

galáxia

Galáxia (São Paulo)

ISSN: 1982-2553

Programa de Estudos Pós-graduados em Comunicação e
Semiótica - PUC-SP

Oliveira-Cruz, Milena Freire de; Marques, Camila da Silva
Família, escola e consumo cultural: articulações do campo empírico para analisar o consumo midiático
Galáxia (São Paulo), vol. 47, e55782, 2022
Programa de Estudos Pós-graduados em Comunicação e Semiótica - PUC-SP

DOI: <https://doi.org/10.1590/1982-2553202255782>

Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=399672621018>

- Como citar este artigo
- Número completo
- Mais informações do artigo
- Site da revista em redalyc.org

UAEM redalyc.org

Sistema de Informação Científica Redalyc
Rede de Revistas Científicas da América Latina e do Caribe, Espanha e Portugal
Sem fins lucrativos acadêmica projeto, desenvolvido no âmbito da iniciativa
acesso aberto

Família, escola e consumo cultural: articulações do campo empírico para analisar o consumo midiático

Milena Freire de Oliveira-Cruz^I

<https://orcid.org/0000-0001-5513-3837>

Camila da Silva Marques^I

<https://orcid.org/0000-0003-3693-0632>

I - Universidade Federal de Santa Maria
Santa Maria (RS). Brasil.

Resumo: O texto articula a teoria social de Bourdieu e as teorias das mediações de Martín-Barbero e do consumo cultural de García Canclini, com objetivo de compreender como as apropriações dos conteúdos midiáticos entre mulheres da classe trabalhadora colabora para a conformação dos seus *habitus* de classe e de gênero. A discussão, proposta a partir da articulação de duas pesquisas empíricas, aponta a relevância de se traçar um panorama do capital cultural, em especial aquele acumulado na família e na escola, como forma de melhor compreender as dinâmicas que constituem o processo do consumo cultural, midiático e da recepção.

Palavras-chave: capital cultural; consumo cultural; consumo midiático; classe; gênero.

Abstract: Family, school and cultural consumption: articulations of the empirical field in order to perceive media consumption - The text articulates Bourdieu's social theory along with Martin Barbero's mediations theories and Garcia Canclini's cultural consumption, in order to understand how the interpretation of media content among working class women contributes to

the conformity of their gender and class *habitus*. The discussion, proposed from the articulation of two empirical researches, highlights the relevance of outlining a landscape of cultural capital, especially the one accumulated in family and school, as a way to better understand the paths of interpretation of media and cultural consumption and reception.

Keywords: cultural capital; cultural consumption; media consumption; class; gender.

Introdução

A discussão proposta neste artigo se localiza no campo dos estudos de recepção e consumo midiático, especialmente entre aqueles que se dedicam à articulação entre mídia, classe e gênero. Nesse contexto, é importante situar a contribuição das pesquisas de Veneza Ronsini, Ana Carolina Escosteguy e Lírian Sifuentes, que, em diferentes momentos e perspectivas, se propuseram a refletir sobre como interação com os textos midiáticos e o contexto social, econômico e cultural colabora para a construção identitária das mulheres da classe popular e trabalhadora¹.

Para Roseli Figaro e Rafael Grohmann (2013), a questão de classe, cuja desigualdade histórica proporciona experiências extremas em nosso país, aparece nos estudos de comunicação como tema secundário, irrelevante, acompanhando uma tendência mundial no cenário político e acadêmico. Já a perspectiva de gênero é observada por Ana Carolina Escosteguy (2020), como uma relação que tem se desenvolvido nos últimos anos, em especial a partir da aproximação dos estudos com as pautas dos ativismos presentes na internet e a inclusão gradual da temática sobre as identidades LGBTQIA+ e as lutas dos feminismos na mídia.

Ao refletir sobre o acionamento das categorias de classe e gênero em uma perspectiva analítica nos âmbitos dos estudos de recepção e de consumo no Brasil, Guilherme Libardi e Nilda Jacks (2020) afirmam que as pesquisas têm, majoritariamente, tratado ambas de forma isolada, sem articulação entre si ou mesmo com outros marcadores sociais, como raça e sexualidade.

Deste modo, partindo da ideia de que é necessário construir uma abordagem com base em um viés menos explorado (que não essencialize a classe a partir da perspectiva econômica), privilegiamos em nossa análise

1 Neste texto, usamos de forma indistinta os termos classe popular (Bourdieu) e classe trabalhadora (Souza) tendo em vista a intenção de abordar especificamente as disposições, as dimensões pré-reflexivas, ao observar mulheres que não operam a partir de uma posição dominante (nem de classe, nem de gênero), no que diz respeito à soma e engendramento dos capitais.

a observação da incorporação do *habitus* de classe e de gênero no consumo cultural e midiático.

Nesse contexto, com base nos resultados de duas pesquisas empíricas, inscritas no âmbito dos usos sociais da mídia, realizadas com mulheres de classe popular, no espaço temporal entre 2014 e 2016 (OLIVEIRA-CRUZ, 2016; MARQUES, 2018). Endereçamos nosso foco para a observação do capital cultural (incorporado, objetivado e/ou institucionalizado) por meio dos processos de interação na família, na escola ou, ainda, a partir do consumo de obras artísticas ou midiáticas por mulheres de classe popular. O objetivo, com essa mirada, é explorar as diferentes perspectivas que ultrapassam o viés econômico nos estudos que interseccionam classe social, gênero e consumo midiático. Por outro lado, esperamos também valorizar a reflexão com base em dados empíricos, que permitem, na tessitura da vida ordinária, compreender como as relações sociais, culturais e históricas reverberam em experiências que são acionadas no modo como essas mulheres leem a mídia, o mundo e a si próprias.

Na primeira parte do texto, elaboramos um panorama conceitual sobre recepção, consumo cultural e midiático, bem como situamos uma articulação do conceito de *habitus* nesses dois campos. Na segunda parte, apresentamos a formulação metodológica e a composição dos grupos observados. No terceiro momento, refletimos sobre como o capital cultural pode ser observado nas trajetórias das interlocutoras pela experiência vivida no contexto familiar e escolar. Por fim, analisamos como o consumo cultural e midiático produz possíveis articulações para apropriações e negociações de sentido sobre gênero e classe entre mulheres de classe popular, informantes das pesquisas que originam nosso debate.

Panorama conceitual das pesquisas

Para Bourdieu (2013), a estrutura da relação de classes se dá por meio da observação de um corte sincrônico, em que há um estado relativamente estável da distribuição do “volume global do capital”, que justifica a formação do espaço dos estilos de vida distintos. Entretanto, dentro das próprias classes (e entre as diferentes classes) há a formação de uma dinâmica constante, fruto dos conflitos e da reconversão dos capitais, que permite observar os campos e subcampos também de forma diacrônica. As diferenças no volume total e na relação entre os capitais econômico, social e cultural produzem perspectivas e sentidos diferentes na vida dos agentes.

A perspectiva bourdiana considera a predominância do capital econômico em detrimento dos demais, uma vez que reforça as diferenças materiais, bem como permite uma gestão calculada sobre seu lucro e transmissão. Essa diferença objetiva, entretanto, se opera a partir de classificações e representações produzidas pelos sujeitos, o que remete à importância dos demais capitais para o engendramento do *habitus*. É nesse contexto que o capital simbólico torna-se a dimensão cognitiva para o conhecimento e reconhecimento dos demais capitais.

O capital social está ligado a extensão e qualidade da rede de relações que, em cada caso, pode significar apoios vantajosos ou lucros simbólicos como respeitabilidade e confiança. Já o capital cultural é o “produto garantido dos efeitos acumulados da transmissão cultural assegurada pela família e da transmissão cultural assegurada pela escola” (BOURDIEU, 2008, p. 27).

Para Jessé Souza (2013) a prioridade dada à propriedade econômica nas análises de classe é o que, muitas vezes, leva os estudos a uma perspectiva que reduz a realidade social à posse ou precariedade material, tomando como base somente a noção de renda. A inclusão dos capitais cultural e social na análise de classes é vista pelo autor como uma das maiores contribuições da teoria de Bourdieu para observar a realidade brasileira. Para Souza, o principal avanço do capital cultural está na sua incorporação, presente nos modos de agir e perceber o mundo social de forma pré-reflexiva. Nessa articulação, a realidade social e suas desigualdades são percebidas pelos sujeitos como determinadas e de difícil mudança — o que corrobora para a invisibilidade da manutenção de privilégios aos mais favorecidos.

No que diz respeito ao gênero, partimos do princípio de que o seu processo de identificação é uma experiência em construção constante que, quando observado transversalmente pelo viés de classe, pressupõe conflitos e adaptações existentes entre as mulheres que experimentam o desajuste aos padrões legitimados de feminilidade (SKEGGS, 2004; RONSINI, 2016b, p. 47). O que nos leva a perceber que precisamos compreender o que dizem as instâncias normativas sobre o gênero, sem perder de vista o que pode ir além do exercício da dominação na construção da posição social dessas mulheres.

Assim, entende-se que o gênero (e também a classe) não é estático, uma vez que é negociado e contestado dentro da sua estrutura de análise social, e que é preciso dirigir o interesse para compreender como as pessoas experimentam as posições às quais estão atribuídas (SKEGGS, 2004, p. 28) — no nosso

caso, as posições sociais de mulher e de classe popular. Estima-se, na articulação entre teoria e empiria, que haja espaço para visualizar a atuação das instâncias normativas, mas também as ambiguidades e as contradições vividas pelas mulheres.

Os estudos de consumo cultural e de consumo midiático são apontados por Mariângela Toaldo e Nilda Jacks (2013, p. 8) como perspectivas possíveis para contribuir como preâmbulos ou complementares aos estudos de recepção, de modo que possibilitam conhecer “as práticas e interpretações envolvidas no fenômeno midiático”, bem como as “preferências e envolvimento mais profundos do público estudado”. O mais abrangente deles, o consumo cultural, é definido por García Canclini como um “conjunto de processos de apropriação e usos de produtos em que o valor simbólico prevalece sobre os valores de uso e de troca, e no qual pelo menos estes últimos se configuram subordinados à dimensão simbólica” (1999, p. 42-43, tradução nossa).

Outro conceito também trazido por pesquisadores da recepção e igualmente caro a este texto é o capital midiático, ou capital cultural midiático, cunhado por Ronsini (2016b). A autora, ao explorar a mídia enquanto fornecedora de padrões e modelos que “ensinam” definições de feminilidade, de relações de gênero e classe, defende a existência da “incorporação de um capital midiático” (*ibidem*, p. 45) que “compõem um capital cultural que compete com o transmitido pela família e a escola ou pode reforçá-los” (*ibidem*, p. 48). As representações e práticas de consumo e de recepção — interpretadas nos relatos das receptoras e ou na observação de seus rituais — constituem então um capital cultural midiático (RONSINI, 2016b, p. 49), que deve ser analisado pelos pesquisadores tal qual se analisa os capitais cultural e simbólico.

A partir destas reflexões, compreendemos que as pesquisas que originam este texto configuram-se como estudos de recepção e consumo midiático, cuja formulação teórica e analítica dos objetos de estudo está estruturada com base na teoria social de Pierre Bourdieu. Essa articulação implicou em adaptar a noção do *habitus* a partir das ponderações feitas ao conceito por Martín-Barbero e García Canclini. Na perspectiva barberiana, o *habitus de classe* é uma chave analítica importante para observar as práticas de recepção por sistematizar, sob o viés da classe, expectativas, gostos e práticas cotidianas, permitindo refletir sobre a organização dos tempos, espaços e relações com os meios. Já na óptica do consumo, García Canclini (1990) destaca a contribuição de Bourdieu ao incluir as questões culturais e simbólicas para interpretar um sistema de relações, classificações e diferenças sociais.

Por outro lado, na construção epistemológica e analítica das pesquisas que originam este debate, tornou-se fundamental considerar a ressalva feita por Martín-Barbero e García Canclini no que diz respeito à perspectiva no *habitus*. Para ambos, é necessário ponderar a lógica da reprodução sustentada por Bourdieu e observar tensionamentos que apontem resistência ou transformação social. Ou seja, no âmbito das experiências cotidianas observadas, buscou-se compreender tanto a reprodução da desigualdade quanto as expressões de apropriações, negociações e resistências evidentes nas falas das interlocutoras.

Traçados metodológicos

Nas duas investigações, os grupos observados são compostos de mulheres da classe popular, com objetivo de entender como esta relação incide em seus *habitus* de classe e gênero. Assim, temos uma amostra composta de 11 mulheres entre 25 e 45 anos, trabalhadoras de diferentes áreas, a maior parte casada e com filhos, cujos dados socioeconômicos podem ser observados no quadro abaixo:

	PRISCILA	MARIA	DÉBORA	CLARA	LIA	MIRIAM	DULCE	CAROLINA	SANDRA	MARINA	JOANA
IDADE	38	38	40	40	30	41	45	40	27	27	33
ESTADO CIVIL	divorciada	divorciada	casada	casada	união estável	casada	casada	união estável	casada	divorciada	casada
PROFISSÃO	faxineira	babá	doméstica	comerciante	prof. ed. infantil	agente penitenciária	manicure	vendedora autônoma	comerciante	maquiadora	vendedora
PROFISSÃO MARIDO	serv. de pedreiro	motorista	caminho-neiro	comerciante	soldador	segurança	árbitro de futebol	comerciante	serv. de pedreiro	comerciante	vendedor
RENDA FAMILIAR	2-4 SM	2-4 SM	3-5 SM	3-5 SM	4-6 SM	4-6 SM	6-8 SM	6-8 SM	2-4 SM	3-5 SM	4-6 SM
FILHOS	2	2	1	1	0	1	2	2	2	1	2
ESCOLARIDADE	EM incompleto	EF	EF	EM incompleto	PG	ES incompleto	EM	EF	EM incompleto	EM	EM
EDUCAÇÃO PRIVADA	não	bolsa (filha)	não	não	não	não	não	não	não	não	não

Quadro 1. Dados sociodemográficos do grupo estudado.
Fonte: Elaboração própria.

Na formação dos grupos, buscou-se reunir mulheres jovens e maduras, inseridas no mercado de trabalho e com experiência semelhante nos cuidados domésticos — considerados pela vivência do matrimônio e/ou da maternidade. Os dados foram coletados em etnografias realizadas ao longo de 18 meses (cada), distribuídos entre os anos de 2014 e 2016, por meio

de técnicas como observação participante, entrevistas semiestruturadas e ainda de formulários que mapeavam o consumo cultural e midiático do grupo observado.

Ao todo, além dos períodos de convivência entre pesquisadoras e interlocutoras, registrados em notas de diário de campo, foram compiladas 200 horas de entrevista que possibilitaram um rico material empírico. O recorte feito neste texto se motiva pela possibilidade de realizar uma troca aberta e colaborativa entre dois campos realizados em tempos distintos, mas que, pela proximidade teórica e epistemológica, têm o potencial de reverberar em novas perspectivas.

A valorização do registro do material coletado no campo empírico, que procuramos elucidar nas próximas etapas do artigo, se respalda na relevância da prática metodológica qualitativa dos estudos de recepção e consumo de abordagem sociocultural. Assim, “através da escuta [sensível] das *experiências*, torna-se possível observar as múltiplas formas de *articulação* entre categorias de gênero, sexualidade, raça, classe, geração, etc.” (LIBARDI, JACKS, 2020, p. 12, grifos dos autores).

Assim, quando trazemos para a centralidade do nosso debate a reflexão sobre o capital cultural a partir das narrativas das próprias mulheres sobre suas trajetórias e práticas cotidianas, estamos a valorizar a subjetividade, as particularidades e a agência de cada interlocutora da pesquisa, sem desconsiderar a estrutura e o contexto econômico, social e histórico que as aproxima enquanto grupo.

Capital cultural: apropriações vindas da família e da escola

Ao observar a reprodução, Bourdieu (2008) dedicou atenção especial às instituições (a escola, a religião, o Estado e a família) e suas respectivas interrelações na manutenção da estrutura social. Na perspectiva dos nossos estudos, a família e a escola ocupam lugar fundamental para análise na constituição do capital cultural e, portanto, são foco específico de nossa abordagem. A baixa escolaridade dos pais das entrevistadas marca o início de uma trajetória que se reflete em suas próprias vidas. No que diz respeito à própria formação, todas as entrevistadas estudaram em escola pública e têm a média escolar baixa: das 11, apenas Dulce, Marina e Joana concluíram o ensino médio sem interrupção, e somente Lia e Miriam seguiram para a graduação.

É necessário também considerar o contexto de acesso dificultado para 4 das 11 informantes, que passaram a infância em ambiente rural (Maria, Carolina, Débora e Priscila). Nesses casos, a escola da comunidade só oferecia as séries iniciais do ensino fundamental. Dessas, as que seguiram um pouco adiante (Maria e Carolina), precisaram se mudar temporariamente ou enfrentar uma jornada diária para a locomoção:

Nós ia num caminhãozinho, num pau de arara, a coisa mais horrível. Todo dia, era frio a gente tinha que caminhar amassando o barro. Hoje a gente quer ver eles [os filhos] formado, eles [seus pais] não tinham essa preocupação. [Carolina]

A fala de Carolina remete a um aspecto importante para refletir a relação entre as instituições família e escola: a influência e o incentivo dos pais no processo de formação escolar. Com exceção de Lia, que foi criada com muita rigidez no que diz respeito à cobrança no rendimento da aprendizagem, as demais entrevistadas falam de situações muito vagas em que os pais aconselhavam a estudar para “ser alguém” ou demonstraram algum incômodo com a interrupção dos estudos.

Para Jessé Souza (2013), os filhos da classe trabalhadora não encontram em casa, da mesma forma que a classe dominante, estímulo afetivo para os estudos, para a “percepção da vida como formação contínua onde o que se quer ser no futuro é mais importante que o que se é no presente” (*ibidem*, p. 59). Ou seja, na classe trabalhadora, a urgência dos problemas, das necessidades diárias, muitas vezes, está muito mais voltada para soluções a serem buscadas no presente, por meio do trabalho – motivo pelo qual o ingresso precoce no mercado ocorre nesse grupo com mais frequência.

Um aspecto que relaciona a formação escolar das entrevistadas e sua posição de gênero diz respeito à interrupção dos estudos por parte de oito mulheres (Clara, Carolina, Maria, Miriam, Sandra, Priscila, Marina e Joana) após a gravidez e/ou casamento. Conforme fica compreendido pelos relatos, a condição de mãe e esposa pressupõe a prioridade aos cuidados domésticos, o que se torna incompatível com a continuidade de atividades externas como a vida escolar.

Apesar disso, as trajetórias observadas nos permitem enxergar brechas que rompem os limites impostos pela estrutura, a partir do enfrentamento proposto pelas interlocutoras para transpor sua posição de classe e de gênero.

Miriam, por exemplo, deixou os estudos por vergonha da gravidez. Voltou a estudar e terminou o ensino médio quando seu filho tinha 6 anos, mas não procurou serviço remunerado. Ela não queria contrariar o marido (que não a deixava trabalhar fora por ciúmes), e achava que não compensava pagar para alguém o mesmo que receberia fora. Quando o filho completou 15 anos, começou a trabalhar como depiladora. Dois anos depois, com o intuito de ter um maior rendimento e estabilidade, fez concurso e tornou-se agente penitenciária — profissão que lhe traz uma renda maior.

Apesar de hoje “viver para o trabalho”, Miriam diz que é isso que lhe dá prazer. Afirma que o trabalho significou sua independência financeira e o fim do constrangimento em pedir dinheiro ao marido:

Quando eu passei no concurso foi o dia mais feliz da minha vida. Eu não tive oportunidade de ser independente por eu ter engravidado muito cedo, mas eu dizia “o tempo vai passar e eu vou conseguir”. Hoje o dinheiro é meu, eu trabalho, me esforço e acho que eu tenho direito de comprar o que eu gosto [Miriam].

Apesar da baixa escolaridade do grupo observado, é consenso entre todas as entrevistadas que o melhor caminho para uma inserção qualificada no mercado de trabalho se dá por meio dos estudos. Entre as 11 interlocutoras, Lia era a que tinha o capital cultural mais elevado e também a única que falava do trabalho com uma perspectiva de carreira. Sendo a primeira da sua família a se formar, lembra da motivação e da exigência de seu pai com o seu desempenho escolar: “O pai dizia pra eu estudar e não depender de ninguém, mas ele dizia aquilo porque ele não deixou a mãe trabalhar fora. Ele tinha medo que fizessem com a filha dele o que ele fez com a mãe”, reflete Lia, ao reconhecer que as posições de gênero na sua família, embora rígidas, não são estáticas.

Em outra perspectiva, Sandra é uma das informantes que se lamenta por não ter estudado mais. Ela, inclusive, se responsabiliza e afirma que “não dá pra reclamar” da condição social em que vive, crendo que, se tivesse estudado, estaria em uma situação melhor: “A gente escolhe ser pobre, se tivesse estudado poderia ter uma profissão melhor, a gente se acomoda naquela vida e acho que isso é o mal das pessoas”, diz.

Como apontado por Ronsini (2016a) em pesquisa empírica também realizada com mulheres de classes populares, o reduzido capital cultural, seja ele incorporado na forma de disposições ou objetivado em títulos e diplomas,

está associado tanto a um sentimento de vergonha constante, quanto a um desejo compartilhado de retorno aos estudos, que lhes garantiria mais chances profissionais ou a realização enquanto indivíduos. Entre as mulheres aqui observadas, a comparação entre o que é ideal em termos de formação e a escolaridade que têm faz com que reflitam que a falta de capital escolar é um elemento importante para a constituição da sua condição de vida atual. Para analisar esse aspecto, comparamos a fala de mais duas entrevistadas:

O pouco estudo que eu tenho não adianta procurar muito serviço ali fora. [Débora]

Eu penso em terminar [os estudos], porque eu sempre disse “eu ainda vou terminar, eu ainda vou ter uma profissão”. Nem que eu tenha a profissão num dia e morra no outro, mas eu vou ter minha profissão. Porque com o passar do tempo tem coisa que eu vou escrever e eu escrevo errado. Eu tenho vergonha. [Maria]

Os trechos ajudam a dimensionar a forma como as entrevistadas percebem a sua atual condição profissional e a (falta de) expectativa de mudança a partir dos estudos. Débora demonstra certa resignação com as poucas possibilidades que tem de ascender profissionalmente por ter estudado somente até a 6ª série. Já Maria relata a vontade de voltar a estudar para “ter uma profissão”. O aspecto mais interessante, que foi reiterado durante a entrevista, é que, para ela, ser empregada doméstica ou babá, como ela, não é uma “profissão”, pois são atividades que “qualquer mulher” sabe e pode fazer.

Já a experiência de Clara, que estava cursando o ensino médio em um supletivo junto com o filho, revela dois aspectos interessantes. Por um lado, ela demonstra quanto gostava de ir para as aulas, mesmo que a rotina de trabalho a desestimulasse. Ao chegar à escola, diz ela, havia um mundo a ser descoberto, e isso a encantava.

Porque quando eu vou na aula o mundo se abre, né? Não é só aquele mundinho da gente. Então tu viaja o mundo se abre pra ti, tu aprende coisas diferentes, culturas diferentes. [...] Eu tô fazendo umas matérias bem legais, eu faço sociologia, faço ética e cidadania, que eu nem sabia que existia. [Clara]

A reflexão de Clara demonstra a apropriação dos saberes e experiências apreendidos em sala a partir de sua própria lógica, indicando possibilidades de transformação em suas concepções sobre o mundo e sobre si mesma. Em

contrapartida, de forma mais pragmática, ela compreendia que apesar de os estudos poderem lhe render novas oportunidades de trabalho, faltava-lhe orientação sobre como conduzir essa mudança. Além de capital social que lhe auxilie a reconhecer caminhos rentáveis para a sua formação, chama a atenção o quanto a falta de capital cultural transforma-se em um empecilho mais grave para uma mudança na sua trajetória, interferindo também em sua plena inserção social (RONSINI, 2016a). Clara demonstra que, nem sempre, compreende o que lê, mesmo nas formas de comunicação mais simples e diretas, como em um cartaz.

Na fase que eu tô eu não vou escolher alguma coisa tão difícil. Mas eu não tenho quem me fale isso. O que eu leio, muita coisa eu não entendo, eu não sei o que tá falando. Eu vi algo do Pronatec, eu não sei se é pra mim, pra quem é aquilo ali, pra que perfil é aquilo ali. Eu não entendo o cartaz! Eu não sei na realidade o que eu quero fazer, o que quero ser. Mas tô com vontade, tô cansada de bater cabeça. [Clara]

Temos, nesse caso, um exemplo claro de como as mediações da escola e da família (que aqui estão diretamente ligadas à constituição do capital cultural) revertem-se em modos diferentes de ler, de interpretar e de se apropriar da comunicação, ou seja, em diferentes capitais midiáticos (RONSINI, 2016b). O que nos permite aproximar, como sugeriu Martín-Barbero (2003), a perspectiva do *habitus* para observar as mediações da socialidade e da ritualidade.

O exemplo de Clara não é isolado, embora seja o mais explícito. Numa parte significativa dos depoimentos, há uma junção de três fatores que são determinantes do capital cultural: a trajetória escolar (considerando o exemplo e o incentivo da família), a precariedade da escola pública (o que inclui, além dos aspectos estruturais e de recursos humanos, as questões de limitação de acesso regionais já citadas) e a consequente falta de interesse pelos estudos. Carolina, Dulce e Débora afirmam que não têm nenhuma vontade de voltar a estudar, a não ser em cursos de interesse para a sua prática doméstica ou profissional diária, como uma atualização em estética ou um curso de culinária. Neste sentido, importa ponderar que a ideia de reconversão do capital cultural (destinado a uma formação específica) para o desenvolvimento profissional e incremento do capital econômico demonstra a leitura que as interlocutoras fazem de sua própria condição, bem como um movimento para sua transposição a partir da aprendizagem formal, dentro dos limites que a estrutura lhes impõe.

A observação do estímulo familiar também se estende à interrupção dos estudos por parte dos filhos das entrevistadas. Os filhos de Miriam, Débora, Clara e Maria deixaram a escola sem algum motivo aparente: segundo as mães, eles não gostavam de estudar e queriam começar a trabalhar, sem que isso fosse exatamente uma necessidade ou uma urgência. A intenção de trabalhar, mesmo sem formação escolar, acabou por levá-los a ocupar postos de menor qualificação e remuneração: auxiliar de mecânico, auxiliar de caminhoneiro e garçom. As mães, por sua vez, embora não concordassem com a desistência dos filhos da escola, demonstram um sentimento de culpa ou de resignação por não conseguir intervir:

O sonho do meu filho é ser caminhoneiro, eu não gostaria nem um pouquinho. Porque não é fácil a vida na estrada. Eu gostaria que ele tivesse estudando, fosse alguém. Não que ele não seja alguém. Mas formado. [Débora]

A gente tentou, mas ele não quis, o que vou fazer? Aí fica aquela pergunta “onde é que eu errei?” Pelo fato dele ser honesto, trabalhador, já é uma coisa boa. [Miriam]

Débora questiona a possibilidade de o filho não ser “alguém” por não estudar e seguir a mesma profissão de seu marido, o que nos leva a pensar sobre a sua autorrepresentação. Para Souza (2013, p. 18-19), as classes populares, além de não possuírem os capitais que pré-decidem a hierarquia social, convivem com o estigma da sua incapacidade de “ser gente”, uma violência simbólica que produz a figura do “pobre honesto”, aquele que aceita as regras do jogo que o excluem. É o que também faz Miriam se resignar diante da interrupção da vida escolar do filho e agradecer por ele ser honesto e trabalhador, atendendo ao rendimento moral do homem da classe popular a partir de sua disposição para trabalhar.

Por outro lado, outras duas entrevistadas (Dulce e Carolina), que têm filhos ainda em idade escolar, acompanham as lições, cobram o rendimento e projetam para eles uma experiência profissional diferente da que viveram.

No meu sacrifício, eu até dobraria a minha carga horária pra dar os estudos pra elas. Não vai ter auxiliar nenhuma de manicure aqui, não vai ter! [Dulce]

Eu digo a ela. “Tu já sabe: elimina o trabalho, elimina o namoro, mas os estudos não vou eliminar!” Porque eu quero que ela tenha melhores condições, que não passe as tranqueiras que eu passei [Carolina].

É nesse sentido que o investimento em capital cultural (delas próprias ou dos filhos), mesmo suscitando sacrifícios, aparece como uma perspectiva de mudanças mais significativas em longo prazo. Ainda que isso não se aplique a todas as mulheres do grupo ou mesmo que não se apresente como uma possível equidade de condições da formação escolar disponível para os membros da classe média. Neste sentido, mantemos em mente a ideia do *habitus* como uma experiência social em processo, sendo necessário observar as possibilidades de agência dos sujeitos para desacomodar, mesmo com limitações de seu contexto, a estrutura.

Consumo cultural e midiático: articulações para refletir gênero e classe

No que diz respeito ao consumo midiático, iniciamos a observação a partir da cotidianidade familiar, tendo em vista a importância que a família tem no consumo e nos usos sociais dos meios de comunicação, sendo espaço privilegiado das relações sociais e situação primordial de reconhecimento dos sujeitos (MARTÍN-BARBERO, 1999, p. 6). Partindo da família de origem, observamos que a restrição da formação escolar ou a falta de acesso dos pais à leitura e a atividades culturais mais diversificadas é um aspecto marcante na infância das entrevistadas:

O pai não sabia escrever nem o nome, nunca foi na escola. A mãe gosta de ler. A televisão lá em casa foi aparecer eu tinha uns 8 anos. Então, antes era só rádio, ouvir a novela. O pai era notícia, tinha um programa que falava sobre o gado, coisa rural. A mãe lia revista de telenovela e livros. Ela lia mais pra ela mesmo, porque não existia coisa de criança. [Maria]

É possível inferir que a falta de hábito de leitura dos pais e a formação escolar interrompida ou concomitante ao trabalho por parte das entrevistadas têm reflexo naquilo que elas exprimem como “falta de gosto pela leitura”. A maior parte das mulheres (Clara, Carolina, Débora, Dulce, Maria, Sandra e Joana) diz que não gosta de ler, especialmente livros. Segundo os depoimentos, ler dá sono, é cansativo ou exige um tempo e uma paciência que elas não têm. Entre as 11, Dulce e Clara não souberam citar o último livro que leram. Já Maria, Débora e Carolina afirmam nunca ter lido um livro inteiro na vida.

Para Bourdieu, a origem do gosto está nas lutas simbólicas de classes, de modo que a redução materialista das preferências às condições econômicas

e sociais de produção e as funções sociais ancoradas em práticas sociais aparentemente desinteressadas “não deve fazer esquecer que, em matéria de cultura, os *investimentos* não são somente econômicos, mas também psicológicos” (2008, p. 291).

A dimensão do gosto pela leitura no grupo entrevistado reflete o contexto de consumo cultural das classes populares. Para Martín-Barbero (2002, p. 50), “as nossas maiorias não estão sendo incorporadas à modernidade, estão apropriando-se da modernidade sem passar pelo livro, porque nunca aprendem a ler ou lêem muito pouco. Estão incorporando-se à modernidade sem deixar a cultura oral”. Sobre este aspecto é importante fazer uma ressalva: Martín-Barbero não reflete a falta de acesso à leitura com base em uma perspectiva valorativa de aproximação ou afastamento da cultura formal/erudita (como, de certo modo, endereça a perspectiva bourdiana). Para o autor, tão importante quanto refletir sobre as dimensões de exclusão na sociedade que leva à falta de acesso à leitura é pensar sobre a “deslegitimação dos modos populares de recepção, dos modos populares de desfrutar das coisas” (*ibidem*, p. 52). Segundo Martín-Barbero, prevalece entre as camadas populares a gramática do rádio, do cinema e da televisão, que será lida a partir de outras chaves, outras experiências e criatividade.

Entre todos os meios de comunicação, a televisão foi o mais citado pelas entrevistadas em termos de frequência e preferência de uso, seguida pela internet. O hábito de assistir à TV esteve presente em todas as famílias de origem, marcando a sociabilidade do grupo e pautando a temporalidade social:

Quando eu era a criança eu assista a novela com a mãe e as irmãs. Era o momento família. E tinha uma coisa: ninguém podia falar na hora do jornal. Não podia conversar perto do pai, não podia passar perto na TV. Mas na hora que a gente sentava para ver a novela a gente conversava e ria. [Lia]

O relato de Lia demonstra dois aspectos interessantes. O primeiro diz respeito à manutenção da autoridade masculina, que altera toda a rotina familiar no momento da assistência de seu programa favorito. O segundo refere-se à relação estabelecida entre os formatos televisivos e os seus respectivos modos de ver, ou seja, a articulação realizada pela noção de gênero entre as lógicas do sistema produtivo e o sistema de consumo (MARTÍN-BARBERO, 2006, p. 301): enquanto o telejornal exibe informação e pede a seriedade de seu receptor, a novela configura-se como entretenimento e pressupõe a descontração e interação do grupo que assiste.

O papel da audiência televisiva na rotina familiar é visto por Martín-Barbero (1999, p. 8) como parte da configuração da temporalidade social, que ajuda a significar o tempo ocupado e o de descanso. Assim, a assistência compartilhada da TV é um hábito nas famílias de Carolina, Miriam, Maria, Joana e Sandra. Nos cinco casos, as refeições noturnas são feitas diante da TV, sendo este o momento para conversar sobre o dia e se distrair. Para Clara, Débora, Dulce, Priscila e Marina a assistência se dá de forma solitária, sendo a TV denominada por elas como uma “companhia” para os momentos de descanso e planejamento da rotina diária.

Os gêneros preferidos entre as entrevistadas são as novelas, os programas de variedades e os jornalísticos. No caso das entrevistadas, há uma predominância de audiência das telenovelas da Rede Globo das 18h e das 21h, sendo as primeiras consideradas mais “românticas, leves” e as últimas, “próximas da realidade”. Essa predileção remete à matriz simbólico-dramática citada por Martín-Barbero, a partir da qual são modeladas várias práticas e formas da cultura popular.

Entre os programas de variedades mais assistidos estão aqueles cujo enredo se baseia em situações de conflitos familiares e desavenças cotidianas que normalmente tem como protagonistas sujeitos das classes populares, como o *Programa do Ratinho*, e *Casos de Família*. Para García Canclini (2006, p. 11), existe uma reorganização dos gêneros televisivos que, ao trabalharem com personagens reais, fazem emergir “uma subjetividade e uma certa intimidade familiar ou pessoal, mas sob o registro do espetáculo, não como instância reflexiva [...] e se pode suspeitar que isso tenha a ver com a relação da televisão com o lar, com a família, com a casa e com as rotinas domésticas”.

Durante o período da pesquisa, foi perceptível o aumento considerável do acesso à internet, a partir do momento em que as entrevistadas foram substituindo os celulares pelos *smartphones*. A apropriação dos *smartphones* na rotina das entrevistadas faz parte de uma tendência de consumo que atinge de modo muito intenso todas as camadas sociais no Brasil, que, hoje, estima-se ter 1,6 dispositivo portátil por habitante².

Uma parte das entrevistadas (Clara, Débora, Dulce, Miriam e Joana) diz que não acessa mais por falta de tempo em razão do trabalho e, de um modo geral, reconhece que o acesso à internet acaba consumindo uma boa parcela

2 Pesquisa da FGV. Disponível em: <https://eaesp.fgv.br/sites/eaesp.fgv.br/files/noticias2019fgv-cia_2019.pdf>. Acesso em: 27 jun. 2020.

de seu tempo livre. Embora o uso e as práticas tenham sido ampliados em termos de possibilidades e tempo, a diversidade de *sites* acessados pelas entrevistadas é restrita: “Eu ainda sou muito tapada pra usar a internet, vou sempre nos mesmos lugares”, diz Dulce. Apenas quatro entrevistadas fazem usos direcionados ao trabalho ou estudos: Priscila contata suas clientes pelo *WhatsApp* e *Facebook*; Clara registra os pedidos e faz cadastros das revendedoras no *site* da empresa de cosméticos; Lia pesquisa material para suas aulas na educação infantil; já Miriam dedica seis horas semanais ao seu curso de graduação a distância em Serviço Social.

Oito entrevistadas basicamente acessam a internet para se corresponder por meio de e-mails, pesquisar interesses no *Google* e, principalmente, navegar e interagir no *Facebook*. Entre as buscas na *web* mais citadas pelas mulheres estão as receitas, a previsão do tempo e os horários dos ônibus. Cremos, assim como apontado por Sifuentes (2014), que esse distanciamento e pouca familiaridade com a internet se devem ao contato tardio com esse tipo de mídia, ocorrendo já na fase adulta das informantes. Ronsini (2016a) também aponta que o grau escolar e a classe social são fatores que se relacionam com a frequência e a intensidade do uso da internet no Brasil, pois, quanto maior a escolaridade do usuário e mais alto o estrato social, maior é também a intensidade de seu uso³.

De acordo com os relatos, o uso da internet para acessar o *Facebook* é o que tem merecido maior dedicação por parte das entrevistadas, sendo a rede social considerada um espaço de “encontrar” pessoas, de se informar, trocar informações, de tornar-se visível e visualizar a rotina de conhecidos, sendo importante pensar de que forma o ambiente virtual produz significados e mudanças nas suas vidas.

Sandra, apesar de ter perfil no *Facebook*, raramente conecta; já Priscila, um pouco mais ativa nas redes, tem o uso do *WhatsApp* e do *Facebook* mais direcionado para entrar em contato com suas clientes e postar fotos em poses alegres, geralmente no pátio de casa, acompanhadas de frases de autoajuda:

Não viu a que eu postei ontem? É que meu ex, a gente se separou porque ele ficava me traindo, só que a outra fuxica no meu Face e eu já boto uns “dizer” pra ela ler. Às vezes eu chego a me arrumar! O meu filho diz: te arruma e vamos tirar uma foto então! [Priscila]

3 Disponível em: <<https://midiadados2020.com.br/midia-dados-2020.pdf>>. Acesso em: 16 jul. 2020.

O uso realizado por Priscila remete a novas possibilidades de construção e partilha de um mundo comum e de uma produção de autonomia e de subjetivação (COÊLHO; MARQUES, 2015, p. 281), em que as redes sociais não apenas se inserem em diferentes contextos socioculturais mas também interferem nas práticas cotidianas de suas usuárias. Na perspectiva barberiana, a centralidade das redes permite a formulação de um entorno tecno-comunicativo que apresenta novas linguagens, escrituras e gramáticas que incidem sobre as identidades e sociabilidades. O que remete a uma relação entre sujeitos e meios, construída continuamente, que adquire, no âmbito social, um caráter de ritualidade. Se olharmos o consumo midiático das entrevistadas sob a perspectiva do impacto que as tecnologias têm nos usos dos meios, podemos identificar mudanças recentes nos seus hábitos no que diz respeito, por exemplo, ao jornal e ao consumo de filmes.

Clara, Débora e Maria, que, antes, não liam notícias locais, passaram a ler diariamente o conteúdo da versão *online* dos jornais locais por meio do recurso que permite acompanhar a atualização das notícias pelas páginas dos periódicos no *Facebook*. Nesse caso, como não têm a visão total do conteúdo, selecionam a leitura conforme tenham interesse nas manchetes que aparecem em seu perfil na rede social. García Canclini (2017) chama a atenção para novas formas de leitura e escrita que são inauguradas a partir dos dispositivos móveis, sendo necessário rever a própria noção de leitor e dos interesses dos públicos, que tem buscado conteúdos sintéticos e focados em demandas mais específicas.

O custo elevado é considerado um empecilho para a maior parte das entrevistadas na frequência ao cinema. Diferentemente da relação que têm com o livro, elas afirmam que gostariam de frequentar o espaço, mas falta oportunidade ou recurso. Assim, enquanto Carolina, Joana e Débora, nos últimos anos, viram apenas filmes infantis, Clara e Maria foram apenas uma vez ao cinema, quando ainda eram jovens. O relato de Maria, aliás, revela a articulação entre o capital cultural e as competências de leitura dos gêneros audiovisuais. A única vez que ela foi ao cinema, há 30 anos, foi acompanhada do então namorado e outros dois casais. A experiência, segundo ela, foi marcante:

Quando nós cheguemo e comecemos a ver o filme foi um horror. A história era de umas mulheres numa cadeia, uns ratos passando, era mulher tendo o caso com mulher. Sabe aquele filme que mistura nojo? Guria de Deus! Sabe quando tu fica com vergonha do filme? Porque né, pelo amor de Deus. Nós não conseguia olhar o filme. Era um

tal de olhar uma pra outra que a gente começava a rir. Já pensou, nós criada pra fora, primeira vez que vai no cinema e ver aquilo? [Maria]

O depoimento de Maria nos remeteu à experiência de Martín-Barbero relacionada à Armand Mattelart, em que lembra um episódio ocorrido em 1984 na periferia de Cali, na Colômbia, quando ele esteve com seus alunos em uma sessão de cinema para assistirem a um melodrama mexicano. A atividade tinha um cunho prático para a análise da narrativa popular e acabou, segundo suas palavras, em um “calafrio epistemológico”:

Depois de vinte minutos de projeção, começamos a experimentar um tédio sem tamanho, tanto o filme era elementar e estereotipado, que fomos tomados por risos descontrolados. As pessoas que estavam à nossa volta [...] ficaram indignadas, nos insultaram e quiseram nos expulsar à força. Durante o resto da projeção, eu olhava aqueles homens, emocionados até as lágrimas, ‘vivendo’ o drama com um prazer formidável... e na saída eu me fazia a seguinte pergunta: “o que o filme que eu vi tem a ver com o filme que eles viram?”, uma vez que o que me causava tédio lhes proporcionava tanto encantamento. [...], tal pergunta faz com que eu mesmo, atualmente, apresente a necessidade inelutável de ler a cultura de massa a partir desse outro ponto de onde pode se formular outra pergunta: O que, na cultura de massa, responde não a lógica do capital, mas a outras lógicas? (MARTÍN-BARBERO in MATTELART, 2004, p. 132-3)

A experiência de Maria e a situação descrita por Martín-Barbero nos ajudam a refletir sobre as posições de apropriações distintas estruturadas pela mudança de contexto socioeconômico e cultural e sobre o papel fundamental das mediações no processo comunicacional. Considerando os dois exemplos, é possível perceber de modo empírico a importância de resgatar “a criatividade dos sujeitos, complexidade da vida cotidiana, como espaço de produção de sentido [...] além do caráter lúdico, o caráter libidinal, desejoso, da relação com os meios” (MARTÍN-BARBERO, 2002, p. 54).

Neste sentido, quando aproximamos o exemplo de Maria (para a partir dele pensar as narrativas das demais interlocutoras) da proposta barberiana, pensamos no que essas mulheres fazem com o que veem, leem, ouvem e como suas apropriações e negociações de sentido fazem parte de sua conformação como mulheres e como sujeitas da classe popular. Sem esquecer dos limites que a estrutura social (tensionada pelos *habitus* de classe e de

gênero) lhes impõe, o modo como elas interpretam e negociam suas realidades em muito transcende a dimensão material para se operar pela via simbólica, cultural. Essa articulação permite a construção de leituras próprias, visões de mundo e trajetórias singulares que não se cristalizam em conceitos fechados nem se respondem somente pela precariedade material. É nesse cruzamento entre o *campo dos possíveis* de Bourdieu e a complexidade da vida ordinária que aproxima comunicação e cultura que costumamos nossas reflexões e procuramos dimensionar capital cultural como uma lente valiosa.

Considerações finais

O capital cultural, neste artigo, foi observado especialmente pelos valores apreendidos nas relações familiares ou oriundos da formação escolar e demonstrou-se fundamental para compreender a realidade das interlocutoras da classe popular, reafirmando a necessidade de superar a perspectiva economicista para explicar as lógicas do *habitus*. O capital cultural parece estar presente nas novas experiências, nas sensíveis mudanças nas relações familiares, no papel assumido pela mulher em casa e no trabalho e no aumento do capital escolar, que se dá de forma gradativa, mas ainda lenta. Ao passo em que a maior parte das entrevistadas não concluiu o ensino médio (mas encontra-se estudando) e que existe o esforço de uma parte delas na formação de seus filhos, é possível que os sinais da conversão do capital cultural em valor para uma mobilidade apresentem-se com o tempo.

Foi a partir da experiência vivida em âmbito social e, especialmente, no seio familiar que as mulheres incorporaram seus papéis de mãe, esposa e dona de casa — o que remete à naturalização de suas funções, suas limitações e suas prioridades, que se constituem de forma articulada pelos vieses de gênero e de classe. Por outro lado, os acessos restritos à escolaridade, bem como a falta de incentivo por parte da família, demonstram-se fundamentais para a construção de suas posições no mercado de trabalho. Do mesmo modo, o capital cultural acumulado no ambiente escolar e familiar se reflete diretamente no consumo cultural tanto no que diz respeito à frequência e aos hábitos, quanto na construção de modos de ler o conteúdo midiático.

Entendemos, desse modo, que a visualização de um panorama do consumo cultural e midiático das entrevistadas leva-nos a perceber, de forma mais próxima, os sentidos que atravessam as mediações comunicativas da cultura. Trata-se, portanto, de um ponto de partida importante para

o reconhecimento das disposições que conformam as competências de recepção na relação instituída entre as entrevistadas e os produtos comunicacionais nos diversos meios com os quais elas têm contato no cotidiano.

Por fim, tendo em mente a sugestão de García Canclini (1984) de não restringir o olhar às possibilidades unilaterais da reprodução, é preciso considerar as transformações que permeiam a relação entre práticas sociais e estrutura, bem como as singularidades que compõem cada história de vida observada. As mulheres, desse modo, em muitos aspectos percebem as subordinações de classe e gênero que enfrentam em um contexto social mais amplo. Se, em alguns momentos, não rompem com essa lógica, em tantos outros negociam com esses sentidos, reapropriando-se deles conforme seus interesses e possibilidades. Reinventam, porque é assim que a própria realidade cotidiana exige, o enredo não escrito pelo discurso hegemônico para articular seus desejos e suas dificuldades (muitas vezes tão desconexos) para lidar com a própria ordem social e suas contradições.

Milena Freire de Oliveira-Cruz é professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria e coordenadora do Grupo de Pesquisa Comunicação, Gênero e Desigualdades (UFSM/CNPq). É doutora em Comunicação pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM).

milena.freire@ufsm.br

Camila da Silva Marques é pós-doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria. É doutora em Comunicação pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM).

camila.markes@yahoo.com.br

Contribuição de cada coautora: Milena Freire de Oliveira-Cruz ficou responsável por: concepção da proposta do texto; coleta, análise e interpretação dos dados da pesquisa 1; articulação dos dados das duas pesquisas; escrita – Primeira Redação, revisão e edição. Camila da Silva Marques ficou responsável por: concepção da proposta do texto; coleta, análise e interpretação dos dados da pesquisa 2; articulação dos dados das duas pesquisas; escrita – Primeira Redação.

Referências

BOURDIEU, P. **A distinção**: crítica social do julgamento. São Paulo: Edusp; Porto Alegre: Zouk, 2008.

_____. **Capital simbólico e classes sociais**. Novos estud. – Cebrap [online]. n. 96, p. 105-115, 2013.

COELHO, T. F.; MARQUES, A. C. S. Sertanejas conectadas: autonomia e subjetivação política nos usos do *Facebook* por mulheres no sertão do Piauí. **Contemporânea Revista de Comunicação e Cultura**, Salvador, v. 13, n. 2, p. 277-293, 2015.

ESCOSTEGUY, A. C. Comunicação e gênero no Brasil: discutindo a relação. **Revista ECO-PÓS**, Rio de Janeiro, v. 23, n. 3, p. 103-138, 2020.

FIGARO, R.; GROHMANN, R. O conceito de classe social nos estudos de recepção brasileiros. In: **Anais do XXII Encontro Nacional da Compós**. Salvador: [...] Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Comunicação, 2013.

GARCÍA CANCLINI, N. Cultura y organización popular: Gramsci con Bourdieu. **Cuadernos Políticos**, número 38, ediciones era, México, D.F., enero-marzo 1984, p.75-82.

_____. El consumo cultural: una propuesta teórica. In: SUNKEL, G. **Consumo cultural em América Latina**. Santa Fé de Bogotá: Convênio Andrés Bello, 1999. p. 26-49.

_____. Estudos sobre cultura: uma alternativa latino-americana aos cultural *studies*. [Entrevista cedida a] Ana Carolina Escosteguy, Ana Luiza Coiro e Renê Goellner. **Revista Famecos**, Porto Alegre. n. 30, p. 7-15, ago. 2006.

_____. Del Consumo al Acceso: Viejos Y Jóvenes en La Comunicación. **Comunicação Mídia e Consumo**, São Paulo, v. 14, n. 41, p. 10-30, 2017.

LIBARDI, G; JACKS, N. Interseccionalidade como ferramenta teórico metodológica: apontamentos para a pesquisa de recepção e consumo midiático. **Signos do Consumo**, São Paulo, v. 12, n. 2, p. 3-13, jul./dez. 2020.

MARQUES, C. S. **Distinção, corpo de classe e estilo de vida**: “as situações que a gente passa, dentro das novelas tem”. 2018. Tese (Doutorado em Comunicação), Poscom, Universidade Federal de Santa Maria. Porto Alegre, 2018.

MARTÍN-BARBERO, J. Recepcion de medios y consumo cultural: travesías. In: SUNKEL, G. **Consumo cultural em América Latina**. Santa Fé de Bogotá: Convênio Andrés Bello, 1999. p. 2-25.

_____. América Latina e os anos recentes: o estudo da recepção em comunicação social. In: SOUSA, M. W. de (org.). **Sujeito, o lado oculto do receptor**. São Paulo: Brasiliense, 2002.

_____. Globalização comunicacional e transformação cultural. In: MORAES, D. de (org.). **Por uma outra comunicação**: mídia, mundialização cultural e poder. Rio de Janeiro: Record, 2003. p. 57-85.

_____. **Dos meios às mediações:** comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2006.

MATTELART, A.; MATTELART, M. **Pensar as mídias.** São Paulo: Edições Loyola, 2004. p. 131-138.

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

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

_____. Carne e alma: ensaio sobre feminilidade, capital simbólico e melodrama. In: CAMPANELLA, B.; BARROS, C. (org.). **Etnografia & consumo midiático:** novas tendências e desafios metodológicos. Rio de Janeiro: E-papers, 2016a. p. 133-156.

_____. Telenovelas e a questão da feminilidade de classe. **Revista Matrizes**, São Paulo, v. 10, n. 2, p. 45-60, maio/ago. 2016b.

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

SKEGGS, B. Context and Background: Pierre Bourdieu's analysis of class, gender and sexuality. In: ADKINS, L.; SKEGGS, B. (orgs). **Feminism after Bourdieu.** Oxford/USA: Blackwell Publishing, 2004. p. 19-33.

SOUZA, J. O economicismo e a invisibilidade das classes. In: **Anais do XXXVII Encontro Anual da Anpocs.** Águas de Lindóia: Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Ciências Sociais, 2013.

TOALDO, M.; JACKS, N. Consumo midiático: uma especificidade do consumo cultural, uma antessala para os estudos de recepção. In: **Anais do XXII Encontro Nacional da Compós,** Salvador: Associação Nacional de Programas de Pós-Graduação em Comunicação, UFBA, 2013.

Artigo recebido em 28/09/2021 e aprovado em 22/02/2022.