



Reflexões a partir do modelo Encoding/Decoding: Analisando as representações femininas na telenovela¹

Lírian SIFUENTES²

Universidade Comunitária da Região de Chapecó (Unochapecó), Chapecó, SC
Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS), Porto Alegre, RS

Resumo

Na aplicação do modelo *Encoding/Decoding* (HALL, 2003) na pesquisa de recepção, ressalta-se que o estudo da codificação é prerrogativa à investigação da decodificação, uma vez que os sentidos conformados pelo receptor partem do que é oferecido a ele através de um produto. A partir dessa premissa, este texto busca refletir acerca do estudo do texto midiático e suas representações na pesquisa de recepção. Para tanto, realizou-se a análise das representações femininas na telenovela *Caminho das Índias*, a partir das categorias família, trabalho, sexualidade e beleza. Na novela em questão, permanece o ideal de felicidade feminina relacionado à esfera dos sentimentos, enquanto o homem encontra realização e reconhecimento na profissão.

Palavras-Chave: Codificação/Decodificação; Representações femininas; Recepção; Telenovela

1. Considerações iniciais

A audiência realiza leituras divergentes, que nem sempre irão ao encontro do posicionamento expresso nos meios de comunicação. A existência de um receptor “ativo”, que opera negociações com o texto midiático, é um pressuposto dos estudos de audiência. Conforme apontam Jacks; Menezes; Piedras (2008) – a partir de levantamento que considerou 49 teses e dissertações e teses dos programas de pós-graduação em comunicação que trataram da relação entre meios e audiência, na década de 1990 –, o receptor é visto como ativo nos trabalhos da aérea, pois negocia as mensagens que chegam a ele, fazendo uso de seu repertório pessoal e não aceitando passivamente a proposta do emissor.

Consideramos, contudo, que é preciso haver prudência ao falar da “atividade” do receptor, uma vez que muitos estudos indicam liberdade total do sujeito na leitura do texto. Conforme Escosteguy (2008, p. 3), muitos estudos de recepção têm omitido “as relações de poder e a regulação das esferas do pessoal e do privado pela própria mídia. Em outros termos, há um apagamento da relação inversa – dos textos midiáticos e das

¹ Trabalho apresentado no DT 8 – Estudos Interdisciplinares da Comunicação do XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul realizado de 31 de maio a 2 de junho de 2012.

² Professora do curso de Jornalismo da Unochapecó. Doutoranda em Comunicação pela PUCRS. Mestre em Comunicação e Jornalista pela UFSM. E-mail: lisifuentes@yahoo.com.br.



lógicas culturais sobre os receptores”. Nesse sentido, destacamos a reflexão de Ronsini *et al.* (2009, p. 119):

Os estudos interpretativos da interação entre mídia e audiências não só abandonaram a preocupação central dos pioneiros dos Estudos Culturais em entender a reprodução do poder hegemônico – ao se concentrarem na experiência dos atores sociais desarticulada das formações mais amplas que a organiza –, como também adotaram a noção de “ativo” sem problematizar os vínculos entre práticas de rejeição e desativação dos discursos/formas culturais midiáticas dominantes e a assimilação de valores e visões de mundo contraditórios e que, por isso mesmo, podem se tornar efetivos.

Tomamos as críticas à pesquisa de recepção (GOMES, 2004; ESCOSTEGUY, 2007, 2008) como o apontamento da necessidade de problematizar a abordagem desses estudos no que se refere à “autonomia” do sujeito receptor. Assim, destaca-se o imperativo de uma consciência do processo comunicativo como um todo, o que pensamos significar, principalmente, a valorização do contexto das relações, repletas de interesses – dos produtores aos receptores –, em que essa recepção ocorre. Levamos em conta, portanto, a inserção do receptor na teia em que a comunicação ocorre, não diminuindo a importância dessa corrente de estudos, e empenhando-se na tentativa de qualificar suas investigações.

Martín-Barbero (2008) defende um modo de pensar a comunicação que relaciona os distintos momentos (*produção – texto – recepção*), geralmente estudados em separado. No modelo que vem desenvolvendo desde 1990, abarca desde o papel da *institucionalidade* na produção midiática, até o momento específico da recepção do produto, compreendido atentando-se para a *ritualidade* da recepção. Não lemos essa proposição como a necessidade de estudo empírico de cada uma das instâncias da comunicação por parte dos estudiosos da recepção, ou de qualquer outra linha, mas, conforme exposto acima, como a ênfase no pensar a comunicação como um todo, como um processo que não termina ao chegar ao receptor, nem tem seu sentido completo ao estar cristalizado na TV.

A importância de estudar a codificação da telenovela, para posteriormente compreender sua decodificação, é defendida por Hall. Buscando destacar tal reflexão, Morley (2006, p. 11-12) expõe que “certamente, poucos parecem ter notado a posição de Hall [...], ele insiste que a ‘leitura preferencial’ é, sem dúvida, uma propriedade do texto – a qual pode (e deve) ser identificada por uma análise cuidadosa do próprio texto.”



Com esse contexto em vista, objetivamos, aqui, investigar as representações femininas apresentadas pela telenovela global *Caminho das Índias*, exibida pela Rede Globo em 2009. Esse estudo dá-se como uma prerrogativa para a pesquisa acerca do papel da telenovela na conformação da identidade feminina.

2. Pensando as relações de gênero na pesquisa de audiência

O olhar feminista da cultura contribuiu para a valorização do estudo de programas de entretenimento, como as *soap operas*, uma vez que, até então, apenas programas noticiosos e políticos eram vistos como dignos de pesquisa. Destaca-se, a partir daí, a importância do estudo da cultura do ponto de vista do espaço familiar e do cotidiano. Nesse contexto, o interesse pelo estudo dos programas melodramáticos se deu por diversos motivos: tinham como público-alvo as mulheres; faziam interagir as esferas pública e privada, destacando-se o lema feminista “o pessoal é político”; retratavam e eram consumidos no contexto cotidiano; e eram desprestigiados, assim como quem os consumia.

As primeiras análises feministas, contudo, destacavam apenas os aspectos negativos da influência dos “programas femininos” sobre as mulheres. Segundo esses primeiros trabalhos, as representações femininas, estando relacionadas com as funções tradicionais e opressoras da mulher no ambiente doméstico, gerariam um conformismo da posição ocupada por elas, enfraquecendo, assim, reivindicações por mudanças. Ou então, o melodrama estaria tão distante da realidade que seria apenas um escapismo, fantasia pura, que levava as espectadoras ao mundo romântico das mocinhas.

Avaliação dessa espécie foi desenvolvida por Radway (1984), para a qual o romance melodramático destinado ao público feminino seria prejudicial à transformação da situação da mulher na sociedade, pois sua leitura poderia desarmar o ímpeto por mudanças. Por outro lado, a autora considerava que esse tipo de narrativa poderia oferecer fantasias de uma vida diferente às mulheres, conferindo-lhes poder. Para Ang (1996), Radway deixava de fora de sua análise o prazer que o consumo desses produtos propiciava às mulheres. Em seu estudo de 1985, Ang ressaltou esse aspecto, proporcionado pela *soap opera* americana *Dallas*.

A temática do prazer ganha espaço na década de 1980, pois esse era considerado o cerne do interesse feminino por determinados programas e, portanto, digno de investigação. Passam a ser cada vez mais comuns os estudos que fogem da condenação ao consumo do melodrama. Os trabalhos com esse enfoque são principalmente



realizados pelos pesquisadores da recepção, área que também toma forma nesse período.

Com essa perspectiva, ganha valor acadêmico o estudo da *soap opera*/telenovela, programa de relevância ímpar no Brasil. Contudo, em nosso país, a investigação sobre a relação entre mulheres e telenovela tarda a principiar, o que pode ser explicado pelo desprestígio do programa e do próprio público consumidor. Essa “demora” destaca a evolução tardia das pesquisas que cruzam gênero e Estudos Culturais no âmbito brasileiro, e latino-americano de forma geral.

Enquanto a trajetória dos Estudos Culturais feministas anglo-americanos inicia na década de 1970, consolidando-se na década de 1980 e permanecendo como um campo notável de estudos, na América Latina, a pesquisa que relaciona gênero e audiência ainda não pode ser considerada consolidada. Nos anos 2000, esse quadro mostra modificações e nota-se, recentemente, um aumento dos estudos sobre a temática, o que pode ser verificado no número de trabalhos sobre a questão em publicações e congressos de comunicação (MEIRELLES, 2009), e em teses e dissertações defendidas nos programas de pós-graduação em comunicação. Entre 1992 e 1999, das 1589 teses e dissertações defendidas em programas de pós-graduação em comunicação, apenas 29 foram classificadas como estudos de gênero e comunicação. Já no período de 2000 a 2002, em apenas três anos, o número de trabalhos defendidos foi de 1665, sendo 36 abordando gênero (UFRGS, 2009). Se analisarmos esses números em termos de porcentagem, a evolução não foi tão significativa no que se refere à representatividade dos estudos de gênero e mídia em relação aos trabalhos defendidos na área da comunicação. No levantamento da década de 1990, os estudos representavam 1,82%, e nos três primeiros anos da década de 2000, constituem 2,16%. Em números absolutos, no entanto, significam um aumento real de pessoas estudando a temática e colaborando para sua compreensão.

É importante ressaltar que, se o número de trabalhos que abordam gênero e comunicação, de modo geral, é reduzido, a pesquisa brasileira sobre a recepção feminina da mídia é ainda menor. Pouco se busca compreender a leitura feminina da mídia e o papel das apropriações dos meios de comunicação na constituição das identidades das mulheres brasileiras. O que se verifica com frequência é que a mulher aparece em estudos de recepção apenas como uma variável sociodemográfica, e não como uma categoria teórica e explicativa (ESCOSTEGUY, 2002). Diferentemente, a pesquisa de recepção que revela um debate de gênero, conforme Charles, objetiva



entender o sentido da mídia na vida feminina, a razão das mulheres buscarem os meios de comunicação e que implicações essa relação acarreta.

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).

3. O texto de *Caminho das Índias* e a codificação do feminino

Este trabalho empenha-se em analisar a telenovela *Caminho das Índias*³, transmitida no horário das 21h (novela das oito) pela Rede Globo. O estudo foi realizado a partir de: a) análise de seis capítulos – 01 (primeiro), 10, 50, 90, 150 e 203 (último) –, que permitiram observar e exemplificar codificações hegemônicas, negociadas e opositivas; b) acompanhamento diário da telenovela, levando-se em conta a trajetória dos personagens, suas relações sociais e afetivas.

Para a análise dos dados do *corpus*, aplicamos o modelo *Encoding and Decoding* (HALL, 2003). Morley (2006, p. 14) expõe que, apesar do modelo de Hall apresentar problemas, “ainda tem muito a oferecer”, permanecendo aberto a novas formulações. Fazemos uso do modelo para observar a codificação das representações femininas na telenovela, classificando-as como hegemônicas, negociadas ou opositivas. Para isso, destacamos categorias de análise – família, trabalho, sexualidade e beleza – e determinamos, a partir da literatura de base, o que é o hegemônico e o opositivo na codificação das representações do feminino.

Serve como referência para pensar o contra-hegemônico das relações de gênero, o pensamento de Mattos (2006, p. 172) sobre a mulher moderna, a qual se caracterizaria por “construir sua identidade a partir do trabalho e compreender as relações entre ela e os homens como um fim em si mesmo. [...] O trabalho, tanto na sua dimensão econômica quanto na sua dimensão existencial, seria para a mulher moderna sua principal fonte de reconhecimento social.” Ademais, tomamos como uma representação contra-hegemônica das relações de gênero aquela direcionada à construção de uma relação mais igualitária entre homens e mulheres, em termos de: 1) não realizar uma separação estanque mulher – esfera privada, homem – esfera pública, ou seja, não resume a mulher às funções de mãe e dona de casa, e o homem à função de

³ *Caminho das Índias* estreou dia 19 de janeiro de 2009 e, após 203 capítulos e oito meses no ar, terminou em 12 de setembro de 2009. A trama foi escrita por Glória Perez e dirigida por Marcos Schechtman.



trabalhador/provedor; e 2) não empregar morais diferentes para o comportamento feminino e o masculino.

A partir disso, temos que uma das principais representações femininas na telenovela refere-se à valorização da maternidade, tal como Badinter (1985) se refere ao falar do mito do amor materno⁴. A obrigação de ser uma boa mãe, e mesmo de ser mãe, é constante em *Caminho das Índias*. Um exemplo disso pode ser notado com a personagem *Ruth* (Cissa Guimarães), que, apesar de retratar uma mulher independente, solteira e satisfeita com sua vida, foi tomada pelo desejo de tornar-se mãe. Não ser casada e mesmo não estar em uma idade ideal para engravidar não foram impeditivos, e a personagem optou pela “produção independente”.

Por sua vez, a importância de ser uma boa mãe foi retratada, principalmente, por *Melissa* e *Maya*, sendo que a primeira fugiu aos padrões, e, a segunda, foi um “exemplo de mãe”. *Melissa* (Christiane Torloni), uma mulher fútil e obsessiva por beleza, tinha um “instinto materno” pouco desenvolvido, visto que se colocava à frente dos filhos, e envergonhava-se deles – da filha, por seu estilo de vestir e falar diferente, e do filho, pela doença psiquiátrica (esquizofrenia). A personagem redime-se no final da novela ao comparecer à apresentação do filho na clínica psiquiátrica, mostrando aceitar sua doença.

Maya (Juliana Paes), apesar de ter se casado com *Raj* (Rodrigo Lombardi) estando grávida de *Bahuan* (Márcio Garcia), e não ter contado isso ao marido, foi apresentada como um modelo de mulher. Como mãe e esposa, *Maya* mostrou significativas virtudes, pois era dedicada à família e estava sempre bela. Ao casar-se, deixou o emprego para cuidar da casa, do filho e do marido. Enquanto isso, *Raj* permaneceu dedicado a seu trabalho, mantendo o mesmo comportamento profissional após o casamento.

Para mostrar que esse não é um modelo feminino exclusivamente indiano, destacamos características muito semelhantes às de *Maya* em *Sílvia* (Débora Bloch). Após casar-se com *Raul* (Alexandre Borges), deixou de lado a docência e passou a ser esposa e mãe em tempo integral. O fim de seu casamento e a decadência financeira fizeram com que ela voltasse a trabalhar, mostrando-se uma mulher batalhadora e mãe dedicada. O prêmio de *Sílvia*, contudo, não foi encontrado no trabalho, mas sim em um

⁴ Badinter (1985) demonstra que o amor materno inato é um mito. Esse cuidado é, na realidade, uma construção social. Porém, faz parte do imaginário da mulher do nosso século acreditar que tal amor nasce conosco e que, portanto, possuímos um “instinto materno”.



novo amor. O casamento com *Murilo* (Caco Ciocler) significou o recomeço e a felicidade para a personagem.

Em seu estudo sobre a novela *Os Gigantes* (1979-1980), Jane Sarques (1986) destaca o modo negativo como era representada a mulher que colocava seus interesses profissionais como prioridade de vida. Era o caso da personagem *Paloma*, a quem o autor da novela pretendia apresentar como uma mulher diferente, ousada, à frente de seu tempo. No decorrer da trama, no entanto, foi obrigado a mudar o rumo da protagonista, que não havia conquistado a simpatia do público, e, menos ainda, de anunciantes e emissora. A jovem casou-se e tornou-se mãe, passando, assim, a seguir o modelo feminino mais tradicional. No final da história – quando o autor original havia sido desligado da telenovela pela Globo devido a declarações em uma entrevista – *Paloma* suicidou-se e a mensagem final foi de que era neurótica, justificando sua conduta imoral (sexo antes e fora do casamento, independência, falta de desejo de ser mãe).

Fonseca (1997) aponta que essa dedicação exclusiva da mulher da elite à casa e à família (*Sílvia*, *Melissa* e *Maya*) é histórica, consolidando-se durante o Brasil Colônia, a partir de um modelo europeu. D’Incao (1997) garante que esse modelo feminino representa o ideal de retidão para as mulheres, exigindo da mulher estar desvinculada de qualquer trabalho para conformar um sólido ambiente familiar.

Para a maior parte das personagens da novela, o trabalho era secundário ou mesmo inexistente, o que significaria, seguindo a reflexão de Mattos, que as mulheres de *Caminho das Índias*, com algumas exceções, não podem ser consideradas modernas. Seguem, na verdade, o modelo considerado tradicional de comportamento feminino.

Percebe-se que, em *Caminho das Índias*, a relação entre mulher e trabalho foi apresentada de forma positiva: voltar a trabalhar foi o início da “volta por cima” de *Sílvia*; o emprego de *Maya*, em um *call center*, mostrou que a jovem tinha costumes mais modernos que as demais mulheres indianas; os trabalhos de *Aída* e *Ciça* na clínica psiquiátrica compunham o retrato de duas mulheres “bem resolvidas”; *Ruth* é uma diretora dedicada que busca melhorar a escola onde trabalha; e a falta de uma ocupação produtiva por *Melissa* colabora em seu retrato como uma mulher fútil. Contudo, o trabalho não é central para nenhuma das personagens principais da trama e é a dedicação à família que caracteriza as personalidades femininas. Ademais, parece não ser possível conciliar felicidade profissional e afetiva.

Já entre os homens, o destaque oferecido à profissão era maior: *Opash* (Tony Ramos) e seus filhos, assim como *Manu* (Osmar Prado) e o filho, eram retratados, em



muitos momentos, trabalhando nas lojas de suas famílias; *Ramiro* e *Raul Cadore* viviam para a empresa que o pai fundou; *Murilo* aparecia frequentemente envolvido com seu trabalho; *Raj* permanece sendo um homem ideal, marido e pai amoroso, mesmo com a dedicação ao trabalho, que lhe exige diversas viagens, enquanto a mulher deixou de trabalhar para ficar em casa. De tal forma, o modo como homens e mulheres, na telenovela, são ligados ao trabalho, é divergente, permanecendo a representação do feminino vinculado ao espaço privado e do masculino, ao público.

A separação mais marcante entre funções femininas e masculinas refere-se aos cuidados da casa, de um lado, e o trabalho no meio público, como comerciantes e médicos, de outro, havendo nítidas diferenças de reconhecimento social e salarial entre os dois pólos. Outra separação comum está relacionada à hierarquia (BOURDIEU, 2007), visto que, de um lado, estão chefes, como os executivos e empresários, e, de outro, as secretárias e empregadas domésticas.

Comumente associado às mulheres está o trabalho de cuidado dos mais frágeis, relativo ao aspecto maternal feminino. Cabem às mulheres as profissões de professora e enfermeira, por exemplo. O trabalho de psicóloga, diretamente relacionado à emoção e aos aspectos subjetivos dos indivíduos, é igualmente representado por mulheres, enquanto o psiquiatra, que é médico, é homem.

Em *Caminho das Índias*, a exceção foi o cargo ocupado por *Gabi* (Ana Furtado), advogada da empresa da família *Cadore*, que tinha sua competência reconhecida e não era inferior aos homens com que trabalhava. Isso pôde ser notado pelo respeito que recebia dos colegas, como *Dario* (Vitor Fasano) e *Murilo*, que ocupavam funções semelhantes a sua e não possuíam status superior.

Suellen (Juliana Alves) e *Chanti* (Carolina Oliveira) também não seguiram à risca o comportamento esperado das mulheres. A carioca conquistou o psiquiatra *Dr. Castanho* (Stênio Garcia), mas mostrou que não iria se subordinar ao noivo. Apesar de ter ascendido socialmente, a jovem preferiu continuar em seu trabalho de balconista e manteve alguns hábitos de solteira, como o de dançar com diversos rapazes na gafieira, o que não foi apresentado como algo errado. Já a indiana *Chanti* não queria se casar, seu sonho era estudar fora da Índia. Quando sua família decidiu casá-la, a jovem fez teste para tornar-se atriz de Bollywood e, após ser aprovada, fugiu de casa para gravar um filme no Brasil.

Outras duas representações que desvinculam a mulher da necessidade de estar acompanhada por um homem para alcançar a felicidade foram oferecidas por *Inês*



(Maria Maya) e *Leinha* (Júlia Almeida). Na trama, estiveram sempre solteiras e felizes, e seus prêmios finais vieram através de conquistas profissionais. *Inês* foi anunciada como a futura presidente da empresa da família *Cadore*, e *Leinha* recebeu proposta para trabalhar como produtora em Hollywood. Destacamos que essas personagens não são as protagonistas, nem os *modelos* de mulheres oferecidos pela telenovela, todavia apresentam uma “via alternativa” de relações de gênero.

Os casos de *Inês* e *Leinha* chamam a atenção para o fato de as mulheres da telenovela que alcançam o sucesso profissional não possuírem uma vida amorosa. Ambas as jovens não tiveram nenhum envolvimento amoroso durante toda a trama. Da mesma forma, *Aída* (Totia Meirelles), *Ciça* (Aninha Lima), *Ruth* e *Gabi*, mulheres profissionalmente bem sucedidas, não eram casadas nem tinham namorado. *Aída* era divorciada e na metade final da novela envolveu-se com o ex-namorado da filha e da amiga, *Dario*, relacionamento que demorou a dar certo. *Ciça* namorou *Dario*, que a traía com a filha da melhor amiga, e teve um breve envolvimento com *Bahuan*, que nunca pensou em ter um relacionamento sério com ela. *Ruth* não teve nenhum namorado e não quis nem mesmo ser amiga do homem que doou sêmen para sua “produção independente”. *Gabi* era amante de *Ramiro* (Humberto Martins), mas não demonstrava envolvimento afetivo com ele e em nenhum momento expressou a vontade de tornar-se “a esposa”.

Enfim, pode-se resumir a máxima da telenovela a “o amor está acima de tudo”. Personagens (mulheres) deixaram de lado trabalho, dinheiro e sonhos profissionais por seus pares. A dedicação ao amor e à família vale para ambos os gêneros, mas são prioritariamente as mulheres que devem fazer “o amor acontecer”, abdicando muitas vezes de suas vidas precedentes para viver com o marido, o que não é mostrado como sacrifício, afinal, as boas mulheres têm dois grandes prêmios na telenovela: o casamento e a maternidade. 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.



4. Considerações finais

A exposição de representações femininas na novela *Caminho das Índias* tem a função de mostrar de que forma os estereótipos estão presentes no discurso midiático, que se soma aos discursos de outras instituições socializadoras – ou outras mediações – para oferecer estruturas de sentido para a construção da identidade feminina. Esses discursos – hegemônicos – são impostos de forma invisível e não se apresentam como imposições, mas como algo agradável, que serve a alguns interesses femininos, conquistando, assim, a cumplicidade das mulheres para sua própria subordinação (CHARLES, 1996; BOURDIEU, 2007).

A forma fundamental como a mulher é apresentada é, basicamente, a mesma desde as primeiras telenovelas brasileiras. Essas representações não contribuem para uma relação de igualdade de gênero, pelo contrário, reproduzem o padrão de mulher subordinada às vontades alheias. Como aponta Hamburger (2007, p. 167), na telenovela, a realização feminina permanece vinculada às conquistas morais, assim como o fracasso. Ademais, “não há discriminação de gênero propriamente dita a ser enfrentada. A mulher ‘forte’ e ‘liberada’ da novela não reivindica igualdade de condições, cotas, salários. Não aparecem leis, ações, delegacias da mulher.”

Acreditamos que as representações televisivas afetam os modos de ser e agir das mulheres. Conforme Charles (1996, p. 49), apesar de obras ficcionais, é preciso que as telenovelas ampliem seu leque de representações femininas, fugindo das imagens simplificadas que reduzem a mulher à vida privada, e venham a favorecer uma relação mais igualitária entre os gêneros. “A projeção de novas identidades femininas nos meios é uma exigência da modernidade e um aspecto nodal da comunicação para o desenvolvimento.”

Enfim, consideramos que para compreendermos a leitura de um produto, precisamos, primeiramente, entender sua codificação. A partir disso, a pesquisa de recepção possui elementos para interpretar a “atividade” do receptor, analisar as leituras das representações midiáticas, apreender o papel da mídia na constituição identitária e para tornar possível a resposta a outros objetivos propostos por cada investigador. Tomando o modelo de Hall (2003), *Encoding and Decoding*, como método de análise, o estudo da codificação é prerrogativa à investigação da decodificação, uma vez que os sentidos conformados pelo receptor partem do que é oferecido a ele por meio de um produto.



Referências bibliográficas

ANG, Ien. **Watching Dallas**: soap opera and melodramatic imagination. London/New York: Routledge, 1985.

_____. Feminist desire and female pleasure: on Janice Radway's Reading the Romance. In: **Living Room Wars**: rethinking media audiences for a postmodern world, p. 98-108. London: Routledge, 1996.

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.

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

D'INCAO, Maria Ângela. Mulher e a família burguesa. In: PRIORE, Mary (Org.). **História das mulheres no Brasil**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 1997.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina. Os estudos de recepção e as relações de gênero: algumas anotações provisórias. **Ciberlegenda**, Rio de Janeiro, v. 7, 2002.

_____. Circuitos de cultura/ circuitos de comunicação: um protocolo analítico de integração da produção e da recepção. **Comunicação, Mídia e Consumo**. São Paulo, v. 4, n. 11, p. 115-135, Nov. 2007.

_____. Quando a recepção já não alcança: Por uma revisão no objeto e método. In: **XVII Encontro da Compós**. São Paulo, 2008.

FONSECA, Claudia. Mulher, mãe e pobre. In: PRIORE, Mary (Org.). **História das mulheres no Brasil**. 2. ed. São Paulo: Contexto, 1997.

GOMES, Itania M. **Efeito e Recepção**. A interpretação do processo receptivo em duas tradições de investigação sobre os media. Rio de Janeiro: E-papers, 2004.

HALL, Stuart; SOVIK, Liv (Org.). **Da diáspora**. Identidade e mediações culturais. Belo Horizonte: UFMG, 2003.

HAMBURGER, Esther. A expansão do "feminino" no espaço público brasileiro: novelas de televisão nas décadas de 1970 e 80. **Revista Estudos Feministas**, v. 15, n. 1, p. 153-175, 2007.

JACKS, N. A.; MENEZES, Daiane; PIEDRAS, Elisa. **Meios e Audiências**. A emergência dos estudos de recepção no Brasil. Porto Alegre: Editora Sulina, 2008.

LEAL, Ondina Fachel. **A leitura social da novela das oito**. Petrópolis: Vozes, 1986.

MARTIN-BARBERO, Jesús. Prefácio à 5ª Edição Castellhana. In: **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2008.



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

MEIRELLES, Clara Fernandes. **Prazer e resistência**: A legitimação do melodrama nos contextos acadêmicos. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura). Rio de Janeiro: Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2009.

MORLEY, David. Unanswered questions in audience research. **E-Compós**, n. 6, Brasília, 2006.

RADWAY, Janice. **Reading the Romance**: Women, Patriarchy and Popular Literature. Chapel Hill: University of North Carolina Press, 1984.

RONSINI, Veneza Mayora *et al.* Estudos de audiência e de recepção da telenovela: a juventude em cena. In: LOPES, Maria Immacolata Vassalo de (Org.). **Ficção televisiva no Brasil**: temas e perspectivas. São Paulo: Globo, 2009.

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

UFRGS. **Teses e Dissertações em Comunicação no Brasil**. Porto Alegre, 2009. Disponível em: <<http://www6.ufrgs.br/infotec/teses.htm>>. Acesso em 12 dez. 2009.