



Ser mulher, jovem e pobre: a construção de sentidos pela telenovela¹

Lírian SIFUENTES²

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul

Resumo

É com o interesse em conhecer as identidades femininas em sua concretude, bem como o papel da telenovela na constituição do ser mulher, que empreendemos o desenvolvimento deste estudo. O objetivo é compreender como os embates e complementaridades entre a audiência da telenovela e as mediações empíricas família, escola e classe social constituem a identidade feminina de jovens mulheres de classe popular. A amostra desta pesquisa foi composta por 12 jovens com idade entre 16 e 24 anos, moradoras da periferia de Santa Maria-RS. O estudo configurou-se como uma etnografia da audiência. Os resultados apontam a imposição da classe social sobre as identidades femininas dessas jovens. O papel da telenovela também é essencial, pois faz chegar, ao menos de forma esparsa, uma ideologia da igualdade de gêneros.

Palavras-chave: Identidade feminina; Classe popular; Jovens urbanas; Recepção de telenovela

1. Considerações iniciais

Conforme Orozco (2001), em toda a América Latina, assistir à telenovela é uma tradição e o público criou hábitos de audiência, como guiar seus horários da rotina pela programação televisiva. O autor destaca que os telespectadores desenvolvem costumes em torno disso. Por esse motivo, em muitos casos, há um grau mínimo de seletividade pela audiência, pois estar em frente à telinha já é, antes que uma escolha consciente, um hábito.

No Brasil, a telenovela é palco da problematização da nacionalidade há mais de 30 anos e domina o horário nobre da Rede Globo, canal de televisão mais importante da indústria do entretenimento brasileiro. Ademais, as telenovelas são exportadas para diversos países, ganharam as primeiras páginas de jornais diários e a audiência de todas as classes sociais, além de já terem sido tema de debates no Senado Federal, como na época da novela *O Rei do Gado* (1996), quando a Reforma Agrária era abordada no horário nobre da Rede Globo.

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação e Culturas urbanas, X Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutoranda em Comunicação Social da PUCRS. Bolsista Capes. Membro do Grupo de Pesquisa Obitel Brasil. Mestre em Comunicação Midiática pela UFSM. E-mail: lisifuentes@yahoo.com.br.



A capacidade das telenovelas de gerar lucros e promover produtos permanece enorme, assim como sua presença no cotidiano de famílias de todo o país, organizando rotinas, suscitando temas para debate e constituindo um conjunto de referências nacionais. Segundo Lopes; Borelli; Resende (2002, p. 36), a “*telenovela cumpre funções de agenda setting*: sujeitos compartilham experiências públicas e privadas (dramatizações) a partir de *leituras* da telenovela”.

No que se refere às identidades de gênero, Charles (1996) aponta o papel importante das telenovelas na construção das identidades femininas, pois difundem representações que servem como parâmetros às espectadoras, seja por sua identificação ou pelas comparações com as realidades contrastantes. Os discursos apresentados na mídia são estabelecidos de forma invisível e não se mostram como imposições, mas como algo agradável, que serve a alguns interesses femininos, conquistando, assim, a cumplicidade das mulheres para sua própria subordinação.

Para Bourdieu (2007), a identidade de uma mulher é constituída desde muito cedo, de modo que possa aprender a agir e pensar como uma mulher. A aprendizagem ganha eficiência por ser tácita e incessante. Por serem as identidades, feminina e masculina, definidas como antagônicas, aquilo que para eles é incentivado, para elas é continuamente reprimido: uma moça deve sentar de pernas fechadas, não pode expor determinadas partes do corpo, deve ser delicada, vaidosa e servir às outras pessoas, pois, desse modo, todos aprovarão seu comportamento.

A clara distinção de papéis de homens e de mulheres na cultura é um elemento essencial na conformação identitária dos gêneros. Para a antropóloga Mary Douglas (apud WOODWARD, 2000), a marcação da diferença é base na cultura porque a realidade ganha sentido por meio da atribuição de diferentes posições em um sistema classificatório. Woodward enfatiza que essa classificação é aplicada por meio de um princípio de diferença que permite discriminar ao menos dois grupos opostos: nós e eles. Essa oposição traz à tona o desmerecimento de uma das partes, visto que não há um equilíbrio de poder entre os elementos em contraste. Assim, os sistemas classificatórios relacionam-se, de uma forma muito direta, com a cultura e ganham destaque quando se versa sobre questões de gênero, uma vez que a mulher é claramente o lado “fraco” dessa divisão.

Conforme Franchetto, Cavalcanti e Heilborn (1981, p. 16), identidade de gênero refere-se “à construção social do sexo, ou seja, aos papéis e valores que o constituem em dado momento histórico, em uma sociedade particular, englobando o sexo



biológico”. A questão “o que é ser mulher?” carece de respostas definitivas, uma vez que esse significado não é dado universalmente, e sim por meio de contextos concretos, particulares a cada cultura de que se faz parte. “A mulher, como sujeito social que se afirma, não é uma realidade homogênea e monolítica, mas vive, existe na concretude das diferenças sociais e culturais que a constituem.” (Ibid., p. 43).

É com o interesse em conhecer as identidades em sua concretude, bem como o papel da telenovela – nesta pesquisa, a novela *Caminho das Índias* – na constituição do ser mulher, que empreendemos este estudo. Visamos compreender como os embates e complementaridades entre a audiência da telenovela e as mediações empíricas família, escola e classe social constituem a identidade feminina de jovens mulheres de classe popular.

Este trabalho configura-se como uma etnografia da audiência. Primeiramente, entendemos *audiência* “como conjunto segmentado, a partir de suas interações midiáticas, de sujeitos sociais, ativos e interativos, que não deixam de ser o que são enquanto travam alguma relação sempre situada com o referente midiático, seja esta direta, indireta ou diferida.” (OROZCO, 2001, p. 23). Por sua vez, praticar a etnografia, conforme expõe Geertz (1989, p. 15),

é estabelecer relações, selecionar informantes, transcrever textos, levantar genealogias, mapear campos, manter um diário, e assim por diante. Mas não são essas coisas, as técnicas e os processos determinados, que definem o empreendimento. O que define é o tipo de esforço intelectual que ele representa: um risco elaborado para uma ‘descrição densa’.

Desse modo, podemos afirmar que a etnografia da audiência constitui-se do conhecimento originado na descrição do contexto de apropriação da mídia e refere-se a descrever os meandros do consumo midiático, realizando uma análise atenta ao cotidiano, no que se refere ao bairro, à casa, às práticas, buscando observar a produção de sentidos a partir do receptor (RONSINI, 2007). Para alcançar esse objetivo, fazem parte das técnicas de coleta de dados a entrevista semi-dirigida, o formulário sociocultural, a observação do espaço doméstico e a assistência conjunta da telenovela, com registro em diário de campo, que serão explicitadas adiante.

A etapa empírica da pesquisa estendeu-se de novembro de 2008 a dezembro de 2009. As 12 jovens entrevistadas têm entre 16 e 24 anos, sendo três autodeclaradas



brancas e as demais, negras³. Em relação à religião, quatro são evangélicas, sete são católicas e uma não tem religião, apenas acredita em Deus. Dentre elas, apenas duas, evangélicas, frequentam assiduamente à igreja. Cinco jovens são casadas, sendo que uma delas casou-se no civil e as demais moram com os companheiros. Cinco são mães. Quatro têm apenas um filho e outra tem dois filhos. As idades das crianças variam de três meses a oito anos.

2. Ser uma jovem mulher na periferia

Na perspectiva de Castells (2000, p. 170), a crise do patriarcalismo está fundamentada no enfraquecimento do modelo familiar baseado na autoridade exercida pelo homem sobre toda a família.

A família patriarcal, base fundamental do patriarcalismo, vem sendo contestada neste fim de milênio pelos processos, inseparáveis, de transformação do trabalho feminino e da conscientização da mulher. As forças propulsoras desses processos são o crescimento da economia informacional global, as mudanças tecnológicas no processo de reprodução da espécie e o impulso poderoso promovido pelas lutas da mulher e por um movimento feminista multifacetado [...]. A incorporação maciça da mulher na força de trabalho *remunerado* aumentou o seu poder de barganha *vis-à-vis* o homem, abalando a legitimidade da dominação deste em sua condição de provedor da família.

O autor assegura que estamos vivendo um processo irreversível, intensificado nos últimos 25 anos, em que as mulheres adentraram definitivamente no mercado de trabalho e lutam contra a opressão, em medidas diferentes, dependendo dos contextos sociais. O autor elenca dados que mostram as mudanças transcorridas nas últimas décadas, em termos de: 1) economia e mercado de trabalho; 2) ciências, que permitem o controle da mulher sobre seu corpo; 3) crescimento dos movimentos sociais e; 4) cultura globalizada, que difunde informações com agilidade e tece uma teia de relacionamentos.

Em termos de mercado de trabalho, as mulheres de classe popular permanecem excluídas, mais que as mulheres de classe média e mais que os homens de classe popular. No caso das entrevistadas, essa exclusão se dá de três formas: ficam em casa, cuidando do lar e dos filhos; alternam períodos de trabalho e desemprego de forma mais acentuada que o homem da mesma classe; são exploradas em empregos com cargas horárias pesadas e salários baixos.

³ A raça/ etnia não foi uma questão observada na formação da amostra da pesquisa. Para o IBGE, são considerados negros tanto pretos quanto pardos.



No que se refere a movimento sociais, é praticamente inexistente o envolvimento feminino com esses grupos de reivindicação pela igualdade de gênero. Ainda, as jovens de classe popular nem mesmo possuem conhecimento sobre esses movimentos e, ao discorrerem sobre as causas sociais pelas quais lutariam, não é mencionada a questão de gênero. É a pobreza que recebe a atenção dessas mulheres como problema central, seja delas mesmas ou da população brasileira de forma geral. Com maior nível de instrução, é possível supor que a classe média tenha mais conhecimento sobre a causa feminista.

Em relação à cultura globalizada, que poderia levar a elas conhecimentos que colaborassem para sua “libertação”, seu acesso se dá pela televisão, que, como se analisou, transmite essa mensagem de modo discreto. A cultura da internet, por exemplo, mais plural em seu conteúdo, é menos democrática que a televisão em termos de consumo, e não faz parte do cotidiano de todas as entrevistadas. Contrasta, assim, com o contato com a cultura global permitido à classe média.

Por fim, entre as instâncias citadas por Castells (2000), é a ciência, por meio da popularização de métodos de controle sobre o corpo feminino, que mais chega às entrevistadas. Embora quatro delas tenham engravidado com até 18 anos, há o conhecimento das possibilidades de contracepção, e é recorrente a preocupação para que outras, ou primeiras, gravidezes não ocorram. Mesmo assim, é maior o número de adolescentes grávidas entre os grupos menos favorecidos economicamente.

Os recursos financeiros limitados das famílias, desse modo, têm papel central na configuração das identidades. Destacamos que os modos de ser mulher estão atravessados de forma pungente pela classe social. É por pertencerem à classe popular que as jovens aprendem que:

- a mulher *tem que* cuidar da casa, já que não poderão ter empregada doméstica, e, por isso, desde cedo aprendem a cozinhar, lavar roupa e limpar a casa;
- o trabalho feminino dificilmente significará um reconhecimento social, pois não possuem uma carreira ou uma profissão, e, sim, um trabalho, muitas vezes temporário e mal-remunerado;
- a gravidez na adolescência é mais comum do que em classes abastadas, e acarreta transformações drásticas;
- a chance de pararem de estudar antes de completarem o ensino médio é grande, seja pela maternidade, pela necessidade de trabalhar – em casa, cuidando dos mais velhos e das crianças, ou fora, para contribuir com a renda doméstica –,



pela discriminação escolar, pelo ensino básico deficiente – que poderá dificultar o acompanhamento da turma em uma escola de ensino médio do centro da cidade –, ou pela falta de exemplos de dedicação ao estudo;

- o casamento civil não é exigência, sendo, na verdade, exceção, visto a burocracia e os gastos envolvidos, optando-se por somente morar junto;
- as chances de não terem os pais presentes (física e/ou afetivamente) aumentam⁴, como é o caso da metade das entrevistadas;
- a televisão é a principal forma de lazer, dedicando-se, diariamente, muitas horas a seu consumo, em contraste a outras programações, como cinema e viagens, raridades entre as entrevistadas.

Ressalta-se que as garotas realizam um julgamento moral para com os dois gêneros que se assemelha, uma vez que não concordam com determinadas diferenciações entre homens e mulheres, especificamente no que se refere à fidelidade. A maioria avalia que não há distinção entre a traição masculina e a feminina, embora algumas julguem a infidelidade feminina como ainda mais “feio”. Por outro lado, consideram que estar bela é uma obrigação feminina, mais que masculina, e avaliam que as mulheres se preocupam tanto com a aparência somente porque gostam e porque são naturalmente vaidosas.

Acerca da sexualidade, reconhece-se, lado a lado, um abrandamento da clausura sexual feminina e, ao mesmo tempo, ainda se deseja que as moças sejam “respeitáveis”, que saibam “impor limites”. A separação entre “boas moças”, “moças de família”, aquelas “para casar”, das outras, embora pareça ultrapassada, pode ainda ser vista na cultura juvenil. Exemplo contemporâneo pode ser encontrado na rede social Orkut, em que são populares comunidades intituladas “Eu sou para casar”⁵, “Eu realmente sou para casar”⁶, aludindo a essa distinção de comportamentos femininos.

⁴ Toma-se a reflexão de Mattos (2006, p. 182) como referência para destacarmos a importância da presença dos pais no ambiente doméstico para a conformação identitária, e a ausência mais comum dos pais na classe popular. A autora afirma: “Ainda que a classe média esteja convivendo com mudanças na estrutura familiar, o que vem ocorrendo é a formação de novas configurações de família, e não a desagregação familiar, muito mais frequente na classe baixa. Mesmo que os pais de classe média não vivam juntos, isso não implica a perda de suporte e da referência de ambos os pais para os filhos”.

⁵ Diversas são as comunidades assim intituladas. Disponível em: <<http://www.orkut.com.br/Main#UniversalSearch?origin=box&q=eu+sou+pra+casar&pno=2>>. Acesso em 24 jan. 2010.

⁶ Mais de 90 mil membros. Disponível em <<http://www.orkut.com.br/Main#Community?cmm=864722>>. Acesso em: 24 jan. 2010.



Suas opiniões sobre sexualidade demonstram grande semelhança àquilo que é apresentado nas novelas: a virgindade perde importância e a infidelidade segue sendo condenada. De qualquer forma, o sexo continua relacionado ao amor. Embora apenas uma informante pense em casar virgem, seguindo os preceitos da sua religião, sete julgam importante a primeira vez de uma garota, o que significa, para umas, escolher bem a pessoa com quem se terá relações sexuais e, para outras, tomar os cuidados preventivos necessários.

Por sua vez, o mito do amor materno (BADINTER, 1985) é recorrente entre as garotas, sendo a maternidade considerada o aspecto mais importante na vida de uma mulher, “parecendo estranho” quando uma mulher opta por não ser mãe. Apesar da maioria das entrevistadas aceitar a ideia de mulheres que decidem não ser mães, apenas uma delas que tomaria essa atitude. Para ela, as mulheres que não são mães “têm juízo na cabeça, definitivamente, têm juízo, porque sê mãe é a pior bucha que tem”. Sua justificativa para não querer ter filhos é a seguinte:

Por mim eu não quero sê mãe, brinco com o [filho] dos outros, mas meu eu não quero, muito obrigado. Criança, olha! Incomoda muito. Ainda mais do jeito que tá, hoje em dia, essas criança que a gente ensina prum lado, elas caem pro outro, querem sempre o lado torto, querem ir pelo lado certo. Aí é melhor nem tê, se é pra tá se incomodando.

As demais jovens deixam claro que não teriam atitude semelhante, uma vez que, na ótica delas, a maternidade é algo central na vida de uma mulher.

Ali por uns 25, 20 anos eu queria ter um. Ah, é bonitinho.

É uma companhia pra mim, porque, por mais que tu seja casada, tu tem a companhia do teu marido, mas tu sabe que um dia vocês vão se separar e pelo menos tu que tê uma companhia pra ti não ficá sozinha.

Eu não creio que uma mulher, assim, normal, não vá querê tê um filho. Um filho é uma benção na tua vida.

Acho que toda mulher sonha em sê mãe, né?

Eu acho que todas têm que tê filho. Depois tá velho não tem ninguém, quem é que vai te cuidá?

Eu, desde os 15 anos, eu quero tê um filho. Acho que não tem coisa melhor que sê mãe. [...] É uma experiência que eu quero tê, eu não seria mulher se eu não tivesse essa experiência, eu quero tê muito.



Tu vai vê a criança na tua frente, tu vai ter o amor de mãe, né? Mesmo tu não querendo, tu vai ter o amor de mãe. Quando a mãe se torna mãe, automaticamente tu vai criar esse amor dentro de ti.

O trabalho, por seu turno, é elemento importante para a realização pessoal, porém, não almejam a independência financeira. Pensam a profissão como um modo de estar fora de casa, convivendo com outras pessoas que não as de suas famílias, e o salário como forma de terem um dinheiro próprio para fazerem suas compras pessoais, sem necessitar pedi-lo ao marido. Pode-se refletir que esse pensamento refere-se ao contexto social em que estão inseridas, no qual o homem é o provedor e a mulher apenas contribui para a renda familiar. Quando a mulher é a responsável pelo sustento da casa, geralmente é devido à falta de um homem, o que não é o desejo delas. Preferem estar casadas e ter a proteção masculina.

As mães são os exemplos de mulher, pelo espírito batalhador. Primeiramente, é importante destacar que essa é uma escolha natural, visto que o modelo feminino elementar é, geralmente, o materno. Ademais, admiram a garra das mães, que vivem com as dificuldades da classe popular e se sacrificam pela felicidade da família, valor passado às filhas. No entanto, apesar de considerarem exemplos, não querem viver como as mães. Ambicionam estudar mais, usufruir de uma condição financeira mais confortável, ter menos filhos e contar com um marido mais colaborativo.

A família, seja pelos exemplos ou pelas orientações explícitas, ensina as garotas a cuidarem de seu lar. Desempenhar bem as funções de mãe, dona de casa e esposa é o que os pais mais valorizam na educação das filhas. As jovens, assim como seus companheiros, cresceram vendo os homens pouco ou nada contribuírem nas tarefas domésticas, mesmo nas famílias em que as mães trabalham fora. Por isso, torna-se difícil não reproduzir uma sistemática em que a mulher realiza jornada dupla ou tripla (como no caso de Paola, que trabalha fora, estuda e cuida da casa, sem a ajuda do marido). Há, contudo, um ideal de relações domésticas mais igualitárias, que, como abordaremos adiante, tem a televisão como principal fonte.

3. Leituras da telenovela e a conformação da identidade feminina

As representações femininas na telenovela não têm variado significativamente ao longo dos tempos. Entre outros, o estudo de Jane Sarques, “A Ideologia Sexual dos Gigantes” (1986), apresenta uma análise que corrobora para comprovar essa padronização do modelo de mulher nas últimas décadas. Os resultados acerca da novela



Os Gigantes, exibida há 30 anos, salientam a valorização do casamento e da maternidade para as mulheres, que, caso não se comportem como boas mães e esposas, ou decidam não se casar ou não ter filhos, serão castigadas. Em 2009, ainda se percebe destacada valorização do casamento e da maternidade, prêmios das mocinhas de *Caminho das Índias*, telenovela analisada neste estudo de recepção. O papel da vida afetiva é expressivamente mais importante que o da vida profissional, tanto que as mulheres de classes alta e média que trabalhavam antes do casamento largaram o emprego para se dedicarem exclusivamente à família.

Embora saibamos que a valorização do amor é, historicamente, protagonista do melodrama, essas representações apresentam aos receptores modelos, e ensinam – em conjunto com outras instituições – que o lugar da mulher casada é em casa, cuidando dos filhos e do marido. Permanece o ideal de felicidade feminina relacionado à esfera dos sentimentos, enquanto o homem encontra realização e reconhecimento na profissão.

Apesar desse padrão, a telenovela dá indícios do que seriam relações mais igualitárias entre os gêneros, influenciando, principalmente, os discursos femininos. Na novela, diferentes tipos de mulher se somam. Elas são mães e esposas, como *Maya*, que apresenta um exemplo de boa mãe, que é universal; são trabalhadoras, como *Cema*, mãe dedicada, chefe de família e pertencente à mesma classe social das entrevistadas, o que permite identificação pela proximidade social; são mães solteiras e têm nova chance no amor, como *Duda*, sendo essas características comuns as das entrevistadas; são alegres, festivas e bonitas, como *Suellen*, que ilustra a imagem da jovem mulher de classe popular.

Nesse sentido, o realismo, aspecto aspirado e alcançado nas telenovelas, na ótica das entrevistadas, permite que as jovens tenham uma aproximação entre o que veem na telinha e o que se deparam na vida real, servindo, assim, como lição de vida e exercendo uma função pedagógica: “porque o que mostra na novela é o que se vive”, afirma uma das entrevistadas. O papel socializador da TV é destacado por Ronsini (2000), que afirma que a televisão ensina como atuar em público, como falar e como se comportar diante de outras classes.

Hamburger (2005, p. 78) justifica a compreensão da telenovela como parte de uma educação informal para os brasileiros, aspecto enfatizado por algumas entrevistadas. “As novelas eram feitas para atingir uma audiência definida como sendo mais educada que a média da audiência real e, ironicamente, talvez por isso, tenham sido entendidas como tendo uma função pedagógica.”



A identificação com as personagens das novelas, mesmo que parcial, existe. Mulheres “guerreiras” e humildes são o que há em comum entre as da ficção e elas. Segundo as entrevistadas, a típica mulher brasileira está representada nas novelas na figura de algumas personagens. A principal delas é *Maria do Carmo*, de *Senhora do Destino*. Suas principais características seriam a alegria, a autoestima e o jeito guerreiro, próprio da brasileira, como resume uma das garotas:

Pra mim ela é a típica mulher brasileira, né? De onde ela veio, conseguiu crescê na vida, mas não exageradamente, conseguiu o básico pra consegui vivê, né? Que as mulheres elas são guerreira, elas gostam de trabalhá, vão atrás daquilo que querem, conseguem aquilo, que querem, né? Não tem mais aquela história de que só o homem que pode, só o homem que faz. Não, agora é igual mulher e homem, né? O marido deixou ela, criou os filho sozinha, conseguiu educá os filho, estudaram, se formaram, ela conseguiu sê alguém na vida, conseguiu um nome reconhecido, né?

A novela ensinaria às mulheres, na perspectiva das jovens, valores modernos, relacionados a sua liberdade pessoal. Os principais ensinamentos são assim analisados: serem independentes, característica que está relacionada à vida profissional; terem atitude, que diz respeito a não serem submissas; agirem da forma que desejarem, pois ninguém pode julgá-la; e serem guerreiras, que se refere a lutar por seus objetivos, pessoais e profissionais, mesmo que as circunstâncias dificultem que eles sejam alcançados.

4. Considerações finais

Estudar a identidade feminina é, primeiramente, buscar entender o que torna as mulheres seres específicos. Seu sexo importa, especialmente por legitimar as diferenças entre homens e mulheres, com as quais ambos conviverão durante a vida. Porém, é na cultura do cotidiano – da classe social, da família, da escola, da mídia, da igreja, do bairro – que as identidades são conformadas, negociadas, reajustadas. Importante atentar, no entanto, que, mesmo enquanto mulheres, não constituem um grupo homogêneo, isto é, não basta nascer mulher para constituir a identidade feminina.

Apesar das informantes, com idade entre 16 e 24 anos, encontraram-se na faixa etária que o IBGE determina como juventude, suas leituras da televisão não diferem, significativamente, das de adultos, apresentadas em outros estudos. Suas vivências determinam as responsabilidades e os modos de encarar a vida. Sete informantes já não vivem na casa dos pais, sendo que apenas duas delas mudaram-se por motivos



diferentes do casamento. Uma passou a residir na casa de uma amiga para ficar mais perto da escola e distanciar-se do ex-namorado. Outra, após perder a mãe, mudou-se para a casa dos tios e, em 2009, passou a morar com uma amiga. As demais saíram de casa, com 20 anos ou menos, para viver com os companheiros, sendo que somente uma não tomou a decisão por estar grávida.

Ter 20 anos hoje, contudo, possui especificidades que o cotidiano delas não apaga. Fazem parte de uma “geração midiática”, que cresceu cercada pelos meios de comunicação, como televisão, rádio, celular e videocassete/DVD. Apesar do uso da internet não se destacar entre as entrevistadas, recebem as influências desse meio, através do contato com outras pessoas ou mesmo através dos outros veículos de comunicação, como a TV. Além disso, quando comparadas com seus pais, ressalta-se o maior nível de escolaridade das jovens, permitido pelo crescimento do incentivo à educação formal no Brasil nas últimas duas décadas. São cerca de quatro anos a mais de estudo da geração atual, visto que a maioria dos pais parou de estudar por volta da quarta série do ensino fundamental. E, se o desejo das garotas se concretizar, essa diferença aumentará, já que todas ambicionam concluir, no mínimo, o ensino médio.

Através dos apontamentos acerca da recepção da telenovela, percebemos que o programa dá indícios do que seriam relações mais igualitárias entre os gêneros. A telenovela faz chegar, de forma esparsa, uma ideologia da igualdade de gêneros, que, mesmo sendo problemática, é maior do que na realidade que as cerca. Entre as mediações empíricas estudadas – família, escola, classe social e telenovela – é a ficção seriada a que propõe um discurso feminino mais inovador. Esse discurso pouco se concretiza em prática, todavia, mesmo assim, é fundamental, pois também constitui a identidade feminina.

Referências bibliográficas

BADINTER, Elizabeth. **Um amor conquistado**: O mito do amor materno. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1985.

BOURDIEU, Pierre. **A dominação masculina**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2007.

CAPPARELLI, Sérgio; LIMA, Venício A. **Comunicação & televisão**. Desafios da pós-globalização. Rio de Janeiro: Hacker, 2004.

CASTELLS, Manuel. **O poder da identidade**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2000.



CHARLES, Mercedes. El espejo de Venus: Una mirada a la investigación sobre mujeres y medios de comunicación. **Signo y pensamiento**, n. 28, p. 37-50, 1996.

FRANCHETTO, Bruna; CAVALCANTI, Maria Laura; HEILBORN, Maria Luiza. Antropologia e feminismo. In: FRANCHETTO, Bruna et al. (Org.) **Perspectivas antropológicas da mulher**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1981.

GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: LTC Editora, 1989.

HAMBURGER, Esther. **O Brasil Antenado**. A sociedade da novela. Jorge Zahar: Rio de Janeiro, 2005.

LOPES, Maria Immacolata Vassalo de. Para uma revisão das identidades coletivas em tempo de globalização. In: LOPES, Maria Immacolata Vassalo de (Org.). **Telenovela**. Internacionalização e Interculturalidade. São Paulo: Loyola, 2004. p. 121-137.

LOPES, Maria Immacolata Vassalo de; BORELLI, Silvia Helena Simões; RESENDE, Vera da Rocha. **Vivendo com a telenovela**: mediações, recepção, teleficcionalidade. São Paulo: Summus, 2002.

MATTOS, Patrícia. A mulher moderna numa sociedade desigual. In: SOUZA, Jessé (Org.). **A invisibilidade da desigualdade brasileira**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006.

OROZCO, Guillermo. **Televisión, audiencias y educación**. Buenos Aires: Norma, 2001.

RONSINI, Veneza Mayora. **Entre a capela e a caixa de abelhas**: identidade cultural de gringos e gaúchos. Tese (Doutorado em Sociologia). Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas - USP. São Paulo, 2000.

_____. **Mercadores de sentido**: consumo de mídia e identidades juvenis. Porto Alegre: Sulina, 2007.

SARQUES, Jane Jorge. **A ideologia sexual dos Gigantes**. Goiânia: Editora da Universidade Federal de Goiás, 1986.

WOODWARD, Kathryn. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. In: SILVA, Tomas Tadeu da (Org.). **Identidade e diferença**. A perspectiva dos Estudos Culturais. Petrópolis: Vozes, 2000.