoas constroem seus relacionamentos e sua identidade social (PAULA, 2013, p. 37).

Podemos perceber, então, que a Antropologia do Consumo adquire caráter central em sua pesquisa, a partir de autores como Mary Douglas e Baron Isherwood (2009), por exemplo. Uma pergunta que podemos fazer (sem a intenção de responde-la neste momento) é: em que medida a Antropologia do Consumo

tensiona as utilizações do conceito de classe nos estudos de recepção e no próprio campo da comunicação? Quanto à recepção, as mediações da escola e da família aparecem na parte empírica da pesquisa, porém, sem desenvolver teoricamente. Paula (2013) aponta também, em suas considerações finais, que as referências das crianças pesquisadas “não se limitam à recepção midiática” (Paula, 2013, p. 121), afirmando que, antes das relações de consumo, marca ou mídia, estão as relações sociais e culturais. Quanto ao conceito de classe, o termo aparece bastante na pesquisa, mas não há uma definição ou discussão conceitual sistemática, ocorrendo uma naturalização a partir dos níveis socioeconômicos, ora falando categorizando as crianças pesquisadas como “classe C” (cf: Paula, 2013, p. 14), ora como “classe popular” (cf: Paula, 2013, p. 69). Não se explicita também o que ela considera como “relevância da classe popular” – e a partir de quem, como pode ser mostrado 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).

O único momento em que se coloca em discussão algo semelhante, é trabalhado mais o conceito de pobreza (a partir de um viés mais antropológico) do que efetivamente a questão da classe social, pois redução de pobreza não significa necessariamente menor desigualdade⁶ ou mesmo considerar as lutas de classes.

A dissertação de Sobral (2014) também pesquisa crianças de classes populares, mas que frequentam uma organização não-governamental de São Paulo, a fim de tentar compreender as representações de amor, erotismo e sexo construídas a partir da cultura midiática. Há quatro conceitos teóricos centrais: recepção ativa, mediação familiar, cultura de pares e reprodução interpretativa; e quatro conceitos analíticos: amor, amizade, namoro, sexo/erotismo. A questão da classe é abordada a partir de autores ligados a pesquisas com crianças, como David Buckingham e Annete Laureau, mas não há uma discussão sobre a sua relação com a comunicação nem aparece como uma mediação na pesquisa empírica. No que tange à recepção, Martín-Barbero é o autor central na parte teórica, mas o termo “mediação” some da parte empírico-analítica, como o próprio nome do autor.

Por fim, há dois trabalhos defendidos na Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC-MG), que se diferenciam em relação aos demais por não darem tanta centralidade à questão das mediações, mas sim à midiatização. Sena (2011) analisa a midiatização da religião a partir da recepção do Padre Fábio de Melo por seus fãs/devotos em uma “comunidade de classe popular” na periferia da cidade de

⁶ Cf: Singer, 2012.

Contagem, em Minas Gerais, a partir de dois grupos focais. Quanto à classe social, o termo não possui importância na arquitetura teórico-metodológica do trabalho, sendo algo lateral e, por vezes, naturalizado como sinônimo de nível socioeconômico (por exemplo, “classes A e B”). A recepção, por sua vez, não é problematizada na parte teórica do trabalho – que prefere os conceitos de “mídiação” e “celebridade”⁷. Contudo, ao operacionalizar empiricamente a pesquisa, discute-se rapidamente a questão da recepção a partir dos Estudos Culturais e, em alguns momentos, discutindo mais a questão sociodiscursiva (Jacks, 2014), não ficando claras relações e limitações entre uma abordagem mais sociocultural e outra, alinhada mais à questão sociodiscursiva, não articulando, desse modo, as diferentes instâncias metodológicas de uma pesquisa (Lopes, 2005).

O trabalho de Drumond (2014) traz uma consistente arquitetura metodológica para pensar circulação e interação social a partir da novela “Avenida Brasil”, exibida pela Rede Globo em 2012, considerando a produção narrativa e a circulação em rede no *Twitter* (colocado como um “dispositivo interacional”). Mikhail Bakhtin e Jesús Martín-Barbero são autores centrais para refletir sobre o conceito de “teletopia” proposto por Drumond (2014), principalmente a partir da questão de gêneros discursivos/televisivos. O conceito de mídiação também é mobilizado, principalmente a partir de José Luiz Braga (2006) e fala-se, inclusive, em “mídiação da nova classe média”. Não há uma discussão sobre classe em seu sentido conceitual clássico, mas há um debate em torno do conceito (ou não) de “nova classe média” a partir do contexto socioeconômico do Brasil recente, sempre relacionado à questão da telenovela. O autor também analisa a representação da telenovela, a partir de sua dimensão simbólica ou fabulativa e como essa representação se relaciona a uma imagem de país. Drumond (2014) conclui que a discursividade da novela “Avenida Brasil” é um olhar elitizado dirigido às camadas populares, como um falso classicismo. O que interessa ao autor é, nessa circulação, como se dá a vinculação a partir da telenovela, a “especialização de sujeitos e sociedade em torno de uma mesma teletopia” (DRUMOND, 2014, p. 175).

O que podemos perceber a partir dos últimos dois trabalhos é que, do *corpus* analisado, são as pesquisas que mais mobilizam o conceito de mídiação. Contudo, no caso de Drumond (2014), isso não significa um distanciamento, mas um diálogo com autores mais vinculados aos Estudos Culturais. As pesquisas provenientes do Rio Grande do Sul, por outro lado, com suas especificidades,

⁷ Outro ponto a ser destacado é que não há a problematização de uma das vertentes atuais dos estudos de recepção: os estudos de fãs (cf, por exemplo, Lopes, 2015)

trazem o sentido mais consolidado de recepção na pesquisa brasileira, enquanto as duas pesquisas com origem na Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), em São Paulo, tentam articular a questão da recepção, partindo da questão das mediações, com a do consumo.

Algumas Questões

O levantamento de teses e dissertações com o tema recepção e classes entre os anos 2010 e 2014 aqui empreendido tem um caráter de notas no sentido de mapear o terreno teórico-conceitual envolvendo os estudos de recepção nos últimos anos no âmbito dos programas de pós-graduação em um recorte envolvendo o tema da classe social, mas nos traz indícios para pensar o campo de forma mais ampla.

Isso nos possibilita, então, inferir sobre problemáticas afeitas aos estudos de recepção: o quanto avançaram teórica, metodológica e epistemologicamente os estudos de recepção nos últimos anos e como isso nos permite pensar o campo da comunicação? Como será que o *corpus* aqui mapeado nos ajuda a refletir sobre mudanças e permanências nos enquadramentos do pensar a recepção? E sobre o uso dos autores e conceitos? Quais os desafios teórico-metodológicos da temática “recepção e classes” de agora em diante?

Como resultados gerais, podemos destacar: a) a presença ainda central da televisão como objeto dos estudos de recepção; b) a importância de Pierre Bourdieu e Jesús Martín-Barbero para as pesquisas que articulam recepção e classes sociais; c) conseqüentemente, uma centralidade conferida às “mediações”, embora o termo “mídiação” apareça em algumas pesquisas.

Problemas teórico-metodológicos decorrem, muitas vezes, de uma não-discussão do conceito de classe social e de uma não-articulação epistemológica do conceito ao desenho da pesquisa. Além disso, os autores analisados, salvo exceções, não costumam fazer citações a outras pesquisas brasileiras recentes com objetos semelhantes, o que é um impeditivo para o desenvolvimento do conhecimento.

A dimensão de “lutas” e “conflitos” de classes, de certa forma, também não é valorizada nestes estudos. Considerar as classes como um estrato ou um *target* traz implicações teóricas, metodológicas e epistemológicas para os estudos de recepção – que consideram os sujeitos sociais como centrais – e, em geral, para a área de comunicação. Consideramos ser importante não conceber classe social como um conceito estanque, mas em movimento, tanto pelas contradições sociais quanto pelos próprios processos comunicacionais. Ou seja, pensar a classe nos

estudos de recepção não é algo “sociologizante”, embora seja uma categoria de origem sociológica, como outras tantas no campo da comunicação. Trata-se, então, de trazer a classe para a circulação dos processos de comunicação, como alguns dos trabalhos do *corpus* analisado procuram fazer. Quer dizer também considerar que a classe pode ser pensada para além de ser uma mediação, mas inserida na própria comunicação: as classes sociais nas relações e nos processos comunicacionais.

Referências

Corpus da pesquisa

BERNARDES, Márcia. **Jovens e Internet: usos sociais e sociabilidades juvenis femininas em uma instituição de acolhimento.** Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), São Leopoldo/RS, 2012. Orientadora: Denise Cogo.

DRUMOND, Rafael. **Entre espaços, uma novela: teletopias de uma #avenida em trânsito.** Dissertação (Mestrado em 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 em Comunicação) – Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), Santa Maria/RS, 2014. Orientadora: Veneza Ronsini.

GRIJÓ, Wesley Pereira. **Mediações Quilombolas: apropriações étnicas na recepção de telenovelas.** Tese (Doutorado em Comunicação e Informação) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Porto Alegre, 2014. Orientadora: Karla Müller.

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 em Comunicação e Práticas do Consumo) – Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), São Paulo, 2013. Orientadora: Isabel Orofino.

PREDIGER, Solange. **Mídia e representação social juvenil: recepção do programa Malhação.** Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), Santa Maria/RS, 2011. Orientadora: Veneza Ronsini.

ROSA, Guilherme Carvalho da. **Televisão e Sociabilidade: os pequenos estabelecimentos comerciais de Pelotas/RS.** Tese (Doutorado em Comunicação) – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC-RS), Porto Alegre, 2014. Orientadora: Doris Fagundes Haussen.

SCHNORR, Júlia Mello. **Jovens rurais, corações urbanos: Jornal Nacional e as desigualdades sociais do campo.** Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), Santa Maria/RS, 2013. Orientadora: Veneza Ronsini.

SENNA, Carlos Henrique Corrêa. **Mediatização do Campo Religioso**: a recepção da celebridade Padre Fábio de Melo por seus fãs/devotos. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC-MG), Belo Horizonte, 2011. Orientadora: Teresinha Maria de Carvalho Cruz Pires.

SIFUENTES, Lirian. **Telenovela e identidade feminina de jovens de classe popular**. Dissertação (Mestrado em 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 em 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 em Comunicação) – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC-RS), Porto Alegre, 2013. Orientadora: Ana Carolina Escosteguy.

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 em 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 em Comunicação) – Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), Santa Maria/RS, 2011. Orientadora: Veneza Ronsini.

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 em Comunicação e Práticas do Consumo) – Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM), São Paulo, 2014. Orientadora: Isabel Orofino.

WOTTRICH, Laura. **Envelhecer com *Passione***: a telenovela na vida de idosas das classes populares. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), Santa Maria/RS, 2011. Orientadora: Veneza Ronsini.

Referências gerais

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.

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. **Anais da Compós 2004**. São Bernardo do Campo/SP : Compós, 2004.

ANTUNES, Ricardo. **Os Sentidos do Trabalho**: ensaio sobre a afirmação e a negação do trabalho. São Paulo: Boitempo, 2001.

ARAÚJO, Carlos Alberto. Bibliometria: evolução histórica e questões atuais. **Em Questão**. Porto Alegre, v. 12, n. 1, jan./jun. 2006, p. 11-32.

BONIN, Jiani. Explorações sobre práticas metodológicas na pesquisa em comunicação. **Famecos**, n 37. Porto Alegre, dez/2008.

BRAGA, José Luiz. **A Sociedade Enfrenta sua Mídia**: dispositivos sociais de crítica midiática. São Paulo: Paulus, 2006.

BOURDIEU, Pierre. O Campo Científico. In: **Pierre Bourdieu**. São Paulo: Ática, 1983.

BOURDIEU, Pierre. **A Distinção**: crítica social do julgamento. São Paulo: Edusp, 2007.

CERTEAU, Michel de. **A Invenção do Cotidiano**: 1. Artes de fazer. Petrópolis: Vozes, 1994.

CROMPTON, Rosemary. **Class and Stratification**. Cambridge: Polity, 2008.

DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD, Baron. **O Mundo dos Bens**: para uma antropologia do consumo. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2009.

DYER-WITHEFORD, Nick. **Cyber-Proletariat**: global labour in the digital vortex. Toronto: Between the lines, 2015.

FÍGARO, Roseli; GROHMANN, Rafael. O conceito de classe social nos estudos de recepção brasileiros. In: Encontro Anual da Compós, 2013, Salvador-BA. **Anais da Compós 2013**. Salvador, BA: Compós, 2013.

FÍGARO, Roseli; GROHMANN, Rafael. Lutas de Classes e os 'Rolezinhos': uma abordagem na perspectiva dos Estudos de Recepção. In: Encontro da Compós, 2014, Belém-PA. **Anais da Compós 2014**. Belém, PA: Compós, 2014a.

FÍGARO, Roseli; GROHMANN, Rafael. A recepção serve para pensar: é um 'lugar' de embates. In: Encontro da Compós, 2015, Brasília/DF. **Anais da Compós 2015**. Brasília: Compós, 2015

GARCÍA CANCLINI, Néstor. **Diferentes, Desiguais e Desconectados**. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2005.

GIDDENS, Anthony. **A Estrutura de Classes das Sociedades Avançadas**. Rio de Janeiro: Zahar, 1975.

GROHMANN, Rafael. **As Classes Sociais na Comunicação**: sentidos teóricos do conceito. Tese (Doutorado – Ciências da Comunicação) – Universidade de São Paulo (USP), São Paulo, Orientadora: Roseli Figaro, 2016.

GROHMANN, Rafael; FÍGARO, Roseli. O conceito de classe social em estudos de recepção brasileiros. **Animus**. V. 13, n. 25, 2014, p. 57-70.

HALL, Stuart. Codificação/ Decodificação. In: **Da Diáspora**: identidades e mediações culturais. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2003, p. 365-384

JACKS, Nilda (org.). **Meios e Audiências II**: a consolidação dos estudos de recepção no Brasil. Porto Alegre: Sulina, 2014.

- JACKS, Nilda; ESCOSTEGUY, Ana Carolina. **Comunicação e Recepção**. São Paulo: Hackers Editora, 2006.
- JACKS, Nilda; MENEZES, Daiane; PIEDRAS, Elisa. **Meios e Audiências: a emergência dos estudos de recepção no Brasil**. Porto Alegre: Sulina, 2008.
- JUNQUEIRA, Lília. **Desigualdades Sociais e Telenovelas: relações ocultas entre ficção e reconhecimento**. São Paulo: Annablumme, 2010.
- LOPES, Maria Immacolata Vassallo de. **Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Edições Loyola, 2005.
- 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 (org.). **Por uma teoria de fãs da ficção televisiva brasileira**. Porto Alegre: Sulina, 2015.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos Meios às Mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. 5ª edição. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2009.
- MURDOCK, Graham. Comunicação contemporânea e questões de classe. **Revista MATRIZES**, São Paulo, v. 2 n. 2, p.31-56, 2009.
- NERI, Marcelo. **A Nova Classe Média: o lado brilhante dos pobres**. Relatório de Pesquisa. Rio de Janeiro: CPS/FGV, 2010.
- QUADROS, Waldir; ANTUNES, Davi. Classes sociais e distribuição de renda no Brasil dos anos noventa. **Cadernos do CESIT**. Campinas, n. 20, out. 2001.
- 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. A etnografia crítica da recepção. **Comunicação & Sociedade**. São Bernardo do Campo. V. 24, n. 39, p. 33-50, 2003.
- RONSINI, Veneza. Mídia, cultura e classe: a ordem da diferença. In: Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação – Compós, 2007, Curitiba-PR. **Anais da Compós 2007**. Curitiba/PR: Compós, 2007.
- RONSINI, Veneza. **A Crença no Mérito e a Desigualdade: a recepção da telenovela do horário nobre**. Porto Alegre: Sulina, 2012.
- 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.
- SIFUENTES, Lirian. Classe social e o consumo de telenovela por mulheres: um estudo comparativo. 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.
- SINGER, André. **Os Sentidos do Lulismo: reforma gradual e pacto conservador**. São Paulo: Companhia das Letras, 2012

SODRÉ, Muniz. Comunicação: um campo em apuros teóricos. **Revista MATRIZES**. V. 5, n. 2, jan/jun. 2012, p. 11-27.

SOUZA, Jessé. **A Ralé Brasileira**: quem é e como vive. Belo Horizonte. Ed. UFMG, 2009.

SPINAK, Ernesto. Indicadores cientométricos. **Ciência da Informação**. V. 27, n. 2, out. 1998.

WOLTON, Dominique. **Informar Não é Comunicar**. Porto Alegre: Sulina, 2010.