

Uma abordagem crítica das identidades nos estudos de recepção

A critical approach to identities in Media Reception Studies

Veneza Mayora Ronsini

Resumo: *O artigo apresenta discussão teórica acerca dos obstáculos – criados no manejo de conceitos adotados nos estudos de recepção e consumo de mídia – que impedem a compreensão da vinculação entre experiência sociocultural e práticas de comunicação nos processos hegemônicos de estruturação do tecido social. Observamos que falta nos estudos que tematizam as identidades de classe e gênero a articulação entre diferença e desigualdade, pois usualmente as questões identitárias são problematizadas como questões de diferenças entre indivíduos e grupos sem que a questão estrutural da desigualdade econômica seja abordada. O conceito de classe social é a principal via para retomar a problemática das relações de poder nas apropriações da mídia enquanto também sugerimos os conceitos de reconhecimento e redistribuição propostos por Nancy Fraser.*

Palavras-chave: *Estudos de Recepção; Reconhecimento; Redistribuição; Identidades; Classe Social.*

Abstract: *The article presents a theoretical discussion concerning the obstacles - created in the management of concepts adopted in studies of media reception and consumption - that prevent the understanding of the link between sociocultural experience and communication practices in the hegemonic processes of structuring the social fabric. We observed that studies that focus on class and gender identities lack the articulation between difference and inequality, as identity issues are usually problematized as issues of differences between individuals and groups without the structural issue of economic inequality being addressed. The concept of social class is the main way to return to the issue of power relations*

in media appropriations, while we also suggest the concepts of recognition and redistribution proposed by Nancy Fraser.

Keywords: *Reception Studies; Recognition; Redistribution; Identities; Social Class*

Introdução

Uma questão-chave da linha de pesquisa da recepção e consumo midiático¹ é refletir acerca da vinculação entre experiência sociocultural e práticas de comunicação nos processos hegemônicos de estruturação do tecido social. Entre os temas centrais da linha, o das identidades é particularmente rico para a compreensão das relações entre os modos pelos quais as identificações com visões de mundo e estilos de vida servem para referendar ou não as hierarquias que dividem os grupos sociais em posições de dominância ou subalternidade. Entretanto, como veremos, a problemática da hegemonia – cara aos Estudos Culturais de vertente anglo-saxã ou latino-americana, que são paradigmas de base para os estudos de recepção no Brasil – foi perdendo força nas pesquisas.

Esse diagnóstico, aplicado às pesquisas de recepção circunscritas ao estudo das identidades vinculadas à mídia, foi feito por Escosteguy (2009, p. 4), que observou a omissão das relações de poder e da regulação das esferas do pessoal e do privado pela própria mídia. Em outras palavras, se reitera “os usos e apropriações dos textos midiáticos pelo receptor sem a necessária observação das limitações impostas pela estruturação social mais geral e até mesmo pelos próprios textos midiáticos”.

Ao retomarmos esse problema, o objetivo do texto é desenvolver uma hipótese teórica acerca da origem de abordagens acríicas da identidade nos estudos de recepção e consumo dos meios de comunicação, hoje extensivas aos estudos que levam em conta o cenário da convergência digital, aqui nomeados como estudos dos usos da mídia. Abordagens acríicas da recepção são aquelas nas quais: 1) são descritas as interpretações e/ou usos da mídia sem que se problematize as diferenças encontradas entre os receptores em termos das relações de poder aos quais estão sujeitos a partir de hierarquias de gênero, etnia, geração, classe, etc.; 2) a ênfase na resistência do receptor em relação às codificações dominantes também não é compreendida à luz das relações de poder.

1 Utilizo o termo estudos de recepção de forma genérica por ter sido a denominação que se articula “com o desenvolvimento de variantes dentro dos estudos culturais anglo-americanos” e também pela sua “plasticidade” (JACKS; ESCOSTEGUY, 2005, p. 15).

A resistência à qual nos referimos é o que os estudos culturais definem como resistência simbólica, forma de enfrentar as contradições que não podem ser resolvidas na esfera do trabalho, da família, etc.

Em nosso entendimento, um dos déficits das pesquisas é considerar tão somente os fatores culturais ou simbólicos que constituem as identidades, desconsiderando ou colocando em segundo plano também os fatores materiais que direcionam identificações e desidentificações baseadas em clivagens oriundas do contexto e da estrutura social.

García Canclini parece ser o primeiro intelectual a propor uma dupla agenda para o estudo das identidades que leve em conta a diferença e a desigualdade, acentuando a noção de uma diferença construída narrativa e politicamente. Essa dupla agenda, de acordo com nosso entendimento, é necessária para a retomada dos conflitos identitários gestados por razões estruturais em que a diferença é a ponta do *iceberg* chamado desigualdade. Pelo menos para o fenômeno que estamos analisando aqui, prioritariamente as identidades de classe e gênero, secundariamente as identidades étnicas, o que se oculta ao tratarmos das diferenças sociais e culturais é a desigualdade.

Para o antropólogo e filósofo argentino, as identidades (2001; 2004) não possuem um conjunto de traços que podem ser vistos como a essência do grupo – seja nação etnia, etc. –, mas são constituídas por uma série de operações de seleção de elementos de distintas épocas articulados pelos grupos hegemônicos em uma narração que lhes dá coerência, dramaticidade e eloquência. Além disso, sua contribuição é desconstruir a noção, na medida em que a noção de hibridiz intercultural é a base para sua discussão sobre as identidades na América Latina e o papel dos meios de comunicação na desvinculação entre cultura e território. Entre outros elementos presentes na obra do autor, comentados por Escosteguy (1997), temos a perda da relação natural da cultura com um território geográfico ou o processo de desterritorialização, assim como a queda das fronteiras entre estratos culturais (erudito, popular e massivo) e culturas diversas (locais, regionais, nacionais e global).

As clivagens identitárias na pesquisa brasileira são estudadas separadamente em investigações que tematizam gênero, etnia, geração, classe social. Usando a classificação de Nancy Fraser entre estudos identitários e estudos sobre classe (AMADEO, 2014), temos, de um lado, a problematização do reconhecimento identitário e, do outro, a problematização da desigualdade. Propomos, então, que o reconhecimento identitário em suas articulações com a recepção da mídia possa ser visto em termos de diferenças e distinções para abarcarmos as desigualdades, sendo as distinções formas de discriminação econômica.

Na pesquisa de recepção², as diferenças podem ser relacionadas à interpretação dos meios mediadas pelas identidades de gênero, étnicas, geracionais, às interações na internet, às visões de mundo conformadas pela presença nos meios na vida cotidiana, às identificações com determinados estilos de vida, entre outros. Tais apropriações da mídia podem estar relacionadas com diferenças, pura e simplesmente, nas situações de igualdade social ou no sentido clássico adotado pelos partidários da políticas identitárias³ como reivindicação de um padrão cultural próprio em relação a um padrão cultural normativo. Nominamos diferença cultural e desigualdade de classe ou diferença de gênero e distinção de classe para demarcar essa dissociação entre a questão do reconhecimento e da distribuição. Em outros termos, quanto ao reconhecimento, quer se entender a busca pelo direito à diferença; quanto à distribuição, quer se entender a busca pela igualdade.

O texto inicia com uma síntese dos levantamentos de teses e dissertações no campo da Comunicação no Brasil dedicadas ao estudo das identidades, segue com a discussão sobre o conceito de identidades e sobre as categorias propostas por Fraser que, para nós, suporta nossa posição acerca das categorias diferença e distinção e explica a importância de tratá-las como dimensões irreduzíveis em abordagens críticas da

2 O debate na antropologia é entre o direito à diferença e o direito à igualdade, admitindo-se que o pensamento antropológico não criou bases sólidas para integrar a noção de diferença às de igualdade/ desigualdade (HOFBAUER, 2011).

3 Para Fraser (2003), o sistema capitalista é um sistema social cuja esfera de ordem econômica não é regulada diretamente por padrões institucionalizados de valor cultural. Assim, parece-nos claro que a situação de classe de alguém muda simplesmente com a reparação econômica.

questão das identidades no campo da comunicação. No mesmo tópico, exemplificamos o tratamento das identidades nos termos propostos neste texto em pesquisas sobre as apropriações da mídia. Concluimos com o endosso da perspectiva dialética entre economia e cultura para a compreensão da formação das identidades em sua relação com a recepção, o consumo e os usos da mídia.

A abordagem das identidades nos estudos de recepção

A categoria identidade tem sido investigada em todas as modalidades dos estudos das relações entre mídia e audiência desde a década de 1990 (JACKS; MENESES; PIEDRAS, 2008; JACKS et al., 2014; JACKS et al., 2017): recepção, consumo ou usos. Se os estudos do consumo midiático focam na relação mais ampla com os meios, os de recepção se interessam pela interpretação e apropriação dos conteúdos da mídia (RONSINI, 2007; TOALDO; JACKS, 2013; SCHMITZ, 2015). Para nós, uma terceira nomenclatura, a dos usos dos meios, que foi atrelada ao trabalho de Jesús Martín-Barbero (ESCOSTEGUY; JACKS, 2005), pode servir para definir aqueles que incorporam o trânsito das audiências entre os meios tradicionais e as interações na internet em função de que podemos associar Barbero aos estudos de recepção e consumo e reservar este outro termo para os estudos no cenário da convergência. Quer dizer, aqueles que, como comenta Jacks (et. al, 2017, p. 14), são investigações que expandem a prática de recepção ou do consumo para as plataformas digitais, mantendo “um vínculo com a produção midiática”.

Aqui fazemos uma interrupção para melhor explicar essa evolução no tratamento dos termos. Nossa proposta de adoção da nomenclatura dos usos para abarcar os trabalhos que combinam o exame da recepção ou consumo com as interações das audiências nas plataformas digitais parece mais adequada no atual contexto do desenvolvimento dos estudos em função de que recepção e consumo foram mais bem caracterizados nas suas particularidades do que no primeiro momento em que foram associados a Canclini e a Barbero. Na apresentação que fizemos

ARTIGO

das duas vertentes do estudo das audiências dentro da abordagem dos estudos culturais, seguimos parcialmente essa associação ao atrelar o estudo da recepção com a teoria das mediações de Barbero e também porque a maioria dos estudos de recepção assim procediam enquanto os de consumo seguiam mesmo a abordagem de Canclini. Essa divisão foi se esmaecendo, porque ambos os autores foram sendo combinados ou porque experimentamos adotar a perspectiva das mediações em estudos de consumo midiático e de usos da internet.

Retomamos, então, o diagnóstico de Escosteguy e recorreremos à pesquisa do estado da arte de teses e dissertações na linha da recepção e consumo, coordenada por Jacks (2009; 2014; 2017), a qual mapeia os temas, as mídias e as abordagens estudadas e, ao mesmo tempo, aponta as carências metodológicas e teóricas do campo. A partir dessas referências, podemos indagar em que medida algumas dessas falhas podem estar relacionadas com a não problematização das relações de poder conforme apontada por Escosteguy.

Segundo Wottrich (2014), na década de 1990, o tema das identidades era pouco explorado, enquanto, no período de 2000-2009, há um aumento significativo de estudos, tanto na quantidade de trabalhos como na variedade de abordagens e enfoques: identidades de gênero, étnicas, regionais/territoriais, juvenis, etc. Aponta que os processos de negociação de sentidos são o foco das discussões e não há nenhuma indicação de que os objetos construídos se direcionam para entender as questões de poder, que, em nossa visão, é o que permite estudar as desigualdades. Nessa fase de consolidação dos estudos de recepção e consumo, o termo aparece associado à internet, à recepção da telenovela, às identidades de “gênero” e sua relação com séries, telenovelas, publicidade, *talkshow*, programas de auditório.

Na fase mais recente (2010 a 2015), são os estudos sobre o meio televisivo os que focam na temática da formação identitária. A categoria aparece tematizando o papel das identidades nos processos de apropriação dos meios tradicionais e nos novos modos de apropriação da mídia a partir das interações entre receptores nas plataformas digitais.

Nesse período, uma carência destacada é a escassa explicitação da experiência dos receptores para entender as apropriações dos meios de comunicação.

Sobre a questão das identidades de gênero (TOMAZETTI; CORUJA, 2017), seja ela contemplada nos estudos de mulheres sob o viés feminista, seja nos estudos *queer*, nas investigações das homossexualidades e das masculinidades, foi a que mais evoluiu para um tratamento que encare as assimetrias de gênero como produto das relações de poder, mesmo que permaneça a tendência em usar os gêneros como dados demográficos ou constituintes das amostras. Aqui, apontamos dois fatores que obstaculizam a compreensão da diversidade de apropriações da cultura como originada nas posições dos sujeitos na esfera da produção e nas reproduções culturais que hierarquizam os grupos sociais: a falta de profundidade na captura da experiência do receptor e a abordagem de gênero como critério de seleção da amostra ou como critério demográfico.

No caso de estudos bem-sucedidos, mesmo que a injustiça econômica não seja abordada, compreende-se parcialmente as injustiças culturais em suas relações com a recepção da mídia, enraizadas em padrões sociais de representação, interpretação e comunicação. Definidos não pela posição nas relações de produção, “mas sim pelas relações de reconhecimento, eles se distinguem pelo menor respeito, estima e prestígio que desfrutam em relação a outros grupos da sociedade” (FRASER, 2003^a, p. 13).

Por outro lado, levando em conta que o indicador de classe social é praticamente desconsiderado (RONSINI, 2012; GROHMANN, 2014; JACKS; SIFUENTES; LIBARDI, 2017), pode-se argumentar que uma das mais importantes formas de estudar as desigualdades está quase ausente⁴ na produção de teses e dissertações brasileiras no campo da comunicação, podendo-se concluir que a questão da diferença deve predominar quando se trata de descrever as relações entre meios

4 Nos anos 2000, ocorre um “tímido recomeço no enfrentamento do tema” (JACKS; SIFUENTES; LIBARDI, 2017, p. 210).

e audiências. Finalmente, o próprio direcionamento das pesquisas em destacar a capacidade de resistência dos receptores (JACKS et al., 2008) pode também afetar a vigilância do pesquisador quanto à problemática das relações de poder.

Assim, na maioria dos estudos de recepção e consumo, as identidades estão sendo definidas a partir das clivagens às quais elas estão sendo associadas, seja classe, etnia, geração, nação/região, seja gênero. As clivagens, marcadores ou processos culturais e sociais, são, portanto, o modo como tais estudos definem as processualidades identitárias. Defendemos aqui que o aprofundamento do conceito seja justamente realizado a partir da discussão de categorias como classe e gênero, classe e etnia e assim sucessivamente, de acordo com o tema de pesquisa. A justificativa é que a cisão entre classe e outras categorias vinculadas ao reconhecimento identitário não permite abordar corretamente a desigualdade. Se for ampliada a compreensão da desigualdade de classe e da injustiça de gênero ao conjugar as duas formas de atribuição de privilégios, podemos também tratar as “diferenças” de gênero como fruto da injustiça cultural e da injustiça econômica.

O conceito de identidades: reconhecimento e redistribuição

Canclini advoga que não se pode definir identidade com o mesmo rigor com que se define cultura porque ela não é objetivável (2001). O próprio autor discute como abordar as identidades sem apresentar um conceito puro, mas sempre associado a outro termo ou problemática. Por exemplo, quando ele discute as identidades nacionais, a interculturalidade, o fenômeno da hibridização cultural, a identidade está sendo definida a partir desses fenômenos.

Não tendo atributos fixos ou concretos, elas se constituem ou adquirem forma a partir de processos regulados pelos interesses e valores dos grupos que disputam os privilégios associados a determinadas identidades. Nesse sentido, a formação de identidades envolve políticas

identitárias traduzidas em lutas por redistribuição e reconhecimento de forma a conquistar a paridade com outros grupos.

Tendo em vista as identidades de classe, foi Bourdieu quem, mesmo sem usar o termo identidade ou consciência⁵, definiu os marcadores que definem classe social como sendo o capital econômico, cultural, social e simbólico. Através deles se constituem as filiações de classe pelos complexos mecanismos da naturalização da posição social e de reconhecimento ou (des)conhecimento moral. Os capitais econômicos e culturais são centrais para a estruturação da dominação de classe “porque a sociedade moderna não fundamenta prioritariamente seu funcionamento a partir do capital social” (SOUZA, 2007, p. 65). Podemos inferir que o simbólico também não determina essa estruturação, porque a manutenção das vantagens econômicas e dos bens culturais são as bases da reprodução da posição de classe. Com a ressalva de que os capitais estão integrados, assim como para Fraser (2003b), as questões do reconhecimento não são epifenômenos da questão distributiva. Cremos que é possível aproximar a noção de capital simbólico à de reconhecimento na medida em que ela sinaliza o valor atribuído a um indivíduo.

O debate aqui está delimitado ao pensamento de Nancy Fraser (2003a e b) e relacionado às ideias de Bourdieu, visto que o foco é considerar a perspectiva da diferença tendo como base a noção de classe social. A conjunção dessas perspectivas se justifica em função de que Bourdieu pensa a classe social de modo mais ou menos equivalente à de Nancy Fraser, pela centralidade do econômico e do cultural na dominação. Enquanto, para Fraser, as normas culturais bloqueiam a paridade participativa (2009), para Bourdieu, a cultura hierarquiza e reproduz a dominação no plano simbólico. Aqui não discutimos seu conceito de justiça como paridade participativa porque ele não está relacionado aos objetos para os quais a pesquisa de recepção tem se dedicado.

5 A ausência desses termos se deve porque, para ele, as incorporações dos esquemas de condutas, pensamentos ou sentimentos que orientam os atores não são conscientes, uma espécie de história pessoal “naturalizada numa espontaneidade sem consciência” (SOUZA, 2007, p. 59).

Nas reflexões iniciais de Fraser, segundo Lawler (2014), a filósofa entendia que a divisão de classe lida com a questão da redistribuição e a divisão de gênero e raça engloba a falta de recursos materiais e “simbólicos” ou identitários, sendo que, a partir de 2001, a autora afirma que qualquer forma de desigualdade pode ser caracterizada em termos de distribuição desigual e não reconhecimento do valor individual/grupal. O gênero é – na análise de Fraser (2003a e b) – um claro exemplo de um tipo de subordinação social que apresenta duas dimensões. Não é simplesmente uma questão de classe ou meramente uma questão de *status*, mas de um enraizamento simultâneo na estrutura econômica e na ordem de *status* da sociedade.

Mas se ambos, classe e gênero, podem ser caracterizados em termos de reconhecimento e distribuição, perde a validade considerar que o dano infligido pelo gênero é resultado da falta de reconhecimento ou valorização cultural enquanto o de classe é resultado da falta de recursos. O pertencimento de classe engloba danos causados pelo desemprego, pelo trabalho, pela precária valorização salarial e pelo sofrimento de ser visto pela incapacidade intelectual ou déficit moral. Quer dizer, esses critérios normativos podem não ser determinantes para a posição de classe, mas interferem nas oportunidades profissionais e na participação, incidindo na própria posição econômica dos agentes. Claro que, para as demandas de justiça distributiva, as estratégias normalmente utilizadas são relativas à implementação de mudanças na estrutura econômica. Para as reivindicações de reconhecimento, o objetivo é remover os impedimentos culturais e elaborar políticas que permitam construir os pré-requisitos intersubjetivos da paridade participativa e, ainda, elaborar políticas econômicas para os grupos minoritários.

Estabelecidas as bases teóricas do debate, necessitamos articulá-las com a pesquisa sobre as relações entre identidades de classe e gênero e seus modos de apropriação mediados pelos meios de comunicação. Baseando-nos em nossas próprias pesquisas de recepção das telenovelas, observamos que meios de comunicação são fontes problemáticas de reconhecimento individual e coletivo, porque pouco se atêm a debater

as desigualdades de classe e gênero. Há uma evitação ou um obscurecimento quanto ao tema.

Usualmente, os receptores e consumidores se apropriam dessas significações na direção pretendida pela ideologia dominante (RONSINI, 2012; RONSINI et al., 2017; RONSINI et al., 2019), pois a maioria da audiência reproduz as hierarquias de classe e gênero. Revisitando essas investigações à luz das categorias “reconhecimento” e “redistribuição”, percebemos que a ocultação da desigualdade e a exaltação da diferença pelas telenovelas resulta em formação de visões de mundo nas quais o reconhecimento da feminilidade ou da classe social se baseia em idiosincrasias individuais ou, na melhor das hipóteses, em modelagens culturais.

As pesquisas não foram desenvolvidas com as categorias teóricas do reconhecimento e distribuição de Nancy Fraser, entretanto, nos aproximamos dessa temática e desses conceitos por outras vias e autores. Em primeiro lugar, através do debate do reconhecimento identitário com autores como García Canclini e Martín-Barbero, entre outros. Em segundo lugar, por meio do debate da categoria classe social, seja com autores dos estudos culturais como Murdock (2009) ou Morley (2006; 2009), seja com a sociologia da reprodução de Pierre Bourdieu. Então, articulamos a recepção das telenovelas com as identificações ou desidentificações identitárias relacionadas a atributos de classe e gênero articuladas à experiência cotidiana fundada nas condições materiais de existência sistematizadas pelas categorias dos capitais econômico, social, cultural e simbólico. Tal como Nancy Fraser, entendemos que a diferença de gênero conduz à exclusão, perda de direitos e tratamento desigual, e a divisão econômica gera uma injusta divisão do trabalho de acordo com o pertencimento de gênero. Assim, pudemos pensar o papel da recepção da mídia na depreciação de *status*, na normatização de padrões androcêntricos, na negação de plenos direitos às mulheres, na desvalorização salarial de trabalhos realizados por mulheres, etc.

Recentemente, a categoria do reconhecimento de Honneth⁶ foi inspiradora para uma pesquisa recente acerca das motivações de indivíduos de classe média para a moradia em ecovilas rurais e suas relações com os usos da mídia e as de Fraser, reconhecimento e redistribuição, tensionadas com as de Honneth, as quais foram adotadas na pesquisa que dá continuidade à primeira e trata das reconfigurações de uma identidade de classe média urbana nessa transição para o meio rural. No primeiro projeto □ *Usos e não usos das tecnologias da comunicação e o sentido da vida em comum* □ interessava-nos discutir as relações entre estima social e autoestima através dessa busca por uma “vida boa” em comunidades sustentáveis no meio rural. No segundo (em andamento), intitulado *Práticas de comunicação e a nova identidade da classe média*, a categoria “redistribuição” foi aprofundada para entender uma luta de caráter prático para a preservação de direitos como moradia, alimentação, saúde, lazer, que também exigiu o rebaixamento dos padrões de consumo da classe média e a adoção de um modo de vida embasado na simplicidade e que evoca as virtudes das comunidades tradicionais e dos pequenos agricultores. A caracterização tripartite do reconhecimento – afeto, direitos e estima social – proposta por Honneth foi utilizada de forma a enfatizar as duas últimas: a classe média busca reconhecimento, por um lado, pela realização de direitos que estavam sendo subtraídos pelo empobrecimento gerado pela crise econômica brasileira; por outro, pela emulação das virtudes de um modo de vida ecológico.

Conclusão

Em síntese, a identidade não pode ser estudada somente como abstração porque o substrato da identidade que construímos é a própria organização social e material. Uma via para a sua compreensão é tomá-la como um processo que se constitui pela diferença e pela desigualdade, vale dizer, epistemologicamente, pelo exame dos modos de reconhecimento e dos

6 No campo da Comunicação no Brasil, destacam-se os trabalhos de Rousiley Maia (2018; 2019) e Bruno Campanella (2021; 2023) pela adoção das ideias de Axel Honneth para pensar as relações entre mídia e reconhecimento.

modos de desconhecimento. Uma problematização que precisa ser mais bem avaliada em trabalhos futuros diz respeito aos resultados práticos na luta pela igualdade, seja de classe, seja de gênero. Precisamos perguntar se, como afirma Federici (2023), não podemos mudar nossa identidade sem mudar nossa condição material de vida e que isso implica acabar com o capitalismo. Ou questionar o reverso, podemos sim mudar nossa identidade porque, em certos casos, a igualdade pode ser alcançada sem alterar a condição de classe, como para as mulheres de classe média que poderão se identificar com modelos libertários de feminilidade, inspiradas ou não em padrões midiáticos. Assumindo, no tocante a gênero, que, mesmo dentro do capitalismo, ocorrerão mudanças culturais que se traduzirão em igualdade de gênero.

No pensamento de Barbero (2009), identidade é o laço social que nos liga aos outros e essa ideia pode suportar o argumento aqui desenvolvido de que não existe um laço abstrato, mas um laço originado das estruturas de poder – político, econômico, cultural, midiático – e das potencialidades abertas pelas lutas de reconhecimento e de justiça distributiva. Se Canclini é o autor que mais se dedicou a mostrar a questão da desigualdade, em nosso ponto de vista, recorrer aos conceitos de Nancy Fraser é uma via profícua para tematizar as situações de não reconhecimento e de negação de direitos, que estão interligados, para a compreensão plena da formação das identidades.

Referências

- AMADEO, J. Identidade, Reconhecimento e Redistribuição: uma análise crítica do pensamento de Charles Taylor, Axel Honneth e Nancy Fraser. *Política & Sociedade*, v. 16, n. 35, p. 242-270, jan.-abr. 2017.
- BARGAS, J.; MAIA, R. Teoria do reconhecimento e interações cotidianas: o caso das lutas dos quilombolas do Pará. *Contracampo*, v. 38, n. 2, p. 85-98, ago.-nov. 2019. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/contracampo/article/view/28515>. Acesso em: 3 dez. 2023.
- BOURDIEU, P. *A distinção: crítica social do julgamento*. São Paulo: Edusp; Porto Alegre: Zouk, 2008.
- CAMPANELLA, B. Reconhecimento datificado em plataformas digitais: lógicas e implicações. *Civitas*, v. 28, n. 2, p. 282-292, maio-ago. 2021. Disponível em: <https://>

revistaseletronicas.pucrs.br/index.php/civitas/article/view/39909/26960. Acesso em: 15 dez. 2021.

_____. Regimes de visibilidade na era das mídias sociais: transformações e continuidades. *Galáxia*, n. 48, p. 1-21, 2023. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/gal/a/zJKgKbz8pYJLWkbHrkcDGKJ/?lang=pt&format=pdf>. Acesso em: 10 jan. 2024.

ESCOSTEGUY, A. C. Néstor García Canclini: notas sobre um autor latino-americano. *Comunicação e Sociedade*, n. 27, p. 103-121, 1997.

_____. Quando a recepção já não alcança: os sentidos circulam entre a produção e a recepção. *E-Compós*, v. 12, n. 1, p. 1-16, jan.-abr. 2009. Disponível em: <https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/348>. Acesso em: 10 mar. 2022.

FEDERICI, S. “Os movimentos feministas mais poderosos do mundo hoje estão na América Latina”. [Entrevista concedida a Gabriela Moncau e Pedro Stropasolas]. *Brasil de Fato*, 17 de dezembro 2023. Disponível em: www.brasildefato.com.br/2023/12/17/silvia-federici-os-movimentos-feministas-mais-poderosos-do-mundo-hoje-estao-na-america-latina. Acesso em: 2 jan. 2024.

FRASER, N. Social justice in the age of identity politics: recognition, redistribution and participation. In: FRASER, N. A.; HONNETH, A. *Redistribution or recognition: a political-philosophical exchange*. London: Verso, 2003, p. 9-109a.

_____. Distorted beyond all recognition: a rejoinder to Axel Honneth. In: FRASER, N. A.; HONNETH, A. *Redistribution or recognition: a political-philosophical exchange*. London: Verso, 2003. p. 237-268b.

_____. Reconhecimento sem Ética? *Lua Nova*, n. 70, São Paulo, p. 101-138, 2007.

_____. Reenquadrando a justiça em um mundo globalizado. *Lua Nova*, n. 77, p. 11-39, 2009. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ln/a/BJjZvbgHXyxwYKHjYbTYC-nn/?lang=pt>. Acesso em: 18 set. 2023.

GARCÍA CANCLINI, N. *Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*. 3. ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.

_____. *La globalización imaginada*. Buenos Aires: Paidós, 2001.

_____. *Diferentes, desiguales y desconectados: mapas de la interculturalidad*. Barcelona: Gedisa, 2004.

GROHMANN, R.; FIGARO, R. O Conceito de Classe Social em Estudos de Recepção Brasileiros. *Animus*, v. 13, n. 25, p. 57-70, 2014. Disponível em: <https://periodicos.ufsm.br/index.php/animus/article/view/15775>. Acesso em: 10 out. 2023.

HOFBAUER, A. Cultura, diferença e (des)igualdade. *Contemporânea*, n. 1, p. 69-102, jan.-jun. 2011.

HONNETH, A. *Disrespect, The Normative Foundations of Critical Theory*. Cambridge: Polity Press, 2007.

_____. *Luta por reconhecimento*. São Paulo: Editora 34, 2017.

JACKS, N.; ESCOSTEGUY, A. C. *Comunicação e recepção*. São Paulo: Hacker Editores, 2005.

JACKS, N.; MENEZES, D.; PIEDRAS, E. *Meios e Audiências: a emergência dos estudos de recepção no Brasil*. Porto Alegre: Sulina, 2008.

- JACKS et al. *Meios e audiências II: a consolidação dos estudos de recepção no Brasil*. Porto Alegre: Sulina, 2014.
- JACKS, N.; SIFUENTES, L.; LIBARDI, G. Classe social: elemento estrutural (des) considerado nas pesquisas de recepção e consumo midiático. In: JACKS, N. *Meios e audiências III*. Porto Alegre: Sulina, 2017. p. 193-212.
- JACKS, N. et al. *Meios e audiências III. Reconfigurações dos estudos de recepção e consumo midiático no Brasil*. Porto Alegre: Sulina, 2017.
- MAIA, R. *Mídia e lutas por reconhecimento*. São Paulo: Paulus, 2018.
- MARQUES, J. A.; TOALDO, M.; JACKS, N. Juventude e consumo midiático em tempos de convergência. *Chasqui*. Revista Latinoamericana de Comunicación n. 137, p. 71-89, abril-julio 2018. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6578591>. Acesso em: 3 dez. 2020.
- MARTÍN-BARBERO, J. Uma aventura epistemológica – entrevistado por Maria Immacolata Vassalo de Lopes. *Matrizes*, v. 2, n. 2, 2009a. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/matrizes/article/view/38228>. Acesso em: 10 dez. 2023.
- MORLEY, D. *Television, audiencias y estudios culturales*. Buenos Aires: Amorrortu, 1996.
- _____. Unanswered questions in audience research. *The Communication Review*, 9, p. 101-121, 2006.
- MURDOCK, G. Comunicação contemporânea e questões de classe. *Matrizes*, v. 2, n. 2, p. 31-56, 2009.
- RONSINI, V. M. A crença no mérito e a desigualdade: a recepção da telenovela do horário nobre. Porto Alegre: Sulina, 2012.
- RONSINI et al. Os sentidos das telenovelas nas trajetórias sociais de mulheres das classes populares. *E-COMPÓS*, v. 20, p. 1-17, 2017.
- RONSINI et al. 2019.
- SCHMITZ, D. M. Consumo, sentidos, usos e apropriações nas pesquisas de recepção: nem tão sinônimos, nem tão distantes. *Intexto*, n. 34, p. 255-275, set.-dez. 2015. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/intexto/article/view/58546>. Acesso em: 12 nov. 2023.
- SOUZA, J. Pierre Bourdieu, pensador da periferia? In: SOUZA, J.; MATTOS, P. *Teoria crítica no século XXI*. São Paulo: Annablume, 2007. p. 55-78.
- TOALDO, M.; JACKS, N. Consumo midiático: uma especificidade do consumo cultural, uma antessala para os estudos de recepção. In: ENCONTRO DA COMPÓS, 22, 2013, Salvador. *Anais...* Salvador: COMPÓS, 2013. p. 1-15.
- TOMAZETTI, D.; CORUJA, P. Relações de gênero: os desafios para além das binariedades, identidades e representações. In: JACKS, N. et al. *Meios e audiências III. Reconfigurações dos estudos de recepção e consumo midiático no Brasil*. Porto Alegre: Sulina, 2017. p. 171-192.
- WOTTRICH, L. Quem precisa das identidades? Os estudos de recepção? In: JACKS et al. *Meios e audiências II: a consolidação dos estudos de recepção no Brasil*. Porto Alegre: Sulina, 2014. p. 247-274.

Sobre a autora

Veneza Mayora Ronsini - Pesquisadora do CNPq. Docente do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Mestre em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (USP), Doutora em Sociologia pela Universidade de São Paulo (USP), com bolsa-sanduíche (Capes) na University of California. Pós-doutorado na Nottingham Trent University (Inglaterra), com bolsa Capes. <https://orcid.org/0000-0002-8669-3148>

Data de submissão: 23/01/2024

Data de aceite: 08/04/2024