



Telenovela e mediações culturais na conformação da identidade feminina¹

Lirian SIFUENTES²

Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS

RESUMO

Este texto apresenta reflexões acerca do modo como os embates e complementaridades entre a audiência da telenovela e as mediações família, escola e classe social conformam a identidade feminina de jovens mulheres de classe popular. Os estudos culturais latino-americanos são adotados como modelo teórico-metodológico, especialmente no que se refere à teoria das mediações culturais. O estudo configura-se como uma etnografia da audiência. A amostra analisada é composta por 12 jovens com idade entre 16 e 24 anos, moradoras do bairro Urlândia, periferia de Santa Maria-RS. Percebe-se que aquilo que as receptoras veem como o ideal ser mulher está presente nas representações da mulher na telenovela. As heroínas, as supermulheres, as “mulheres fortes”, são o padrão entre as protagonistas e a aspiração das garotas.

PALAVRAS-CHAVE: identidade feminina; telenovela; classe popular; recepção.

CONSIDERAÇÕES INICIAIS

A problemática que norteia esta pesquisa pode ser resumida por meio da seguinte indagação: Qual o papel da telenovela na conformação da identidade feminina? Dizendo de outra forma, a intenção é investigar como os embates e complementaridades entre a audiência da telenovela e as mediações família, escola e classe social constituem a identidade feminina de mulheres de classe popular.

O interesse em estudar as relações entre as apropriações da mídia e o gênero feminino nasce da comprovada insuficiência de pesquisas que abordem o gênero como categoria teórica e explicativa para a recepção televisiva no âmbito dos estudos culturais latino-americanos (ESCOSTEGUY, 2001). Ainda sobre a questão da mulher, consideramos que não se pode deixar de discutir os aspectos da dominação masculina no Brasil, a qual tem sido encoberta sob a capa das conquistas femininas. Especialmente nas classes populares, a submissão feminina permeia toda a relação homem-mulher (BOURDIEU, 2007).

A relevância do estudo sobre classe social na pesquisa de recepção justifica a escolha por destacarmos essa mediação como a grande estruturante dos modos de vida.

¹ Trabalho apresentado no NP Ficção Seriada do IX Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Midiática da UFSM, bolsista CAPES. E-mail: lisifuentes@yahoo.com.br.



Conforme Martín-Barbero (2002) e outros, a posição social não é uma mediação entre as demais, mas, sim, a que articula os elementos identitários.

A diferença de classe, ainda que mediada pela multiplicidade de distinções introduzidas pela etnia, gênero, idade, entre outras, não é uma *diferença a mais*, mas, sim, aquela que articula as demais a partir de seu interior e expressa-se por meio do *habitus*, capaz de entrelaçar os modos de possuir, de estar junto e os estilos de vida (MARTÍN-BARBERO, 2002, p. 14).

A situação de classe é um aspecto fundamental de significação. Ronsini (2007) justifica o emprego do conceito de classe social em sua pesquisa afirmando que no plano empírico a classe permanece um princípio organizador da sociedade capitalista, da mesma forma que pauta diferenças profissionais, de renda, de educação, o acesso aos bens culturais e aos centros de poder. A autora ainda afirma que o uso do conceito parece ser ainda mais adequado em uma sociedade desigual e excludente como a brasileira.

Este trabalho alinha-se às teorias desenvolvidas pelos estudos culturais, pois considera que a “pesquisa de comunicação não é a que focaliza estritamente os meios, mas a que se dá no espaço de um circuito de consumo da cultura midiática” (JACKS; ESCOSTEGUY, 2005, p. 39). A vertente latino-americana dos estudos culturais é central, pois adéqua as investigações iniciadas na Universidade de Birmingham, na Inglaterra, à realidade da América Latina. Os latino-americanos Jesús Martín-Barbero, Néstor García Canclini e Guillermo Orozco Gómez são importantes representantes da linha na América Latina, e seus estudos, em maior ou menor medida, servem como norteadores deste trabalho. Da escola inglesa, Stuart Hall, por meio dos estudos de representações e identidades culturais, traz as maiores contribuições. Para Lopes, Borelli e Resende:

Os Estudos Culturais permitem uma problematização mais elaborada da recepção, em que as características socioculturais dos usuários são integradas na análise não mais de uma difusão, mas sim, de uma circulação de mensagens no seio de uma dinâmica cultural. O pólo de reflexão é deslocado dos próprios meios para os grupos sociais que estão integradas em práticas sociais e culturais mais amplas (LOPES; BORELLI; RESENDE, 2002, p. 29).

A amostra da pesquisa é composta por 12 jovens mulheres com idade entre 16 e 24 anos³. A delimitação etária segue a divisão do IBGE, que define entre 15 e 24 anos a faixa em que estão inseridos os jovens brasileiros. A classificação das entrevistadas,

³ As entrevistadas são (nomes fictícios): Bruna, Camila, Carol, Cauane, Emanuele, Letícia, Luciele, Natália, Natiele, Paola, Rafaela e Raquel.



pertencentes às classes baixa e média-baixa, foi definida mediante a metodologia da estratificação sócio-ocupacional, na qual a família é classificada a partir do membro melhor situado economicamente (QUADROS; ANTUNES, 2001).

Fazem parte dos instrumentos de coleta de dados entrevistas semi-estruturadas, formulários socioculturais, observação do espaço doméstico, com registro em diário de campo e a etnografia da audiência. Essa última está citada como uma etapa à parte para discriminar o momento em que o pesquisador assiste à telenovela com os informantes. Entretanto, abrange toda a pesquisa de recepção da forma como a empreendemos e constitui-se do conhecimento originado na descrição do contexto de apropriação da mídia e refere-se à “escrever a história do consumo midiático pelo exame da vida cotidiana, do bairro, da vizinhança, dos lugares da casa, de práticas sem registro, das ‘miniaturas’ é uma tentativa de observar os agentes sociais como produtores de sentido” (RONSINI, 2007, p. 75).

O ESTUDO DA RECEPÇÃO E A CENTRALIDADE DAS MEDIAÇÕES

Na década de 1980, os estudos de recepção emergem na América Latina como uma nova forma de pesquisar a cultura de massas, alternativa aos estudos funcionalistas, semióticos e frankfurtianos, então predominantes (LOPES, 1999). Com os estudiosos da Escola de Frankfurt, maiores representantes de uma forma de pensar a mídia como manipuladora e alienante, perguntava-se “o que os meios fazem conosco?”, considerando o público uma massa de indefesos e alienados. Reformulando o questionamento frankfurtiano, Orozco prefere questionar “Como se realiza a interação entre televisão e audiência?” (OROZCO, 1991, p. 53). O foco, nessa corrente, é então deslocado para os receptores ou, de acordo com Martín-Barbero (1987), passa dos meios às mediações.

A pesquisa empírica da recepção midiática reconhece a existência de receptores reais, que deixam de ser apenas imaginados e “compreendidos” pela análise dos produtos midiáticos, e passam a ser ouvidos e estudados com profundidade. Dar voz à audiência pode ser, “para o objetivismo funcionalista, uma heresia que ninguém poderia levar a sério no altar da ciência; para a ortodoxia marxista, uma ingênua tentativa de provar que nem só de alienação vive o homem” (RONSINI, 2000, p. 15). No entanto, para os estudos culturais, é essencial para que a experiência midiática tenha sentido.



As contribuições gramscianas com a reflexão sobre a hegemonia são fundamentais para apreender os sentidos da recepção. A dominação, seja da mídia sobre o público, de uma classe sobre outra, do homem sobre a mulher, do branco sobre o negro, dá-se por um processo contínuo em que o dominador “seduz” o dominado. Escosteguy afirma que “[...] o conceito de hegemonia de Antonio Gramsci permitiu vislumbrar um movimento mais dinâmico e complexo na sociedade, admitindo tanto a reprodução do sistema de dominação quanto a resistência a esse mesmo sistema” (ESCOSTEGUY, 2001, p. 91).

Foi com a perspectiva de que existem diferentes formas de leitura da mídia e interpretações variadas das mesmas mensagens, que Hall (2003) desenvolveu o modelo codificação/ decodificação. Nessa proposta, supõe-se que há uma leitura “dominante” ou “preferencial”, onde o sentido da mensagem é decodificado segundo as referências da sua construção; uma leitura “negociada”, em que o sentido da mensagem entra em negociação com as condições particulares dos receptores; e, por fim, uma leitura de “oposição”, que se dá quando o receptor entende a proposta dominante da mensagem, mas a interpreta segundo uma estrutura de referência alternativa.

Segundo Lopes; Borelli; Resende (2002, p. 28), “o conceito gramsciano de hegemonia é usado no modelo codificação/ decodificação (Hall) para examinar os modos concretos pelos quais os significados dos meios podem ser negociados ou até eventualmente subvertidos por audiências específicas”. Uma das discussões cabíveis a esse modelo é se, conforme considerava Hall, a mídia expõe sempre um ponto de vista hegemônico sobre os temas abordados. Uma hipótese levantada é a de que “observa-se que o gênero [melodramático] apresenta uma codificação predominantemente preferencial no que diz respeito às relações entre as classes, mas não necessariamente no tocante aos costumes” (Ronsini; Sifuentes, 2008, p. 3).

Entendendo ser possível tanto a reprodução quanto a resistência ao dominador, como explica o conceito de hegemonia, os estudos de recepção, assim como não concordam com as definições de um sujeito passivo, admitem o poder exercido pela mídia: “Resistência e passividade andam de mãos dadas” (RONSINI, 2000, p. 65). Stuart Hall considera que os meios de comunicação *definem*, não simplesmente *reproduzem*, a “realidade” (HALL apud ESCOSTEGUY, 2001).

A partir da perspectiva adotada neste trabalho, a recepção da televisão não pode ser compreendida sem que se estude o entorno cultural, ou seja, as mediações. A preocupação em investigar o espaço da família, da escola, da classe social e da



telenovela na conformação da identidade feminina deve-se ao entendimento de que essas são instituições que afetam profundamente a socialização e a formação dos sujeitos. Para Jacks, “pertencer simultaneamente a várias instituições resulta em um referencial múltiplo e inter-relacionado, uma vez que cada instituição luta para impor sua produção de significados como a mais legítima” (JACKS, 1999, p. 55).

Pensando a comunicação a partir da cultura, Martín-Barbero (1987) desloca o estudo dos meios em si para concentrar-se no entorno, nos artefatos, ou seja, nas *mediações*. As mediações configuram-se em articulações entre matrizes culturais distintas, e podem ser os meios, os sujeitos, os gêneros (televisivos) e os espaços (cotidiano familiar, trabalho, escola). Elas encontram sua razão de existir na fuga do dualismo, superando a bipolaridade ou a dicotomia entre produção e consumo (JACKS; ESCOSTEGUY, 2005).

A concepção da teoria das mediações, segundo Lopes; Borelli; Resende, teve o mérito de relacionar mais profundamente a pesquisa em comunicação e a cultura, fugindo do mediocentrismo a que a área estava confinada.

Martín-Barbero, afirma que a mediação é o *lugar de onde* se outorga sentido ao processo de comunicação, e esse lugar, para ele, é a *cultura*. [...] O primeiro [mérito] é o de ter exposto o determinismo mediático ou o *mediocentrismo* a que os estudos de comunicação estavam confinados, o que não quer dizer que o meio (*médium*) não tenha importância, antes pelo contrário, a cultura como *perspectiva de análise* permite perceber os meios em sua real e multifacetada importância. O segundo mérito é o de ter descentralizado e pluralizado teoricamente a análise da comunicação, inserindo-a na ordem das práticas culturais (LOPES; BORELLI; RESENDE, 2002, p. 43).

Na aproximação com o grupo estudado, *família, escola e classe social* destacaram-se, de maneira fundamental, na conformação da identidade feminina e na apropriação midiática das jovens. Por esse motivo, elegemos essas como as fontes principais de mediação. Além dessas, abordamos a *telenovela* como uma mediação essencial na constituição da identidade de gênero, pois transmite, diariamente, o que é ser mulher, como agir, o que desejar, o que pode e o que não pode fazer, etc.

TELENOVELA NA SOCIEDADE DO HORÁRIO NOBRE

Programa de audiência compartilhada por milhões de brasileiros cotidianamente, a telenovela tornou-se também um importante objeto de investigação. Para Martín-



Barbero, a telenovela é definida como o “Relato de uma “modernidade tardia”, a telenovela mistura a sagacidade do mercado – no momento de contar histórias que envolvem as maiorias – com a persistência de sua matriz popular, ativadora de competências culturais inerentes a ela” (MARTÍN-BARBERO, 2002, p. 15).

Mesmo com antigas ou novas mídias competindo pela atenção do público, a televisão continua soberana no que se refere à preferência nacional. O espaço privilegiado da televisão na vida das famílias brasileiras é demonstrado por Assis; Tavares (2007, p.1) com números do IBGE: “num país de dimensões continentais, a TV alcança praticamente todos os municípios (99,84%) e está presente em 91,4% dos domicílios”. Os autores ressaltam que mesmo que no Brasil muitas moradias não possuam geladeira ou camas para todos os moradores, não deixam de possuir um televisor, onipresente e muitas vezes entronizado, posto em local de destaque. Em sua pesquisa de campo, Leal (1983, p. 33) percebeu essa valorização do aparelho: “As casas na vila têm sempre a televisão como peça de frente”.

Uma das queixas mais comuns ao gênero televisivo é também uma de suas principais ferramentas: a repetitividade de temas e modos de abordagem é uma forma de facilitar a aproximação do público, os sentimentos de conforto e segurança. Almeida percebeu que esse padrão faz parte de um contrato de leitura da telenovela. “É possível notar como as convenções do gênero narrativo criam expectativas bastante definidas sobre o andamento da narrativa, com espaços para que se cumpra a repetição já esperada de certas associações simbólicas” (ALMEIDA, 2003, p. 188). Essas associações simbólicas fazem parte de uma educação sentimental vivida pelos telespectadores da telenovela. Só assim, um universo tão amplo de consumidores consegue compreender a mensagem que o produto quer passar (ibid.).

Com esse contexto em vista, os pesquisadores latino-americanos reconheceram a representatividade do gênero e a conseqüente necessidade de investigações sobre a área, que teve início no Brasil na década de 1970 (BORELLI, 2001). Para Lopes, essas “histórias narradas pela televisão são, antes de tudo, importantes por seu significado cultural. Como bem o demonstra o filão de estudos internacionais, a ficção televisiva configura e oferece material precioso para entender a cultura e a sociedade de que é expressão” (LOPES, 2004, p. 125).

Não só no Brasil, mas na América Latina de forma geral, assistir telenovela é uma tradição e o público criou hábitos de audiência, como guiar seus horários da rotina pela programação televisiva. Orozco 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 (OROZCO, 2001).

A importância da telenovela no país inspirou Conrad Kotak a considerar o Brasil como a “sociedade do horário nobre” (apud HAMBURGER, 2005), título que faz jus ao caráter “noveleiro” dos brasileiros, independentemente de sexo, idade ou classe social, sejam do campo ou da cidade.

AS MEDIAÇÕES FAMÍLIA, ESCOLA E CLASSE SOCIAL

As condições econômicas do grupo são bastante limitadas, refletidas em casas simples e pequenas, em que moram de duas a 10 pessoas; as famílias não têm carro ou os carros são de modelos antigos; pais e irmãos, além das próprias garotas, têm baixo grau de escolaridade, normalmente expressos pelo ensino fundamental incompleto. Atualmente, apenas uma entrevistada trabalha, como babá, as demais são estudantes ou donas de casa. Dentre as 12 jovens, cinco são mães, sendo que dessas, duas (de 18 e 21 anos) estão grávidas do primeiro filho, duas têm um menino e uma tem dois filhos.

O casamento civil não é comum entre os pais das entrevistadas. Dentre as jovens, duas têm pais casados, e são as duas garotas adotadas. Os pais das irmãs Bruna e Camila moram juntos. Os pais de Letícia, Natália e Rafaela são separados⁴ e nenhuma delas tem contato com o pai, apenas com a mãe. Apenas no caso de Rafaela o padrasto substitui a figura do pai. As mães de Natiele, Cauane e das irmãs Lucielen e Raquel são falecidas. A mãe da primeira faleceu de AIDS e das demais, de câncer. Natiele perdeu a mãe há dois anos, não é registrada pelo pai e acabou indo morar com um tio, deixando de ter contato com os irmãos. O pai de Paola foi morto em uma briga quando ela tinha um ano de idade.

As profissões dos pais são segurança em casa noturna (3), chapeador (2), mecânico, construtor e pedreiro. As mães trabalham como empregada doméstica (2) e babá e cinco são donas de casa. As três madrastas são cozinheiras. As profissões dos maridos são pedreiro, soldado do Exército (2), repositor de produtos em mercado e peão em fazenda. As rendas familiares variam de R\$ 400,00 (Letícia e Natiele) até R\$ 1.600,00 (Emanuele). A renda familiar média é de R\$ 850,00.

⁴ Não significa que tenham sido casados no civil.



A novela é o programa que mais assistem em família, uma rotina para oito entrevistadas. Quando assistem TV em família, alguns pais costumam tecer comentários sobre os programas, enquanto outros falam pouco ou nada sobre o que veem.

A maneira como a família intervem/ não intervem na recepção da televisão é um dos determinantes para a apreensão que o jovem fará de suas mensagens. Pensando nisso, Orozco (1997, p. 140) classificou as famílias em quatro tipos:

- a) Uma família que é muito permissiva com os assuntos da televisão;
- b) Uma família que limita o usufruto da televisão de algum modo, porém em termos quantitativos, limitando quantas horas e em que horário os filhos poderão ver TV;
- c) Uma família que intervem por meio do diálogo com os filhos sobre o que é mostrado na TV, mais ou menos orientando e fazendo esclarecimentos para que tenha uma apropriação adequada;
- d) E, por último, uma família totalmente proibitiva, que não permite que o filho veja televisão ou que limita que assista em horários determinados, como nos fins de semana.

As famílias das entrevistadas dividem-se entre os tipos “a”, permissivo, e “c”, que intervem pelo meio de diálogo, procurando orientar os filhos. Nenhuma família regula o número de horas em frente ao televisor ou as proíbe de assistir algo.

Apesar de seguirmos aqui a determinação do IBGE sobre juventude, que engloba pessoas de 15 a 24 anos, nota-se que para as entrevistadas não basta estar inserida nesta faixa etária para se considerar jovem. Duas entrevistadas, Letícia e Paola, de 21 e 24 anos, não se consideram mais jovens, visto, entre outros fatores, as responsabilidades que possuem. Para Paola, a juventude acabou depois que ganhou seu filho, quando tinha 16 anos. Mãe há oito anos, diz hoje possuir diversos hábitos de “velho”, pois quando se compara às amigas da mesma idade, nota grandes diferenças, ilustrando com o exemplo de que enquanto elas se ajeitam para ir à balada, Paola está fazendo um pão para a família. Além da diversão, ela sente falta de poder estudar sem outros compromissos que exijam tanto dela. Já Letícia afirma que ser jovem é sair e curtir, o que não faz há muito tempo. A outra mãe do grupo, Camila diz que se considera jovem, mas afirma que muita coisa mudou em sua vida desde que teve filho.

Apenas duas nunca pararam de estudar: Bruna e Carol. Com exceção de Raquel, que nunca repetiu de ano, as demais foram reprovadas no mínimo duas vezes. Nota-se que o fim do ensino fundamental e o início do ensino médio são uma barreira para o



grupo, especialmente quando enfrentam as dificuldades do ensino médio de uma escola estadual que, como elas dizem, é mais difícil que a escola municipal “da vila”. Outro forte impeditivo é a gravidez, que vem como um balde d’água fria sobre as pretensões de muitas. E as obrigações com o filho não diminuem após os primeiros meses, afastando-as da escola. A única mãe que estuda, Paola, já fez algumas tentativas de retomar os estudos, mas a “vida de adulto” impõe muitos desafios.

No entanto, mesmo as garotas que não têm filhos já reprovaram, refletindo que os problemas escolares vão além da maternidade. É difícil precisar os motivos para as reprovações frequentes, mas o que se observa é que embora exista um discurso familiar da ascensão social pela educação, os pais nem sempre priorizam que as filhas estudem, preconizando o trabalho ou a ajuda em casa. Apenas duas jovens nunca trabalharam, o que reflete a necessidade de dedicação à outra função. Há ainda os problemas de doença na família, empecilho para o acompanhamento integral da escola. Adversidades de ordem psicológica, como as ocasionadas por abuso sexual, abandono e perdas familiares, podem ser uma causa ainda mais complexa para os problemas escolares. Por último, pode-se destacar o preconceito racial e de classe que a maioria afirma já ter sofrido ao menos uma vez na escola, colaborando para afastá-las dos estudos.

Os percalços, contudo, não as fazem desistir. As jovens que estão afastadas da escola ambicionam voltar e em nenhum momento demonstram em suas falas que podem não realizar essa vontade e desistir deste sonho, que está entre os maiores das entrevistadas. Esse desejo vai ao encontro do valor que dão ao estudo como forma de transformação de vidas e ascensão social. As garotas fazem uma relação direta e linear entre estudos completos, bom emprego e “ser alguém na vida”, sendo que o esforço pessoal perpassa toda trajetória bem sucedida.

É possível separar aquelas que enfatizam causas individuais das que ressaltam causas estruturais para a pobreza. Considerando a visão hegemônica como aquela que atribui ao indivíduo total responsabilidade por sua situação econômica, duas entrevistadas demonstram uma visão dominante para o desemprego juvenil (Natália, Paola). Indo ao encontro do que Hall (2003) afirma, a maior parte executa uma leitura negociada da pobreza, relacionando agentes individuais e estruturais (Bruna, Camila, Cauane, Letícia, Natiele, Rafaela, Raquel). Carol, Emanuele e Lucielen apontam apenas razões referentes à estrutura social ao desemprego dos jovens, efetuando uma decodificação opositiva.



Ronsini; Sifuentes; Neves (2007) destacam a prevalência de um modelo no qual a mídia contribui para a formação de uma ideologia do desempenho. De forma destacada, telenovela, família e escola colaboram para que os jovens acreditem na superação dos problemas sociais e na ascensão de classe social por intermédio de qualidades pessoais, como persistência e esforço. Neste modelo,

Os receptores são estimulados a acreditar que a cidadania é o exercício da escolha individual e o bem-estar pessoal, consequência da habilidade para escolher, de forma que mazelas como a pobreza e o sofrimento são resultantes de decisões inadequadas (RONSINI; SIFUENTES; NEVES, 2007, p. 157).

Galeano escreve algo semelhante ao refletir que a mídia colabora para aprofundar as desigualdades, (re)produzindo que a pobreza é um fracasso pessoal ou então uma fatalidade, e não fruto da injustiça. Condena, assim, os pobres, não a injustiça social. Os pobres são os incompetentes, prega o discurso dominante (GALEANO, 2006).

CONSUMO CULTURAL E APROPRIAÇÕES FEMININAS

O principal meio de comunicação consumido pelas jovens é a televisão. La Pastina observa que para muitos telespectadores a TV “é a principal, se não a única, fonte de informação” (LA PASTINA, 2006, p. 35). Entre as entrevistadas, a reflexão do autor se confirma. Elas leem pouco jornal, não consomem revistas ou livros, acessam pouco a internet e, quando o fazem, as páginas mais acessadas são as redes de relacionamento. Apenas três entrevistadas (Cauane, Emanuele e Raquel) já foram ao cinema, mesmo assim, no máximo três vezes. Um pouco mais popular, mas ainda de acesso restrito, é a internet. Cinco entrevistadas nunca usaram a rede mundial de computadores. O rádio, embora concorra com a televisão em tempo de consumo, serve somente para ouvir música.

É consenso no meio acadêmico, e objeto de décadas de estudo, que a mídia possui papel importante na formação de opinião. Percebe-se claramente isso entre as entrevistadas no que diz respeito à reflexão de assuntos da atualidade e na constituição de sonhos, especialmente aqueles relacionados ao consumo. O tópico que mais as estimula a pensar é droga (Camila, Cauane, Natiele, Rafaela), apresentado nos noticiários e nas telenovelas. Outros temas são violência, doenças mentais, destacando-se a contemporânea *Caminho das Índias*, violência sexual dentro da família e racismo.

De forma semelhante, a TV estimula a imaginação e aguça os sonhos das jovens. Os desejos são variados. Camila e Natália inspiraram-se nas vitórias conseguidas através do esforço, costumeiramente apresentadas. Reformar a casa a partir de cartas de telespectadores, como Gugu faz no quadro *Construindo um Sonho*, do *Domingo Legal*, é um sonho para Paola, que já enviou carta ao programa pedindo um quarto novo para o filho. Bruna e Paola desejam conhecer os lugares que veem na telinha, especialmente a praia. Cauane e Emanuele imaginam-se morando em uma casa/ apartamento como a das novelas. “Sempre penso 'ah, olha só, se eu trabalhá eu posso, se eu estudá, eu posso, eu consigo'” (Emanuele). A jovem também deseja ter um filho bonito e saudável, “aquela criança bem limpinha”, como os bebês da TV. Para Letícia, o mais importante seria ter uma família feliz como as dos melodramas.

Segundo as garotas, a típica mulher brasileira está representada nas novelas na figura de algumas personagens. A principal deles é *Maria do Carmo*, de *Senhora do Destino*, citada por quatro jovens por sua alegria, autoestimo e por seu jeito guerreiro, próprio da brasileira. Outras personagens citadas como representante da mulher brasileira foram *Donatela*, de *A Favorita*, pois é sincera, batalhadora e simples; *Luciana* e *Helena*, de *Mulheres Apaixonadas*, esta última por estar sempre correndo para dar conta de tudo; *Cema* e *Aída*, de *Caminhos das Índias*, ambas mães que se desdobram para dar o melhor para os filhos; e *Susana*, de *Três Irmãs*, pois namorado queria obrigá-la a se casar e cumprir suas ordens.

As mulheres apresentadas nas novelas, entretanto, proporcionam pouco que as receptoras sintam-se representadas. É o que sete afirmam. As outras cinco afirmam se identificar com alguma personagem de novela. Camila reconhece-se em *Catarina* porque ambas querem trabalhar para não precisar depender do marido: “Que tá dependendo de homem é ruim” (Camila). Carol e *Greice* têm em comum a luta por um emprego e a vontade de ser alguém melhor (em termos financeiros) sem deixar de ser uma pessoa boa (no que se refere ao caráter). Cauane se vê em *Ediwiges* em tudo, especialmente com o namorado. Para Lucielen, tanto ela quanto *Yasmin* são “loucas da cabeça”. Raquel identifica-se com *Maria do Carmo* porque, como ela, considera-se uma mulher firme e batalhadora.

Nota-se que em comum entre essas mulheres está o espírito guerreiro, a persistência e a abnegação, características da mulher que vive para os outros. A mulher ocupa-se em dar conta, da melhor forma possível, dos mais diversos aspectos da vida de

sua família e da sua própria. Essas típicas mulheres brasileiras das novelas fazem parte do modelo de mulher difundido pela mídia na atualidade e que Hamburger expõe:

[...] valorizam tipos ideais de mulher que acumulam funções e responsabilidades, aproximando-se de um padrão perverso de supermulher, que seria livre para escolher ter poucos filhos, se relacionar com diversos homens ao longo da vida, questionar a autoridade patriarcal de pais e esposos (HAMBURGER, 2005, p. 153).

Para as entrevistadas, ser mulher hoje tem diversos significados. Ter muitas responsabilidades e dar conta de muitas tarefas, como o trabalho, os filhos e a casa, é a principal representação da mulher atual para cinco (Camila, Carol, Emanuele, Natiele, Paola). As garotas lidam com isso de forma ambígua, pois ao mesmo tempo que demonstram uma admiração por esse modelo, sabem a sobrecarga que isso acarreta.

Para Mattos, essa concepção do gênero feminino não trouxe as vantagens pretendidas pelas mulheres. O que se deu foi uma masculinização do feminino.

As mulheres não parecem ter descoberto uma forma expressiva de vivenciar sua condição, colocando em xeque os pontos centrais da dominação, mas sim, parecem ter tomado o modelo masculino como o modelo a ser seguido. Desta maneira, não se toca na estrutura da dominação, mas se luta para deixar de ser o pólo dominado para passar a ser o pólo dominante (MATTOS, 2006, p. 158).

Cauane, Rafaela e Raquel afirmam que a vaidade e o cuidado de si é o que mais representa a mulher hoje. Para Bruna, ser mulher sempre vai significar ser mãe. Natiele considera que a coragem exprime o sexo feminino, e para Raquel, é a delicadeza. Natália pensa que é próprio da mulher estar sempre querendo surpreender e chamar a atenção. Cauane ressalta que a mulher contemporânea não pode esquecer de se dar ao respeito. Percebe-se a reprodução de valores tradicionais, referentes à beleza, sexualidade e, fundamentalmente, à maternidade. O mito do amor materno (BADINTER, 1985) é dominante entre as garotas.

O sucesso profissional está entre as principais ambições de dez jovens, incluindo as que mencionam a vontade de concluírem o ensino superior, exercer alguma profissão específica (dentista, médica, advogada, pastora) e aquelas que somente se referem a terem um emprego. Percebe-se que entre as jovens mães é comum que seu sonho de vida seja proporcionar ao filho um futuro melhor, com uma situação financeira confortável e uma trajetória sem sofrimentos. É o que querem todas as mães entrevistadas. Cauane e Natiele são as únicas entrevistadas que não demonstram o grande desejo de casar e ser mãe, assim como planejam seu futuro para si. Em relação à



Cauane, uma hipótese para esse sentimento diz respeito aos problemas recentes com o ex-namorado, que a ameaçou de morte após o fim do namoro, o que fez com que ela mudasse de telefone, bairro e escola. Natiele não foi registrada e nem conhece o pai e recentemente perdeu a mãe vítima de AIDS. Ademais, refere-se aos exemplos negativos de relações homem-mulher que conheceu na família e que não pretende reproduzir.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Percebe-se que aquilo que as receptoras entrevistadas veem como o ideal de ser mulher está presente nas representações da mulher na telenovela. As heroínas, as supermulheres, as “mulheres fortes”, são o padrão entre as protagonistas e a aspiração das garotas. Conforme Hamburger, a força e a fraqueza diferencia as boas personagens, dignas de serem exemplos, das outras.

Freqüentemente, relatórios de grupos de discussão citam trechos de depoimentos em que participantes julgam personagens femininas de acordo com o grau do que denominam “força”, ou seja, valorizam personagens que se encaixam no que consideram “mulheres fortes”, “independentes”, em oposição ao que consideram “mulheres fracas”, “dependentes” e donas-de-casa (HAMBURGER, 2005, p. 58).

A admiração por essas mulheres ideais não se mantém apenas na contemplação, querem também “dar conta de tudo”. No caso delas, o que lhes falta, dentro desse modelo, é especialmente uma profissão da qual possam se orgulhar. Para Mattos (2006), as mudanças ocorridas nos últimos tempos que resultaram em uma “nova mulher” são, sobretudo, vivenciadas pela classe média e atingem de forma residual as classes populares. Além disso, a autora destaca que nem mesmo para a classe média isso significa uma transformação na base das relações entre os gêneros, propiciando autonomia, mas sim uma mudança de superfície.

O destaque oferecido às personagens profissionais na ficção não é diferente da forma como a carreira é encarada na vida das jovens. Ser dona de casa é o destino, não o desejo. Assim como as mulheres das novelas, querem ter sua liberdade. No entanto, o exemplo da TV não é absorvido de forma integral. Isso se nota, principalmente, na forte vinculação que as entrevistadas têm com a vida matrimonial e uma dependência quase intransponível do marido. Ter sua profissão não significa necessariamente uma independência financeira, e sim uma não-dependência. A diferença se nota porque as



entrevistadas falam que, trabalhando, terão dinheiro para comprar alguns produtos para si e ajudar em casa, mas ainda pensam que o marido será o provedor do lar.

Um aspecto aspirado nas telenovelas é o realismo, exigência alcançada pelos programas, na ótica das informantes. Para as garotas, a ficção, por se aproximar com o que se deparam na vida real, serve como lição de vida, exercendo uma função pedagógica. O papel socializador da TV é destacado por Ronsini (2000) entre os camponeses, de forma que se aplica entre as mulheres de classe popular. A autora afirma que a televisão ensina como atuar em público, como falar e como se comportar diante de outras classes.

A identificação com as personagens das novelas é parcial, porém existe. Mulheres guerreiras e humildes são o que há em comum entre as da ficção e elas. No entanto, o que mais se ressalta, como o exposto aqui, é uma projeção, não propriamente uma identificação. Querem ser o que veem.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Heloisa Buarque de. **Telenovela, consumo e gênero**: “muitas mais coisas”. Bauru, SP: EDUSC, 2003.

ASSIS, Regina de, TAVARES, Marcus. A criança e a TV no Brasil. **Rio Mídia**, 2007. Disponível em: <<http://www.multirio.rj.gov.br/portal/riomidia>>. Acesso em: 10 nov. 2007.

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

BORELLI, Silvia Helena Simões. Telenovela brasileira: balanços e perspectivas. **XXIV Congresso Brasileiro da Comunicação**. Campo Grande, set., 2001.

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

ESCOSTEGUY, Ana Carolina. **Cartografia dos Estudos Culturais**. Uma versão latino-americana. Belo Horizonte: Autêntica, 2001.

GALEANO, Eduardo. A caminho de uma sociedade da incomunicação? In: MORAES, Dênis (Org.). **Sociedade midiaticizada**. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

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

JACKS, Nilda. **Querência**: Cultura Regional como Mediação Simbólica – um estudo de recepção. Porto Alegre: Ed. Universidade/UFRGS, 1999.

JACKS, Nilda; ESCOSTEGUY, Ana Carolina. **Comunicação e Recepção**. São Paulo: Hacker Editores, 2005.



LA PASTINA, Antonio C. Etnografia de audiência. Uma estratégia de envolvimento. In JACKS, Nilda; PIEDRAS, Elisa (Org.). **O que sabemos sobre as audiências?**: estudos latino-americanos. Porto Alegre: Armazém Digital, p.27-43, 2006.

LEAL, Ondina Fachel. **A leitura social da novella das oito**. Petrópolis: Vozes, 1983.

LOPES, Maria Immacolata Vassalo de. Prefácio. In: JACKS, Nilda. **Querência**: Cultura Regional como Mediação Simbólica – um estudo de recepção. Porto Alegre: Ed. Universidade/UFRGS, 1999.

_____. Para uma revisão das identidades coletivas em tempo de globalização. In: _____. (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.

MARTIN-BARBERO, Jesús. **De los medios a las mediaciones**. Barcelona: Gustavo Gili, 1987.

_____. 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, 2002.

MATTOS, Patrícia. A mulher moderna numa sociedade desigual. In: SOUZA, Jessé (Org.). **A invisibilidade da desigualdade brasileira**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006. p. 153-196.

OROZCO, Guillermo. La audiencia frente a la pantalla. Una explotación del proceso de recepción televisiva. In: **Diálogos de la Comunicación**, n. 30, 1991.

_____. **La investigación en comunicación desde la perspectiva cualitativa**. La Plata: Universidad Nacional de la Plata, 1997.

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

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.

RONISNI, 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.

RONISNI, Veneza Mayora; SIFUENTES, Lírían. **Os usos da telenovela**: anotações sobre a leitura da desigualdade social brasileira. In: Congresso Ciências, Tecnologías y Culturas. Santiago do Chile: Usach, p. 1-16, 2008.

RONISNI, Veneza Mayora; SIFUENTES, Lírían; NEVES, Marco Antonio. Recepção das representações televisivas da pobreza. In: **IX Seminário Internacional de Comunicação**. Porto Alegre: PUC/RS, p. 150-160, 2007.