



METODOLOGIAS PARA PESQUISAS DE RECEPÇÃO DE TELENOVELA: miradas possíveis¹

METHODOLOGIES FOR SOAP OPERA RECEPTION: possible views

Camila da Silva Marques²

Resumo: Tendo os Estudos Culturais Latino-americanos como base para pesquisas de recepção, a proposta do presente artigo é, partindo do Mapa das Mediações Comunicativas da Cultura de Martín-Barbero (2003), realizar uma discussão metodológica sobre a adoção crítica (RONSINI, 2011, 2016) do também chamado “Mapa Noturno” para estudos de usos sociais/consumo/recepção sobre representações midiáticas. A fim de ampliar as discussões sobre os múltiplos olhares teórico-metodológicos possíveis que abarquem texto e contexto em estudos de audiência, buscamos apresentar uma combinação de protocolos metodológicos realizados em pesquisa anterior (Marques, 2018) que se propõem a descontinar as representações presentes na mídia ao mesmo tempo em que se privilegia a produção de significados com base nas experiências cotidianas dos receptores.

Palavras-Chave: Estudos Culturais Latino-americanos. Estudos de Recepção. Metodologias.

Abstract: Having Latin American Cultural Studies as a basis for reception surveys, the proposal of this article is, based on Martín-Barbero's Map of Communicative Mediations of Culture (2003), to carry out a methodological discussion on the critical adoption (RONSINI, 2011, 2016) of the also called “Night Map” for studies of social uses/consumption/reception of media representations. In order to expand discussions on the multiple possible theoretical-methodological perspectives that encompass text and context in audience studies, we present a combination of methodological protocols carried out in previous research (Marques, 2018) that aim to uncover representations present in the media while privileging the production of meanings based on the everyday experiences of recipients.

Keywords: Latin American Cultural Studies. Reception Studies. Methodologies.

1. “Roteiros” para pesquisas de recepção

Os estudos de recepção, principalmente no âmbito da América-latina, se consolidaram como linha de pesquisa por meio de um trabalho teórico que “define a comunicação como processo complexo resultado da objetivação de dispositivos que comportam sistemas de produção, situação de difusão e situação de recepção” (FIGARO, 2017, p. 25). Sendo assim, estudar a circulação dos discursos na sociedade a partir do campo da comunicação colocaria para o investigador da recepção o problema de configurar a pesquisa no âmbito da totalidade do processo de comunicação. Partindo do Mapa das Mediações

¹ Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Recepção, Circulação e Usos Sociais das Mídias. 34º Encontro Anual da Compós, Universidade Federal do Paraná (UFPR). Curitiba - PR. 10 a 13 de junho de 2024.

² Professora no Curso Bacharelado em Cinema e Audiovisual da Universidade Federal da Integração Latino-Americana (UNILA), doutora em Comunicação (UFSM), camila.marques@unila.edu.br.

Comunicativas da Cultura de Martin-Barbero (2003), avançamos através do “diálogo crítico” proposto por Ronsini (2011, 2016) a respeito das formulações do mapa, ao destacar que os estudos de recepção procuram realizar uma “totalidade possível” para pesquisas voltadas à audiência, que engloba o contexto social e cultural, o receptor e suas posições socioculturais e o texto midiático. Sendo assim, o texto não ficaria de fora das problematizações dos pesquisadores, e, apesar de sua abordagem não ser central, acreditamos que a contextualização das representações presentes nos produtos midiáticos possa facilitar a compreensão do papel destas na produção de significados realizada pelos sujeitos nas experiências cotidianas.

Com filiação à “segunda onda” do pensamento de Martín-Barbero, o que se propõe nesse artigo é uma reflexão metodológica sobre as miradas possíveis em estudos de consumo/recepção/usos sociais - que privilegiam os modos de ler as representações midiáticas pela ótica dos sujeitos receptores - sem deixar, contudo, de dar atenção à narrativa dos produtos que compõem o *corpus* das pesquisas. O objetivo é contribuir com um olhar da Comunicação, principalmente dos estudos de recepção de matriz Latino-americana, ampliando as discussões sobre os múltiplos olhares teórico-metodológicos que dêem conta de texto e contexto, descortinando as representações presentes na mídia ao mesmo tempo em que se privilegia a produção de significados com base nas experiências cotidianas dos sujeitos. Tomando como exemplo empírico a aplicação de leitura crítica (RONSINI, 2011, 2016) do Mapa de Martín-Barbero em pesquisa anterior (MARQUES, 2018), apresentaremos alguns protocolos metodológicos possíveis para se examinar a tríade tão cara aos Estudos Culturais: contexto social/cultural, receptor e texto midiático.

2. Texto e contexto em estudos de recepção

O estudo que serve como base para as discussões metodológicas presentes neste artigo se desenvolveu a partir da proposição teórica que defende a existência de uma integração social entre ficção e cotidiano, entendendo a recepção não apenas como “uma prática negociada com os diferentes meios de comunicação”, mas como uma prática de negociação entre sujeitos e sociedade, “uma negociação para a compreensão da vida” (SOUZA, 2014, p. 9). Como recorte, esta pesquisa se apresentava como uma tese de recepção de telenovela, buscando levantar questões sobre a identificação ou desidentificação (LAWLER, 2014) com as clivagens de classe. Como principal objetivo, destacava-se o de compreender de que forma as

representações de classe e os processos distintivos presentes na telenovela objeto da pesquisa eram lidos por mulheres de diferentes classes sociais, investigando a relação estabelecida entre o estilo de vida da ficção e o estilo de vida cotidiano das receptoras. Pela necessidade de recortarmos nosso objeto de estudo, o primeiro passo foi delimitarmos um *corpus*: nos dedicamos a observar as relações entre estilo de vida representado na ficção e estilo de vida cotidiano das receptoras através da telenovela do horário nobre da Rede Globo *A Regra do Jogo*, de João Emanuel Carneiro, veiculada entre 2015 e 2016.

O segundo ponto a que dedicamos vários meses de reflexões e discussões durante a escrita da tese foi sobre a apropriação crítica do Mapa das Mediações Comunicativas da Cultura proposto por Martín-Barbero para estudos de recepção. Em mesa de discussão no evento *Tributo a Martín-Barbero: De los medios a las mediaciones* (UFRGS, 2017), Jiani Bonin reflete sobre as formas possíveis para lidarmos metodologicamente com a complexidade das instâncias articuladas (produção, produto, recepção) nos estudos de recepção, que sempre se apresentaram como um grande desafio. A pesquisadora destaca que, sabendo das possibilidades de pesquisas individuais, como teses e dissertações, o que se tem feito são “recortes reflexivamente trabalhados, de maneira a discernir o que é relevante e angular essas dimensões relevantes”. A totalidade permaneceria, então, “inscrita como marcas de um recorte”. Não sendo possível, metodologicamente, trabalhar com todas as instâncias no empírico, Bonin entende que as outras instâncias podem ser abordadas como contextos, cabendo aí análises documentais e pesquisas realizadas por outros investigadores sobre o mesmo tema. Entendimento compartilhado por Veneza Ronsini, que propõe desde 2009 um diálogo crítico com as formulações dos mapas das mediações de Martín-Barbero, destacando uma “totalidade possível para a recepção” (RONSINI, 2011).

Segundo essa vertente de pesquisadoras, o protocolo metodológico da tese foi divido em duas instâncias: a primeira, voltada para o texto, pretendeu examinar as representações de classe e os processos distintivos presentes em *A Regra do Jogo*, abordada através da mediação da tecnicidade (MARTÍN-BARBERO, 2003). A intenção foi contextualizarmos questões referentes ao produto, necessárias no momento de interpretarmos as reapropriações feitas pelas receptoras. Não se tratava de uma pesquisa sobre a esfera da produção, mas de uma contextualização do produto/texto/narrativa que nos possibilitasse a “compreensão da relação entre meios tecnológicos e sujeitos” (RONSINI, 2011, p. 5).

A segunda instância, que se concentrava na recepção, buscava investigar como as receptoras interpretavam as representações de classe e os processos distintivos presentes em *A Regra do Jogo* através das mediações (MARTÍN-BARBERO, 2003): 1) da socialidade: entendida como o estudo da cultura através do cotidiano e da socialização dos atores sociais, tendo incidência na recepção e apropriação dos produtos midiáticos e 2) da ritualidade: rituais de assistência da novela e formas com que a amostra interpretava as representações presentes nos produtos midiáticos. Para tanto, nos utilizamos da pesquisa etnográfica - mais especificamente, da etnografia crítica da recepção (RONSINI, 2007, 2011) - que se faz necessária para captarmos as estruturas de significação presentes no discurso social das pesquisadas no ato da recepção da telenovela em questão e nos apoiamos no método comparativo (SCHNEIDER; SCHIMITT, 1998) e na construção de perfis sociológicos (LAHIRE, 2004) das informantes. Daremos mais detalhes sobre cada uma das instâncias nos subcapítulos que seguem.

3. Contextualizar o texto: mediação da tecnicidade na prática

Esquenazi, em *Sociologia dos Públicos* (2005), fala sobre produções televisivas, recepção e múltiplas leituras possíveis de uma obra. Para ele, ao se voltar o olhar para os públicos, ou seja, para a recepção, temos seis teorias principais para se estudar as audiências: inquérito, obra (recepção), estratégias comerciais, estratificação e práticas culturais, configurações culturais, interação, etnografia e quadros de participação. A importância do texto televisivo surge já na segunda teoria proposta por Esquenazi, que entende que a recepção é ativada por uma obra, ou seja, a interpretação do receptor desenvolve-se de diretrizes contidas no texto. Logo, compreender a recepção significaria inevitavelmente desenrolar uma teoria do texto. A necessidade de uma “análise dos discursos audiovisuais” (SOUZA M., 2004, p. 16) e de um “conhecimento cuidadoso” (SOUZA M., 2004, p. 16) das formas com que o gênero melodramático constrói as representações é também destacado por outros pesquisadores do campo da comunicação. Para Souza M. (2004, p. 23), muitas vezes há um “olhar enviesado” de outras áreas do conhecimento, que tendem “a utilizar a telenovela para pensar as relações sociais inscritas pelo texto” retirando informações “isoladas da telenovela para relacioná-las com informações extratextuais advindas dos objetivos da pesquisa”. Já Grohmann (2016, p. 203) ressalta que a perspectiva comunicacional de Martín-

Barbero “propõe compreender o processo de comunicação por inteiro, bem como seus sujeitos”. Logo, o olhar para as mediações seria uma mirada “renovada sobre os próprios processos comunicacionais”. Segundo levantamento realizado pelo autor sobre o lugar e a relevância do conceito de classe social nas pesquisas realizadas no campo da comunicação entre os anos de 2010 e 2014, o eixo discursivo - aquele que trata do discurso comunicacional/midiático especificamente sobre as classes sociais - é abordado em 56,25% dos artigos e 52,38% das teses e dissertações analisadas. Embora mais da metade das pesquisas aborde as classes na comunicação a partir desse eixo, são poucas aquelas que de fato o discutem.

Independentemente das ressalvas analíticas quando se estuda um produto audiovisual ficcional, é comum o entendimento de que, ao lado das abordagens qualitativas, o avanço metodológico dos estudos acadêmicos de recepção foi um dos pilares para sua consolidação no Brasil. Segundo levantamentos de Jacks et. al. (2008, 2014, 2017) a respeito de teses e dissertações da área da comunicação que se dedicam à recepção, a teoria das mediações de Jesús Martín-Barbero é uma das mais utilizadas nas pesquisas que se dedicam à telenovela desde os anos 1990 (algumas vezes, conjugada à teoria das multimediações, de Orozco Gómez). Para Jacks et al (2014), o estudo de recepção realizado à luz das teorias de Martín-Barbero é considerado um avanço para o campo, principalmente por explorar as categorias de análise que emergem do próprio objeto (JACKS et al., 2014, p. 120). A utilização especialmente do Mapa das Mediações Comunicativas da Cultura de Martín-Barbero ([1998]2003), é destacado por Sifuentes; Escosteguy (2016) como um dos mais utilizados em pesquisas empíricas, inclusive entre aqueles que tangenciam a produção, como a tese de Filippi (2006), que explora empiricamente as mediações da institucionalidade e da tecnicidade – nível da produção e do texto – para estudar a construção da identidade gaúcha no jornal impresso Zero Hora. Apesar de tomar a competência da recepção apenas “em nível teórico”, as autoras entendem haver na tese de Filippi uma relação entre “os eixos considerados por Martín-Barbero, bem como um olhar integrado entre produção e recepção”.

Trabalhos de Ronsini (RONSINI, 2011; RONSINI, 2012; RONSINI; WOTTRICH; SILVA, 2009) e orientandos participantes do grupo de pesquisa coordenado pela professora, como Sifuentes (2010), Wotrich (2011), Silva (2011), Prediger (2011), Bordinhão (2012), Missau (2012), Schnorr (2013) e Dutra (2014) também fazem uso do Mapa das Mediações Comunicativas de Martín-Barbero. Sifuentes (2010), Wotrich (2011) e Silva (2011), embora

não reivindiquem a “totalidade da comunicação”, se esforçam para incluir as quatro mediações do mapa barberiano em suas pesquisas, destacando, contudo, as “ressalvas acerca dos limites da pesquisa individual de mestrado e da consequente impossibilidade de dar conta empiricamente das diferentes instâncias” (ESCOSTEGUY; SIFUENTES, 2016, p. 11).

Wotrich (2010) afirma que seu estudo busca a “totalidade da recepção” e, assim como Sifuentes (2010) e Silva (2011), resolve a dificuldade de abarcar a esfera da produção da telenovela recorrendo a pesquisas bibliográficas realizadas anteriormente sobre o tema. A abordagem da mediação da tecnicidade, assim como realizada por Ronsini (2011), se faz empiricamente através do olhar para as representações (de classe, gênero, geração) presentes nas telenovelas analisadas, e a definição dos sentidos das representações presentes na ficção se dá a partir do aporte teórico.

Tal esforço em tentar abarcar as quatro mediações propostas pelo mapa barberiano não foi realizado em nossa tese: o que tentamos foi seguir avançando na “tradução” da discussão proposta por Martín-Barbero em um protocolo “empiricamente praticável” (ESCOSTEGUY; SIFUENTES, 2016, p. 12), priorizando a recepção e assumindo as possíveis críticas de que a perspectiva das mediações de Martín-Barbero foi adotada como teoria da recepção, e não da comunicação. Logo, a telenovela foi examinada principalmente sob o ponto de vista das receptoras e não a partir de uma análise textual, narrativa ou discursiva formal. Entretanto, o estudo do texto, realizado sem a mesma profundidade teórico-analítica da semiótica, da análise do discurso ou de outras abordagens específicas para os processos textuais e narrativos, não deixou de ser contemplado. Por esse motivo, a primeira etapa da pesquisa se dedicou a contextualizar *A Regra do Jogo* através da mediação da tecnicidade, buscando responder ao objetivo específico de identificar as representações de classe presentes na telenovela através da observação do estilo de vida de algumas personagens.

Ressaltamos que nosso tímido olhar para o texto buscou dar conta do entendimento de que esses sentidos construídos se dariam graças a uma “mira para ambos os lados”, articulando os dados particulares do real com o mundo da ficção” (MARTÍN- BARBERO, 1987, p. 57 apud ROMANO, 1999, p. 22). Apesar do entendimento comum sobre as instruções de leitura de um universo ficcional estarem atrelados à uma entidade autoral, não olhamos para a “dimensão externa” (SOUZA M., 2004b) (que privilegia os realizadores) da produção da telenovela: eram os sentidos construídos pela recepção que nos interessavam. O elo entre ficção e realidade se deu por meio de um olhar para algumas das “dimensões internas” (SOUZA M.,



2004b) do “texto-visual da telenovela” (ROMANO, 1999, p. 23) através das trajetórias e desfechos de algumas personagens de *A Regra do Jogo* e da realização de uma entrevista com as figurinistas responsáveis pela telenovela em questão.

Discussões epistemológicas e metodológicas na área da recepção são realizadas desde a década de 1990 no Brasil, em livros, artigos e eventos. Para esse momento, recorremos especialmente aos debates presentes no livro *Trabalho do Pesquisador: os desafios da empiria em estudos de recepção*, organizado por Figaro e Brignol, através de textos que discutem e refletem o fazer das pesquisas que envolvem empiria: “como superar as dificuldades, como enfrentar os imprevistos do processo de coleta de informações e como o pesquisador procede para conseguir adesões a sua proposta de pesquisa” (FIGARO; BRIGNOL, 2017, p. 1) fazem parte das dores - por nós compartilhadas - pelos pesquisadores que se dedicam à recepção. Como destaca Sifuentes (2017, p. 104), um dos momentos mais angustiantes de uma pesquisa de recepção é o da reflexão acerca das escolhas metodológicas, entendendo que “nem sempre são as escolhas ideais, mas as possíveis, e, se possível, as melhores, em dado contexto”.

Apresentados então os possíveis olhares ideais para um estudo de telenovela, assim como as limitações - ou decisões necessárias - para a realização de estudos empíricos realizados individualmente e em curtos prazos de 2 ou 4 anos, salientamos a necessidade de termos articulado diferentes protocolos para darmos conta da mediação da tecnicidade e das representações presentes na telenovela. Para entender como as classes e os processos distintivos são representados em *A Regra do Jogo* empiricamente: observamos registros audiovisuais de trechos, capítulos e cenas³; realizamos a leitura da sinopse e dos resumos de capítulos da trama disponíveis no *site* da emissora; apresentamos o perfil dos personagens, também disponível pela Rede Globo; mapeamos matérias veiculadas também no *site* da emissora, que versam sobre a construção e caracterização de algumas personagens e realizamos uma entrevista com as figuristas Marie Salles e Mariana Sued, responsáveis pela caracterização da trama. Para a seleção dos trechos e cenas de nosso *corpus*, nos embasamos na análise de caráter tópico (BAUER; AARTS, 2002) específico, processo necessário, de acordo com Souza (2004b), quando se está manipulando um texto audiovisual caracterizado pela sua extensão.

³ Esquematizamos os trechos - 25, no total - que correspondiam à nossa temática de pesquisa durante a veiculação de *A Regra do Jogo*, e após o seu término, assistimos novamente àqueles que nos forneciam material para pensarmos as representações de classe e os processos distintivos presentes na trama. A partir deste material, associamos à leitura dos resumos, realizando assim “um conjunto de hipóteses de localização das unidades da história” (SOUZA M., 2004b, p. 41) que desejávamos enfatizar.

Dividida em dois momentos, essa contextualização objetivava primeiramente observar as formas mais abrangentes de se representar as classes sociais em *A Regra do Jogo* para posteriormente identificarmos os processos distintivos presentes na trama, através da trajetória e desfecho de personagens específicas. Baseados em Souza (2004, p. 22), não direcionamos o exame de *A Regra do Jogo* aos “aspectos formais típicos da linguagem do meio televisivo” nem às “estratégias discursivas das telenovelas ou das suas regras de funcionamento”, mas sim à construção dos personagens e à constituição da trama em que estão inseridos. Assim, ao examinar as personagens femininas dos diferentes núcleos de *A Regra do Jogo*, observamos “as escolhas operadas pela telenovela para desenhar um mundo possível a partir de relações complexas de um mundo real” (SOUZA M., 2004b, p. 23).

Buscando, apesar de nossas limitações teórico-metodológicas, abranger o “real do texto” (SOUZA, 2004b, p. 23), tomamos como referência as seguintes dimensões para se pensar o estilo de vida presente no “mundo possível” da ficção: modos de se representar a mulher (através das relações de gênero no ambiente do trabalho/familiar; nas relações afetivas/sexuais; na maternidade e na feminilidade) e modos de se representar a mulher em cada classe (relações de classe e processos distintivos) através do corpo (aparência, cuidados com o corpo e saúde; cuidados com a beleza; *hexis corporal*; gosto; práticas de consumo). Essas categorias analíticas aplicadas às personagens de *A Regra do Jogo* foram as mesmas que organizaram a análise das receptoras. O objetivo foi o de se traçar um paralelo entre o estilo de vida representado na ficção e o estilo de vida experimentado pelas receptoras, para que se tornasse possível, ao final da tese, verificar como se davam os embates e complementaridades entre as representações de classe na telenovela e as apropriações das mesmas na percepção e conformação do estilo de vida da recepção.

Reflexões sobre as formas de se estudar a televisão e seus públicos, realizadas também por Cacetti; Di Chio (1999), em *Analisis de la televisión*, demonstram que uma das formas de se olhar para o texto audiovisual seria através dos mapas de codificação dos elementos textuais, com base em fichas de análise dos programas escolhidos (contendo desde dados gerais do *corpus* até elementos textuais e escolhas estilísticas). E é aí que a análise de conteúdo se mostrou como um protocolo metodológico possível de se aplicar também à produtos audiovisuais - já realizado por pesquisadores como Leal (1986), Rose (2002) e Rocha (2013). Foi a partir de Bardin (1979) que propomos o auxílio do recurso da análise de conteúdo aplicada ao gênero melodramático, já que a autora reforça que “enquanto esforço de

interpretação, a análise de conteúdo oscila entre os dois polos do rigor da objetividade e da fecundidade da subjetividade" (BARDIN, 1979, p.9). Realizando três das fases propostas por Bardin, tomamos como “unidade de registro” - o segmento de conteúdo considerado por nós como unidade básica - as relações de classe e processos distintivos presentes em *A Regra do Jogo* e em matérias veiculadas pelo *site* da Rede Globo, com vistas a capturar a repetição da temática nos capítulos da telenovela - escolhendo, assim, aqueles que fariam parte de nosso *corpus* -, bem como examinando os capítulos e as matérias que versavam sobre as representações e sobre a construção da caracterização de algumas personagens da telenovela em questão. Aplicamos a análise de conteúdo também aos resumos, sinopse e perfil dos personagens disponíveis no *site* da emissora e à entrevista realizada com as figurinistas da telenovela analisada.

Além da análise de conteúdo aplicada aos capítulos assistidos, resumos, sinopse, perfil dos personagens, matérias veiculadas pela emissora e entrevista com as figurinistas, julgamos necessária a utilização de um protocolo analítico não estruturado como os de matriz semiológica, porém, não apenas centrado em uma esfera interpretativa abstrata para dar conta somente da descrição, mas atento ao exame do figurino e a caracterização das personagens - ou seja, o corpo, a estética, a materialidade do *habitus* - de forma articulada as suas trajetórias. Através da leitura de McCracken, a utilização de um protocolo metodológico semiótico que trabalhasse o corpo - mais precisamente, o vestuário - como linguagem parecia estar justamente na contramão das teorias usadas nesse estudo, que não concebem ser possível uma decodificação do vestir de forma descolada de um contexto sociocultural. Como poderíamos então realizar uma análise das representações construídas a partir da materialidade do estilo de vida levando em conta o contexto e ao mesmo tempo tendo como base um protocolo que decodificasse o vestuário de forma similar à linguagem? Como realizaríamos essa investigação baseada não apenas na esfera interpretativa e tampouco restrita às possibilidades de combinação do vestuário como linguagem? O que se apresentava como um problema para a pesquisa foi solucionado através das palavras de McCracken (2003, p. 96) quando este assume que, apesar de o vestuário, “quanto mais se aproxima da linguagem, menos bem-sucedido revela-se enquanto meio de comunicação” em determinadas circunstâncias, “abastece a sociedade com um conjunto fixo de mensagens [...] visando mais a repetição [...] do que a inovação”. Essa tendência foi percebida em pesquisa documental realizada por Marques (2015) na qual, com base em almanaques da própria Rede Globo, conclui que a emissora possui um



estilo e segue uma “estética da repetição” (CALABRESE, 1989) nas formas de construir as distinções entre as classes sociais no plano ficcional, “abastecendo a sociedade com um conjunto fixo de mensagens” (MEMÓRIA GLOBO, 2008, p. 96). Por esse motivo, ao refletirmos sobre as representações de classe e sobre as formas distintivas presentes no plano ficcional, a partir dos aspectos modificáveis do corpo, usamos como base a aplicação do *roteiro de significado* proposto por McCracken (2003) em conjunto com os dois significados possíveis do vestuário, propostos por Barnard (2003).

Segundo McCracken, um roteiro de significados possível para se abordar os bens de consumo se concentra em três esferas: *o mundo culturalmente construído, os bens de consumo e os consumidores*. De forma resumida, entende que

Uma das maiores limitações das presentes abordagens ao estudo do significado cultural dos bens de consumo é que elas falham em observar que este significado está constantemente em trânsito. O significado está ininterruptamente fluindo das e em direção às suas diversas localizações no mundo social, com a ajuda de esforços individuais e coletivos de *designers*, produtores, publicitários e consumidores [...] Usualmente, ele parte de um mundo culturalmente construído e se transfere para o bem de consumo. Em seguida, este significado se afasta do objeto e se transfere para o consumidor individual. (MCCRACKEN, 2003, p. 99-100).

Partimos então, em um primeiro momento, dos significados vindos do *mundo culturalmente construído* - “*mundo-para-bem*” (MCCRACKEN, 2003, p. 100) -, onde encontram-se a publicidade e os sistemas de moda - e nós sugerimos que aqui se inclua também a ficção audiovisual -, em que diretores/estilistas/produtores (e figurinistas) são os responsáveis por escolherem as categorias de apresentação e as estratégias de significado de determinados bens para os consumidores. Posteriormente, esses significados foram investigados no contato cotidiano dos sujeitos *consumidores* com determinados *bens de consumo* de moda, em um movimento “*bem-para-indivíduo*” (MCCRACKEN, 2003, p. 100).

A colaboração de Barnard (2003) reside em sua noção de que os significados das roupas residem em duas esferas: uma denotativa (sentido literal e factual, geralmente associado ao material, cor e textura de uma roupa) e uma conotativa/ideológica (“sentimentos, associações e impressões que vem à mente” (BARNARD, 2003, p. 139) e relacionam determinados produtos de moda à classe, gênero e idade de uma pessoa). A identificação das representações de classe presentes em *A Regra do Jogo* expostas na mediação da tecnicidade, partiram da noção de que esse significado primeiro estaria, assim, concentrado na esfera

midiática, se construindo através de dois âmbitos 1) denotativo (descrição de cores, formas, tamanhos e texturas das roupas/caracterizações) e 2) conotativo/ideológico (sentidos socialmente atribuídos a cada um desses elementos ao comporem um “corpo midiático”).

Através do embasamento metodológico desses dois autores, foi possível a compreensão das representações construídas através do estilo de vida dos personagens de *A Regra do Jogo*, calcados também na dimensão simbólica da *hexis* corporal, da caracterização e do figurino, que sem sombra de dúvida desempenharam papel decisivo na construção da narrativa ficcional e na leitura das receptoras a respeito dessas representações.

4. Etnografia como guia para a recepção

A experiência cultural vivida por Martín-Barbero ao assistir a um filme (*La ley de muerte*) e interpretá-lo como comédia, enquanto o público de um cinema popular tomava o mesmo filme como um drama, provocou no autor o que posteriormente foi chamado por ele de “arrepio epistemológico”. Nascia aí “la necesidad de cambiar el lugar desde donde se formulan las preguntas” (MARTÍN-BARBERO, 2003, p. 5), acarretando em reformulações metodológicas que permitam ao investigador “ver com la gente, y de la gente, contar lo visto” (MARTÍN-BARBERO, 2003, p. 5)

Baseadas nesse arrepio epistemológico, tomamos o espaço cotidiano como lugar privilegiado para a análise dos processos de recepção de um produto audiovisual e de consumo de bens materiais, e encontramos na etnografia uma forma possível para se compreender como as mais variadas estruturas significativas são produzidas, percebidas e interpretadas pelos agentes sociais por nós observados (TRAVANCAS, 2006, 2011). O estudo etnográfico - razão de ser do antropólogo (GOIDANICH, 2014) - é muito utilizado também por cientistas sociais do campo da comunicação, não sendo diferente na pesquisa que aqui apresentamos: sentimos a necessidade de nos apropriarmos de alguns de seus instrumentos e de atentarmos para algumas características principais do estudo etnográfico, como o cunho qualitativo e empírico, devendo ser realizado a partir da inserção do pesquisador no campo estudado e exigindo, portanto, “um mergulho do pesquisador” não sendo “um tipo de pesquisa que pode ser realizada em um período muito curto e sem preparo” (TRAVANCAS, 2006, p. 100). La Pastina (2006, p. 27) complementa ao compreender que essa “prática de pesquisa de campo, com processos de longa duração de coleta e análise intensiva de dados” vai permitir que se obtenha maior

compreensão da amostra estudada em seu dia-a-dia.

O percurso etnográfico proposto na pesquisa encontrou fôlego na etnografia das audiências (LA PASTINA, 2006), que oferece a possibilidade de contextualização da recepção de programas televisivos na esfera doméstica, indo além do que os receptores falariam ao serem entrevistados, por exemplo. Isso permitiu que se avaliasse “diversos elementos no processo de recepção e como estes interagem em um contexto local onde as observações e interações acontecem” (LA PASTINA, 2006, p. 31), ao mesmo tempo em que dialogamos com os dados obtidos em relação com a cultura e à identidade desses sujeitos.

Cabe explicarmos, porém, que essa etnografia da audiência foi revista e adotada seguindo os apontamentos de Ronsini (2007, 2011), que mostra a necessidade de realizarmos, sobretudo, uma etnografia crítica da recepção, concebida como “conhecimento construído a partir da descrição do contexto espacial e temporal que determina a apropriação dos meios de comunicação” (RONSINI, 2011, p. 2). Essa “apreensão do sentido possível que os atores sociais dão às práticas sociais e culturais produzidas na relação com os meios de comunicação tecnológicos” (RONSINI, 2011, p. 10) se denomina crítica porque visa não apenas demonstrar a capacidade da audiência em resistir à dominação, mas, também, de “revelar e compreender a reprodução social” (RONSINI, 2011, p. 10).

O contato inicial com a amostra da tese ocorreu em julho de 2015, dois meses antes da estreia de *A Regra do Jogo*. Como os instrumentos aplicados abordavam temas muito pessoais como condições de vida, sexualidade, relacionamento e família, e, portanto, pressupunham uma certa confiança na entrevistadora, a seleção das mulheres foi feita a partir de sugestões de pessoas conhecidas. Depois de “fechar” a amostra, através da seleção de amostragem bola de neve, se iniciou efetivamente a pesquisa de campo em setembro de 2015, mês de estreia da novela. Os primeiros passos dados em campo foram a realização de conversas informais, acompanhadas da explicação do objetivo da pesquisa.

As principais ferramentas de coleta de dados da etnografia utilizadas foram a observação participante e o diário de campo - no qual organizamos as observações e reflexões realizadas no decorrer do contato com as entrevistadas em suas residências, no momento da assistência da telenovela - contando também com o auxílio de fontes primárias compiladas por nós, como fotografias do ambiente doméstico das interlocutoras. Outro procedimento metodológico a guiar a pesquisa foi a utilização da entrevista como sistema de coleta de dados. A escolha por esse instrumento se deu por entendermos que as entrevistas, integradas à

etnografia da audiência, fornecem informações adicionais que podem contemplar as questões propostas de forma mais objetiva. Dentre os tipos de entrevista existentes, optamos pela entrevista semiaberta - com base em um pré-roteiro com questões semiestruturadas, que atravessavam uma relação de pontos de interesse, possibilitando que se explorasse de forma mais ampla os assuntos pretendidos. A entrevista aberta surgiu como uma opção secundária, e ocorreu principalmente durante e logo após a assistência da telenovela com nossas informantes. Isso porque percebemos que algumas das mulheres participantes da pesquisa pareciam bloqueadas no momento de realizarmos a entrevista de maneira mais formal, contudo, quando o roteiro de perguntas não estava em nossas mãos, elas sentiam-se totalmente à vontade para debater os mais variados assuntos que a trama da telenovela propiciava, mesmo estando com o gravador ligado. Além disso, acreditamos que esse contato mais “livre” entre investigador e investigado implicou uma relação subjetiva mais densa, e, como afiança Jacks et. al (2017, p. 4) um processo de reflexividade que envolveu os dois. Contudo, de forma a não escaparmos do foco de nossa problemática central, a entrevista semiestruturada, através de um pré-roteiro de questões, forneceu maior segurança para que não deixássemos de fora algum ponto importante para a investigação. No total, foram realizadas 53 entrevistas ao longo de um ano e meio da pesquisa de campo, além de inúmeras conversas informais e dos dados obtidos graças ao diário de campo.

Realizei a última entrevista em fevereiro de 2017, dois meses antes de sair para meu estágio de doutorado sanduíche. Entretanto, nos seis meses em que estive fora, segui acompanhando - e observando - minhas informantes através das redes sociais, como *Facebook* e *Instagram*. Apesar de não trabalharmos teoricamente - em partes, porque o empírico não nos exigiu o contrário - com transmídia, plataformas de convergência, *fandom*, comunidades virtuais, colecionismo e práticas de fãs no ambiente da cultura participativa, não deixamos de olhar atentamente para a virtualidade e suas ramificações. Assim, realizamos a observação - não planejada ou estruturada - das redes sociais de nossas informantes, para, como diz Sifuentes (2017, p. 121) não só saber o que elas “andavam fazendo” após o término da pesquisa de campo, mas também acompanhar algumas postagens que versavam sobre as temáticas de classe, gênero ou consumo, durante a realização da pesquisa, servindo por vezes para corporificar tais temas durante as entrevistas realizadas. Sou “amiga” no *Facebook* até hoje de todas as 8 mulheres que compõe minha amostra e sigo e sou seguida por 7 delas no *Instagram* (uma de classe baixa não possui perfil nessa rede social). Foi através dessas redes que pude

acompanhar a eurotrip realizada por Elena; a postagem de Cecilia sobre os 8 óculos *RayBans* que possui; a loja virtual que Joana lançou com sua filha; a felicidade de Marina ao passar no tão sonhado vestibular de direito e a auto-estima de Priscila após fazer uma escova progressiva e frequentar um salão de beleza pela primeira vez. Todos exemplos que ilustram, ou fornecem pistas, do pertencimento de classe dessas mulheres. A observação da rede foi então complementar, possibilitando que eu mantivesse contato direto (através do Messenger do *Facebook* ou das *Direct* do *Instagram*) ou indireto (através de observações das postagens) com as informantes.

Em quase dois anos de pesquisa de campo, muitas coisas mudaram. Algumas se separaram. Outras engravidaram. Uma reatou o casamento. Outra perdeu um filho. Duas encontraram um novo companheiro. Algumas foram demitidas. Uma iniciou uma nova profissão. Outra realizou o sonho de ingressar na universidade. E esse movimento natural da vida - que, em alguns casos, transformou alguns modos de ser e de perceber determinados temas - deixou a pesquisadora que aqui escreve angustiada. Será que algumas repostas dadas em entrevistas realizadas no início da pesquisa ainda falavam por essas mulheres? Como lidar com a complexidade – e, por vezes, contradição – da vida humana?

A categoria de *contradição* está, segundo García-Canclini, no núcleo da forma com que se concebem os estudos culturais, assim como, para Miller, o aumento dos “trecos” que possuímos apresentam a *contradição* de nos fazerem pensar, ao mesmo tempo em que podem ser prejudiciais. Porque não estender a categoria de contradição para além da reflexão teórica e considerar “as contradições e movimentos dialéticos dos processos e relações de comunicação” (GRHOMANN, 2017, p. 11) como centrais para estudos críticos de recepção? Encontrei alento em Ingold (2015), que, ao construir uma proposta de antropologia da vida, afiança que os seres humanos produzem-se a si mesmos - e uns aos outros - em um campo relacional, em que “se mover, conhecer e descrever não são operações separadas que se seguem uma as outras em série, mas facetas paralelas do mesmo processo – o da vida mesma” (INGOLD, 2015, p.13). Logo, o sujeito, como um ser “perceptivelmente engajado”, se *movimenta*, afetando e sendo afetado pelo mundo, que também está em *movimento*. E foi este *movimento* entrelaçado a outros *movimentos* que geraram narrativas, sentidos e marcas de suas trajetórias. Assim, percebi que as mudanças vividas por essas mulheres – e acompanhadas, em partes, por mim – foram nada mais do que *movimentos* naturais que, ao invés de dificultarem minha análise, se tornaram seu cerne.

5. Perfis sociológicos e etapa analítica dos dados

Na etapa analítica dos dados, nos apoiamos no estudo de caso comparativo, com vistas a entender as semelhanças e as diferenças na apropriação da telenovela por mulheres de diferentes classes sociais, baseadas em Schneider; Schimitt (1998, p. 49) que acreditam que é “lançando mão de um tipo de raciocínio comparativo que podemos descobrir regularidades, perceber deslocamentos e transformações, construir modelos e tipologias” além de identificar “continuidades e descontinuidades, semelhanças e diferenças (SCHNEIDER; SCHIMITT, 1998, p. 49). O estudo comparativo foi realizado com base em perfis sociológicos (LAHIRE, 2004) - que reconstruem as trajetórias das receptoras - nos auxiliando a (re)pensar teórica e metodologicamente a pesquisa de campo nos mais variados cenários em que os indivíduos inserem as suas ações. Apesar de trabalharmos a classe como mediação chave e de entendermos que o gênero possui importante papel de mediador entre sujeitos e contextos sociais, levamos em conta também o conjunto das “relações, compromissos, pertencimentos e propriedades, passados e presentes” dos indivíduos pesquisados (LAHIRE, 2004, p. 7). Isso não quer dizer que a ideia de “indivíduo”, proposta por Lahire, privilegie a subjetividade em detrimento da objetividade, pelo contrário. Para o autor, não há nada mais social do que os problemas pessoais: “o mundo social está tanto dentro de nós como fora de nós” (LAHIRE, 2004, p. 8). De acordo com Lahire (2004, p. 38), as “grandes matrizes socializadoras” como a família, o trabalho, as instituições culturais e de lazer - em estreita sintonia com a mediação da socialidade, proposta por Martí-Barbero - seriam o cerne de seu dispositivo metodológico. Por esse motivo, sugere - e nós concordamos e aplicamos - que esse dispositivo consista na realização de uma série de entrevistas com o mesmo pesquisado sobre suas práticas, comportamentos, maneiras de ver, sentir e agir em diferentes domínios.

Nesta fase, tomamos as considerações feitas por Oliveira-Cruz (2016) em sua tese para pensarmos a posição de classe de nossa amostra a partir dos capitais de Bourdieu (2013), também como guias analíticos. Assim como a pesquisadora, nos apropriamos teoricamente e metodologicamente da proposta de Boudieu, dando atenção não apenas para o capital econômico de nossa amostra, mas também aos capitais cultural, simbólico e social. Jordão (2015, p. 25) igualmente defende e aplica empiricamente as noções de Bourdieu (2013) de que “um trabalho científico de classificação deve levar em conta duas espécies diferentes de

propriedades que têm os agentes sociais: as propriedades materiais (inclusive a apresentação do corpo) e as propriedades simbólicas (que são adquiridas nas relações entre as pessoas, nos jogos de classificação), e não cada uma delas isolada". Sendo assim, foi primordial que o leque de informações sobre nossas informantes fosse o mais amplo possível (OLIVEIRA- CRUZ, 2016). Nos apropriamos, portanto, dos esquemas perceptivos dos capitais econômico, cultural, simbólico e social realizados por Oliveira-Cruz (2016) e o reelaboramos para atender aos nossos objetivos de pesquisa.

Dividimos então nossas entrevistas em 8 instrumentos no total: 7 com questões semi-estruturadas e 1 com fotos e questões mais específicas sobre os modos de se representar as mulheres em *A Regra do Jogo*. Os instrumentos semi-estruturados foram divididos em: 1) dados socioeconômicos (idade, endereço, religião, escolaridade, profissão, estado civil, profissão do companheiro, número de filhos, número de pessoas que residem na casa, formas de lazer preferidas, etc.); 2) gosto cultural (canais e programas favoritos, tempo dedicado à televisão, uso de redes sociais, consumo de cultura, etc.); 3) consumo de telenovela (questões mais específicas sobre *A Regra do Jogo*); 4) disposições de classe em *A Regra do Jogo* (através de personagens específicas); 5) moda, consumo e telenovela (a fim de entender as possíveis relações estabelecidas nessa tríade); 6) classe e consumo (questões voltadas às práticas de consumo e disposições de classe) e 7) gênero e corpo (dividido entre subitens como maternidade, feminilidade, relação com os homens, relação com outras mulheres, família, corpo/aparência).

Na fase interpretativa dos dados, subdividimos a pesquisa em dois momentos. No primeiro, realizamos a transcrição das entrevistas e a construção de perfis sociológicos individuais (LAHIRE, 2004) de nossas informantes. No segundo, que se refere efetivamente à interpretação, analisamos os dados obtidos na aplicação dos instrumentos e na assistência compartilhada da telenovela *A Regra do Jogo* a partir do diálogo - que também facilitou a percepção das recorrências e dissimilitudes - entre as duas mulheres que compõe cada fração de classe por nós pesquisada. As informações obtidas através dos diários de campo e da observação (não estruturada) das redes sociais da amostra foram também incorporados nessa segunda fase. A construção da interpretação dos dados se deu, dentro de cada classe, através das categorias: 1) modos de ser (mediação da socialidade) mulher, modos de ser mulher em cada classe e modos e ser e se apresentar; 2) modos de ver (mediação da ritualidade), abarcando o consumo geral de mídia e as ritualidades na assistência de *A Regra do Jogo*; 3) modos de ler



(mediação da ritualidade) as representações de classe e processos distintivos presentes em *A Regra do Jogo* e 4) telenovela, (des)identificação, estilo de vida e consumo, a fim de discutir sobre as relações que estabelecem entre o estilo de vida da ficção e o estilo de vida experimentado pelas receptoras através das identificações/desidentificações de classe que passam também pelo corpo e pelas práticas de consumo. Por último, apresentamos o capítulo com o estudo de caso comparativo, que nos ajudou a “entender cada classe em relação às demais” (SIFUENTES, 2017, p. 104), percebendo as características específicas de cada uma, assim como as suas consonâncias e contrastes.

6. Apontamentos finais

Propondo a adoção crítica do Mapa das Mediações Comunicativas da Cultura de Martín-Barbero ([1998] 2003), defendemos que a abordagem do texto da telenovela e determinadas representações midiáticas faz-se necessária para compreendermos para além do senso comum o papel do melodrama nas apropriações realizadas pelas receptoras. Apesar de alguns entendimentos contrários, adotamos a perspectiva - também presente nos estudos de Sifuentes (2010), Silva (2011), Wotrich (2011), Ronsini (2012), Oliveira-Cruz (2016) - de que uma pesquisa que privilegia a recepção não perde seu foco ao se realizar primeiramente uma contextualização das representações presentes na narrativa que compõe o *corpus* de estudo para, posteriormente, se apresentar as análises e discussões através das leituras e apropriações realizadas pelas receptoras. Acreditamos que a explanação primeira sobre o texto da novela realizada na tese facilitou não só a análise realizada na esfera da recepção como também incidiu em um melhor entendimento do leitor sobre os modos de ver, de ler e de se reapropriar as representações midiáticas presentes em *A Regra do Jogo* realizados pelas receptoras que compõem nossa amostra.

Ao nos filiarmos aos estudos de recepção, apesar de entendermos que existe uma intencionalidade por parte do polo emissor, nos concentramos nas relações estabelecidas entre as pessoas e a telenovela. Logo, apesar de abordarmos o texto, nosso compromisso não foi a análise aprofundada das estratégias narrativas melodramáticas, mas sim a reflexão sobre as formas com que essas estratégias foram lidas e (re)apropriadas pelas receptoras. Ainda assim, esse olhar para o texto possibilitou inferirmos que, apesar das representações femininas atuais mostrarem diversas e contraditórias formas de se retratar



as mulheres nas telenovelas, algumas dessas representações ainda são culturalmente mais legitimadas que outras. Não apenas através do exame do estilo de vida das personagens, mas também por meio de matérias divulgadas pela Rede Globo e das falas das figurinistas, notamos a permanência de uma tendência de se representar a mulher de classe popular de forma estereotipada, como a “funkeira gostosona”, o “corpão da semideusa do funk” e a ex-prostituta rica, mas “cafona”, demonstrando um movimento da mídia de manutenção de uma sub-representação quanto às condições de classe e gênero. Sub-representações essas, que impactaram de formas diferentes as diferentes classes que compunham a nossa amostra.

Fechamos as reflexões teórico-metodológicas realizadas neste artigo reiterando nosso lugar enquanto pesquisadoras: entendemos que os meios de comunicação de massa criam formas de dominação ideológica que ajudam a reiterar as relações vigentes de poder, ao mesmo tempo em que fornecem instrumentos para construção e fortalecimento de identidades sociais, e (por que não dizer?) para a resistência e para a luta. Um modelo crítico considerado por nós como ideal para captarmos os nexos entre meios de comunicação e audiências estaria no entrelugar: reconhecendo a força da emissão e mantendo um olhar desconfiado para os discursos da mídia, não deixando de considerar o papel da(s) experiência(s) cotidiana(s) na esfera da recepção, sempre atentos a sua capacidade criativa de negociação e também de reprodução hegemônica. Através da perspectiva latino-americana dos estudos de recepção, posta em diálogo com diferentes protocolos analíticos, cremos que isso se mostrou possível não apenas teoricamente, mas também empiricamente.

Referências

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1979.

BARNARD, M. **Moda e Comunicação**. Rio de Janeiro: Rocco, 2003.

BAUER, M.W.; AARTS, B. A construção do corpus: um princípio para a coleta de dados qualitativos. In: BAUER, M.; GASKELL G. (Org.). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**. Petrópolis: Vozes; 2002.

BOURDIEU, P. **Capital simbólico e classes sociais**. Novos estud. – CEBRAP [online]. 2013, n.96 pp. 105-115 . Disponível em:



<http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0101-33002013000200008&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 15 set. 2014.

CALABRESE, O. **La era neobarroca**. Madrid: Catedra, 1989.

CASETTI, F; DI CHIO, F. **Análisis de la televisión. Instrumentos, métodos y prácticas de investigación**. Barcelona; Paidós, 1999.

ESCOSTEGUY, A. C. D. e SIFUENTES, L. O Mapa das Mediações Comunicativas da Cultura: uma segunda onda na abordagem das mediações de Martín-Barbero?. In: **XXV Encontro Anual da Compós**, 2016, Goiânia. Anais do XXV Encontro Anual da Compós. Goiânia: Compós, p. 1-17, 2016.

ESQUENAZI, J-P. **O Sentido do público**. Lisboa: CIMJ/Livros Horizonte, 2005.

FIGARO, R. O trabalho de empiria nos estudos de recepção. In: FIGARO, R.; BRIGNOL, L. (Org). **Trabalho do pesquisador: o desafio da empiria em estudos de recepção**. Curitiba: Appris, 2017.

GOIDANICH, M. Etnografia das compras: uma experiência no supermercado. In: GOIDANICH, M. E.; MEZABARBA, S. R. (Orgs.) **Etnografias Possíveis: experiências etnográficas sobre consumo no ambiente urbano**. Rio de Janeiro: Ponteiro Edições, 2014.

GROHMAN, R. **As classes sociais na comunicação**: sentidos teóricos do conceito. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação). ECA/USP. Universidade de São Paulo. São Paulo, 2016.

_____. Pesquisa teórica e metapesquisa em recepção: desafios e dilemas metodológicos e epistemológicos. In: FIGARO, R.; BRIGNOL, L. (Org). **Trabalho do pesquisador: o desafio da empiria em estudos de recepção**. Curitiba: Appris, 2017.

INGOLD, T. **Estar vivo: ensaios sobre movimento, conhecimento e descrição**. Petrópolis: Vozes, 2015.

JACKS, N. et al. (Coord. e Org.) **Meios e audiências**: a emergência dos estudos de recepção no Brasil. Porto Alegre: Sulina, 2008.

_____. (Coord. e Org.) **Meios e Audiências II**: a consolidação dos estudos de recepção no Brasil. Porto Alegre: Sulina, 2014.

_____. (Coord. e Org.) **Meios e audiências III**: reconfigurações dos estudos de recepção e consumo midiático no Brasil. Porto Alegre: Sulina, 2017.

JORDÃO, J. V. P. de P. **Aparências de classe e hierarquias do cotidiano**. Tese (Doutorado em Sociologia), Universidade Federal de Goiás. Goiânia, 2015.



LAHIRE, B. **Retratos Sociológicos**. Disposições e variações individuais. Porto Alegre: Artmed, 2004.

LA PASTINA, A. Etnografia de audiência: uma estratégia de envolvimento. In: JACKS, N; PIEDRAS, E.; VILELA, M. S. **O que sabemos sobre audiências? Estudos Latino-Americanos**. Porto Alegre: Armazém Digital, 2006.

LAWLER, S. **Identity**. Cambridge (UK): Polity Press, 2014.

LOPES, I V de. **Pesquisa em comunicação**. 8.ed. São Paulo: Edições Loyola, 2003.

MARQUES, C. **Distinção, corpo de classe e estilo de vida**: “As situações que a gente passa, dentro das novelas têm”, 2018. Tese (Doutorado em Comunicação), UFSM, Santa Maria, 2018.

MARTÍN-BARBERO, J. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. 2.ed. Rio de Janeiro: Ed. da UFRJ, 2003.

MCCRACKEN, G. **Cultura e consumo**: novas abordagens ao caráter simbólico dos bens e das atividades de consumo. Rio de Janeiro: Maud, 2003.

MEMÓRIA GLOBO. **Entre tramas, rendas e fuxicos**. O Figurino na. Teledramaturgia da TV Globo. Rio de Janeiro: Editora Globo, 2008.

OLIVEIRA-CRUZ, M. C. B. F. **Dona de casa e da própria vida? Leituras sobre o trabalho feminino na publicidade por mulheres da nova classe trabalhadora**. Tese (Doutorado em Comunicação), UFSM, Universidade Federal de Santa Maria. Santa Maria, 2016.

ROMANO, M. C. J. S. As representações sociais dos pobres nas telenovelas. **Revista Universidade Rural Série Ciências Humanas**, seropédica - Itaguaí - RJ, v. 19-21, n.1-2, p. 21-37, 1999.

RONCINI, V. M. A perspectiva das mediações de Jesús Martín-Barbero (ou como sujar as mãos na cozinha da pesquisa empírica de recepção). In: GOMES, I; JANOTTI JUNIOR, J. **Comunicação e estudos culturais**. Salvador: EDUFBA, 2011.

_____. **A crença no mérito e a desigualdade**: a recepção da telenovela do horário nobre. Porto Alegre: Sulina, 2012.

_____. Telenovelas e a questão da feminilidade de classe. **Matrizes (Online)**, v. 10, p. 45-60, 2016.

SCHNEIDER, S.; SCHIMITT, C. J. O uso do método comparativo nas Ciências Sociais. **Cadernos de Sociologia**, Porto Alegre, v. 9, p. 49-87, 1998.



SIFUENTES, L. **Telenovela e a identidade feminina de jovens de classe popular.** Dissertação. (Mestrado em Comunicação), Universidade Federal de Santa Maria. Santa Maria, 2010.

_____. “**Todo mundo fala mal, mas todo mundo vê**”: estudo comparativo do consumo de telenovela por mulheres de diferentes classes. Tese (Doutorado em Comunicação), FAMECOS, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2014.

SILVA, R. C. da. **Feminino velado: a recepção da telenovela por mães e filhas das classes populares.** Dissertação. (Mestrado em Comunicação), Universidade Federal de Santa Maria. Santa Maria, 2011.

SOUSA, M. W. de. Apresentação. In: JACKS, N. et al **Meios e Audiências II: a consolidação dos estudos de recepção no Brasil.** Porto Alegre: Sulina, 2014.

SOUZA, M. C. J. **Telenovela e Representação Social.** Benedito Ruy Barbosa e a Representação do Popular na Telenovela. Rio de Janeiro: E-Papers Serviços Editoriais, 2004a.

_____. **Analizando telenovelas.** Rio de Janeiro: E-papers Serviços Editoriais, 2004b.

TRAVANCAS, I. Fazendo etnografia no mundo da comunicação. In: BARROS, A.; DUARTE, J. (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação.** São Paulo: Atlas, 2006.

WOTTRICH, L. H. **Envelhecer com Passione:** a telenovela na vida de idosas das classes populares. 2011. Dissertação. Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal de Santa Maria. Santa Maria, 2011.