



O QUE A TELENOVELA ENSINA SOBRE SER MULHER?: REFLEXÕES ACERCA DAS REPRESENTAÇÕES FEMININAS

Lírían Sifuentes¹

1. Estudando as relações de gênero na comunicação

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 o estudo da mídia no âmbito dos Estudos Culturais latino-americanos². Além disso, alguns estudos têm mostrado, como aponta Charles³, que os meios de comunicação social têm papel importante na construção das identidades femininas, pois difundem representações que servem como parâmetros às espectadoras, seja por sua identificação ou pelas comparações com as realidades contrastantes. Para Charles, os estudos de recepção ainda precisam conhecer mais profundamente como as mulheres se apropriam das propostas femininas apresentadas na mídia.

Na relação entre a questão feminina e o estudo da classe social, Mattos⁴ acredita que existe um abismo entre o discurso das mulheres de classe popular – objeto central desta pesquisa – e suas atitudes, isto é, “uma ideologia da boca para fora”. Para a autora, a ideologia da mulher moderna atinge essa classe apenas de forma residual, sendo mais concreta entre as mulheres de classe média. A reflexão de Mattos se confirma entre as entrevistadas desta pesquisa? Os discursos das jovens são atravessados por esses novos valores? E suas práticas, evidenciam essa ideologia? Ou, de fato, verifica-se um “ideal normativo, um dever ser, distante de sua realidade factual”? Buscamos responder a essas questões ao longo do trabalho.

Segundo Mattos, haveria, portanto, uma divergência no modo de viver as relações de gênero por mulheres de classe popular, por um lado, e de classe dominante, por outro. Desse modo, a posição social se mostra não apenas como uma mediação entre as demais, mas como a que articula

¹ Doutoranda em Comunicação Social na PUCRS. Bolsista Capes. Mestre em Comunicação e jornalista pela UFSM. E-mail: lisifuentes@yahoo.com.br.

² ESCOSTEGUY, Ana Carolina. A contribuição do olhar feminista. *Revista InTexto*, Porto Alegre, n. 3, 1998; _____. *Cartografias dos estudos culturais: uma versão latino-americana*. Belo Horizonte: Autêntica, 2001; _____. Os estudos de recepção e as relações de gênero: algumas anotações provisórias. In: *Ciberlegenda*, <http://www.uff.br/mestcii>, n. 7, 2002.

³ CHARLES, Mercedes. Espejo de Venus: una mirada a la investigación sobre mujeres y medios de comunicación. *Signo y Pensamiento*, n. 28, 1996.

⁴ MATTOS, Patrícia. A mulher moderna numa sociedade desigual. In: SOUZA, Jessé (Org.). *A invisibilidade da desigualdade brasileira*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006, p. 185.



os elementos identitários⁵. A relevância do estudo sobre classe social justifica nossa opção por destacar essa mediação como estruturante dos modos de vida.

A vertente latino-americana dos Estudos Culturais – na qual se insere Martín-Barbero – é central neste trabalho, pois adéqua as investigações iniciadas na Inglaterra à realidade da América Latina. Em 1987, com a obra “De los medios a las mediaciones”, Martín-Barbero propõe uma nova perspectiva para pensar a comunicação, apresentando uma “teoria das mediações”, que é largamente adotada em trabalhos de recepção.

Entendemos que estudar a recepção através das mediações configura-se como uma forma válida de destacar essa autonomia relativa do receptor, compreendendo quais as fontes que atuam nas leituras da mídia. A preocupação em investigar os papéis da família, da escola, da classe social e da telenovela na conformação da identidade feminina deve-se ao entendimento de que essas são instituições/ referentes que afetam profundamente a socialização e a formação dos sujeitos.

Metodologicamente, a pesquisa se configura como uma etnografia da audiência, a qual constitui-se do conhecimento originado na descrição do contexto de apropriação da mídia e refere-se a descrever os meandros do consumo midiático. Dessa forma, realiza-se uma análise atenta ao cotidiano, no que se refere ao bairro, à casa, às práticas, buscando observar a produção de sentidos a partir do receptor⁶. Para alcançar esse objetivo, fazem parte das técnicas de coleta de dados entrevista semi-dirigida, formulário sociocultural, observação do espaço doméstico e assistência conjunta da telenovela, com registro em diário de campo.

A amostra da pesquisa é composta por 12 jovens mulheres, de classe popular⁷, com idade entre 16 e 24 anos. A delimitação etária segue a divisão do IBGE, que define entre 15 e 24 anos a faixa em que estão inseridos os jovens. As condições econômicas do grupo são bastante limitadas, refletidas em casas simples e pequenas, em que moram de duas a nove pessoas; as famílias não têm

⁵ MARTÍN-BARBERO, Jesús. Prefácio. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de; BORELLI, Silvia Helena Simões; RESENDE, Vera da Rocha. *Vivendo com a telenovela: mediações, recepção, teleficcionalidade*. São Paulo: Summus, 2002.

⁶ RONSINI, Veneza Mayora. *Mercadores de sentido: consumo de mídia e identidades juvenis*. Porto Alegre: Sulina, 2007.

⁷ A classificação social das entrevistadas foi definida mediante a metodologia da estratificação sócio-ocupacional, na qual a família é classificada a partir do membro melhor situado economicamente. Os grupos resultantes são reunidos em quatro camadas; média (média classe média e proprietários de pequeno negócio urbano); média baixa (baixa classe média, operários e trabalhadores autônomos); baixa (camada inferior de operários, assalariados populares e trabalhadores autônomos, empregados domésticos e não ocupados); alta (proprietários e alta classe média). (QUADROS, Waldir J. de; ANTUNES, Davi J. N. *Classes sociais e distribuição de renda no Brasil dos anos noventa. Cadernos do CESIT*, n. 30, 2001.). Essa divisão serviu como ponto metodológico de partida para a busca de entrevistadas que fizessem parte do estrato social pretendido por esta pesquisa, classes baixa e média baixa. No entanto, nossa compreensão de classes/ grupos populares vai além do que se define pela profissão do pai, da mãe ou do marido, ou mesmo pela posse de bens materiais. Além da importância da ocupação e da renda familiar, consideramos que as classes populares possuem uma cultura específica, um *habitus* de classe que conforma os modos de agir e pensar.



carro ou os carros são de modelos antigos; pais e irmãos, além das próprias garotas, têm baixo grau de escolaridade, normalmente ensino fundamental incompleto. No momento das entrevistas, três entrevistadas trabalhavam fora (babá, empregada doméstica e monitora/ empregada doméstica) e as demais eram exclusivamente estudantes e/ ou donas de casa. Dentre as 12 jovens, cinco são mães, sendo que dessas, quatro têm um menino e uma tem um casal de filhos.

2. As representações femininas na telenovela

Conforme Brunsdon⁸, o desenvolvimento dos estudos de gênero, no Centro de Birmingham, pode ser notado a partir de 1973-1974, com publicações como: “Images of women”, de 1974; “Girls and subculture”, de 1975; além de “Women take issue”, de 1978, todos textos inseridos no que Brunsdon chama de uma primeira fase da relação entre feminismo e CCCS, que teria como marco final “Feminism for girls”, de 1981. Na primeira metade da década de 1970, o principal eixo de pesquisas era a emergência das subculturas. Na segunda metade, ganham força os trabalhos sobre os meios de comunicação. Em 1976, preocupadas com sua posição relativa no Centro, as feministas criam um grupo de estudos próprio, dentro do CCCS.

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

Com essa perspectiva, ganha valor acadêmico o estudo da *soap opera*/ telenovela, programa de relevância ímpar no Brasil. Contudo, em nosso país, a investigação sobre tal relação tarda a principiar, o que tem relação com o desprestígio do programa e do próprio público consumidor, as mulheres. Embora os trabalhos sobre telenovela tenham um tímido início na década de 1970, sua consolidação só ocorre na década de 1990. Ademais, até hoje são relativamente escassos as pesquisas que exploram questões de gênero na pesquisa da telenovela.

⁸ Apud ESCOSTEGUY, Ana Carolina. A contribuição do olhar feminista. *Revista InTexto*, Porto Alegre, n. 3, 1998. Disponível em: <<http://www.intexto.ufrgs.br>>. Acesso em: 24 jul. 2008, p. 2.



Buscando colaborar para essa vertente de estudos, realizamos o cruzamento entre as representações femininas na telenovela e a recepção das mesmas por mulheres, com o objetivo de compreender de que forma a mídia retrata as mulheres e como essas representações afetam o modo das próprias mulheres perceberem as relações de gênero. Tomamos como objeto empírico a telenovela *Caminho das Índias*⁹, transmitida no horário das 21h (novela das oito) pela Rede Globo. O estudo foi realizado a partir de: a) análise de seis capítulos – 01 (primeiro), 10, 50, 90, 150 e 203 (último) –, que permitiram observar e exemplificar codificações hegemônicas, negociadas e opositivas; b) acompanhamento diário da telenovela, levando-se em conta a trajetória dos personagens, suas relações sociais e afetivas.

Uma das principais representações femininas na telenovela refere-se à valorização da maternidade, tal como Badinter¹⁰ se refere ao falar do mito do amor materno. A obrigação de ser uma boa mãe, e mesmo de ser mãe, é constante em *Caminho das Índias*. A importância de ser uma boa mãe foi retratada, principalmente, por *Melissa* (Christiane Torloni) e *Sílvia* (Débora Bloch), sendo que a primeira fugiu aos padrões, e, a segunda, foi um “exemplo de mãe”. *Melissa*, uma mulher fútil e obsessiva por beleza, tinha um “instinto materno” pouco desenvolvido, visto que se colocava à frente dos filhos, e envergonhava-se deles – da filha, por seu estilo de vestir e falar diferente, e do filho, pela doença psiquiátrica (esquizofrenia). A personagem redime-se no final da novela ao comparecer à apresentação do filho na clínica psiquiátrica, mostrando aceitar sua doença.

Por outro lado, *Sílvia*, após casar-se com *Raul* (Alexandre Borges), deixou de lado a docência e passou a ser esposa e mãe em tempo integral. O fim de seu casamento e a decadência financeira fizeram com que ela voltasse a trabalhar e enfrentasse uma fase difícil, mostrando-se uma mulher batalhadora e mãe dedicada. O prêmio de *Sílvia*, contudo, não foi encontrado no trabalho, mas sim em um novo amor. O casamento com *Murilo* (Caco Ciocler) significou o recomeço e a felicidade para a personagem.

Para a maior parte das personagens da novela, o trabalho era secundário ou mesmo inexistente, o que significaria, seguindo a reflexão de Mattos¹¹, que as mulheres de *Caminho das*

⁹ *Caminho das Índias* estreou dia 19 de janeiro de 2009 e, após 203 capítulos e oito meses no ar, terminou em 12 de setembro de 2009. A trama foi escrita por Glória Perez e dirigida por Marcos Schechtman.

¹⁰ Em “Um amor conquistado. O mito do amor materno”, Badinter demonstra, por meio de inúmeros indícios – como os exemplos das mães frias que tendiam a abandonar os filhos, na França urbana dos séculos XVII e XVIII – que o amor materno inato é um mito. Esse cuidado é, na realidade, uma construção social. Porém, faz parte do imaginário da mulher do nosso século acreditar que tal amor nasce conosco e que, portanto, possuímos um “instinto materno”. (BADINTER, Elizabeth. *Um amor conquistado: O mito do amor materno*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1985.)

¹¹ “A mulher moderna é aquela que se caracteriza por construir sua identidade a partir do trabalho e compreender as relações entre ela e os homens como um fim em si mesmo. [...] O trabalho, tanto na sua dimensão econômica quanto na sua dimensão existencial, seria para a mulher moderna sua principal fonte de reconhecimento social. (MATTOS,



Índias, com algumas exceções, não podem ser consideradas modernas. Seguem, na verdade, o modelo tradicional de comportamento feminino.

Dois importantes exemplos de representações que desvinculam a mulher da necessidade de estar acompanhada de um homem para alcançar a felicidade foram oferecidos por *Inês* (Maria Maya) e *Leinha* (Júlia Almeida). Na trama, estiveram sempre solteiras e felizes, e seus prêmios finais vieram através de conquistas profissionais. *Inês* foi anunciada como a futura presidente da empresa da família *Cadore*, e *Leinha* recebeu proposta para trabalhar como produtora em Hollywood, tendo sua dedicação aos trabalhos audiovisuais reconhecida.

Percebe-se que, em *Caminho das Índias*, a relação entre mulher e trabalho é apresentada de forma positiva: voltar a trabalhar é o início da “volta por cima” de *Sílvia*; o emprego de *Maya* (Juliana Paes), em um *call center*, mostrou que a jovem tinha costumes mais modernos que as demais mulheres indianas; os trabalhos de *Aída* (Totia Meirelles) e *Ciça* (Aninha Lima) na clínica psiquiátrica compunham o retrato de duas mulheres “bem resolvidas”; *Ruth* (Cissa Guimarães) é uma diretora dedicada que busca melhorar a escola onde trabalha; e a falta de uma ocupação produtiva por *Melissa* colabora em seu retrato como uma mulher fútil. Contudo, o trabalho não é central para nenhuma das personagens principais da trama e é a dedicação à família que caracteriza as personalidades femininas. Ademais, parece não ser possível conciliar felicidade profissional e afetiva. O modo como homens e mulheres, na telenovela, são ligados ao trabalho é divergente, permanecendo a representação do feminino vinculado ao espaço privado e do masculino, ao público.

3. Leituras da telenovela: construindo os sentidos do feminino

A clara distinção de papéis de homens e de mulheres na cultura é um elemento essencial na conformação identitária dos gêneros. Para a antropóloga Mary Douglas¹², a marcação da diferença é base na cultura porque a realidade ganha sentido por meio da atribuição de diferentes posições em um sistema classificatório. Woodward enfatiza que essa classificação é aplicada por meio de um princípio de diferença que permite discriminar ao menos dois grupos opostos: nós e eles. Essa oposição traz à tona o desmerecimento de uma das partes, visto que não há um equilíbrio de poder entre os elementos em contraste. Assim, os sistemas classificatórios relacionam-se, de uma forma

Patrícia. A mulher moderna numa sociedade desigual.” In: SOUZA, Jessé (Org.). *A invisibilidade da desigualdade brasileira*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006, p. 172.)

¹² Apud WOODWARD, Kathryn. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. In: SILVA, Tomas Tadeu da (Org.). **Identidade e diferença**. A perspectiva dos Estudos Culturais. Petrópolis: Vozes, 2000.



muito direta, com a cultura e ganham destaque quando se versa sobre questões de gênero, uma vez que a mulher é claramente o lado “fraco” dessa divisão.

Para Bourdieu¹³, a identidade de uma mulher é constituída desde muito cedo, de modo que possa aprender a agir e pensar como uma mulher. A aprendizagem ganha eficiência por ser tácita e incessante. Por serem as identidades, feminina e masculina, definidas como antagônicas, aquilo que para eles é incentivado, para elas é continuamente reprimido: uma moça deve sentar de pernas fechadas, não pode expor determinadas partes do corpo, deve ser delicada, vaidosa e servir às outras pessoas, pois, desse modo, todos aprovarão seu comportamento.

Conforme Franchetto, Cavalcanti e Heilborn¹⁴, identidade de gênero refere-se “à construção social do sexo, ou seja, aos papéis e valores que o constituem em dado momento histórico, em uma sociedade particular, englobando o sexo biológico.” A questão “o que é ser mulher?” carece de respostas definitivas, uma vez que esse significado não é dado universalmente, e sim por meio de contextos concretos, particulares a cada cultura de que se faz parte. “A mulher, como sujeito social que se afirma, não é uma realidade homogênea e monolítica, mas vive, existe na concretude das diferenças sociais e culturais que a constituem.”¹⁵.

Primeiramente, acerca das entrevistadas, é importante destacar que os recursos financeiros limitados das famílias têm papel central na configuração de suas identidades. Realçamos que os modos de ser mulher estão atravessados de forma pungente pela classe social. Sobre a dominação masculina, percebe-se que as jovens absorveram o discurso da mídia, da família, da escola e de outras instituições, uma vez que o senso comum ainda apresenta a divisão das tarefas masculinas e femininas como pré-determinadas pela natureza, havendo um apagamento do papel da cultura na conformação das identidades masculinas e femininas. A escola parece pouco influente, não fazendo discernimentos entre homens e mulheres, nem tampouco incentivando a igualdade entre os gêneros. Os pais ensinam suas filhas a serem, prioritariamente, boas mães e boas donas de casa. Batalhar para a manutenção da família é obrigação feminina, e nisso aparece o trabalho feminino, uma ferramenta para colaborar com a sobrevivência e com o conforto da família, e não uma forma de reconhecimento pessoal e autonomia.

¹³ BOURDIEU, Pierre. *A dominação masculina*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2007.

¹⁴ FRANCHETTO, Bruna; CAVALCANTI, Maria Laura; HEILBORN, Maria Luiza. Antropologia e feminismo. In: FRANCHETTO, Bruna et al. (Org.). *Perspectivas antropológicas da mulher*. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1981, p. 16.

¹⁵ *Ibid.*, p. 43.



Se, de um lado, a classe social impõe restrições ao feminino¹⁶, ensinadas pela família e confirmadas pela escola e outras instituições, de outro, a telenovela dá indícios do que seriam relações mais igualitárias entre os gêneros, influenciando, principalmente, os discursos femininos. A telenovela faz chegar, de forma esparsa, uma ideologia da igualdade de gêneros, que, mesmo sendo problemática, é maior do que na realidade que as cerca. Apesar desse discurso pouco se concretizar em prática, é fundamental, pois também constitui a identidade feminina. Segundo Charles¹⁷,

As mulheres veem a rádio e a televisão como sua única possibilidade de somarem-se ao mundo, de conhecer outras realidades, outras maneiras de viver a vida e de enfrentar os problemas. Isso é sumamente valioso porque permite a elas contrastar e confrontar o que veem e escutam com seu próprio contexto e com sua vida.

Na novela, diferentes tipos de mulher se somam. Elas são mães e esposas, como *Maya*, que apresenta um exemplo de boa mãe, que é universal; são trabalhadoras, como *Cema* (Neusa Borges), mãe dedicada, chefe de família e pertencente à mesma classe social das entrevistadas, o que permite identificação pela proximidade social; são mães solteiras e têm nova chance no amor, como *Duda* (Tania Khalill), sendo essas características comuns as das entrevistadas; são alegres, festivas e bonitas, como *Suellen* (Juliana Alves), que ilustra a imagem da jovem mulher de classe popular.

Nesse sentido, o realismo, aspecto aspirado e alcançado nas telenovelas, na ótica das entrevistadas, permite que as jovens tenham uma aproximação entre o que veem na telinha e o que se deparam na vida real, servindo, assim, como lição de vida e exercendo uma função pedagógica.

A identificação com as personagens das novelas, mesmo que parcial, existe. Mulheres “guerreiras” e humildes são o que há em comum entre as da ficção e elas. No entanto, o que mais se ressalta é uma projeção, não propriamente uma identificação. Querem ser o que veem, mas não são. Não se sabe até que ponto o mundo da TV serve como alento, mostrando representações felizes, ou como angústia, alimentando frustrações.

4. Considerações finais

Apesar de uma aparência de liberdade feminina e de uma ilusória igualdade de gêneros, pesquisas¹⁸ apontam que os modos de representar a mulher na mídia não tiveram mudanças reais

¹⁶ Não estamos afirmando que para as mulheres de classe média as relações entre os gêneros são igualitárias, mas que, para além da submissão feminina que alcança todas as mulheres, as pobres sofrem ainda outras restrições.

¹⁷ CHARLES, Mercedes. *Espejo de Venus: una mirada a la investigación sobre mujeres y medios de comunicación. Signo y Pensamiento*, n. 28, 1996, p. 44.

¹⁸ LEAL, Ondina Fachel. *A leitura social da novela das oito*. Petrópolis: Vozes, 1986; SARQUES, Jane Jorge. *A ideologia sexual dos Gigantes*. Goiânia: Editora da Universidade Federal de Goiás, 1986; ALMEIDA, Heloisa Buarque de. *Telenovela, consumo e gênero: “muitas mais coisas”*. Bauru, SP: EDUSC, 2003; HAMBURGER, Esther. *O Brasil*



nas últimas décadas, e reproduzem modelos conservadores de comportamento feminino. A telenovela, produto ímpar para pensar as representações femininas, apresenta algumas aberturas ideológicas no tocante às relações pessoais e oportuniza a discussão de assuntos considerados tabus, como o sexo. Ao mesmo tempo, não sugere outro papel feminino que não o ocupado pela mulher historicamente. A novela apresenta, portanto, inovações na abordagem de alguns temas, sem, no entanto, apontar novas formas de relações entre homens e mulheres, que sejam de fato mais igualitárias.

A exposição de representações femininas na novela *Caminho das Índias* tem a função de mostrar de que forma os estereótipos estão presentes no discurso midiático, que se soma aos discursos de outras instituições socializadoras – ou outras mediações – para oferecer estruturas de sentido para a construção da identidade feminina. Esses discursos – hegemônicos – são impostos de forma invisível e não se apresentam como imposições, mas como algo agradável, que serve a alguns interesses femininos, conquistando, assim, a cumplicidade das mulheres para sua própria subordinação¹⁹.

A forma fundamental como a mulher é apresentada é, basicamente, a mesma desde as primeiras telenovelas brasileiras. Essas representações não contribuem para uma relação de igualdade de gênero, pelo contrário, reproduzem o padrão de mulher subordinada às vontades alheias. As representações da mulher em *Caminho das Índias* podem ser consideradas negociadas – predomina o hegemônico, com elementos negociados e outros poucos opositivos. A valorização da família, do casamento, do amor como bem principal e da maternidade como dádiva feminina estão presentes na história toda, caracterizando as heroínas.

Como aponta Hamburger²⁰, na telenovela, a realização feminina permanece vinculada às conquistas morais, assim como o fracasso. Ademais, “não há discriminação de gênero propriamente dita a ser enfrentada. A mulher ‘forte’ e ‘liberada’ da novela não reivindica igualdade de condições, cotas, salários. Não aparecem leis, ações, delegacias da mulher.”

Contudo, através dos apontamentos acerca da recepção da telenovela, percebemos que o programa dá indícios do que seriam relações mais igualitárias entre os gêneros. A telenovela faz chegar, de forma esparsa, uma ideologia da igualdade de gêneros, que, mesmo sendo problemática,

Antenado. A sociedade da novela. Jorge Zahar: Rio de Janeiro, 2005; MEIRELLES, Clara Fernandes. *Prazer e resistência: A legitimação do melodrama nos contextos acadêmicos*. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura). Rio de Janeiro: Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2009.

¹⁹ CHARLES, Mercedes. *Espejo de Venus: una mirada a la investigación sobre mujeres y medios de comunicación*. *Signo y Pensamiento*, n. 28, 1996; BOURDIEU, Pierre. *A dominação masculina*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2007.

²⁰ HAMBURGER, Esther. **A expansão do "feminino" no espaço público brasileiro: novelas de televisão nas décadas de 1970 e 80**. *Revista Estudos Feministas*, v. 15, n. 1, p. 153-175, 2007, p. 67.



é maior do que na realidade que as cerca. Entre as mediações empíricas estudadas – família, escola, classe social e telenovela – é a ficção seriada a que propõe um discurso feminino mais inovador. Esse discurso pouco se concretiza em prática, todavia, mesmo assim, é fundamental, pois também constitui a identidade feminina.

Acreditamos que as representações televisivas afetam os modos de ser e agir das mulheres. Conforme Charles²¹, apesar de obras ficcionais, é preciso que as telenovelas ampliem seu leque de representações femininas, fugindo das imagens simplificadas que reduzem a mulher à vida privada, e venham a favorecer uma relação mais igualitária entre os gêneros. “A projeção de novas identidades femininas nos meios é uma exigência da modernidade e um aspecto nodal da comunicação para o desenvolvimento.”

Referência bibliográficas

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

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

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

CHARLES, Mercedes. Espejo de Venus: una mirada a la investigación sobre mujeres y medios de comunicación. *Signo y Pensamiento*, n. 28, 1996.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina. A contribuição do olhar feminista. *Revista InTexto*, Porto Alegre, n. 3, 1998.

_____. *Cartografias dos estudos culturais: uma versão latino-americana*. Belo Horizonte: Autêntica, 2001.

_____. Os estudos de recepção e as relações de gênero: algumas anotações provisórias. In: *Ciberlegenda*, <http://www.uff.br/mestcii>, n. 7, 2002.

FRANCHETTO, Bruna; CAVALCANTI, Maria Laura; HEILBORN, Maria Luiza. Antropologia e feminismo. In: FRANCHETTO, Bruna et al. (Org.). *Perspectivas antropológicas da mulher*. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1981.

HAMBURGER, Esther. *O Brasil Antenado. A sociedade da novela*. Jorge Zahar: Rio de Janeiro, 2005.

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

²¹ CHARLES, Mercedes. Espejo de Venus: una mirada a la investigación sobre mujeres y medios de comunicación. *Signo y Pensamiento*, n. 28, 1996, p. 49.



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

MARTIN-BARBERO, Jesús. *De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía*. 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.

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

QUADROS, Waldir J. de; ANTUNES, Davi J. N. Classes sociais e distribuição de renda no Brasil dos anos noventa. *Cadernos do CESIT*, n. 30, 2001.

RONSINI, Veneza Mayora. *Mercadores de sentido: consumo de mídia e identidades juvenis*. Porto Alegre: Sulina, 2007.

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

WOODWARD, Kathryn. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. In: SILVA, Tomas Tadeu da (Org.). **Identidade e diferença**. A perspectiva dos Estudos Culturais. Petrópolis: Vozes, 2000.