



## O RECONHECIMENTO IDENTITÁRIO DE MULHERES DA CLASSE MÉDIA BAIXA NA RECEPÇÃO DA TELENVELA “AVENIDA BRASIL”

VEBER, Claudiane<sup>1</sup>; ISER, Fabiana<sup>2</sup>

**Palavras-chave:** Telenovela. Recepção. Reconhecimento. Identidade.

O ser humano é cercado pelas características do ambiente em que está inserido e conforme suas vivências constitui pré-conceitos e impressões, o que contribui para a formação da sua identidade e, conseqüentemente, para a sua concepção diante das coisas. A mídia integra esse cotidiano, em especial a televisão, veículo presente em quase a totalidade das residências brasileiras, o que demonstra a proximidade da população com este meio de comunicação. Um dos programas mais assistidos são as telenovelas da Rede Globo, com maior destaque as exibidas na faixa das 21 horas. Nesse consumo de entretenimento, estudos sobre o processo comunicacional que analisam o âmbito da recepção, denotam para a interpretação do indivíduo sobre o conteúdo que lhe é exibido e, ainda, para o reconhecimento que ocorre no discurso dos meios de comunicação, formando uma recíproca relação entre produto midiático e receptor. Diante disso, entender o processo de recepção torna-se relevante no contexto social e da pesquisa em comunicação. Havendo o reconhecimento dos traços identitários por parte do indivíduo na relação telespectador/telenovela, propõe-se um estudo com mulheres da classe média baixa, acima dos 35 anos - público este líder de audiência das telenovelas – da cidade de Cruz Alta. Será verificado como se dá esse reconhecimento e de que forma ele integra o cotidiano das mulheres pesquisadas, a partir da relação com a telenovela global, das 21 horas *Avenida Brasil*. Primeiramente será realizada uma pesquisa bibliográfica e após, uma análise da telenovela a fim de refletir sobre as representações sociais no mundo audiovisual. Na instância da recepção, após definidas as quatro pesquisadas, a partir de critérios de classes propostos por Quadros<sup>3</sup>, serão realizadas entrevistas individuais semi-estruturadas, sendo que as entrevistadas também serão observadas no momento de assistência da telenovela, cada qual em seu ambiente residencial, a fim de verificar a reação e o comportamento das mesmas durante o consumo e ainda, será realizado um encontro com as quatro selecionadas para que entre elas, observações a cerca da trama sejam compartilhadas. Na etapa final será realizada a análise dos dados e o estudo resultará em um trabalho de conclusão do curso de Jornalismo neste ano de 2012. Tendo a pesquisa, por objetivo, refletir sobre o processo de identificação do telespectador a partir de produtos da mídia, busca-se assim, contribuir com a sociedade no entendimento do fenômeno midiático e na interação estabelecida entre o meio com as identidades culturais na contemporaneidade.

<sup>1</sup>Acadêmica de Comunicação Social – Jornalismo da Universidade de Cruz Alta. [claudianeveber@hotmail.com](mailto:claudianeveber@hotmail.com)

<sup>2</sup>Coord. do Curso de Comunicação Social da Unicruz. Orientadora do trabalho. [fabianaiser@yahoo.com.br](mailto:fabianaiser@yahoo.com.br)

<sup>3</sup>Quadros, Waldir José - Professor do Instituto de Economia da Unicamp, doutorado em Economia pela Unicamp, e-mail: [waldir.quadros@gmail.com](mailto:waldir.quadros@gmail.com)