



## **Mídia e Recepção: um estudo etnográfico com mulheres de classe popular<sup>1</sup>**

Renata Córdova da SILVA<sup>2</sup>  
Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS

### **RESUMO**

Este texto tem como objetivo apresentar alguns resultados parciais de uma pesquisa de recepção realizada com mulheres de classe popular residentes na cidade de Santa Maria/RS<sup>3</sup>. O trabalho se fundamenta nos estudos culturais latino-americanos, principalmente no autor Jesús Martín-Barbero. A metodologia utilizada está centrada na etnografia crítica da recepção. Os resultados aqui apresentados referem-se ao mapeamento do consumo de mídia das receptoras e à relação delas com a televisão.

**PALAVRAS-CHAVE:** estudos culturais; recepção; etnografia.

### **Introdução**

A inserção dos meios de comunicação em nossa sociedade cresce cada vez mais. Kellner (2001, p. 9) nos fala de uma cultura veiculada pela mídia devido à imbricação dos meios a nossa vida cotidiana, ocupando a maior parte do tempo de lazer das pessoas, ajudando a tecer opiniões e a construir comportamentos. Pensando no papel da mídia em nossa sociedade, este texto tem como objetivo apresentar alguns resultados referentes ao consumo de mídia e à relação de mulheres de classe popular com a televisão.

O imaginário televisivo tem grande importância na constituição do que é ser mulher no mundo contemporâneo, sendo assim o consumo da televisão pode contribuir para a manutenção e, ao mesmo tempo, resistência à dominação de gênero em nossa sociedade. Freire Filho observa que dentro de uma perspectiva marxista, a resistência estaria relacionada

a uma essência interior da humanidade (uma espécie de extravasamento de um rancor inato diante da subjugação), a uma reação a condições estruturais limitantes, a um reconhecimento da contradição entre ideologia e experiência

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Teorias da Comunicação, X Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Mestranda do Programa de Pós Graduação em Comunicação Midiática da UFSM, email: rr\_cordova@yahoo.com.br

<sup>3</sup> Pesquisa orientada pela Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Veneza Ronsini no Programa de Pós-Graduação em Comunicação Midiática da UFSM.



ou, ainda, a um processo de conscientização da situação de oprimido por vanguardas revolucionárias (FREIRE FILHO, 2007, p. 16).

Primeiramente, formas coletivas de resistência foram enaltecidas, para então abordagens pós-modernas enfatizarem “fluxos complexos de relação do poder, subjetividades construídas, fragmentárias e atividades locais e individualizadas” (IBIDEM, p. 16). A partir dos anos 1980, até mesmo alguns atos cotidianos passam a ser relacionados à resistência. Um exemplo de trabalho, no âmbito dos estudos culturais, com essa perspectiva é *Reading the Romance: women, patriarchy and popular literature* (1984), da norte-americana Janice Radway. A autora realizou um estudo a respeito das condições de produção, dos textos e da recepção de livros de ficção romântica. Após ouvir 42 mulheres, fiéis leitoras desse tipo de literatura, Radway constatou que ao lerem, as entrevistadas tinham uma atitude de resistência em relação à situação real do seu cotidiano, já que naquele período de tempo dedicado à leitura elas conseguiam abrir um espaço em meio a sua rotina doméstica dedicado a si mesmas.

A partir de uma pesquisa realizada com seis mulheres de classe popular – três mães e suas respectivas filhas – residentes em Santa Maria/RS, pretendemos pensar sobre esta complexa relação entre o receptor e a mídia. A seguir retomamos alguns aspectos dos estudos culturais, principalmente no que se refere aos estudos sobre meios de comunicação e também a aproximação da vertente britânica com o feminismo, abordamos os estudos de recepção na América Latina, e por fim apresentamos dados sobre o consumo midiático das receptoras e o papel da televisão no cotidiano de cada uma delas.

### **Estudos culturais, mídia e feminismo**

Os estudos culturais se constituíram na Inglaterra, no final da década de 1950, a partir do trabalho de Richard Hoggart, Raymond Williams e Edward Palmer Thompson. Contudo, só passaram a existir de forma institucionalizada com a fundação do *Centre of Contemporary Cultural Studies* (CCCS), em 1964. Hoggart, Williams e Thompson, cada um a sua maneira, cunharam uma abordagem que expande o conceito de cultura e está fundamentada na preocupação com as práticas e a produção culturais manifestas.

Para os estudos culturais, quando se fala em cultura, engloba-se os “significados e os valores que surgem e se difundem nas classes e grupos sociais, quer as práticas



efetivas através das quais estes valores e significados se exprimem e nas quais estão contidos” (WOLF, 1987, p. 94). A cultura diz respeito, então, a uma gama de significados e práticas que alteram e compõem a vida social. É como um “sistema de significações mediante o qual necessariamente (se bem que entre outros meios) uma dada ordem social é comunicada, reproduzida, vivenciada e estudada” (WILLIAMS, 1992, p. 13).

A partir da década de 1970, outras teorias são incorporadas aos estudos culturais, fazendo com que o olhar destes pesquisadores se voltasse para temáticas feministas e para a crescente influência dos meios de comunicação de massa na sociedade. Para Escosteguy (2006, p. 13), “os estudos culturais contribuem para revisar o próprio sentido de comunicação, considerando-a como um processo sócio-cultural básico onde se destaca a ação de todos os sujeitos envolvidos na produção de sentidos”.

É também na década de 1970 que os estudos feministas começam a utilizar a categoria *gender* (gênero), reivindicando que houvesse uma distinção entre o gênero como marca biológica e o gênero como resultado de construções sociais e culturais. Essa distinção entre sexo e gênero era uma forma de enfrentar o determinismo biológico, segundo o qual as características humanas consideradas femininas eram derivadas naturalmente do seu sexo.

As primeiras incursões do feminismo nos estudos culturais se dão de forma esparsa. Em 1974, é formado o Grupo de Estudos da Mulher, contudo é somente em 1978, com a publicação de *Women Take Issue* que os trabalhos feministas do CCCS são realmente divulgados. Segundo Escosteguy (2001, p. 33), “a preocupação original deste coletivo era ver como a categoria ‘gênero’ estrutura e é ela própria estruturada nas formações sociais”. A imagem da mulher nos meios de comunicação, seja como objeto sexual ou dona-de-casa, fez parte das investigações que com o passar do tempo mudaram o foco do debate para a temática do trabalho doméstico.

A aproximação entre os estudos culturais e pesquisadoras ligadas ao feminismo foi importante para que houvesse um avanço no sentido de se compreender a constituição das identidades sociais. O feminismo trouxe para os estudos culturais o debate acerca das questões de gênero como fator relevante ao lado da classe no processo de construção das identidades. Além disso, os textos midiáticos e seus receptores passaram a ser valorizados. A influência do feminismo possibilitou:



a abertura para o entendimento do âmbito pessoal como político e suas conseqüências na construção do objeto de estudo dos estudos culturais; a expansão da noção de poder, que, embora bastante desenvolvida, tinha sido apenas trabalhada no espaço da esfera pública; a centralidade das questões de gênero e sexualidade para a compreensão da própria categoria “poder”; a inclusão de questões em torno do subjetivo e do sujeito e, por último, a “reabertura” da fronteira entre teoria social e teoria do inconsciente – psicanálise (ESCOSTEGUY, 2001, p. 31).

Na América Latina, as pesquisas sobre mulheres e meios de comunicação iniciaram no final da década de 1960. Essas investigações buscaram compreender o papel dos meios na consolidação de um modelo feminino hegemônico e ainda como essa forma dominante de representar a mulher serve de guia para a constituição das identidades de gênero (CHARLES, 1996, p. 39). Primeiramente, os trabalhos enfocavam as mensagens dos meios de comunicação. É só a partir dos anos 1980 que as investigações centram-se nos receptores.

No âmbito dos estudos culturais latino-americanos, as primeiras pesquisas de recepção de produtos midiáticos por mulheres, apesar de terem forte influência dos estudos culturais britânicos, não problematizavam o universo feminino e utilizavam a categoria gênero somente para indicar a distinção entre os sexos feminino e masculino (ESCOSTEGUY, 2001). No entanto, aprofundar a análise nas questões de gênero traz um novo olhar sobre as receptoras, já que permite novas formas de interpretar o universo das entrevistadas, negando a existência de uma essência feminina e entendendo como as relações sociais são organizadas a partir de diferenças sexuais de uma forma que a dominação de gênero seja vista como natural, ao passo que é algo construído culturalmente e sujeito a mudanças (BOURDIEU, 2007).

Estudar a recepção a partir de uma perspectiva de gênero implica conhecer como e por que a mulher se aproxima de diferentes meios de comunicação, em que contexto recebe suas mensagens e que uso faz delas em sua vida. Isto permite acentuar a interação dos meios com a realidade social e cultural das receptoras, conhecer seus gestos e preferências, assim como as razões que fazem com que elas se apropriem dos meios (CHARLES, 1996, p.43).

Para Natansonh, nos estudos de recepção em que a aproximação com o feminismo acontece, é possível notar que a distinção entre sexo e gênero é utilizada “para analisar como o consumo de meios pelas mulheres (principalmente de televisão, revistas femininas e literatura romântica) é relacionado com as formas patriarcais do



poder familiar e geram espaços de lazer como forma de resistência cultural” (2002, p. 2). Escosteguy complementa essa visão:

O olhar feminista desafiou os estudos dos meios que até então vinham sendo feitos, nos quais apenas valorizavam-se programas noticiosos e de caráter político e público, incluindo, então, análises sobre telenovelas e outros gêneros considerados mais ‘femininos’. A família foi identificada como um importante espaço de apropriação de produtos culturais, abrindo caminho para investigações inovadoras sobre as conexões entre vida privada e pública (ESCOSTEGUY, 2001, p. 54 -55).

### **Os estudos de recepção latino-americanos**

Na América Latina há uma série de vertentes que se dedicaram à relação entre a mídia e as audiências. Escosteguy e Jacks (2005) e Ronsini (2010) utilizam a denominação “recepção” para abrigar essas diferentes vertentes. Percebendo a recepção como parte do processo de comunicação, este trabalho está alinhado ao pensamento de Jesús Martín-Barbero no que se refere ao estudo da relação entre receptores e meios de comunicação. O autor desenvolveu a vertente denominada *Uso Social dos Meios*, articulando as práticas de comunicação e os movimentos sociais através da sua teoria das mediações.

A proposta nasce da necessidade de entender a inserção das camadas populares latino-americanas no contexto de subdesenvolvimento e, ao mesmo tempo, de um processo acelerado de modernização, que implica no aparecimento de novas identidades e novos sujeitos sociais, forjados, em especial, pelas tecnologias de comunicação (ESCOSTEGUY e JACKS, 2005, p. 65).

Martín-Barbero considera que não se pode estudar a recepção sem a análise dos processos de exclusão cultural. O autor nos lembra que o gosto popular é freqüentemente desqualificado e deslegitimado. Assim o popular é atribuído ao mau gosto e os seus modos de recepção (apaixonado, ruidoso e emocionado) são atribuídos à ausência de cultura e educação (2002b, p. 52).

Outro pensamento fundamental do autor é que a recepção não é apenas um momento, mas sim um processo que antecede e prossegue a ação de ver televisão e deve ser visto dentro de um espaço mediado. Ela “é parte tanto de processos subjetivos quanto objetivos, de processos micro, controlados pelo sujeito, e macro, relativos a estruturas sociais e relações de poder que fogem ao seu controle” (MARTÍN-BARBERO, 2002a, p. 14).



Lopes, Borelli e Resende explicam que para essa tradição teórica, a recepção é “um contexto complexo multidimensional, em que as pessoas vivem o seu cotidiano. Ao mesmo tempo, ao viverem este cotidiano inscrevem-se em relações de poder estruturais e históricas, as quais extrapolam suas práticas cotidianas” (2002, p. 32). Para Escosteguy e Jacks (2009, p. 422), “os estudos de recepção, por sua capacidade de dar voz aos sujeitos como receptores, são um espaço privilegiado para analisar os relatos emergentes de novas políticas de identidade na sociedade da informação e da comunicação”.

### **A etnografia crítica da recepção**

Este estudo é uma etnografia crítica da recepção que segundo Ronsini caracteriza-se como:

- a) o conhecimento construído a partir da descrição do contexto espacial e temporal que determina a apropriação dos meios de comunicação, isto é, a apreensão do sentido possível que os atores sociais dão às práticas sociais e culturais produzidas na relação com os meios de comunicação tecnológicos; b) a etnografia é crítica porque visa revelar e compreender a reprodução social e não apenas a capacidade criativa das audiências em resistir à dominação (RONSINI, 2010, p. 2).

A partir disso, o trabalho pretende mesclar técnicas de coleta e análise de dados para compreender o processo de recepção por mães e filhas pertencentes a três famílias residentes no bairro Tancredo Neves, na cidade de Santa Maria, no Rio Grande do Sul. O estudo busca aliar à descrição do contexto da apropriação da mídia, a análise atenta do cotidiano das entrevistadas e de seu consumo midiático.

A primeira técnica de coleta de dados utilizada foi o questionário, que serviu para reunir informações na fase exploratória da pesquisa. Na etapa posterior, foram realizadas entrevistas nas casas das receptoras. A entrevista aplicada é uma combinação da semi-aberta com a fechada (DUARTE, 2009), pois as perguntas são iguais para todas as entrevistadas o que permite a comparação entre as respostas, porém há liberdade para que elas respondam na ordem que acharem melhor, possam fazer comentários e abordem fatos ignorados pelo pesquisador, mas que são relevantes para a compreensão do objeto.

Após a realização das entrevistas, a etapa seguinte da pesquisa contou com o preenchimento do formulário sociocultural, a observação do espaço doméstico e o



registro das impressões do pesquisador em um diário de campo. Lopes, Borelli, Resende (2002, p. 54) compreendem que a observação do espaço doméstico deve levar em conta as rotinas familiares, a infraestrutura da moradia e a distribuição dos objetos e meios de comunicação na casa.

A amostra da pesquisa é composta por:

Helena<sup>4</sup>, 51 anos, divorciada, costureira, mãe de uma filha; e Luiza, 22 anos, solteira, atendente em uma loja de roupas, não possui filhos.

Eleonora, 47 anos, casada, dona de casa, mãe de três filhos; Fabi, 20 anos, relacionamento estável, babá, mãe de um filho.

Vera, 47 anos, casada, empregada doméstica, mãe de quatro filhos; Julia, 19 anos, solteira, estudante, não possui filhos.

Classificamos as entrevistadas como pertencentes à classe popular pelo fato do membro melhor situado economicamente em cada família se enquadrar no que Quadros e Antunes (2001) definem como: classe média baixa (baixa classe média, operários e trabalhadores autônomos); e baixa (camada inferior de operários, assalariados populares e trabalhadores autônomos, empregados domésticos e não ocupados).

## **O consumo midiático**

Sem dúvida a televisão é o meio de comunicação a que as entrevistas dedicam mais tempo. Todas relatam passar de 3 a 4 horas por dia assistindo à programas televisivos.

Eu passo o dia com a televisão ligada. Só que sentar e assistir mesmo é só as novelas e alguma notícia, porque normalmente eu ligo pra ouvir alguma coisa enquanto to fazendo o serviço da casa, aí eu só escuto... a TV faz companhia quando todos saem pra trabalhar (Eleonora).

Considerar a televisão como uma companhia está presente no discurso de Helena, Eleonora e Vera. Com o passar dos anos, a vida social destas entrevistadas ficou mais restrita. Eleonora divide-se entre os afazeres domésticos, os cuidados com o neto, as obrigações familiares e algum contato com alguns vizinhos. Ela relata que antigamente o marido costumava levá-la para dançar e eles possuíam casais de amigos que encontravam em bailes e freqüentavam sua casa. Após o nascimento do neto e o

---

<sup>4</sup> Os nomes das entrevistadas foram modificados.



envolvimento de um dos filhos com drogas, Eleonora e o marido voltaram-se totalmente para a família e aos poucos foram perdendo o contato com os antigos amigos.

Realmente se não tivesse TV eu ía me sentir bastante sozinha, claro que tem a companhia do meu netinho que eu adoro tomar conta, mas na TV a gente aprende tanta coisa, tanta receita, tanta moda...o que me faz falta mesmo é assim as amizades que a gente tinha, o marido anda mais cansado agora também, daí a gente quase não sai e eu fico mais em casa mesmo, eu gosto de cuidar da minha família e acho que é essa mesmo a função da mulher, mas era bom também ter amizades, sair, dançar, podia ter os dois...ser bem maezona que eu sou mesmo e gosto de ser, mas também ter momentos mais assim de mulher com o meu marido (risos). Aí a TV é boa porque faz a gente se imaginar numas realidades tão diferentes da que a gente vive, eu sonho um monte vendo TV (Eleonora).

Helena ainda trabalha como costureira, então tem contato com diversas mulheres que são suas clientes. Algumas se tornaram suas amigas, mesmo assim mantém-se bastante restrita a esfera doméstica, já que costura em casa. Gosta de deixar a televisão ligada enquanto costura. Vera trabalha como empregada doméstica na casa de uma família e quando os patrões não estão em casa liga a televisão principalmente para “ouvir” o *Vídeo Show* e a telenovela que reprisa no *Vale a pena ver de novo*.

Entre as filhas, a televisão não é sinônimo de companhia, mas é uma das únicas formas de lazer. Luiza, Fabi e Julia não estão tão restritas à esfera doméstica quanto suas mães (as três desempenham suas funções em ambiente doméstico), duas estudam (Fabi e Julia) e duas trabalham (Fabi e Luiza). Além disso, as três relatam ter amigas com as quais convivem diariamente, seja no trabalho ou na escola. Luiza ainda conta com a companhia do namorado e Fabi do marido.

A televisão pra mim é uma distração, chego cansada do trabalho e a mãe já está com ela ligada na novela, aí eu fico ali sem pensar muito, vendo uma atrás da outra...eu e o meu namorado também vemos muito juntos, domingo a gente sempre vê algum filme que passe na Globo de tarde, é nosso momento de ficar junto, vendo TV juntinho (Luiza).

Meu sonho era ter uma TV só pra mim, a mãe é muito chata, não me deixa em paz, fica comentando tudo que passa, não cala a boca em nenhuma cena, é um saco...eu gosto quando eles não tão em casa (mãe e padrasto) que aí eu posso ficar em paz, a única coisa que eu vejo junto é a novela das nove, mas dá vontade de nunca ficar junto (Julia).

O que mais eu faço no tempo livre é ver TV, eu e o meu marido até saímos de vez em quando, deixamos o menino com a mãe e vamos dançar, encontrar os amigos nas baladas, mas agora tá difícil, dá uma canseira, aí a gente fica em casa vendo TV, é o que a gente mais faz junto é ver TV (Fabi).





As entrevistadas são unânimes em dizer que o seu programa preferido na televisão é a telenovela. Helena assiste a todas as telenovelas da Rede Globo. Atualmente prefere *Sinhá Moça*, que está sendo reprisada à tarde, e *Passione*. Luiza gosta de *Tempos Modernos* e *Passione*. Eleonora assiste a *Escrito nas estrelas*, *Tempos Modernos* e ainda acompanha as telenovelas da Rede Record. Fabi só assiste regularmente *Passione*. Vera acompanha quando pode *Sinhá Moça* e “religiosamente” as outras três telenovelas exibidas pela Rede Globo.

Além das telenovelas, outros programas televisivos citados pelas entrevistadas foram: *Mais Você* (Helena, Eleonora), *Vídeo Show* (Vera, Julia), *TV Xuxa* (Eleonora, Fabi), *Caldeirão do Huck* (Julia), *Temperatura Máxima* (Luiza), *Altas Horas* (Fabi), *Fantástico* (Helena, Luiza, Eleonora e Fabi), *Domingão do Faustão* (Helena, Luiza, Eleonora, Fabi e Vera), *A grande família* (Helena, Luiza, Eleonora), *Estrelas* (Helena, Luiza, Eleonora e Fabi) e *Jornal do Almoço* (Helena, Eleonora e Fabi) transmitidos pela Rede Globo, além do *Programa Sílvio Santos* (Helena) veiculado pelo SBT.

Eu passo o dia com a TV ligada e fora novela o que eu mais gosto é o Sílvio Santos, ah eu adoro ele, se passasse mais, eu via todo dia (Helena).

Dos programas citados, os que mais frequentemente são assistidos em família, além das telenovelas (principalmente *Passione*, que é o programa mais assistido em família inclusive com os namorados, maridos e filhos das entrevistadas) são: *Fantástico*, *Domingão do Faustão* e *A grande família*.

Em relação ao rádio, as entrevistadas relataram escutar esporadicamente. Luiza, Fabi e Julia ouvem música na *Rádio Atlântida*, Vera costuma sintonizar na *Medianeira FM*, Eleonora escuta a *Rádio Gaúcha* de vez em quando com o marido e Helena não tem o costume de ligar o aparelho.

Somente Vera nunca lê jornal. Helena assina o *Diário de Santa Maria*, ela lê diariamente a editoria de geral, faz as palavras cruzadas e acompanha os resumos diários das telenovelas. Luiza aprecia a editoria de cultura do *Diário de Santa Maria* e “passa os olhos” no jornal *A Razão* em seu local de trabalho. O marido de Eleonora assina o jornal *A Razão*, onde ela procura notícias sobre bem estar e saúde. Fabi só gosta de ler sobre celebridades. Julia lê jornal em média uma vez por semana, na casa de



alguma amiga, preferindo notícias sobre telenovelas, celebridades e algum assunto específico para trabalhos do colégio.

Helena compra, às vezes, a revista *Manequim*. Eleonora e Fabi costumam comprar *Minha novela e Tititi*. Julia lê esporadicamente a *Super interessante* e a *Veja* na casa de amigas. Luiza e Vera nunca lêem revistas.

A leitura de livros também é escassa entre as entrevistadas. Vera nunca leu um livro, Helena lê a *Bíblia* e Fabi só lê livros infantis para o filho e para as crinaças que toma conta.

Eu não gosto de ler, nunca gostei, mas o meu filho vai gostar nem que seja a força...tem que ler, estudar, é bom né, eu que já não tenho mais jeito, as coisas que eu tenho que estudar é um sacrifício...eu não gosto não adianta, mas continuo por ele, não quero que tenha mãe burra, vou estudar, terminar e arrumar um trabalho bom, pra ele ter orgulho da mãe e vou fazer ele estudar também, nem que seja na marra, mas eu acho que a gente tem que dar o exemplo, então eu fico ali, na maior paciência lendo pra ele...acho que ele gosta, a mãe também lê pra ele, porque a criança vendo os adultos, ela aprende (Fabi).

Luiza diz que gostava de ler quando estudava, mas não recorda do último livro que leu. Julia só lê os livros indicados pela escola e, às vezes, apenas lê o resumo. Eleonora é a entrevistada que mais lê livros. Entre eles a *Bíblia* “todos os dias antes de dormir” e livros espíritas.

É no uso do computador e internet que encontramos a maior diferença entre as gerações com relação ao consumo de mídia. Enquanto todas as mães afirmaram nunca terem usado o computador, todas as filhas relatam utilizar o meio pelo menos uma vez por semana, apesar de nenhuma possuir computador em casa. Luiza usa o computador na loja em que trabalha e acessa a Internet na casa do namorado. Fabi sempre navega na Internet nas casas em que realiza o trabalho de babá, e Julia usa o computador na casa de amigas e em cybers, que frequenta em média de quinze em quinze dias. Luiza, Fabi e Julia possuem e-mail e MSN, mas nenhuma utiliza os serviços com frequência.

As entrevistadas não costumam ir ao cinema. Helena e Vera nunca foram, Eleonora foi uma vez. Entre as filhas, Luiza viu alguns filmes no cinema quando estava no ensino médio, Fabi diz que foi “umas três vezes” e Julia vai em média uma vez por ano.



## Considerações finais

A televisão tem um papel importante no cotidiano das entrevistadas que fazem parte desta pesquisa. Para as mães, que estão mais restritas à esfera doméstica, o meio serve como companhia e como possibilidade de se imaginar em realidades diferentes daquela a que as mulheres de classe popular estão sujeitas em nossa sociedade. Para as filhas, a televisão é uma das únicas formas de entretenimento. O lazer em família também resume-se a assistir à televisão, principalmente à telenovela, programa preferido de todas as entrevistadas.

Alguns dos trabalhos que consideram o consumo de bens midiáticos por mulheres como forma de resistir à situação real de suas vidas ao dedicarem um momento de seu dia para si mesmas, libertando-se por alguns instantes das obrigações domésticas, referem-se à leitura de romances de séries. Além das diferenças óbvias entre os programas televisivos e os romances impressos, como formato, linguagem, construção dos personagens, complexidade da narrativa, entre tantas outras, enfatizamos que, no contexto estudado, o simples consumo da televisão jamais poderia ser considerado como resistência. Apesar de algumas entrevistadas relatarem que assistir à televisão é a sua principal forma de lazer (Helena, Luiza, Eleonora e Fabi) e que é a única atividade que realizam para si (Helena e Eleonora), nenhuma receptora interrompe as suas atividades domésticas para assistir aos programas. Enquanto a leitura é normalmente uma atividade isolada, em que a pessoa se refugia em um espaço onde haja silêncio e a sua imaginação flua, o consumo de programas televisivos nas famílias das entrevistadas é sempre acompanhado de outras atividades.

Ainda é cedo, nesta pesquisa, para afirmarmos qual o peso que o consumo de produtos televisivos tem na constituição da identidade das mulheres entrevistadas, essa será a próxima etapa do trabalho. Contudo é possível perceber que ao ocupar um grande espaço no cotidiano destas mulheres a televisão acaba transmitindo valores que muitas vezes são assimilados pelas receptoras.

## Referências bibliográficas

- BOURDIEU, Pierre. **A dominação masculina**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2007.
- CHARLES, Mercedes. Espejo de Venus: una mirada a la investigación sobre mujeres y medios de comunicación. **Signo y Pensamiento**, n. 28, p.37-50, 1996.
- DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2009.



- ESCOSTEGUY, Ana Carolina. **Cartografias dos estudos culturais**: uma versão latino-americana. Belo Horizonte: Autêntica, 2001.
- ESCOSTEGUY, Ana Carolina; JACKS, Nilda. **Comunicação e Recepção**. São Paulo: Hacker Editores, 2005.
- ESCOSTEGUY, Ana Carolina. Estudos culturais: as margens de um programa de pesquisa. **E-compós**, Brasília, v. 9, n. 2, p. 1-16, ago, 2006.
- ESCOSTEGUY, Ana Carolina; JACKS, Nilda. **Políticas de identidade e estudos de recepção**: relatos de jovens e mulheres. Disponível em: <<http://bocc.ubi.pt/pag/escosteguy-ana-carolina-d-jacks-nilda-politicas-de-identidade-e-estudos-de-recepcao-relatos-de-jovens-e-mulheres.pdf>>. Acesso em: 10 abr. 2009.
- FREIRE FILHO, João. **Reinvenções da resistência juvenil**: os estudos culturais e as micropolíticas do cotidiano. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.
- JACKS, Nilda (coord); MENEZES, Daiane; PIEDRAS, Elisa. **Meios e audiências**: a emergência dos estudos de recepção no Brasil. Porto Alegre: Sulina, 2008.
- KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia**: estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno. Bauru, SP: EDUSC, 2001.
- LOPES, M. I. V.; BORELLI, S. H.; RESENDE, V. R. **Vivendo com a telenovela**: mediações, recepção, teleficcionalidade. São Paulo: Summus, 2002.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. Prefácio. In: LOPES, Maria Immacolata Vassalo de; BORELLI, Silvia Helena Simões; RESENDE, Vera da Rocha. **Vivendo com a telenovela**: mediações, recepção, teleficcionalidade. São Paulo: Summus, 2002a.
- \_\_\_\_\_. América Latina e os anos recentes: o estudo da recepção em comunicação social. In: Souza, Mauro Wilton de (org.). **Sujeito, o lado oculto do receptor**. São Paulo: Brasiliense, 2002b.
- NATANSOHN, L. Graciela. Representações de sexo/gênero: uma questão pendente nos estudos de comunicação. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 15., 2002, Salvador. **Anais eletrônicos XV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Salvador: Intercom/UFBA, 2002.
- 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. Disponível em <<http://www.eco.unicamp.br/publicacoes.html>>. Acesso em 14 jul. 2004.
- RADWAY, J. **Reading the romance**: women, patriarchy and popular literature. Chappel Hill: University of North Carolina Press, 1984.
- RONSINI, Veneza Mayora. A perspectiva das mediações de Jesús Martín-Barbero (ou como sujar as mãos na cozinha da pesquisa empírica de recepção). In: **XIX Encontro da Compós**. Rio de Janeiro, 2010.
- WILLIAMS, Raymond. **Cultura**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.
- WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**. Lisboa: Editorial Presença, 1987.