

**ESTUDOS DE RECEPÇÃO QUE ARTICULAM
IDENTIDADE E GÊNERO: ANÁLISE DO GT
DE RECEPÇÃO DA COMPÓS DESDE 2010***

VALQUIRIA MICHELA JOHN
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
CURITIBA, PARANÁ, BRASIL
VMICHELA@GMAIL.COM

JOANA GALL PEREIRA
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
CURITIBA, PARANÁ, BRASIL
JOANAGAL@GMAIL.COM

LARISSA ADRYELLEN DRABESKI
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
CURITIBA, PARANÁ, BRASIL
LARISSADRABESKI@GMAIL.COM

*Artigo originalmente apresentado no GT Comunicação e Gênero, do 10o ENPECOM, Curitiba – PR, setembro/2018.

**ESTUDOS DE RECEPÇÃO QUE ARTICULAM IDENTIDADE E GÊNERO:
ANÁLISE DO GT DE RECEPÇÃO DA COMPÓS DESDE 2010**

Resumo: A fim de analisar como são abordadas as temáticas gênero e identidade nos estudos de recepção, foram analisados os trabalhos apresentados no GT de Recepção da Compós entre 2010 e 2018. Dos 88 trabalhos do período, 12 abordam gênero e sete trazem a identidade para a discussão. Há ainda sete artigos que fazem o tensionamento entre as duas abordagens. Apesar do crescente interesse em relação aos assuntos, percebemos um vasto campo ainda a ser debatido que articule gênero e identidade
Palavras-chave: Gênero; Identidade; Estudos de Recepção.

**ESTUDIOS DE RECEPCIÓN QUE ARTICULAN IDENTIDAD Y GÉNERO:
ANÁLISIS DEL GT DE RECEPCIÓN DE LA COMPÓS DESDE 2010**

Resumen: A fin de analizar cómo se abordan las temáticas género e identidad en los estudios de recepción, se evaluaron los trabajos presentados en el GT de Recepción de la Compós entre 2010 y 2018. De los 88 trabajos del período, 12 abordan género y siete traen la identidad para la discusión. Hay todavía siete artículos que hacen el tacto entre los dos enfoques. A pesar del creciente interés en relación a los asuntos, percibimos un vasto campo aún a ser debatido sobre género e identidad
Palabras clave: Género; Identidad; Estudios de Recepción.

**RECEPTION STUDIES THAT ARTICULATE IDENTITY AND GENDER:
ANALYSIS OF THE RECEPTION'S WG OF COMPÓS SINCE 2010**

Abstract: In order to analyze how gender and identity issues are approached in the reception studies, the papers presented in the Compós Reconstruction Working Group between 2010 and 2018 were evaluated. Of the 88 papers of the period, 12 deal with gender and seven bring identity to the discussion. There are still seven articles that make the tension between the two approaches. Despite growing interest in issues, we see a lot of opportunities to be debated on gender and identity
Keywords: Gender; Identity; Reception Studies.

1 INTRODUÇÃO

O enfoque nas conexões entre meios e sujeitos trazidos pelos estudos de recepção latino-americanos representaram uma renovação importante para a área da Comunicação. Entre os temas que passaram a ser discutidos nas pesquisas da área estavam questões relacionadas à construção das identidades dos receptores. A forma como os meios de comunicação constroem e fazem circular os estereótipos sobre etnia, classe, gênero, e consequentemente, como essas imagens são apropriadas e tensionadas pelos sujeitos passaram a estar na pauta dos estudos.

Entre as diversas razões para se escolher a relação entre identidade e gênero como tema de estudo, podemos destacar a imagem da mulher ou do homem, que por vezes é reforçada através dos conteúdos midiáticos – em grande parte, inclusive, de forma limitada e resumida. Os papéis sociais atribuídos ao masculino e ao feminino que circulam na mídia demonstram, muitas vezes, estereótipos de gênero que atravessam os processos de identificação dos sujeitos. É para essa relação que se volta a atenção nesse artigo, com o objetivo de identificar o quanto a relação de gênero com a identidade tem sido analisada entre os estudos de recepção no Brasil, tendo como foco os artigos apresentados durante o Encontro Anual da Compós. Buscamos responder à questão: “De que forma os pesquisadores correlacionam gênero e identidade aos estudos de recepção?”.

O estudo, que se caracteriza como documental, inserindo-se na proposição das pesquisas denominadas como “estado da arte” (FERREIRA, 2002), foi realizado com base na análise de conteúdo proposta por Bardin (2016), tendo como recorte analítico o intervalo entre os anos de 2010 e 2018. A escolha dos encontros anuais da Compós se justifica pela importância histórica que o evento tem para a área da Comunicação. Fundada em 16 junho de 1991, a Compós congrega como associados os Programas de Pós-Graduação em Comunicação em nível de Mestrado e/ou Doutorado de instituições de ensino superior públicas e privadas no Brasil” (COMPÓS, 2018). Atualmente, são 20GTs¹ que reúnem pesquisadores e pesquisas de todas as regiões do país, especialmente aquelas desenvolvidas no âmbito dos PPGs em Comunicação.

A partir da análise de trabalhos sobre gênero e identidade é possível lan-

1 O número e nomenclatura dos GTs foram mudando ao longo dos anos, de acordo com sistema de reativagem dos GTs.

çar luz sobre o desenvolvimento dessas pesquisas nos últimos anos e sobre as tendências para o desenvolvimento de estudos na área.

2 ESTUDOS DE RECEPÇÃO NO BRASIL

Entrando no universo dos estudos de recepção, Escosteguy e Jacks (2005) traçam um panorama sobre este segmento de pesquisa, explicando que o estudo dos efeitos, primeira abordagem citada pelas autoras, teve sua origem na década de 1920. O objetivo inicial era de resolver a questão da preocupação com os novos meios que apareciam na cena moderna e, essa foi a primeira perspectiva a refletir sobre as consequências da industrialização na relação com a mídia e suas repercussões nos sujeitos. Essa linha de estudos foi recebendo diferentes olhares, mas, em qualquer perspectiva, reside a ideia de que o efeito é consequência do estímulo comunicativo, e define-se em sua relação com opiniões e atitudes, incidindo, em razão disso, diretamente na conduta dos indivíduos. Diferentes linhas de estudos surgiram referentes ao tema, passando pelas tradições internacionais, a visão latino-americana e, por fim, a trajetória brasileira nos estudos de recepção (ESCOSTEGUY e JACKS, 2005).

Entre as vertentes dos estudos de recepção latino-americanos, as autoras destacam o Uso Social dos Meios, uma concepção apresentada por Martín-Barbero para entender a relação entre receptores e os meios. A proposta nasce da necessidade de entender a inserção das camadas populares latino-americanas no contexto de subdesenvolvimento e, ao mesmo tempo, de um processo acelerado de modernização, que implica no aparecimento de novas identidades e novos sujeitos sociais, forjados, em especial, pelas tecnologias de comunicação. Em relação ao Brasil, o desenvolvimento da pesquisa de audiência inicia nas décadas de 1950 e 1960, mas afirmando-se sobretudo através de seu caráter comercial. Tratava-se de pesquisa voltada para o mercado, em que prevaleciam os interesses do anunciante e dos meios de comunicação. A realidade começou a mudar anos mais tarde, quando se iniciaram as pesquisas no campo da recepção na área acadêmica – ainda que a princípio, fora da área da Comunicação (ESCOSTEGUY e JACKS, 2005).

Desde então, para Escosteguy (2008), a pesquisa brasileira e as práticas de recepção tornaram-se um foco de atenção permanente dos pesquisadores. No final dos anos 1980, essa temática se consolidou como uma vertente de investigação no campo acadêmico da Comunicação. Depois da circulação e incorporação da teoria das mediações de Martín-Barbero, a

partir da obra *Dos Meios às Mediações*, de 1987, em diversos estudos do final dos anos 90, observou-se uma forte atenção ao contexto dos receptores, bem como o fraco interesse em relação ao conteúdo propriamente dito dos programas. “Depois de um período em que se atribuiu um poder excessivo aos *media* nos anos 70, veio outro que deu o poder aos receptores nos anos 90” (ESCOSTEGUY, 2008, p.31).

A teoria das mediações foi revisada ao longo dos anos pelo próprio Martín-Barbero, incorporando a complexidade do processo comunicativo a partir de leituras feitas do mapa das mediações. Ao dar “mais densidade epistemológica ao momento de conhecer o que vem da comunicação” (MARTÍN-BARBERO, 2009), o autor recolocou a questão da presença dos meios na sociedade e atentou para o protagonismo do comunicativo. A proposição das *mediações comunicativas da cultura*, apresentada no segundo mapa, de 1998, trouxe uma articulação entre produção e recepção, que passou a refletir a visão de centralidade dos meios e dispositivos midiáticos na vida social, ao passo que propõe um olhar globalizante sobre o processo comunicativo (LOPES, 2018). Dessa forma, os pesquisadores são convidados a expandir a visão para além da recepção e pensar nas mediações que competem também à esfera da produção.

Mais tarde, outras revisões foram elaboradas pelo autor, incorporando ao mapa aspectos do ecossistema comunicativo e como esse é afetado por tecnológicas e da sociedade (LOPES, 2018). A perspectiva de Martín-Barbero tem sido um eixo central nos estudos de recepção realizados no Brasil a partir dos anos 1990 como apontam os mapeamentos realizados por Jacks, Menezes e Piedras (2008) e Jacks et al (2014; 2017), aspecto também observado nos trabalhos que constituem o corpus de análise desta pesquisa.

2.1 Identidade e recepção

Ainda de acordo com Escosteguy (2008), a pesquisa de recepção não apenas trata da relação dos receptores com os meios de comunicação, mas ao permitir que esses mesmos receptores falem, eles vão construindo uma percepção de si mesmos, ou seja, sua identidade. Para ela, essas narrativas constituem as identidades culturais que dizem respeito ao nosso pertencimento a distintas culturas étnicas, raciais, religiosas, de sexo, de idade, de gênero, de classe, entre outras, e são definidas historicamente e não biologicamente.

As reflexões sobre identidade se constituíram como um dos eixos

centrais nos estudos de recepção brasileiros, sendo um conceito bastante acionado para a compreensão da relação do receptor com os meios. A descentralização das identidades ocasionadas pelos processos de globalização esteve no centro dos debates que acompanharam a propagação dos Estudos Culturais na América-Latina nos anos 1980. No que se refere à utilização da temática das identidades no Brasil, na década de 1990, foram produzidas quatro dissertações e uma tese relacionando identidade aos estudos de recepção². Já nos anos 2000, o interesse cresceu consideravelmente, passando para 51 pesquisas (WOTTRICH, 2014)³. Por fim, entre os anos de 2010 e 2015 o interesse se manteve, com o levantamento de 22 investigações entre os programas de pós-graduação⁴ (OIKAWA E SILVA, 2017).

A noção do deslocamento do sujeito diante das mudanças ocasionadas pela globalização foi colocada em debate por Stuart Hall - o autor é a principal referência dos estudos de recepção que discutiram identidade, sendo o mais citado nas teses e dissertações entre os anos de 2000 a 2009 (WOTTRICH, 2014) e 2010 e 2015 (OIKAWA E SILVA, 2017). A crise de identidade de que trata Hall leva à fragmentação de diversos cenários que até então eram referência para a identificação dos indivíduos, dentre eles as paisagens de gênero e sexualidade (HALL, 2000). A temática da identidade tem sido eixo relevante para os estudos de recepção e o estudo dos múltiplos aspectos que atravessam a constituição do sujeito, dentre eles o gênero, aparece cada vez mais frequente entre esses estudos, como veremos nos tópicos a seguir.

2.2 Gênero e recepção

A diferença entre mulheres e homens é inegável. O que se constrói em nome dessa diferença, porém, é que merece reflexão: visões dicotômicas tornam-se pronunciadas; relações seguem pautadas pela desigualdade e o poder vai sendo exercido com a preservação de assimetrias, como defende Melo (2014). Para a autora, o espaço público da produção coube aos homens

2 De um total de 45 estudos de recepção (entre teses e dissertações) desenvolvidos nos então 11 PPGs em Comunicação brasileiros. (JACKS, MENEZES E PIEDRAS, 2008)

3 De um total de 209 estudos de recepção (entre teses e dissertações) desenvolvidos nos então 44 PPGs em Comunicação brasileiros (JACKS et al, 2014)

4 De um total de 102 estudos de recepção e 71 de consumo midiático (entre teses e dissertações) (JACKS et al, 2017)

e, o espaço privado, da reprodução, ficou reservado às mulheres. Queiroz (2014) completa dizendo que, culturalmente, foi incutida nas famílias a ideia de que a mulher é naturalmente responsável pelo trabalho doméstico, sem que, para isso, tenha qualquer reconhecimento ou gratificação.

As questões envolvendo gênero se apresentam na mídia muitas vezes reafirmando as diferenças construídas e determinadas entre homens e mulheres. Brabo (2010) observa que, apesar de contribuir para a questão de discussões relacionadas à problemática feminina e das relações de gênero, o mal-uso da imagem da mulher em propagandas, por exemplo, é uma constatação tanto na mídia impressa quanto na TV que contribuem para o perpetuar a subordinação e inferiorização da mulher. Os meios de comunicação são instrumentos que podem estar a serviço da educação, da cidadania, da mudança. Contudo, podem também servir para reforçar estereótipos e preconceitos colaborando para o processo de dominação existente em nossa sociedade”. (BRABO, 2010. p.111)

John e Costa (2014) afirmam que o discurso da mídia ocupa papel privilegiado na narrativa e na construção das representações acerca do feminino e do masculino na sociedade. Como significativa parte da história diária é narrada pelos meios de comunicação, sua construção discursiva pode contribuir para a desmistificação de tabus, mitos e estereótipos ou, ao contrário, para reforçá-los e legitimá-los. “Nesse sentido, é importante verificar como as identidades femininas/masculinas são construídas pelos meios, mas mais do que isso, como são significadas, apropriadas e reelaboradas pelos consumidores dos conteúdos midiáticos” (JOHN e COSTA, 2014, p.217). Tomazetti e Coruja (2017) reafirmam essa ideia, explicando que as instituições midiáticas possuem um status definidor na propagação e/ou desmistificação das construções e das interpelações de gênero na esfera cultural. Para os autores, é importante refletir como os estudos em comunicação vêm pensando as problemáticas de gênero, principalmente sob o viés do consumo e da apropriação dos discursos midiáticos pelos sujeitos, de modo a propor novas esferas de pensamento social.

Ainda assim, vale destacar os dados registrados no Brasil nas últimas décadas, em relação aos estudos de gênero. Na década de 1990, apenas sete estudos tratavam de recepção feminina⁵. Já entre os anos de 2000 a 2009,

5 De um total de 22 trabalhos que refletiam questões sobre as mulheres e a mídia, defendidos em PPGs de Comunicação brasileiros. (JACKS, MENEZES, PIEDRAS, 2008)

houve uma maior articulação dentro da categoria e se encontram, também, os primeiros trabalhos problematizando questões da identidade de gênero: 30 estudos focam nas mulheres como público⁶. Desse total, 15 promovem a discussão sobre recepção e relações de gênero. Por fim, entre os anos de 2010 e 2015, destacam-se 33 trabalhos⁷ que tratam da temática – sendo que 19 deles são estudos de recepção (TOMAZETTI; CORUJA, 2017).

2.3 Estudos de recepção sobre identidade na Compós

Entre os anos de 2010 e 2018, foram apresentados 88 artigos dentro do GT Recepção: Processos de Interpretação, Uso e Consumo Midiáticos, que na sequência será apresentado como GT de Recepção. A partir da análise do título, resumo e palavras-chave foram filtrados os trabalhos que continham a palavra identidade⁸. O primeiro trabalho sobre a temática no período analisado é de 2014 e a discussão aparece todos os anos desde então. Com destaque para 2016, quando três artigos abordaram o tema.

Quadro 1: Trabalhos de recepção que abordaram a temática identidade

Trabalho	Autor	Universidade	Ano
Pesquisas de recepção em jornalismo: o Jornal Nacional como objeto de estudo e a identidade como categoria de análise.	Lourdes A. P. Silva, Felipe da Costa e Erika Oikawa.	UNISA - SP UFSC - SC CESUPA - PA	2018
Telenovelas, classe e capital simbólico.	Veneza Ronsini.	UFSM - RS	2017
Os sentidos das telenovelas nas trajetórias sociais de mulheres da classe dominante.	Veneza Ronsini, Otávio Rosa, Hellen Barbiero, Marina Machiavelli.	UFSM - RS	2016
Problematizações para pensar as apropriações/produções digitais de jovens.	Lívia Saggin e Jiani Bonnin.	UNISINOS- RS	2016

6 De um total de 209 estudos de recepção produzidos na década. (TOMAZETTI; CORUJA, 2017, p.173)

7 De um total de 191 estudos analisados sobre gênero (TOMAZETTI; CORUJA, 2017, p.174).

8 Para esse estudo, optamos por incluir apenas os trabalhos que incluem o termo específico identidade.

O Fandom e seu potencial como comunidade interpretativa: uma discussão teórico-metodológica para os Estudos de Recepção.	Regiane Ribeiro.	UFPR - PR	2016
Uma abordagem paranaense sobre o consumo cultural juvenil e a convergência midiática: um relato analítico.	Regiane Ribeiro e Celsi Brönstrup Silvestrin.	UFPR - PR	2015
Cultura, identidade e Perspectivas de Cidadania: Uma pesquisa de recepção dos processos comunicativos na comunidade CS POA.	Tamires Ferreira Coêlho.	UFMG - MG	2014

A concentração regional dos estudos é notável: seis trabalhos foram apresentados por pesquisadores ligados a instituições da região Sul, sendo um deles fruto de uma coprodução entre Santa Catarina, São Paulo e Pará. Somente no Rio Grande do Sul, foram produzidas quatro pesquisas sobre a temática nesse período, o que demonstra a tradição dos programas sulistas nesse tipo de estudo. Por outro lado, a concentração pode ter como consequência uma limitação dos tipos de identidade analisados, bem como das populações e dos fenômenos investigados.

A principal referência entre os trabalhos que discutem identidade é Stuart Hall, citado em seis pesquisas, seguindo a tendência já verificada por Wottrich (2014) e Oikawa e Silva (2017) que destacaram o autor como o mais citado em teses e dissertações que discutem identidade em estudos de recepção. Outro autor bastante relevante para a área é Jesús Martín-Barbero, citado em cinco dos trabalhos, o que destaca a contribuição do seu modelo das mediações para os estudos de recepção e demonstra a possibilidade de articulação ao conceito de identidade.

Identidade cultural (COÊLHO, 2014), identidades juvenis (RIBEIRO e SILVESTRIN, 2015; SAGGIN e BONIN, 2016), identidade de gênero (RONSI NI et al, 2016), identidades dos fãs (RIBEIRO, 2016) e identidade de classe (RONSI NI, 2017) foram os tipos de identidade analisados nos sete artigos encontrados no período. A variedade de temáticas reafirma a diversidade de processos que atravessam e são atravessados pelas questões das identidades. Um dos trabalhos discute a questão metodológica, tratando a identidade como categoria de análise para estudos de recepção em jornalismo (SILVA, COSTA e OIKAWA, 2018).

2.4 Estudos de recepção sobre gênero

O estudo analisou também artigos que tinham alguma relação com a temática das identidades e relações de gênero. Para conseguir identificá-los, foi produzida uma listagem com as seguintes palavras-chave: gênero, relações de gênero, identidade de gênero, ideologia de gênero, mulher, mulheres, feminino(s), feminismo(s), machismo(s), sexualidade, homossexualidade, transgênero, transgeneridade, cisgênero, orientação sexual, masculinidade(s), homofobia, transfobia, lesbianismo, lésbica(s), gay(s), lesbofobia, teoria queer, queer. Logo após a seleção, os artigos foram categorizados em uma tabela, identificando alguns pontos principais como título, autores, ano de produção, tema, metodologia de pesquisa.

Dentro do período, 12 artigos foram identificados relacionados com o debate sobre gênero. Esse dado reafirma a relativa baixa incidência dos estudos que relacionam gênero e recepção dentro dos estudos de comunicação, já tratada por John e Costa (2014) e Messa (2008). Apesar de que, ao menos em relação aos encontros da Compós, os números apresentam um crescente interesse no tema. Somente nos dois últimos anos de evento, por exemplo, foram encontrados seis trabalhos com essa abordagem. Outro destaque sobre o tema é levantado por Tomazetti e Coruja (2017), ao afirmarem que existe certa comodidade no uso de quadros teóricos conceituais formadores das pesquisas de recepção, muitas vezes, deixando de lado a possibilidade de produzir novos conceitos e enfrentamentos entre a teoria e o objeto. Para os autores, existe uma grande lacuna em relação às temáticas de homossexualidade e masculinidades dentro dos estudos de gênero, aspecto que também já havia sido apontado por John e Costa (2014).

Os últimos anos do evento, em 2017 e 2018, foram os que mais registraram estudos relacionados ao tema, com três e quatro trabalhos, respectivamente. Durante alguns períodos, entretanto, nenhum trabalho abordou a temática, foi o caso dos anos 2010 e 2012, por exemplo. Embora ainda tímido, o crescimento dos últimos anos torna o cenário dos pesquisadores da área mais otimista.

Sobre os ambientes e formatos em que as pesquisas foram realizadas, notamos que a televisão é um dos principais veículos no que se refere aos estudos de recepção que articulam a temática de gênero. Seis pesquisas foram realizadas com o aporte da televisão – em trabalhos relacionados principalmente com mulheres e telenovelas. Já o meio internet foi o segundo escolhido, com a presença de quatro trabalhos. Um dos estudos é “A po-

tência metodológica dos afetos na pesquisa em Comunicação e a experiência das sertanejas no Facebook” (COELHO, 2018), no qual a autora fez uma análise das mulheres sertanejas do Piauí, conectadas na rede social. Já outro realizado no ambiente virtual foi “Circulação de Sentidos Sobre a Mulher da América Latina: Reflexões e Tensionamentos a Partir da Recepção Transmidiática de *Orange is The New Black*” (RIBEIRO; JOHN, 2017), abordado no próximo tópico. Por fim, o último trabalho identificado utiliza a revista impressa feminina como objeto de análise: “Propaganda e humor: suavizando as relações de gênero” (MACEDO, 2011). Vale ressaltar que, dentre os estudos selecionados, esse é o único que realiza uma pesquisa baseada em campanhas publicitárias. No artigo, a autora busca investigar como as campanhas das sandálias para mulheres (marca Havaianas) utilizam o humor e seus efeitos entre as consumidoras.

Quadro 2: Trabalhos de recepção que abordaram a temática gênero.

Trabalho	Autor	Universidade	Ano
As latinas que vemos: a recepção das personagens da série <i>Queen of the South</i> .	Paulo Júnior Melo da Luz.	Unisinos/Rio Grande do Sul	2018
A potência metodológica dos afetos na pesquisa em comunicação e a experiência das sertanejas no Facebook.	Tamires Ferreira Coêlho.	UFMG/ Minas Gerais	2018
Sobre costurar realidade social e realidade empírica na recepção: uma proposta de sistematização de gênero e classe como conceitos analíticos a partir do habitus.	Milena Freire de Oliveira-Cruz.	UFSM/Rio Grande do Sul	2018
Entre usos y apropiaciones de tecnologia digital: ciberfeminismos contemporâneos.	Graciela Natansohn Mônica Paz.	Estácio FIB/Bahia	2018
Experimentações metodológicas e interseccionalidade em relatos de sertanejas conectadas pelo facebook.	Tamires Ferreira Coêlho.	UFMG/Minas Gerais	2017

Circulação de sentidos sobre a mulher da América Latina: reflexões e tensionamentos a partir da recepção transmidiática de Orange is the new black.	Regiane Ribeiro e Valquíria Michela John.	UFPR/Paraná Univali/Santa Catarina	2017
Telenovelas, classe e capital simbólico.	Veneza Mayora Ronsini.	UFSM/Rio Grande do Sul	2017
Telenovela e mundos possíveis na prisão: um estudo de recepção com mulheres encarceradas.	Valquíria Michela John.	UFPR/Paraná Univali/Santa Catarina	2016
Os sentidos das telenovelas nas trajetórias sociais de mulheres da classe dominante.	Veneza Mayora Ronsini, Otávio Chagas Rosa, Hellen Barbero e Marina Machiavelli.	UFSM/Rio Grande do Sul	2016
Classe social e o consumo de telenovela por mulheres: um estudo comparativo.	Lirian Sifuentes.	PUC/Rio Grande do Sul	2015
Aspirações femininas: modelos da televisão e da vida.	Veneza Mayora Ronsini, Sandra Depexe, Júlia Schnorr, Fernanda Scherer e Gabriela Gelain.	UFSM/Rio Grande do Sul	2013
Propaganda e humor: suavizando as relações de gênero.	Ana Carolina Bernardo Macedo.	UNIP/São Paulo UFPE/Pernambuco	2011

Um ponto interessante dentro da pesquisa que merece destaque é a presença quase unânime de mulheres autoras envolvidas com a pesquisa de gênero. Dos 12 trabalhos selecionados, apenas dois foram produzidos por autores do sexo masculino. Um deles, inclusive, participa do trabalho como co-autor no ano de 2016, sendo acompanhado por mais três pesquisadoras na autoria. O único trabalho exclusivamente apresentado por autor homem surge apenas no ano de 2018. Ou seja, em um universo de 12 pesquisas selecionadas, nove delas têm a autoria de mulheres. Com esta informação nos questionamos porque a pesquisa de gênero seria uma preocupação quase exclusiva das pesquisadoras mulheres, ou ainda, qual seria a razão de o tema demonstrar pouco interesse dos pesquisadores homens.

A princípio, as pesquisas ainda parecem restritas principalmente à figura da mulher, sendo que existe um enorme campo ainda em descoberta

dentro desta temática. Considerando que o tema aborda mais do que as diferenças (e disparidades) entre os sexos masculino e feminino, vale a indagação sobre as razões de homens pesquisadores ainda não se aventurarem significativamente neste campo. Essa percepção é discutida por Giffin (2005), ao afirmar que as dicotomias entre homens e mulheres, feminismo e machismo, provocam alterações sociais e comportamentais entre os sexos.

Assim, conforme a discussão levantada pela autora, o movimento feminista pode ter sido uma das razões que levaram o afastamento dos homens às questões de gênero, assim como o machismo. Primeiro porque o binarismo entre os sexos acabou sendo reforçado “criamos espaços públicos exclusivamente femininos, nos quais enfocamos nossa falta de poder nas relações com os homens” (GIFFIN, 2005, p. 49). Segundo porque o machismo oprime o ser masculino, tornando-o violento com as mulheres e com os outros homens. Neste cenário de uma sociedade racista, autoritária, sexista e impessoal, portanto, o homem também acaba por ser dominado. “A masculinidade requer a supressão de muitas necessidades, sentimentos, e formas de expressão [...]. O resultado é uma tensão entre ser macho e ser masculino, capaz de manter uma insegurança constante nos homens, e impulsionar tanto a autodesvalorização como reações violentas contra outros”, (GIFFIN, 2005. pag.50).

Neste momento, portanto, entrariam as questões de gênero e todas as percepções que a cercam. O homem hétero é pressionado a uma representação independente e autossuficiente, reforçando o binário que existe entre o ser homem e o ser mulher. Essa imagem entra em conflito com as razões emocionais e humanas, muitas vezes discutidas dentro das percepções de gênero. Aspecto que se estende ao fazer científico, o que pode ao menos inicialmente ajudar a explicar a tendência já observada em outras pesquisas⁹ de que os estudos de recepção realizados no Brasil são majoritariamente realizados por mulheres e têm mulheres como sujeitos participantes, independente inclusive de serem pesquisas norteadas pela perspectiva de gênero. Entendemos ser este um aspecto importante para futuros tensionamentos e análises.

Para além das questões do gênero dos autores, cabe olhar para a localização geográfica das pesquisas, em que se nota novamente que a maioria

9 Como indicam, por exemplo, os mapeamentos realizados por Jacks et al (2014; 2017) e por Escosteguy (2008)

dos estudos de gênero são desenvolvidos na região Sul do país. Os pesquisadores dos estados do Paraná, Rio Grande do Sul e Santa Catarina demonstram grande interesse pela proposta, seguidos por São Paulo, Minas Gerais e Bahia.

Nota-se ainda a reincidência de alguns autores no tema, comprovando a construção de uma linha de pesquisa e dedicação à temática. A autora Veneza Mayora Ronsini, por exemplo, fez a apresentação de dois trabalhos diferentes relacionados com o tema, nos anos de 2017 e 2013. O mesmo ocorreu com a autora Valquíria Michela John, que teve trabalhos nesta linha em 2016 e 2017. Por fim, o ano de 2018 também apresentou uma autora com interesse recorrente sobre o tema. Foi a vez de Tamires Ferreira Coelho, que já havia proposto - em 2017 - uma discussão sobre as mulheres sertanejas no Facebook, reforçar o debate com um novo trabalho neste ano.

3 ARTICULAÇÕES ENTRE IDENTIDADE E GÊNERO NOS ESTUDOS DE RECEPÇÃO

Embora possamos afirmar que discutir gênero é discutir identidade, o que analisamos aqui é se os autores dos artigos apresentados estabeleceram articulações teórico-metodológicas entre os temas. Para identificar essas articulações, foram considerados os artigos que atenderam tanto aos critérios de coleta de identidade quanto de gênero (Quadros 1 e 2). Num segundo momento, procedemos uma busca no texto completo dos artigos que tratam de gênero a fim de verificar se há mais trabalhos que trazem o conceito de identidade, ainda que esse não seja apresentado no título, resumo ou palavras-chave. Assim, dentre os anos analisados, foram identificados sete artigos que trouxeram ambas as temáticas para o espaço da recepção.

A identidade de gênero, articulada a questões de classe, foi abordada em dois artigos. As noções de feminilidade e as relações de gênero com base em um estudo com 24 mulheres de classe popular e dominante, de diferentes gerações são discutidas por Ronsini *et al* (2013). Enquanto a historiografia brasileira apresenta a identidade nacional baseada no erotismo, a sensualidade não é percebida dessa forma pela maioria das mulheres. Indiretamente, as mulheres entrevistadas reproduzem a ideia de sensualidade ligada às classes populares advinda da historiografia ao salientar a vulgaridade na novela como vinculada às personagens de classe popular, mesmo com tantos outros exemplos de mulheres de classe alta cujo comportamento sexual ou estilo também podem ser comparados àqueles que elas repro-

vam. Entre as receptoras das novelas de classe alta, a maioria não aprova o estilo sensual das personagens de novelas de classe popular.

As mulheres de classe dominante são foco de outro estudo de recepção de telenovelas brasileiras do horário nobre da Globo (RONSINI *et al*, 2016). O objetivo dos autores é compreender como os usos sociais da ficção televisiva influenciam na construção de feminilidade de classe, nesse caso, é possível notar as relações entre identidade de classe e identidade de gênero, tanto nas discussões teóricas quanto nas proposições metodológicas da pesquisa realizada. A noção de classe é baseada no trabalho de Pierre Bourdieu (1991) e o aporte teórico principal dos conceitos de identidade vem de Giddens (2002), com *Modernidade e Identidade*. A partir do questionamento sobre o papel da telenovela e na busca por compreender a identificação entre elas e personagens da telenovela, os pesquisadores notaram que a identificação das mulheres do estudo se dá principalmente com personagens que representam o modo de vida das classes média ou alta. Quando ocorre a identificação com personagens com as quais há diferença de classe, as mulheres entrevistadas demarcam a proximidade de gênero.

A relação da identidade de mulheres latinas com a ficção seriada também aparece em mais de uma pesquisa e de autores diferentes. Ribeiro e John (2017) analisam a recepção transmidiática de *Orange is the New Black* (OITNB) no Facebook. A série foi escolhida por possuir a maior quantidade de mulheres latinas com significativo protagonismo dentre as séries disponíveis nos serviços de streaming HBO GO e Netflix, mapeadas pelo NEFICS – Núcleo de Estudos em Ficção Seriada da UFPR. A análise do trabalho se concentra em como a série circula e é apropriada pelos fãs, para isso foram coletados posts da fanpage brasileira sobre a série com maior número de adeptos (@OITNBBrasil) e os três principais grupos nacionais fechados sobre a série. A baixa frequência de posts com problematizações relativas à identidade latina dentre o material coletado foi apontada pelas autoras como principal resultado.

A visibilidade oferecida às mulheres latinas em séries de televisão é o foco do estudo de Luz (2018) que analisa a série *Queen of the South*. Para ele, é importante investigar e analisar como o público interpreta e significa as histórias dos personagens, se eles provocam identificação ou recusas e que implicações isto tem para as culturas e identidades dos sujeitos. O autor utilizou o aporte transmetodológico, partiu de páginas e grupos de fãs até chegar à entrevista em profundidade com cinco mulheres. A pesquisa

relaciona a vida e interação dessas telespectadoras com a série, seu entendimento por questões de gênero e identidade e de que forma esses temas saem da ficção e tomam significado em sua vida real. É possível perceber que o gênero se torna uma matriz central para compreender a identidade dessas mulheres e as problemáticas que as afetam. O autor conclui que as mulheres incorporam elementos do universo hegemônico masculino para conquistarem espaço e reconhecimento no campo social. Essas mulheres são múltiplas, diversas e constroem identidades com intersecções, desvios e reflexões que provêm das suas vivências.

Já a contribuição do ponto de vista metodológico vem do trabalho de Coêlho (2017), que faz parte de uma pesquisa maior, sobre autonomia e subjetivação política na exposição de mulheres de Guaribas-PI no Facebook. Embora a autora use o conceito “escrita de si”, a questão de identidade permeia todo o trabalho. Para trabalhar a questão da identidade, a autora se apoia em Luis Mauro Sá Martino e em Julia Kristeva.

Outros temas abordados são a relação entre humor, propaganda e identidade feminina no estudo de Macedo (2011); que, por meio de grupo focal, analisa a recepção de mulheres a campanhas publicitárias que utilizam o humor; e o ciberfeminismo (NATANSOHN e PAZ, 2018), numa pesquisa que busca tensionar as possibilidades libertadoras das novas tecnologias de informação e comunicação em contraponto aos condicionantes sociotécnicos e políticos que restringem as possibilidades e tipos de apropriações.

4 CONSIDERAÇÕES

Entre os trabalhos apresentados, sete destacam o termo identidade. O fato de esse número ser menor do que aqueles que tratam de gênero demonstra uma tendência interessante. A identidade é uma questão bastante estudada e discutida, sendo abordada por diferentes pontos de vista no decorrer da história, inclusive entre os principais nomes dos Estudos Culturais. Embora no desenvolvimento dos estudos de recepção, a identidade tenha sido um conceito central e continue sendo tendo relevância, outras discussões ganham espaço. Se a identidade está na gênese dos estudos de recepção, as relações de gênero parecem cada vez mais se constituir como um dos temas relevantes de estudos na área.

Na análise de teses e dissertações de recepção, Wottrich (2014) aponta que muitas das pesquisas produzidas na década de 2010 que estão enquadrados como identidade de gênero não trazem uma problematização efeti-

va sobre o papel de gênero. De fato, entre as 88 pesquisas analisadas neste artigo, apenas um dos artigos que trata de identidade efetivamente aborda gênero de maneira aprofundada. No entanto, o desenvolvimento das pesquisas de temática relacionada a questões de gênero pode apontar para a mudança desse panorama, ainda mais se considerarmos que ao buscar a articulação entre os dois temas, há mais artigos que trazem essa discussão. Existe ainda um amplo caminho a ser explorado para que as temáticas relacionadas à identidade de gênero ganhem espaço entre os estudos de recepção, mas é notável o desenvolvimento nos últimos anos.

A concentração em instituições da região Sul tanto para os estudos de identidade quanto de gênero é um ponto que chama a atenção. O desenvolvimento de pesquisas sobre essas temáticas em outras regiões do país é uma lacuna importante no desenvolvimento das pesquisas do gênero. Na contramão desta tendência, destacamos os trabalhos de Tamires Ferreira Coêlho, de 2017 e 2018, no qual a autora se debruça em uma pesquisa que traz como sujeitos mulheres do sertão de Piauí. Além disso, a divulgação científica dessas temáticas em eventos de abrangência nacional é importante para a difusão dos trabalhos e possibilita que esses temas sejam retomados em outras pesquisas.

Por fim, é importante ressaltar a presença massiva de mulheres pesquisadoras dentro da temática de gênero – que afinal, não estuda somente mulheres ou homens, mas vai muito além. enfatizamos então a reflexão sobre como homens pesquisadores poderiam participar de um cenário que sensível tão visto como feminino? As reflexões apresentadas de Giffin (2005) nos trazem algumas respostas para esta questão, encontrando no sexismo uma das possíveis causas para a falta de debate entre os sexos nas pesquisas deste segmento. O que nos leva a refletir que a busca por equidade de gêneros na sociedade pode ser o caminho para maior diversidade nas pesquisas de gênero.

REFERÊNCIAS

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70; 2016.

BRABO, Tânia Suely A. M. Movimento Feminista e Mídia: Encontros e Desencontros, in BRABO, Tânia Suely A. M. (org.), **Gênero, Educação, Trabalho e Mídia**. São Paulo: Ícone, 2010. 171 p.

COMPÓS – Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. **Quem Somos**. Disponível em: http://www.compos.org.br/a_compos.php Acesso em 10 ago. 2018

ESCOSTEGUY, Ana Carolina, As identidades de gênero dos estudos brasileiros de recepção in ESCOSTEGUY, Ana Carolina (org). **Comunicação e gênero (recurso eletrônico):** a aventura da pesquisa. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2008. 173p.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina e JACKS, Nilda. **Comunicação e Recepção.** São Paulo: Hacker Editores, 2005. 127p.

GIFFIN, Karen. **A inserção dos homens nos estudos de gênero:** contribuições de um sujeito histórico. *Ciência & Saúde Coletiva*, 47-57, 2005.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade.** 4. Ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2000a.

_____. Quem precisa de identidade? In: SILVA, Tomaz Tadeu da. **Identidade e diferença:** a perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000b, p. 103-33.

_____. **Da diáspora: identidades e mediações culturais.** Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.

JACKS, Nilda Aparecida. **Tendências latino-americanas nos estudos da recepção.** Revista *Famecos*, n. 5, nov. 1996, p. 44-49.

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

JACKS, Nilda Aparecida. WOTTRICH, Laura. **O legado de Stuart Hall para os Estudos de Recepção no Brasil.** Revista *Matrizes*. V.10 - Nº 3 set/dez. 2016, p. 159-172.

JOHN, Valquíria M., COSTA, Felipe da. Mulheres, identidades de gênero e sexualidade: problemáticas e desafios a partir do recorte por sexo in JACKS, Nilda (org). **Meios e Audiências II:** A consolidação dos estudos de recepção no Brasil. Porto Alegre: Sulina, 2014. 326p.

LOPES, Maria Immacolata Vassallo. Jesús Martín-Barbero e os mapas essenciais para compreender a comunicação. *Intexto*, n. 43, p. 14-23, 2018.

MARTÍN-BARBERO, Jesus. Uma aventura epistemológica. **Matrizes**, v. 2, n. 2, p. 143-162, 2009.

_____. **Dos meios às mediações.** Comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2015.

MELO, Delaine Cavalcanti Santana de. Imbricações: gênero, poder e violência contra a mulher in CLÁUDIO, Maria do Rozario; PEDROSO, Vanessa A. de Melo (orgs.), **Mulheres, do que estamos falando?** Recife: Instituto HumanitasUnicap, 2014. 332p.

MESSA, Márcia R. Os estudos de gênero da pesquisa em comunicação no Brasil in ESCOSTEGUY, Ana Carolina (org). **Comunicação e gênero (recurso eletrônico):** a aventura da pesquisa. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2008. 173p.

OIKAWA, Erika e SILVA, Lourdes Ana Pereira. Identidades midiáticas: narrativas de pertencimento nos estudos de recepção e consumo midiático In: JACKS, Nilda; PIEDRAS, Elisa; PIENIZ, Mônica; JOHN, Valquíria (orgs). **Meios e Audiências III:** reconfigurações dos estudos de recepção e consumo midiático no Brasil. Porto Alegre: Sulina, 2017.

TOMAZETTI, Tainan P.; CORUJA, Paula. Identidades midiáticas: narrativas de pertencimento nos estudos de recepção e consumo midiático *In: JACKS, Nilda; PIEDRAS, Elisa; PIENIZ, Mônica; JOHN, Valquíria (orgs). Meios e Audiências III: reconfigurações dos estudos de recepção e consumo midiático no Brasil. Porto Alegre: Sulina, 2017.*

WOTTRICH, Laura. “Quem precisa de identidades?” Os estudos de recepção?. *In: JACKS, Nilda (org). Meios e Audiências II: a consolidação dos estudos de recepção no Brasil. Porto Alegre: Sulina, 2014.*

Corpus: artigos apresentados

COÊLHO, Tamires Ferreira. **Cultura, identidade e Perspectivas de Cidadania: Uma pesquisa de recepção dos processos comunicativos na comunidade CS POA.** *In: XXIV Encontro da Compós, Belém, 2014*

_____. **A potência metodológica dos afetos na pesquisa em comunicação e a experiência das sertanejas no Facebook.** XXVII Encontro Anual da Compós, Belo Horizonte, 2018

_____. **Experimentações metodológicas e interceccionalidade em relatos de sertanejas conectadas pelo Facebook.** *In: XXVI Encontro da Compós, São Paulo, 2017*

CRUZ-OLIVEIRA, Milena Freire de. **Sobre costurar teoria social e realidade empírica na recepção: uma proposta de sistematização do gênero e classe como conceitos analíticos a partir do habitus.** *In: XXVII Encontro Anual da Compós, Belo Horizonte, 2018*

JOHN, Valquíria M. **Telenovela e mundos possíveis na prisão: um estudo de recepção com mulheres encarceradas.** *In: XXV Encontro da Compós, Goiânia, 2016*

LUZ, Paulo J. M. da. **As Latinas que vemos: a recepção das personagens da série Queens of the South.** XXVII Encontro Anual da Compós, Belo Horizonte, 2018

MACEDO, Ana Carolina B., **Propaganda e humor: suavizando as relações de gênero.** *In: XXIV Encontro da Compós, Rio Grande do Sul, 2011*

NATANSOHN, Graciela; PAZ, Mônica. **Entre usos y apropiaciones de tecnologia digital: cibefeminismos contemporâneos.** XXVII Encontro Anual da Compós, Belo Horizonte, 2018

RIBEIRO, Regiane. **O Fandom e seu potencial como comunidade interpretativa: uma discussão teórico-metodológica para os Estudos de Recepção.** *In: XXV Encontro da Compós, Goiânia, 2016*

RIBEIRO, Regiane e SILVESTRIN, Celsi B. **Uma abordagem paranaense sobre o consumo cultural juvenil e a convergência midiática: um relato analítico.** *In: XXIV Encontro da Compós, Brasília, 2015*

RIBEIRO, Regiane. JOHN, Valquíria M. **Circulação de sentidos sobre a mulher latina: reflexões e tensionamentos a partir da recepção transmidiática de Orange is the New Black.** *In: XXVI Encontro da Compós, São Paulo, 2017*

RONSONI, Veneza. **Telenovelas, classe e capital simbólico.** *In: XXVI Encontro da Compós, São Paulo, 2017*

RONSONI, Veneza; ROSA, Otávio; BARBIERO, Hellen, MACHIAVELLI, Marina. **Os sentidos das telenovelas nas trajetórias sociais de mulheres da classe dominante.** *In: XXV Encon-*

tro da Compós, Goiânia, 2016

RONSINI, Vezena M.; DEPEX, Sandra; SCHNORR, Júlia; SCHERER, Fernanda; GELAIN, Gabriela. **Aspirações femininas: modelos da televisão e da vida.** In: XXIV Encontro da Compós, Bahia, 2013

SAGGIN, Livia e BONIN, Jiani. **Problematizações para pensar as apropriações/produções digitais de jovens.** In: XXV Encontro da Compós, Goiânia, 2016

SILVA, Lourdes A. P.; COSTA, Felipe da; OIKAWA, Erika. **Pesquisas de recepção em jornalismo: o Jornal Nacional como objeto de estudo e a identidade como categoria de análise.** In: XXVII Encontro da Compós, Belo Horizonte, 2018

SIFUENTES, Lirian. **Classe social e o consumo de telenovela por mulheres: um estudo comparativo.** In: XXIV Encontro da Compós, Brasília, 2015

Valquiria Michela John

Doutora em Comunicação e Informação, professora do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal do Paraná (PPGCOM/UFPR).

E-mail: vmichela@gmail.com

Joana Gall Pereira

Mestranda do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal do Paraná (PPGCOM/UFPR). Bolsista Capes.

E-mail: joanagal@gmail.com

Larissa Adryellen Drabeski

Mestranda do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal do Paraná (PPGCOM/UFPR).

E-mail: larissadrabeski@gmail.com