



O reconhecimento identitário de mulheres da classe média baixa na relação telespectador/telenovela a partir de Avenida Brasil¹

Claudiane, VEBER²

Fabiana, ISER³

Universidade Cruz Alta, Cruz Alta, RS

RESUMO

Inúmeros são os fatores que auxiliam na constituição da identidade do indivíduo, entre eles, destacam-se os meios de comunicação, especificamente a televisão, presente diariamente no cotidiano dos sujeitos. Neste aspecto, esse estudo propõe pensar sobre o reconhecimento identitário na relação do telespectador e da telenovela, a partir do folhetim eletrônico exibido no ano de 2012, pela Rede Globo, Avenida Brasil, refletindo a partir da dimensão da sociabilidade, acerca das mediações de classe social – média baixa - e de gênero – feminino - a fim de buscar o entendimento sobre como esses aspectos atuam na constituição da identidade do sujeito por meio de pesquisa etnográfica realizada com mulheres das faixas etárias dos 35 aos 49 anos e acima dos 50 anos, pertencentes a essa classe, residentes na cidade de Cruz Alta.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação; Cultura; Recepção; Identidade; Telenovela

Introdução

O ser humano vive cercado pelas características do ambiente em que está inserido e no decorrer de sua existência formula pré-conceitos através das vivências que experimenta, pois tudo que o cerca contribui para a formação da sua identidade e, conseqüentemente, para a sua concepção diante das coisas. Por fazer parte do cotidiano do indivíduo, a mídia também contribui na formação identitária, colocando à disposição dele diversos formatos. A maior proximidade das pessoas com a mídia se dá a partir do advento dos meios de comunicação na metade do século XX quando, aos poucos, a

¹ Trabalho apresentado no Intercom Junior – II 7 Comunicação, Espaço e Cidadania do XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 30 de maio a 01 de junho de 2013.

² Graduada em Comunicação Social – Jornalismo da Universidade de Cruz Alta, email: claudianeveber@hotmail.com

³ Orientadora do trabalho. Professora Mestre do Curso de Comunicação Social - Jornalismo da Universidade de Cruz Alta, email: fabianaiser@yahoo.com.br



população passou a adquirir aparelhos destinados a esse fim, como por exemplo, os televisores. Atualmente, pesquisas revelam o elevado aumento⁴ no número desses objetos nas residências. Com eles inseridos nos lares brasileiros, uma grade diversificada de programação é exibida, alcançando os mais variados públicos.

Na televisão, no ranking dos programas mais assistidos nos lares brasileiros figuram as telenovelas, introduzidas na década de 50 e que, desde então, vêm contribuindo no reforço da identidade do indivíduo, o qual é capaz de identificar-se dentro dos próprios meios e ainda, assemelhar-se ao que assiste, podendo inclusive, modificar sua concepção já formulada anteriormente. Ocorre, então, uma recíproca relação de dar e receber entre o indivíduo e a televisão, considerando que tudo o que o indivíduo vivencia, contribui para que sua identidade seja constituída, assim como, a partir de suas identificações junto à assistência, esta passa também a auxiliar na composição da televisão.

Nesse processo de consumo, estudos de recepção denotam para a interpretação do indivíduo sobre o conteúdo que lhe é exibido e, ainda, o reconhecimento que ocorre no discurso dos meios de comunicação, numa recíproca relação entre produto midiático e receptor.

Diante disso, é fundamental entender o processo de recepção, bem como, a maneira com que os telespectadores relacionam-se com as telenovelas, sendo tal assunto relevante no contexto social e da pesquisa em comunicação. Considerando que haja o reconhecimento dos traços identitários por parte do indivíduo na relação telespectador/telenovela é plausível questionar em quais aspectos e quais sentidos a telenovela é capaz de interferir na constituição do indivíduo.

Para tal reflexão, foi realizado um estudo a partir da novela Avenida Brasil, exibida recentemente pela Rede Globo, no horário das 21h. O público-alvo foi composto por mulheres de classe média baixa, das faixas etárias dos 35 aos 49 anos e acima dos 50 anos, residentes na cidade de Cruz Alta. O critério de escolha se deu em função de, além de a classe social referida estar em ascensão no país⁵, ser ela no gênero e na faixa etária proposta, líder do índice de audiência⁶ nos folhetins desse horário, também tidos como os mais assistidos.

⁴ Disponível em: <<http://auvaromaia.com/2011/11/22/ibge-divulga-resultados-de-pesquisa-sobre-radio-e-tv/>>. Acesso em 15 mai. 2012.

⁵ Disponível em: <http://www.sae.gov.br/site/?p=13319>. Acesso em: 7 de novembro de 2012.

⁶ Disponível em: <http://comercial2.redeglobo.com.br/programacao/Pages/avenidabrasil.aspx>. Acesso em 15 mai. 2012.



O processo de recepção

Foi a partir dos estudos de recepção que emergiram novos interesses e aprofundamentos quanto à pesquisa na área da comunicação. Segundo Martín-Barbero (2002, p.39) “a recepção não é apenas uma etapa do processo de comunicação. É um lugar novo, de onde devemos repensar os estudos e a pesquisa de comunicação”. Foi o desenvolvimento de estudos empíricos que permitiu olhar para o processo de uma forma mais ampla entendendo como ele é circular e não linear. A partir dessa circularidade, passamos a refletir sobre o processo no que se refere aos modos de interação ocorridos entre as instâncias. Segundo Martín-Barbero (2002), não basta estudar o que os meios causam nas pessoas, mas também, o que as pessoas fazem com elas mesmas a partir de seus contatos com os produtos midiáticos, pois é a partir da recepção que emanam novos conceitos e maneiras de compreender a comunicação enquanto processo complexo que é.

A presença da mídia na atualidade traz a necessidade de refletir sobre como se dá a apropriação dos bens e das mensagens do indivíduo sobre o produto midiático. Objetivando o entendimento sobre a relação entre receptores e meios, avançando na perspectiva das mediações, apropriamo-nos da concepção de Martín-Barbero do uso social dos meios, que considera o receptor como produtor de sentidos e o cotidiano como espaço de pesquisa. “Os ‘usos’, portanto, são inalienáveis da situação sociocultural dos receptores que reelaboram, ressignificam e ressemantizam os conteúdos massivos, conforme sua experiência cultural, suporte de tais apropriações” (JACKS; ESCOSTEGUY, 2005, p.66).

Nessa perspectiva teórica, a atenção recai sobre o contexto da audiência, sendo ela o elemento que dá especificidade ao uso dos meios e de suas mensagens. Assim, evidencia-se a importância do estudo das mediações, sobre o qual passamos a tratar.

Neste estudo tomaremos como base, as dimensões de mediação propostas por Martín-Barbero que, inspirado na teoria geral das práticas sociais de Bourdieu, transforma os três lugares de mediação inicialmente estabelecidos por ele - cotidianidade familiar, temporalidade social e competência cultural – e apresentados em sua obra *De los medios a las mediaciones* (1987), em quatro dimensões: sociabilidade, ritualidade, tecnicidade e institucionalidade. Quanto a substituição que, mais tarde, Martín-Barbero (2009) propõe da sociabilidade e da institucionalidade pela



cognitividade e pela identidade, respectivamente, compartilhamos da visão de Ronsini (2010, p.7): “Em meu entendimento, identidades e cognitividades podem ser noções embutidas tanto na mediação da socialidade quanto da ritualidade”.

Analisando as diversas propostas de mediações⁷ e conscientes da complexidade do processo comunicacional, estudaremos nossa problemática a partir da sociabilidade, buscando entender a atuação das mediações da classe social e do gênero no processo de recepção televisivo, sem desconsiderar as novas dimensões propostas por Martín-Barbero, mas lançando o olhar a partir da dimensão escolhida. Objetivamos estabelecer uma relação entre as mediações estudadas aqui, considerando que ambas são interligadas no processo e fundamentais para o entendimento do reconhecimento identitário proposto neste estudo.

Conceituando sociabilidade como Ronsini (2010), tomamos essa dimensão como referente às relações cotidianas onde a interação dos sujeitos e a constituição de suas identidades ocorrem.

A socialidade ou sociabilidade concerne às relações sociais, ao indivíduo/sujeito e seus múltiplos pertencimentos identitários com base em referentes individuais, de gênero, etnia e geração que são estruturados a partir de uma posição de classe. A compreensão da socialidade exige uma formação teórica tão ampla que parece reforçar nosso argumento acerca da necessidade de teorias especializadas para entender o processo de recepção e, por conseguinte, a impossibilidade de capturar, teoricamente e empiricamente, o processo inteiro de comunicação (RONSINI, 2010, p.13)

É nesse espaço em que ocorre com maior intensidade a interação entre os indivíduos, estes, cada qual já com identidades constituídas até então. A partir dessa dimensão é que as especificidades de cada indivíduo integrante do processo cruzam-se e passam a agregar como pertencentes para a constituição identitária que se dará a partir dessa relação. Conforme Ronsini (2010, p.11), é a partir das mediações comunicativas que, através da análise da constituição do cultural, encontra-se a ênfase da recepção. “As mediações que atravessam a relação dos receptores com os meios não existem fora da relação com os meios: classes sociais, gênero, etnia, família, escola, grupos de amigos, indivíduos estão sendo modelados pela cultura da mídia”. Apoiados nessa perspectiva, justificamos nosso recorte quanto às mediações adotadas na pesquisa, ao

⁷Outro parâmetro de mediações foi o de Lopes; Borelli; Resende (2002), que a partir da proposta de Martín-Barbero (1987) propuseram as mediações: cotidiano familiar, subjetividade, gênero ficcional e videotécnica. Para elas (2002, p.32) “Os processos de recepção devem ser vistos como parte integrante das práticas culturais que articulam processos tanto subjetivos como objetivos, tanto macro (ambiente imediato controlado pelo sujeito) como macro (estrutura social que escapa a esse controle)”.



considerar a capacidade da mídia atuar em reciprocidade aos sujeitos na sua cotidianidade, sendo que a partir da sociabilidade, olhada aqui a partir da condição socioeconômica e do gênero, presenciemos a atuação dessas mediações na conformação da identidade do indivíduo, o que pode ser observado através dos processos de reconhecimento ocorridos quando da assistência da telenovela.

Dessa forma, avançamos para as questões identitárias, as quais contribuirão no nosso entendimento das apropriações realizadas pelas telespectadoras.

A partir do entendimento da pós-modernidade, a identidade não é uma categoria fixa, e sim, transforma-se de acordo com o modo como o sujeito é representado no sistema cultural que está inserido, levando-o a assumir diferentes identidades em concordância com determinados momentos. A partir da multiplicação dos sistemas de significação e da representação cultural, o ser é confrontado por inúmeras identidades possíveis, com as quais é capaz de isoladamente identificar-se, ao menos, temporariamente.

Os *media* desenvolvem um trabalho ativo em torno das identidades. É através dos meios de comunicação que novos referentes culturais são disseminados. Assim, no processo das identidades, a mídia ocupa “uma posição relevante e um papel activo, embora não inequívocos nem isentos de ambivalências” (PISSARA ESTEVES, 2003, p.99). O autor observa que as identidades têm necessidade de reconhecimento nas experiências cotidianas. É pela mídia que esse reconhecimento acontece. A mídia, portanto, se tornou

[...] um palco principal onde tem lugar este tipo de conflitos simbólicos: uma luta pelo reconhecimento que os media projectam em larga escala e que serve às identidades como meio privilegiado da sua afirmação nos termos mais amplos alguma vez imaginados – superando todas as fronteiras reconhecidas ou imagináveis que os círculos dos contactos sociais convencionais (directos, pessoais, mas sempre algo limitados) podem proporcionar (PISSARA ESTEVES, 2003, p.103).

Nesse sentido é possível pensar numa idéia de continuidade, e não de ruptura no processo das identidades. Abrem-se, hoje, inúmeras possibilidades com os novos padrões culturais.

A telenovela e a representação da realidade

A telenovela é um dos gêneros mais importantes da televisão brasileira, sendo consolidado ao longo das décadas como um dos programas de entretenimento mais



assistidos e consumidos por diferentes classes sociais. O modo como apresenta a realidade, com situações do cotidiano, atrai a atenção dos telespectadores. Nossa observação da telenovela se dá a partir do entendimento de que há na relação do receptor com esse produto um processo de reconhecimento. Buscamos entender como ocorre a negociação de sentidos entre as duas instâncias, buscando também ver como a telenovela age em relação ao público que a assiste.

De acordo com Borelli (2002), os gêneros foram os fios condutores da consolidação da televisão no país, entre eles, a telenovela que enquadra-se como gênero ficcional - folhetim eletrônico. Para Muniz Sodré o sucesso da telenovela depende da combinação da ficção sem fantasia e da moral doméstica.

Sincretizando e homogeneizando o real e o imaginário, a telenovela faz da ficção um espelho do real e incorpora ao enredo fatos correntes e situações contemporâneas. Essa apropriação do real se faz a partir de parâmetros morais da instituição familiar, ajustando seus conteúdos ideológicos a determinados sentimentos, costumes e tendências já existentes socialmente (SODRÉ, 1983 *apud* MELO, 1988, p.51).

Ela serve como uma pausa no ritmo intenso vivido nas grandes cidades ou na monotonia dos subúrbios como forma de entretenimento. Bem com, estabelece uma rotina de assistência. “A televisão firma pactos reguladores com seus telespectadores, a cada pacto correspondido comportamentos espectorais bem definidos; por outras palavras, modos de implicação identitária, mediados pelos programas por eles habitualmente assistidos” (TRINTA, 2008, p. 42).

O folhetim Avenida Brasil⁸ começou a ser exibido pela Rede Globo em 26 de março de 2012 e trouxe como tema principal a ascensão social, utilizando fortemente traços e características peculiares à classe média baixa no seu cotidiano. Escrita por João Manoel Carneiro com direção geral de Amora Mautner e José Luiz Villamarim a história inicia no final da década de 90 e tem a segunda fase desenvolvida em 2012.

De acordo com o Ibope MW Telereport⁹ as mulheres na faixa etária dos 35 aos 49 anos somam 24% do público que assiste às telenovelas das 21 horas e, dominando a audiência com 31%, pessoas de 50 anos ou mais. Referindo-se as classes sociais as pertencentes a classe C equivalem a 52% do público.

⁸ Disponível em: <<http://tv.globo.com/novelas/avenida-brasil/creditos.html>>. Acesso em: 15 mai. 2012.

⁹ Disponível em: <http://comercial2.redeglobo.com.br/programacao/Pages/avenidabrasil.aspx>. Acesso em 15 mai. 2012.



Metodologia da pesquisa

O estudo aqui apresentado foi desenvolvido em três etapas metodológicas. A primeira delas correspondeu à pesquisa bibliográfica. Já a segunda compreendeu a pesquisa de campo, que atuou na aproximação do pesquisador com o objeto e com o público-alvo. Quanto ao produto, primeiramente, foi realizada uma observação da telenovela, a partir de sua assistência. Após, foram delimitados os critérios para a seleção das participantes do estudo e então estas foram escolhidas aleatoriamente conforme o enquadramento dado ao objeto de estudo, sendo selecionadas três participantes pertencentes à faixa etária dos 35 aos 49 anos e uma pertencente à faixa etária acima dos 50 anos. Quanto ao estudo ser desenvolvido junto à classe social estabelecida, justifica-se além do fato de ser a classe que domina a assistência da telenovela e da trama ter sido produzida enfatizando o perfil desta classe, por ela também estar em ascensão no país, tendo aumentado significativamente nos últimos anos, ou seja, muitas pessoas subiram das camadas mais miseráveis para a denominada classe C. Neste estudo não a abordaremos como classe C, mas como classe média baixa e para estabelecer o perfil enquadrado a esta classe social, foi utilizada a proposta definida por Quadros (2002) baseada em Mills¹⁰, que estabelece um parâmetro que vai além da renda, utilizando-se da profissão dos indivíduos, denominada: Estratificação da sociedade brasileira baseada na estrutura de ocupações do mercado de trabalho combinada com o rendimento dos indivíduos, a partir de dados do IBGE. A utilização desta classificação se dá pela ideia de que a renda familiar não pode servir como delimitador do padrão social dos indivíduos, pois outros fatores interferem na constituição deste padrão. Para Quadros (2002, p.4): “[...] em termos de horizontes de vida (acesso às oportunidades, direitos efetivos, “interesses estratégicos”, etc.), indivíduos de uma mesma faixa de rendimentos, mas com diferentes situações de classe, podem revelar distinções cruciais”.

A partir daí, foram aplicadas técnicas etnográficas. Para o momento da coleta de dados realizamos individualmente entrevistas abertas e em profundidade. As telespectadoras selecionadas também foram observadas durante a assistência à telenovela em seu ambiente residencial, pela técnica de observação participante, compartilhando da visão de Cardoso (1986 *apud* TRAVANCAS, 2010) de que o

¹⁰ MILLS, C. Wright - A nova Classe Média (Tradução). Rio de Janeiro, Zahar, 1969.



pesquisador deve estar atento ao se colocar junto ao observado. Tal instrumento etnográfico tem como objetivo verificar a recepção e o comportamento das pesquisadas durante o consumo midiático teledramático.

Com os dados coletados, nossa análise do processo de recepção se dá a partir de análise descritiva, seguida de análise interpretativa, baseada nas considerações dos autores que embasam nosso entendimento acerca da relação das telespectadoras com a telenovela, a partir das mediações socioeconômicas, de sociabilidade e de gênero, quanto aos seus reconhecimentos identitários.

Descrição e resultados da pesquisa

Segue abaixo a descrição das participantes que mantêm uma rotina diária de assistência da telenovela Avenida Brasil:

Entrevistadas da faixa etária de 35 a 49 anos

a) Entrevistada Valéria Adriana da Rocha, referida como “V.A.R”:

Moradora da vila Rocha, de 37 anos, de profissão comerciária, possui ensino superior completo, é casada e reside com o esposo de 38 anos, metalúrgico, com ensino médio completo; com a filha de 20 anos, estudante; e com o filho de 7 anos estudante. Atingem a renda familiar de R\$ 1.500,00 mensais.

b) Entrevistada Flávia Lemos, referida como “F.L”:

Moradora da vila Esperança, de 39 anos, de profissão auxiliar administrativo, possui ensino médio completo, é separada e reside com o filho de 16 anos, estudante; e com a filha de 12 anos, estudante. Possui a renda mensal de R\$ 800,00.

c) Entrevistada Maria Joceli Gomes, referida como “M.J.G”:

Moradora do bairro Brum I, de 41 anos, de profissão recepcionista, mantêm uma união estável e reside com o companheiro de 44 anos, servidor público municipal; e com a filha do casamento anterior, de 18 anos, estudante. Atingem a renda familiar de R\$ 1.400,00 ao mês.

Entrevistada da faixa etária acima dos 50 anos

a) Salete Aparecida da Rosa, referida como “S.A.R”:

Moradora do bairro Santa Terezinha I, de 58 anos, pensionista, é viúva e reside sozinha. Possui a renda mensal de R\$ 622,00.

- Resultados das entrevistas

Quanto a assistência de telenovelas, cada uma das entrevistadas dedica-se de um modo à assistência do folhetim, obedecendo suas disponibilidades e compromissos e



ambas as faixas etárias afirmam que houve mudanças significativas no decorrer nos anos, sendo que as da faixa etária dos 35 aos 49 anos notaram as questões técnicas e a acima dos 50 anos, fez menção quanto as cenas apresentadas atualmente. A telenovela interfere diretamente no cotidiano dos telespectadores, sendo um bem da indústria cultural, que atribui significações aos sujeitos e consequentemente os identifica como pertencentes à uma determinada cultura.

A partir do momento em que ele é diariamente consumido, seria muito difícil pensar na cultura popular brasileira sem pensar a presença maciça do melodrama, como parte de um determinado *ethos* da telenovela como uma espécie de ritual diário, extremamente importante, que tem *significado* na vida das pessoas (LEAL, 2002, p. 114).

O folhetim estabelece uma rotina diária com o público, firmando uma espécie de pacto que garante a assistência em todo o decorrer da trama. O ato de assistir a novela é incluído na lista de compromissos da noite.

Quanto a assistência de Avenida Brasil, constatou-se que o grupo analisado reconhece alguns traços identitários a partir dos personagens e das histórias vividas por eles na trama, a qual é composta pela mistura da realidade com a ficção, através de fatos que assemelham-se a vida do seu público. Mesmos traços foram reconhecidos por mais de uma entrevistada. Provavelmente tal fato se dá devido às características e personalidade das personagens. Essas características ocasionam mais identificação no público do que outras. Temos autores e atores de telenovela como mediadores responsáveis pela composição de personagens constituídos por valores e características adotadas com o objetivo de exercer uma melhor representação. A partir disso, segundo Martín-Barbero (2001 *apud* TRINTA, 2008, p.35) os personagens possibilitam ao telespectador “uma fisionomia sensível e uma personalidade assimilável, em relação às quais se verificam fenômenos (psicossociais) de identificação e de projeção”.

No momento em que o indivíduo projeta-se nas identidades ficcionais, apropriando-se de seus significados e valores, os sentimentos subjetivos e os lugares objetivos do mundo social e cultural alinham-se, fazendo com que a identidade do sujeito seja costurada junto à estrutura que o cerca. No entanto, a identidade unificada é fantasiosa, de acordo com a multiplicação dos sistemas de significação e representação cultural, o ser é confrontado pela multiplicidade de identidades, com as quais é capaz de ao menos temporariamente identificar-se. “Psicanaliticamente, nós continuamos buscando a “identidade” e construindo biografias que tecem as diferentes partes de



nossos eus divididos numa unidade porque procuramos recapturar esse prazer fantasiado da plenitude” (HALL, 2004, p.39).

Quanto às percepções gerais sobre Avenida Brasil, as entrevistadas apontaram pontos positivos e negativos na trama, revelando-se as respostas diferentes para cada uma delas. Observou-se que a personagem Nina, tida como a justiceira da trama e principal personagem não foi mencionada em nenhuma das respostas referentes a identificação ou pontos positivos. Assim, verificou-se que personagens secundárias que servem de apoio ao desenrolar da trama suscitaram mais identificação. Embora, a disputa entre vilã e heroína seja o que segurou o suspense do folhetim, as participantes da pesquisa nem se associaram da ideia de justiça a qualquer preço, explorada na trama. Neste mesmo aspecto notou-se a citação repetida de Olenka e Monalisa, no tópico anterior. Considerando essa menção remetemos o entendimento rumo a ideia de que essas duas personagens possuem perfis que melhor representam as telespectadoras. Em razão de serem batalhadoras, independentes, sonhadoras, determinadas e dedicadas. Características essas consideradas corretas perante a sociedade e também como coerentes junto as pertencentes a classe média baixa.

Quanto à representação da classe social, as participantes foram unânimes em citar o fato de os personagens em sua maioria pertencerem a essa classe. Para elas isso aproxima o telespectador da trama e facilita a relação entre ambos. Tais comentários ocorrem provavelmente devido a elas mesmas terem reconhecido seus traços em dadas cenas, sejam eles físicos, estilo de vida ou de cenários, o que ocasionou também na apropriação das características observadas. As telespectadoras enxergam suas vidas, mesmo que parcialmente, sendo revividas ficticiamente. Seja por simpatia ou por visualizarem marcas de suas vivências, hábitos ou culturas. É a partir da observação desses traços que ocorre o reconhecimento e conseqüentemente a apropriação do que é exibido, evidenciando a relação entre produto e recepção.

Quanto a questão da representatividade do gênero, somente a entrevistada da faixa etária acima dos 50 anos, a considerou exagerada, as demais, concordaram no que refere-se aos vários tipos de mulheres apresentadas, atribuindo tais personagens como condizentes com a realidade.

A telenovela é um gênero feminino, de maneira que, das várias modalidades possíveis, é o melodrama doméstico (Gubern, 1976) que predomina nessas obras, com a tematização do mundo da casa (Da Matta, 1983) e das atribuições femininas na condução da vida afetiva



e familiar. Sendo um gênero feminino, interpela principalmente as mulheres (BORELLI; SILVA; FIGUEIREDO; GOMES, 2009, p. 87-88)

É nessa troca recíproca que desenvolve-se o folhetim. Sendo ele, desenvolvido para as mulheres, nada mais coerente do que assemelhar-se ao gênero, ocasionando em um o outro assemelhamento inverso.

Retomando a representação da classe, sendo essa amplamente enfatizada no desenrolar de todo o enredo e considerando a real ascensão da mesma no país, constatou-se conforme Lidiane Ramirez Amorim¹¹ que Avenida Brasil: “É uma novela menos elitizada, que trouxe questões populares para o roteiro. Creio que o público tem uma identificação com essa temática”. Partindo do fato das entrevistadas terem respondido que tal representação remetia a realidade da classe e considerando que tais respostas só são possíveis por elas mesmas integrarem essa realidade, evidencia-se a relação do telespectador com a telenovela e vice-versa.

A partir das entrevistas também foi possível refletir sobre o fato de que é a partir da mediação de classe que todas as outras perpassam, pois se não houvesse essa não seria possível nem o reconhecimento inicial. Embora reconheçam-se quanto ao gênero, tal só ocorre porque comportamentalmente os pertencentes a uma determinada classe mantêm um certo padrão, resultando no reconhecimento de seus semelhantes.

Quanto aos usos e reelaborações após a assistência, as respostas repetem-se quanto a conversação promovida pós-assistência e quanto a contribuição do folhetim na promoção de mudanças intelectuais e comportamentais dos telespectadores a partir do que é exibido. No entanto, quanto a percepção de cada uma no que se refere a trama, as opiniões diferem-se. Tal fato ocorre considerando a bagagem cultural e o ambiente que cerca cada uma das entrevistadas, pois os indivíduos atribuem significações conforme o seu contexto.

Considerando as respostas de que mudanças no público podem ocorrer devido ao que é apresentado a esta, verifica-se a importância dos meios na constituição da identidade do sujeito. No entanto, devemos atentar para a interferência do contexto que cerca o indivíduo, seja na interpretação da mensagem midiática, seja na atuação dele no ato da constituição, pois tal não acontece isoladamente. Estando a identidade em constante processo de constituição e tal ocorrer a partir de tudo que perpassa pela vida

¹¹ Em entrevista publicada no Jornal Diário de Santa Maria, no Caderno 2, na página 1, datado de 16 de outubro de 2012, sob o título: Oi, oi, oi, eles acertaram em cheio.



do sujeito, sendo que a telenovela é produto consumido diariamente pelo indivíduo, revela-se nessa relação a contribuição desse meio na composição identitária de seu telespectador.

- Resultados da Observação participante

Quanto ao local e a forma de assistência, além das características de gênero, de classe social e de faixas etárias que mais assistem aos folhetins comuns às quatro pesquisadas, com exceção da mais velha que reside sozinha e as demais com as famílias, os contextos aproximam-se. Ambas trabalham e necessitam cumprir com as tarefas domésticas. Todas residem em áreas suburbanas do município e moram em casas semelhantes, de porte médio, onde os gostos de cada uma evidenciam-se na decoração dos cômodos.

Observou-se que nenhuma delas cultua a televisão como objeto sagrado. O aparelho está ali acomodado como parte da família, no local mais acessível a todos ou mais cômodo ao momento da assistência, ou seja, atua como outro morador da residência e não apenas como objeto decorativo

Quanto as ações e reações durante a assistência, no comportamento delas, constatou-se que as saídas necessárias durante a assistência, como ir ao banheiro ou beber água, ocorrem comumente nos intervalos, nunca durante a reprodução do capítulo. Já quanto às expressões das telespectadoras notadas a partir das cenas, as reações diferem. No caso das pertencentes a faixa etária dos 35 aos 49 anos, as cenas românticas, geraram atenção e delicadeza nas expressões, já as cenas em que apareciam Carminha, Max ou Nilo, todas ficavam apreensivas ou demonstravam um ar tenso e de rejeição aos personagens. Notou-se que para a entrevistada acima dos 50 anos, questões morais foram reveladas em suas respostas, principalmente no que se refere a sexualidade das personagens.

Tais diferenciações quanto às reações durante as cenas se dá aparentemente pelos pré-conceitos atuantes ao momento da decodificação e posterior significação e interpretação, pois as leituras variam de sujeito para sujeito. O que para uma pode ser de crucial importância e que desperte seu interesse, para outra, pode não significar nada.

Enquanto às questões referentes a subúrbio e feminilidade, através da observação participante foi possível situar o contexto de cada pesquisada e a partir de então, pensar sobre os reconhecimentos delas junto a novela. Outro ponto a ser observado, é que todas responderam que conversam sobre a trama, seja com colegas, familiares ou vizinhas. Isso prova que a telenovela apresenta um caráter de importância



em seu cotidiano e possibilita inclusive contatos sociais. Esses aspectos denotam para a semelhança demonstrada na trama, em que no subúrbio há essa comunicação social, como nas falas entre vizinhos, que compartilham de momentos juntos em um bar, em um clube de futebol de segunda divisão, em um salão de beleza, ou até de escândalos encenados na frente das casas. Tudo isso atrai o público, pois é como se ele também fizesse parte do enredo, pois a ficção ali representada, lhe desperta familiaridade. É nessa relação de semelhança existente entre produto e recepção e de apropriação, seja a partir de bons ou de maus exemplos, que os sujeitos vão constituindo suas identidades.

Considerações finais

Pensar na comunicação com ênfase na instância da recepção possibilitou observar a importância dos meios de comunicação junto à sociedade. Neste estudo em que exploramos a relação entre a telenovela Avenida Brasil e as telespectadoras da classe média baixa foi possível refletir sobre como as mediações atuam no processo comunicacional.

Esse trabalho permitiu que aprofundássemos-nos na pesquisa, a fim de responder à problemática motivadora do estudo, que questionava quais os aspectos e quais os sentidos que a telenovela é capaz de produzir no indivíduo, através do reconhecimento deste com o folhetim. A esta pergunta acrescentou-se a dimensão da sociabilidade, proposta por Martín-Barbero somada às mediações de gênero – feminino – e de classe social – média baixa.

Os folhetins eletrônicos são construídos para atrair seu público. Sendo assim, é natural que os autores e atores busquem elementos junto ao próprio público, permitindo que o telespectador se veja na TV e evidenciando-se, a relação existente entre ambos e a reciprocidade no processo.

Primeiramente parte-se da existência do reconhecimento identitário das telespectadoras e a partir disso passou-se a pensar sobre o modo como ele ocorre, verificando a obviedade em haver o reconhecimento, pois o folhetim é produzido justamente assemelhando-se ao público. Assim sendo, avançou-se na perspectiva das mediações, observando a contribuição da mediação de gênero e de classe, quando da constituição da identidade dos sujeitos. Sendo o público-alvo composto por mulheres, justifica-se sua identificação e contribuição, do mesmo modo a classe social. Refletiu-se também sobre o fato da mediação de classe ser a base de qualquer outra mediação, considerando que todo indivíduo pertence a uma determinada classe e que ela é o



aspecto determinante quanto a sua constituição de identidade, pois media todos os processos de interpretação que ele promove em sua vivência e que culminam na sua composição enquanto sujeito.

A partir da análise do público alvo foi possível verificar que as pesquisadas são capazes de reconhecer traços identitários na novela, se assemelhar e se identificar ao que assistem. Pode ainda, a telenovela, promover mudanças quanto ao modo de encarar a vida ou de pensar sobre algum assunto. Analisando o processo de reconhecimento do indivíduo através da telenovela foi possível a compreensão – ao menos em parte, considerando a complexidade de entender o processo todo – do processo de constituição de sua identidade. Sendo ela, formulada a partir de tudo que o indivíduo vivencia no decorrer de sua existência, inclusive do que ele assiste nos meios de comunicação.

A relevância acadêmica e científica desta pesquisa na área da comunicação está na contribuição aos estudos de recepção, os quais são relativamente novos e pouco explorados quando comparados a outros aspectos. A pesquisa também abre precedentes para estudos referentes às mediações de gênero e de classe, presentes no processo comunicacional.

REFERÊNCIAS

BORELLI, Silvia Helena Simões. Gêneros ficcionais: materialidade, cotidiano, imaginário. IN: SOUSA, Mauro Wilton (Org). **Sujeito, o lado oculto do receptor**. Tradução: Sílvia Cristina Dotta et al. São Paulo: Brasiliense, 2002, p. 151-165.

_____; SILVA, Josefina de Fátima Tranquilin; FIGUEIREDO, Ana Maria Camargo; GOMES, Márcia. Narrativas da juventude e do feminino. IN: LOPES, Maria Immacolata Vassalo (Org). **Ficção televisiva no Brasil: temas e perspectivas**. São Paulo: Globo, 2009, p.65-109.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Tradução: Tomaz Tadeu da Silva et al. 9 ed .Rio de Janeiro: DP&A, 2004.

ISER, Fabiana. Telejornal e identidade Étnica: mediação e midiatização na recepção do Jornal do Almoço por afro-brasileiros, austríacos e letos. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Programa de Pós Graduação em Ciência e Comunicação, São Leopoldo, 2005.

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



LEAL, Ondina Fachel. Etnografia de audiência: uma discussão metodológica. IN: SOUSA, Mauro Wilton (Org). **Sujeito, o lado oculto do receptor**. Tradução: Sílvia Cristina Dotta et al. São Paulo: Brasiliense, 2002, p. 113-121.

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

MARTÍN-BARBERO, Jesús. América Latina e os anos recentes: o estudo da recepção em comunicação social. IN: SOUSA, Mauro Wilton (Org). **Sujeito, o lado oculto do receptor**. Tradução: Sílvia Cristina Dotta et al. São Paulo: Brasiliense, 2002, p. 39-68.

_____. **De los medios a las mediaciones: Comunicación, cultura e hegemonia**. Barcelona: Gustavo Gili, 1987.

_____. As formas mestiças da mídia. **Pesquisa FAPESP Online**, edição 163, p. 10-15, setembro 2009^a. Entrevista concedida à Mariluce Moura

MELO, José Marques. **As telenovelas da globo: produção e exportação**. São Paulo: Summus, 1988.

PISSARRA ESTEVES, João. Identidades sociais e políticas de reconhecimento. In: **Espaço Público e Democracia – Comunicação, Processos de Sentido e Identidades Sociais**. Lisboa: Cadernos Universitários, Edições Colibri, 2003.

QUADROS, Waldir José. **A evolução recente das classes sociais no Brasil**. Campinas, 2002.

RONSONI, Veneza Mayora. A perspectiva das mediações de Jesús Martín-Barbero (ou como sujar as mãos na cozinha da pesquisa empírica de recepção). IN: XIX Encontro da Compós. Rio de Janeiro: Grupo de trabalho “Recepção, usos e consumos midiáticos” PUC, 2010.

TRAVANCAS, Isabel. Fazendo etnografia no mundo da comunicação. IN: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2010, p. 98-109.

TRINTA, Aluizio Ramos. Televisão e formações identitárias no Brasil. Sociedade e Comunicação: Perspectivas contemporâneas. 1 ed. Rio de Janeiro: Mauad X, p. 31-50, 2008.