

# **Análise cultural-midiática e análise textual**

## **A construção de um caminho metodológico para investigações audiovisuais**

**FLAVI FERREIRA LISBÔA FILHO**

*Universidade Federal de Santa Maria  
Santa Maria, Rio Grande do Sul, Brasil*

**LUCAS DA SILVA NUNES**

*Universidade Federal de Santa Maria  
Santa Maria, Rio Grande do Sul, Brasil*

**ID 2820**

Recebido em

**10/10/2023**

Aceito em

**06/12/2023**

O artigo utiliza as teorias dos Estudos Culturais no campo da comunicação, onde defendemos um procedimento que seja capaz de examinar como os significados e padrões culturais são disseminados através de audiovisuais, combinando a análise cultural-midiática e a análise textual de Casetti e Chio (1999). Ancorados no materialismo cultural, nosso aparato metodológico examina como os significados culturais se configuram nos audiovisuais. Concluimos que tal protocolo mostra-se eficaz, já que combina o texto e o contexto cultural para compreender a construção de sentidos.

**Palavras-chave:** Estudos culturais. Análise cultural-midiática. Análise textual. Metodologia.

## **Cultural (Mediatic) Analysis and Textual Analysis: Constructing a Methodological Pathway for Audiovisual Investigations**

The article utilizes Cultural Studies theories in the field of communication, where we advocate for a procedure capable of examining how cultural meanings and patterns are disseminated through audiovisual media, combining cultural-mediatic analysis and textual analysis as proposed by Casetti and Chio (1999). Anchored in Cultural Materialism, the methodological apparatus examines how cultural meanings take shape in audiovisuals. We conclude that such a protocol proves effective, as it combines both text and cultural context to comprehend the construction of meanings.

**Keywords:** Cultural studies. Cultural-media analysis. Textual analysis. Methodology.

## **Análisis cultural (mediática) y análisis textual: la construcción de un camino metodológico para investigaciones audiovisuales**

El artículo utiliza teorías de Estudios Culturales en el campo de la comunicación, donde abogamos por un procedimiento capaz de examinar cómo los significados y patrones culturales se difunden a través de los medios audiovisuales, combinando el análisis cultural-mediática y la análisis textual propuesto por Casetti y Chio (1999). Anclado en el materialismo cultural, el aparato metodológico examina cómo los significados culturales toman forma en los audiovisuales. Concluimos que dicho protocolo resulta eficaz, ya que combina texto y contexto cultural para comprender la construcción de significados.

**Palabras clave:** Estudios culturales; Análisis cultural-mediática. Análisis textual. Metodología.

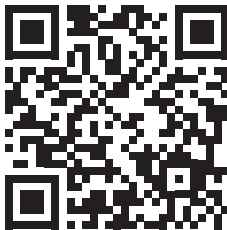
## Flavi Ferreira **LISBÔA FILHO**

Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos). Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (POSCOM-UFSM).

Universidade Federal de Santa Maria,  
Santa Maria, Rio Grande do Sul, Brasil

**E-mail:** [flavi@ufsm.br](mailto:flavi@ufsm.br)

### ORCID



## Lucas da **SILVA NUNES**

Doutorando em Comunicação Midiática pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (POSCOM-UFSM), mestre em Comunicação pela mesma instituição.

Universidade Federal de Santa Maria,  
Santa Maria, Rio Grande do Sul, Brasil

**E-mail:** [lucasnunespp@gmail.com](mailto:lucasnunespp@gmail.com)

### ORCID



## Introdução

Estudar o campo da comunicação pode ser encarado como um grande desafio devido à multiplicidade de olhares que ele admite. Nesse caso, não estamos falando apenas dos diferentes enfoques, mas também sobre a própria conceituação do ato de comunicar. De modo geral, ele pode ser entendido como a emissão de sentidos e a produção de significados que serão interpretados mediante um contexto social e cultural específico.

Ao dar início ao percurso em pesquisa, investigadores e investigadoras provavelmente acabam se perguntando sobre qual assunto devem dedicar suas inquietações, e, principalmente, tais dúvidas também se refletem na escolha de objeto de estudo, marco teórico e abordagem metodológica a ser utilizada. Com o intuito de sanar algumas dessas dúvidas, devemos ter em mente que na área das ciências sociais, em especial na da comunicação, nosso objeto de investigação é sempre construído, cabendo ao investigador dedicar seu olhar para o mundo real (empírico) e ter a capacidade de ver nas práticas sociais a sua dimensão comunicacional.

[...] tal ou tal objeto ou prática não são “em si” comunicacionais, e apenas existem a partir do momento em que os nomeamos e os enxergamos como tal; é resultado de vermos (ou buscarmos enxergar) nesses objetos e práticas uma dimensão comunicativa. O desenvolvimento de estudos comunicacionais, ou o estabelecimento da comunicação enquanto objeto de estudo, assim, é resultado da formulação de uma indagação particular na investigação dos fenômenos sociais (FRANÇA, 2016, p. 156).

É possível, ainda, dizer que os pesquisadores e as pesquisadoras em comunicação estão sempre indo atrás de seu objeto, ou seja, produzindo e explicando teoricamente as práticas do mundo real enquanto experiências comunicacionais. Os objetos, de modo geral, ainda admitem, por definição, uma variedade de enfoques, já que eles não são exclusivos de nenhuma ciência específica. A produção de conhecimento acerca de determinado assunto é dependente do recorte que fazemos, podemos citar como exemplo um material audiovisual, um dos focos deste artigo: o mesmo videoclipe poderia ser analisado na música, na dança, por sua montagem técnica, na comunicação etc. O que define que um objeto seja comunicacional, em síntese, é o olhar que damos a ele.

Devemos ter em mente que a produção de conhecimento é inegavelmente conectada com as teorias e os métodos utilizados para tratar e analisar o objeto empírico. Defendemos, então, um olhar contextual para a comunicação, trazendo para o interior de nossas investigações elementos sociais e culturais que circulam o objeto comunicacional.

Se formos detalhar o processo de pesquisa de maneira geral, devemos observar que a construção da abordagem que iremos utilizar em nossas análises envolve significativamente a definição da metodologia, pois é ela que direcionará nosso processo de investigação e será fundamental para obtermos nossos resultados. Simplificando, podemos afirmar que a definição de um objeto nos diz “o que pesquisar”, já o aparato metodológico nos dá a noção de “como”. Recuperando novamente as palavras de Vera França (2016, p. 265), os métodos, em sua definição, “representam os procedimentos e instrumentos específicos que guiam nossa investigação para gerar novo conhecimento sobre aspectos da realidade”.

Como abordado anteriormente, é nítido que podemos admitir diversas maneiras de investigação do campo da comunicação e, além disso, podemos também elencar diferentes métodos de pesquisa. Entre alguns exemplos, podemos citar a análise de produção, recepção e conteúdo, circulação etc., e em cada uma dessas instâncias podemos, ainda, enumerar diversos outros dispositivos de análise que compõem seu campo epistêmico.

Um ponto importantíssimo a se destacar é o de que a escolha dos instrumentos metodológicos não deve ser feita a partir de gostos pessoais de quem está investigando. Deve-se, em um primeiro momento, observar a problemática da pesquisa e o seu objeto, para então escolher uma metodologia que se adeque aos objetivos e ao processo de investigação como um todo. Não devemos nos esquecer de que existe uma relação direta objeto-teoria-metodologia, e que cada tipo de observação/investigação será capaz de elucidar conclusões diferentes, pois cada instrumento terá suas próprias especificidades e conseqüentemente será capaz de captar informações diferentes.

Após essa breve contextualização sobre as pesquisas em comunicação de modo geral, com ênfase nas relações entre objetos, teorias e metodologias, neste artigo buscamos indicar as teorias dos Estudos Culturais (EC) como uma forma de pesquisar os processos comunicativos, em especial aqueles relacionados aos conteúdos audiovisuais e seus significados, para ao final indicar o dispositivo analítico da análise textual como defendida por Casetti e Chio (1999), que consiste em um método eficaz para investigar e identificar os significados presentes nos textos audiovisuais, levando em consideração sua forma, seu conteúdo e, principalmente, o contexto em que foram produzidos.

Este artigo tem como foco a análise textual, porém não devemos indicá-la isoladamente, de modo que o viés dos EC se faz pertinente. Atribuimos à esfera da cultura um importante fator de produção, recepção, interpretação e assimilação dos significados que circulam através da comunicação, o que se dá respaldado pelo conceito de materialismo cultural (WILLIAMS, 1979), principal base da análise cultural. Tal abordagem possibilita que os pesquisadores reconheçam a cultura em sua materialidade, podendo então visualizar os padrões ideológicos presentes em suas estruturas, como será explicado adiante.

Williams (1979), ao abordar e indicar um método de análise cultural, atribui o conceito de materialismo cultural, pois, para o autor, os modos de vida devem ser encarados e pensados como elementos de um processo social, bem como práticas que revelam intenções e condições específicas. O autor compreende a cultura em sua materialidade (por isso o uso do termo materialismo) como um local de disputas e de dominação, e retrata a sua influência nas formas de pensar e agir a partir da imposição de limites e sentidos que provocam a (re)produção de práticas sociais já estabelecidas pelos grupos dominantes (ESCOSTEGUY, 2001).

Fazendo uma breve contextualização, os EC tiveram sua constituição no período compreendido após a Segunda Guerra Mundial, e seus pesquisadores veem na cultura uma importante forma de dominação social e também de emancipação. Um ponto importante é o de que para eles não existe a distinção entre alta e baixa cultura, fazendo com que todas as manifestações culturais adquiram a mesma valoração. Maria Manoel Baptista (2009) afirma que o campo é encarado como um paradoxo, sendo um local de inúmeras discussões e incertezas, principalmente sobre para o que eles serviriam e a quem os seus resultados interessam.

Outro questionamento sobre a episteme dos EC diz respeito a quais teorias eles produzem, utilizam e, principalmente, sobre a definição de seus limites, objetos e metodologias, visto que assim como a comunicação de modo geral, os EC também admitem uma série de teorias oriundas de outras áreas, como a sociologia, a filosofia, a história, a literatura, entre outras. Podemos aqui retomar as discussões de Vera França (2016) ao falar sobre a construção dos objetos de pesquisa, principalmente sobre os olhares que os pesquisadores podem lançar sobre eles.

As inquietações dos EC, em sua grande maioria, têm relação com as questões envolvendo categorias como classe, raça, gênero etc. e têm sido utilizadas como o foco dos questionamentos a partir dessa vertente teórica. Ao argumentar sobre os EC, Baptista (2009) estabelece que eles são compostos por duas características básicas: a complexidade e o compromisso cívico e político. A autora afirma que seus investigadores dão ênfase ao contexto das produções culturais, e seus resultados refletem essa complexidade e o caráter dinâmico de seu objeto e da cultura. Outra característica diz respeito a eles estudarem o mundo e seus modos de vida com a possibilidade de intervenção, visando a construção de um conhecimento socialmente relevante.

Os EC conceituam a cultura como o elemento central das organizações sociais, e é por tal motivo que não a consideram uma esfera isolada, pois, por estar presente nas práticas sociais, é configurada e reconfigurada pelos indivíduos, sendo o resultado de suas interações. Para Baptista (2009, p. 456), os investigadores dos EC desenvolvem os seus projetos centrados “nas relações entre o poder e os mercados, articulando-os com a Cultura popular, ou desenvolvendo as relações entre textos e audiências”.

Dizemos que a cultura é encarada como um local de disputas e dominação, e, em tal sentido, os textos midiáticos são produtos desse contexto. Ela, a cultura, se estabelece através de padrões que são disseminados e incorporados pelos meios de comunicação. Já a comunicação atua como uma via de mão dupla, assim como molda as práticas culturais. A Cultura é moldada por ela, por meio de sua circulação.

Podemos afirmar, ainda, que outro ponto de interesse dos EC é a investigação sobre as disputas por hegemonia e contra-hegemonia, principalmente no que se refere às suas influências na produção de sentidos e representações na comunicação. É por meio deles que o pesquisador busca repensar os mecanismos de descrição, de definição, de predição e ter um papel que desvende textos culturalmente construídos, mitos e revele suas ideologias.

Historicamente, o campo, desde sua formação, não concebe o conceito de que os meios de comunicação de massa sejam reduzidos a instrumentos de manipulação e de controle. As pesquisas, ao se fazerem valer da vertente teórica dos EC, observam “as estruturas e os processos através dos quais os meios de comunicação de massa sustentam e reproduzem a estabilidade social e cultural” (ESCOSTEGUY, 2001, p. 147).

Destaca-se, então, a necessidade de entender que a cultura pode ser definida como uma produção material que tem uma organização inerente e principalmente regula as dinâmicas sociais. Raymond Williams (1992), um dos autores fundantes dos EC, afirma que a cultura é capaz de perpassar todas as relações e as atividades do ser humano, e que nós e a sociedade como um todo acabamos a criando, transmitindo, disseminando e reinterpretando seus significados e suas regulações. Para Williams (1992, p. 8), a cultura diz respeito aos sentidos partilhados, sendo que eles “são construídos enquanto vivemos, são construídos e reconstruídos de maneiras que nós não podemos saber antecipadamente”.

Admitindo que a cultura está presente em todas as esferas da sociedade, podemos afirmar que ela se faz notar também nos materiais audiovisuais, já que eles são produtos culturais produzidos e elaborados por sujeitos, e seus idealizadores acabam inserindo seus modos de pensar em suas obras. Por tal motivo, utilizamos este texto para, além de conceituar brevemente a cultura, propor um modo de analisá-la através de materiais audiovisuais. Parafraseando Williams (1992), é a partir do que é veiculado e, principalmente, selecionado pela mídia que temos como identificar os elementos que configuram as noções gerais das vivências e de determinado contexto social, denominados por Williams (2003) como “padrões culturais” que norteiam o que deve ser encarado como natural e o que deve ser silenciado, esquecido e/ou exaltado. Com relação a esse fenômeno, o autor estabelece as conceituações de níveis de cultura: a *cultura vivida* e a *cultura registrada*<sup>1</sup>

A cultura vivida, para Williams (2003), pode ser caracterizada pelos aspectos presenciais, sendo vinculada a todos os modos de vida que se fazem presentes em um tempo e espaço específicos. Por isso, para identificarmos uma cultura vivida, devemos primeiro situar nosso objeto de estudo em um local e em uma temporalidade específicos. A segunda, denominada cultura registrada, é composta pelas produções culturais, seja por meio de filmes, teatro, música, dança, documentos etc., e mesmo preservando aspectos

<sup>1</sup> Existe ainda uma terceira definição, denominada cultura da tradição seletiva, mas que não é abordada neste artigo. Ela é dominada pelos grupos hegemônicos e permeada pelas disputas características da imposição de significados efetuada pelos grupos dominantes. Esta diferencia-se da cultura vivida, pois se trata de uma seleção constante dos elementos que configuram as vivências dos indivíduos e, muitas vezes, afeta a cultura registrada, pois os grupos hegemônicos controlam os meios de produção midiática, sendo estes responsáveis pela documentação/registo dos períodos históricos e dos elementos apresentados à sociedade e que são capazes de definir os modos de vida. Ela busca também construir um passado em comum, unindo todos os seus integrantes.

anteriores, ou seja, preservando a cultura viva, não pode ser vista como algo puro e isento de modificações, já que quando falamos em cultura estamos falando de jogos de poder.

Como o próprio nome já adianta, a cultura registrada é caracterizada pelo registro dos modos de vida. Reconhece-se, aqui, o papel dos conteúdos midiáticos, que atuam como registros conectados aos modos de produção e às disputas por representação dos sentidos. Temos em mente que o conceito de cultura registrada abordado nesta pesquisa está diretamente relacionado aos materiais audiovisuais. Admite-se que essas narrativas pertencentes à cultura de massa também carregam consigo manifestações e simbologias e manifestações culturais – assim como as noções que deram origem aos EC (HALL, 1980).

Williams (2017) considera os produtos ficcionais como formas culturais, visto que eles carregam consigo simbologias e especificidades nascidas no interior e voltadas à sociedade – neste caso, as novelas, por exemplo, dariam conta de coletar elementos presentes no cotidiano. Diante do exposto é que se indica o uso da análise textual para dar conta da análise da cultura registrada proposta por Williams (2003), desde que situada nos contextos característicos da cultura viva, temática que aprofundaremos mais adiante.

A fim de elucidar para outros pesquisadores os modos como a comunicação está intimamente conectada com a cultura, e visando indicar um caminho metodológico possível para futuras pesquisas no campo, até mesmo na construção de objetos de pesquisa, optamos neste artigo por traçar os paralelos entre os aspectos sociais e culturais dos textos comunicativos para, em seguida, apresentar um instrumento analítico capaz de incluir tanto a esfera textual quanto a esfera contextual nas análises (cotejando tanto a cultura viva quanto a cultura registrada) por meio das conceituações defendidas pelos EC e através do conceito de materialismo cultural (WILLIAMS, 2011).

## **A face contextual (e cultural) da comunicação**

Dentre as diversas investigações acerca da comunicação, a palavra “contexto” merece destaque quando falamos sobre EC. Refletimos que os produtos comunicacionais não se originam por si só, eles são produzidos por determinadas pessoas que carregam consigo intenções e significações, além de também preservarem elementos do local, da temporalidade e da sociedade onde foram produzidos.

Baptista (2009) ressalta que nessa perspectiva de investigação o pesquisador opera na busca da compreensão dos significados presentes nos discursos e das representações sociais e culturais. Compreende-se que, devido à essa perspectiva, o pesquisador seja capaz de encontrar as particularidades acerca das questões culturais e identitárias dos indivíduos, por meio dos discursos e das representações presentes na comunicação.

Por ser um campo amplo e admitir teorias de diversas disciplinas, os EC podem ser estudados através de diferentes abordagens metodológicas, entre elas a etnográfica, a abordagem textual e os estudos de recepção. Como este artigo foca apenas nas instâncias de produção, elencamos a abordagem textual como peça-chave de nossa discussão, fazendo-a por meio de uma abordagem metodológica denominada análise cultural e admitindo, ainda, a conexão com os produtos midiáticos, qualificando-a como uma análise cultural-midiática.

Ao atrelarmos a análise cultural aos produtos midiáticos, estamos entendendo que ela possibilitará investigar o modo como os significados e padrões culturais são disseminados por meio da mídia, principalmente no que diz respeito aos jogos de poder existentes entre os grupos sociais. Williams (2003) afirma que a noção de cultura se coloca como uma espécie de resposta aos acontecimentos que vivenciamos, tendo a análise cultural o esforço por compreender e interpretar as mudanças provocadas na sociedade, com a finalidade de identificar como os produtos culturais se relacionam com as forças sociais, com as instituições e também as tradições nas quais esses produtos estão inseridos.

Raymond Williams (2011) cunha o conceito de materialismo cultural, com o qual é possível que se realize a análise cultural de um determinado período e/ou povo específico. Ele reconhece a cultura como um elemento ordinário, ou seja, que perpassa todas as esferas da vivência humana, e ao reconhecer sua materialidade, então, é possível que se observe os padrões comportamentais existentes no período analisado. Como nos lembra Maria Elisa Cevasco (2003), Raymond Williams procurava compreender a cultura como um local de lutas e transformações a partir de suas bases materiais e históricas. O materialismo cultural, para a autora, não é apenas um marco teórico, mas um modo de realizar uma intervenção política na realidade, pois é a partir dele que são identificados e questionados os diversos padrões culturais – que, em sua grande maioria, acabam silenciando determinados significados e evidenciando outros, além de direcionar ideologias.

Em *Marxismo e literatura* (1979, p. 12), Raymond Williams define que o materialismo cultural trata-se de “uma teoria das especificidades da produção cultural e literária material, dentro do materialismo histórico”. A partir dessa definição, o autor estabelece que a cultura seja um modo de produção da vida humana, sendo formulada e reformulada pelos agentes sociais. Ele entendia a cultura a partir de dois eixos: a via como um modo de dominação, mas também como uma forma de emancipação social, porém destaca que as minorias sociais acabam não tendo o controle sobre os meios de produção, e isto leva a terem seus discursos e pautas invisibilizados pelos grupos dominantes.

Ao estabelecer a cultura como um local de disputas, reconhece-se que existam grupos opostos inseridos nesse contexto. Williams (2005) recorre ao conceito de hegemonia para tratar do materialismo cultural, pois para ele, ao analisar a cultura, somos capazes de identificar os significados formulados pelos meios de produção presentes nos discursos, em nosso caso, midiáticos. Para o autor, essa contradição é o que caracteriza a cultura: se, por um lado, ela aprisiona, por outro, liberta. Ele ainda reconhece que a hegemonia seja

[...] um corpo completo de práticas e expectativas; implica nossas demandas de energia, nosso entendimento comum da natureza do homem e de seu mundo. É um conjunto de significados e valores que, vividos como práticas, parecem se confirmar uns aos outros, constituindo assim o que a maioria das pessoas na sociedade considera ser o sentido da realidade, uma realidade absoluta porque vivida, e é muito difícil, para a maioria das pessoas, ir além dessa realidade em muitos setores de suas vidas (WILLIAMS, 2005, p. 217).

Williams (1979) afirmava que qualquer método de análise cultural deveria reconhecer a cultura como um elemento que perpassa outras diversas esferas, como a economia e a política. Para o autor, se considerarmos esses aspectos separadamente, teremos uma análise superficial; logo, métodos de análise devem ser adotados a partir da inseparabilidade de estruturas e pelas pressões exercidas por diferentes formações políticas, econômicas e culturais.

Encarando a produção cultural como um elemento social e material, fica evidente a proposição do materialismo cultural, ou seja, reconhece-se que os vários sistemas que compõem o meio social sejam vistos a partir de um desenvolvimento histórico e das bases materiais que os definem, nos permitindo, assim, pensar os distintos campos do conhecimento em prol da defesa da intervenção nos meios e nessas produções. Uma das principais contribuições do conceito de materialismo cultural para os estudos em comunicação está em situar os locais de dominação social não apenas na esfera econômica, mas reconhecer que existe uma forma de controle social materializada nos modos de viver e nas produções midiáticas.

Para Maria Elisa Cevasco (2001, p. 148), o materialismo cultural tem a finalidade de “definir a unidade qualitativa do processo sócio-histórico contemporâneo e especificar como o político e o econômico podem e devem ser vistos nesse processo”. A partir de tal perspectiva, o uso dessa corrente teórico-metodológica não altera apenas o que se constrói e observa sobre o objeto, mas também o modo como o interpretamos. E, retomando a discussão anterior, ressaltamos que os dados obtidos na fase descritiva e analítica das investigações irão de acordo com os métodos e teorias elencadas.



Nos EC, o produto da cultura não é visto como um mero objeto, mas como uma prática social, e a análise da cultura se faz necessária quando estamos buscando compreender as relações existentes entre os processos e os padrões vivenciados de modo geral em um determinado contexto histórico-social. Ao elencarmos a análise cultural como método investigativo, observamos que se torna possível explorar os diversos elementos que formam o produto cultural-midiático. O método pode ser descrito como um tipo de análise como a observação e a interpretação do sistema de significações dos produtos culturais, e sendo assim “não considera os produtos da cultura ‘objetos’ e sim práticas sociais” (CEVASCO, 2003, p. 160).

Deste modo, a análise cultural, quando utilizada como metodologia, permite ao pesquisador identificar as diversas formas de negociação, dominação e resistência existentes entre a esfera da produção e a da recepção, além dos elementos que constituem as vivências culturais dos indivíduos – podendo, então, apontar o que é silenciado e o que é evidenciado, como também quais elementos são deturpados e/ou estereotipados nesse sistema que envolve os meios de comunicação, os fatores sociais e culturais da sociedade.

Os autores ligados à perspectiva dos EC sempre estiveram preocupados com as questões que envolvem a produção de sentidos, e uma das principais pontuações feitas por essa vertente é a de que os elementos presentes na comunicação são rodeados e formados por diversos sentidos em potencial. Devemos ter em mente que os significados dos textos midiáticos na realidade estão conectados com a ideologia dominante – que, nesse caso, tenta articular-se para propor uma interpretação por parte da audiência que esteja vinculada aos seus interesses, e para isso defende-se a utilização de um protocolo analítico capaz de tensionar tais elementos.

## **A análise textual como instrumento de investigação audiovisual**

Ao elencarmos a análise cultural-midiática como método investigativo, estamos admitindo que os produtos comunicacionais carregam elementos culturais passíveis de identificação, análise e interpretação. Porém, para que haja uma melhor compreensão de seus significados, os pesquisadores podem (e devem) adotar diversos métodos e instrumentos capazes de sistematizar seus dados e resultados. Como nos lembra Vera França (2016), a construção da metodologia nos diz o caminho da pesquisa, e enquanto pesquisadores podemos, caso haja a necessidade, combinar alguns instrumentos analíticos, desde que eles se complementem e auxiliem na captação e na interpretação de dados de maneira geral. Dito isto, propomos a utilização de um instrumento analítico conectado a ela, principalmente quando nos referimos a pesquisas que têm como objetos de estudo materiais audiovisuais, aos quais atribuímos o estatuto de cultura registrada.

Com o intuito de indicar um protocolo metodológico focado nas produções audiovisuais, acionamos a análise textual, pois entendemos que ela cumpre com o papel de englobar não apenas os textos visuais em si, mas também sua complexa materialidade e o seu entorno. A análise textual ganha destaque quando compreendemos que os textos comunicacionais ganham sentido através do veículo e do contexto em que estão inseridos. Para compreender as relações entre os textos e seus significados, Casetti e Chio (1999) estabelecem que os textos atribuem valores aos objetos, comportamentos e situações que descrevem, e a partir daí apresentam características e significados explícitos e implícitos.

As análises textuais, assim como ocorre nas análises de conteúdo, podem ser aplicadas aos programas televisivos e ao seu conjunto de programação. O texto, em nosso entendimento, é um local de conflito entre o campo da produção e o da recepção, sendo seus estudos capazes de mostrar ao pesquisador como a ideologia dominante é estruturada em seu interior. Uma das principais características dos textos, sejam eles audiovisuais ou não, é o fato deles serem fixos, ou seja, quando são veiculados, por mais que os anos passem, eles preservam características da época em que foram produzidos. Ao realizarmos a análise textual, então, podemos dizer que estamos realizando a investigação da cultura de um período específico. A cultura

se estabelece por meio de padrões que são transmitidos através das gerações, logo devemos ressaltar que apesar de já nascermos inseridos em uma determinada cultura necessitamos aprendê-la, pois é por meio desse processo que ela regula nosso modo de viver e interfere em nossas ideologias (WILLIAMS, 2011).

Por ser um processo de aprendizado, deve-se atentar ao modo como as informações são repassadas, visto que nem todos os elementos presentes na sociedade acabam sendo incorporados ao contexto cultural da geração posterior. Alguns dos valores presentes na sociedade acabam sendo silenciados ou taxados como desviantes. Se esse processo já ocorre no meio social, com as produções textuais não é diferente, visto que elas sofrem a influência dos grupos que as produziram e as interpretam. Salienta-se o fato de a comunicação ser um importante método de disseminação de significados devido à sua ampla capacidade de circular no meio social, e utilizando um método de análise que investigue o seu contexto é possível até mesmo identificar padrões que foram silenciados e/ou sofreram edições ao longo do tempo.

Casetti e Chio (1999) afirmam que estudar os textos audiovisuais de maneira geral leva em consideração seu conteúdo e suas diferentes formas de recepção a partir dos contextos social e cultural em que estão inseridos. Os autores ainda salientam que as pesquisas acadêmicas têm dedicado atenção às relações existentes entre a televisão e a sociedade, sua influência mútua e seus possíveis elementos de conflito.

Os textos possuem três noções básicas: a primeira diz respeito ao fato deles não serem apenas uma construção linguística caracterizada por uma forma e o seu funcionamento interno, mas também serem um evento produzido em um determinado tempo e espaço que literalmente inserem-se no mundo; a segunda característica diz que os textos, apesar de possuírem significados próprios, não são algo fechados em si mesmos, porque os receptores desse tipo de comunicação acabam negociando os sentidos que eles carregam, buscando um ponto de intermédio entre eles e se sentindo inseridos ou excluídos de seu discurso; a terceira característica diz que a audiência pode interpretar os textos de acordo com os elementos existentes no espaço social e cultural, sendo a interpretação baseada em um repertório de saberes individuais e coletivos.

A conclusão a que Casetti e Chio (1999) chegam é a de que, apesar de poder interpretar de maneira centralizada o seu conteúdo, não devemos separar o texto de seus contextos, porque eles não somente organizam-se em torno dele, como também definem a relação entre contextos e significados. Para os autores, os produtos midiáticos cumprem diferentes papéis e funções sociais: eles podem oferecer imagens de realidade; confirmar integrar ou corrigir os mapas cognitivos da audiência; influenciar o modo como vemos eventos cotidianos através da maneira como são retratados; interferir no nosso repertório de significações; entre outros. Devido às diversas funções que eles podem admitir, devemos, além de investigar as suas formas e conteúdo, ficar atentos às suas funções sociais (CASSETTI; CHIO, 1999).

Em qualquer um dos casos citados, tanto significados quanto as funções estão intimamente conectados às condições de produção em que foram concebidos, e é justamente devido à sua funcionalidade que ele pode ser incorporado à vida cotidiana. Os produtos audiovisuais de modo geral definem seu significado em função de seu contexto, através de um processo de construção de sentidos. Em síntese, eles entregam aos seus destinatários um sentido definido que facilite sua interpretação, porém essas significações não são configuradas por acaso – isso porque, além de estarem conectados ao contexto, eles estão ligados às ideologias e intenções dos sujeitos responsáveis pela sua produção, e também admitem uma interpretação conectada às ideologias e aos contextos em que sua audiência está inserida.

A abordagem da análise textual possui a característica de considerar o material audiovisual por completo, seus elementos, os modos de interação entre eles e as características culturais e ideologias que o circundam. Indicar a análise textual como instrumento investigativo para os audiovisuais se faz necessário porque, de acordo com Casetti e Chio (1999), ela admite duas formas de ler o texto. A primeira, visando identificar as tendências e estilos do material analisado e buscando investigar suas funções; e a segunda, em um âmbito tecnicista, ainda pode ser utilizada para corrigir problemas relacionados à concepção dos programas (CASSETTI; CHIO, 1999).

Para a realização da análise textual, passamos por dois momentos: o primeiro é a fase descritiva, na qual o pesquisador identifica e enumera todos os elementos do texto analisado com a finalidade de construir seu esquema de leitura, que o guiará até a segunda etapa do processo, denominada como fase interpretativa. A fase descritiva é a responsável por enumerar os pontos mais importantes do texto, e pode ser elaborada por meio de duas formas: uma é a simples listagem de elementos que o pesquisador considere significativos, e a segunda e mais complexa ocorre com a simulação de uma entrevista ao texto, ou seja, o investigador estabelece perguntas-chave e procura as respostas no próprio texto (Casetti; Chio, 1999). Já a segunda etapa, como o próprio nome revela, consiste em interpretar os dados obtidos na instância descritiva. Na realidade, as duas fases estão intimamente conectadas entre si, isto porque os pesquisadores, ao selecionarem os objetos analisados, já visam quais serão os elementos presentes em suas análises e quais as categorias que serão utilizadas para captá-los (Casetti; Chio, 1999).

O esquema de leitura é uma parte significativa numa investigação que utiliza a análise textual, pois é a partir dele que o pesquisador estabelece os critérios e os elementos textuais que serão analisados. Por não se tratar de um protocolo fixo e fechado, ele admite alterações e adaptações de acordo com suas demandas. Casetti e Chio (1999) propõem caracterizar o processo de pesquisa por meio de três categorias gerais de análise: a linguagem; o sentido das estruturas; e os processos. Os autores apontam que, com a linguagem, é possível analisar o modo como as obras produzem sentido, além das regulações que remetem aos produtores e consumidores dos conteúdos. É nesta instância que conseguimos identificar os recursos utilizados pelos processos de produção e interpretamos os significados presentes nas obras (Casetti; Chio, 1999).

A segunda instância de análise é o sentido das estruturas. Ela remete aos elementos discursivos, como os enredos e os diálogos que são utilizados para reafirmar os significados produzidos pela linguagem e estão vinculados aos processos narrativos. Segundo Casetti e Chio (1999), tal categoria permite levar em consideração os elementos da história que correspondem a determinadas características e, em um segundo momento, permite agrupar um conjunto de significados que descrevem e/ou diferenciam determinados personagens e situações. Em última instância, os elementos técnicos também podem ser analisados, pois para a análise textual eles são encarados como a análise dos processos e dizem respeito à elaboração das cenas (planos, cortes de câmera, transições etc.), além de elementos sonoros e imagéticos que compõem essas cenas.

Os textos, de maneira geral, são dotados de vários artifícios que abordam eventos cotidianos e se inserem de forma ativa no âmbito social, e a investigação utiliza como objetos empíricos os materiais audiovisuais que tratam de destacar não somente o modo de funcionamento dos programas analisados, mas também a estrutura teórica que os sustenta e as suas estratégias de implementação (Casetti; Chio, 1999). Uma característica da análise textual é o fato dela ser um protocolo aberto, admitindo a exclusão e/ou a combinação de suas categorias e até mesmo a inclusão de subcategorias, de acordo com os objetivos do pesquisador. Assim, Casetti e Chio (1999) estabelecem quatro elementos capazes de guiar o pesquisador a elaborar seus resultados e seu esquema de leitura para operacionalizar seus resultados.

Recategorizando as instâncias gerais citadas, os autores estabelecem quatro categorias específicas. A primeira está vinculada aos sujeitos e às interações presentes nos audiovisuais – interações no tempo e no espaço, visando comportamentos e função no desenvolvimento do programa. A segunda são os textos verbais – estilo de linguagem, conteúdo dos discursos e valorações. A terceira diz respeito às histórias narradas – presença de uma ou várias histórias, sua estrutura temporal, narrativa e suas interações com a história do audiovisual como um todo. Por fim, a encenação – controle dos espaços; relação entre as diferentes figuras e estrutura espacial da transmissão.

Casetti e Chio (1999) definem os textos como um conjunto de construções que operam através de um material simbólico anterior e são capazes de transmitir determinados significados. Os autores defendem que este método não apenas quantifica os temas presentes nas obras analisadas, mas levam em conta,

além de sua arquitetura de funcionamento, sua estrutura teórica e estratégias. Para os autores seria um método eficaz para investigar e identificar os significados presentes nas obras, levando em consideração sua forma, seu conteúdo e o contexto em que foram produzidos.

Casetti e Chio (1999) defendem que não é possível investigar os sentidos produzidos pelos audiovisuais (as telenovelas, de acordo com o exemplo citado pelos autores) se apenas quantificarmos o número de personagens ou temas tratados. Uma análise detalhada só será possível se relacionarmos os diferentes modos como os textos se apresentam com os contextos socioculturais nos quais eles foram produzidos e/ou consumidos. De modo geral, esse instrumento lança sua atenção para os elementos concretos do texto e para o modo que ele se constitui e, por outro lado, observa até mesmo os modos de interpretação, relacionando-o com seu contexto.

Ao utilizar a análise textual como proposta investigativa, em um primeiro momento, o pesquisador pode ter algumas dúvidas sobre os modos de análise e o que deve analisar, razão pela qual Casetti e Chio (1999) defendem que se faz necessário a utilização de um esquema de leitura, que possibilita guiar a atenção dos pesquisadores. O esquema de leitura pode ser elaborado de dois modos distintos. O primeiro, por meio de uma simples lista de pontos importantes do texto. O segundo, através de um roteiro estruturado. Por um lado, opta-se por estudar as obras a partir de uma ótica ampla, estruturando esse esquema a partir de pontos gerais; já por outro, tem-se a intenção de “interrogar” o texto a partir de determinados pontos de vista e categorias de análise, sendo elas:

- 1) *Sujeitos e interações*: como o próprio nome nos diz, nesta instância os pesquisadores avaliam os sujeitos em cena, como seu tempo em tela e ambientações. Outro modo de investigação nos leva aos modos de comportamento e por fim, a suas funções narrativas;
- 2) *Textos verbais*: nesta categoria, podem ser analisados o conteúdo do discurso e as formas verbais, estilo de linguagem, tratamento do discurso (irônico, sério, dramático) e valores explícitos e implícitos;
- 3) *História*: presença de uma ou de várias histórias e suas relações; estruturas temporais das histórias; estruturas narrativas (histórias complementares, subordinadas, individuais etc.);
- 4) *Encenação*: esta categoria se dedica a analisar os aparatos técnicos, como movimento das câmeras, montagem, enquadramentos, efeitos sonoros, cores etc. Também podem ser estudados o controle dos espaços; a intervenção dos diretores; as pausas na programação; a estrutura da produção (modo como o texto é transmitido, se é pela televisão, pelo teatro, rádio, entre outros).

Construir um esquema de leitura, em primeiro lugar, diz respeito a decompor o texto em partes e/ou segmentos, podendo ser eles de natureza estilística (aparatos técnicos) ou temática (lugares representados e narrativas). Em segundo lugar, ele permite reunir os itens textuais em uma série de categorias, para que se permita confrontá-las entre si. Por fim, Casetti e Chio (1999) dizem que o esquema de leitura é uma representação esquemática do que será analisado. É importante ressaltar que a construção de um esquema de leitura não deve ser encarada como um dos resultados da pesquisa, mas sim um ponto de partida que o investigador utiliza para extrair todas as informações pertinentes aos seus objetivos e lançar sua atenção a eles, buscando sua compreensão.

O processo de análise textual é perpassado por dois momentos distintos: o primeiro é identificado como um processo descritivo em que se observa e organiza as informações pertinentes; e em um segundo momento realiza-se a fase interpretativa. Sendo assim, Casetti e Chio (1999) dizem que essa análise é composta por duas etapas, a primeira, puramente objetiva, e a segunda, subjetiva e pessoal. Para evitar que a interpretação seja influenciada somente pelas subjetividades dos investigadores, os autores recomendam

aliar o esquema de leitura com outros instrumentos e elementos. É por esta razão que utilizamos a análise textual como uma forma de viabilizar a análise cultural-midiática, em especial da cultura registrada, pois através dela vislumbramos os processos que circundam a produção dos audiovisuais analisados. A união dessa metodologia possibilita que as produções audiovisuais, de modo geral, não sejam entendidas apenas por aparatos técnicos e linguísticos, mas também por seus aspectos culturais e sociais.

Voltando à linguagem televisiva, Casetti e Chio (1999) a definem por meio de dois tipos de análise: a análise das significações e a análise dos códigos. Para eles, a primeira se dá por meio de três níveis: o denotativo, o conotativo e o ideológico.

- O nível denotativo nos leva a entendê-lo a partir de uma aproximação imediata;
- O nível conotativo faz uma referência a uma dimensão cultural, nos levando a interpretar seus significados a partir de nosso repositório mental;
- O nível ideológico indica a capacidade que os significados têm de reproduzirem o discurso elaborado pelos produtores dos audiovisuais.

Em resumo, diz-se que o primeiro nível da análise das significações indica um elemento natural, o segundo, um elemento cultural, e o terceiro, um elemento social (CASETTI; CHIO, 1999). Ressaltamos que textos acabam privilegiando, ocultando e/ou resgatando determinados discursos, nos quais os sentidos estão atrelados tanto ao contexto cultural quanto à materialidade do texto. Em síntese, podem ser lidos de diferentes modos por diferentes audiências. Por este motivo, estabelece-se que exista uma relação direta entre o texto e o contexto em que as esferas de produção e recepção estão inseridas.

Para exemplificar o uso dessa metodologia e dispositivo analítico, trazemos para o nosso texto uma tese e duas dissertações já defendidas, oriundas do grupo de pesquisa Estudos Culturais e Audiovisualidades do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (POS-COM-UFSM). Salientamos que tais trabalhos fizeram uso das categorias da análise textual de acordo com as especificidades de cada pesquisa, já que, como falamos anteriormente, cada método analítico trará resultados diferentes, e vai de cada pesquisador e pesquisadora propor um percurso metodológico adequado à investigação em curso.

Defendida em 2021 pelo pesquisador Luciomar de Carvalho, a tese *Representações genderless: mediações entre cultura vivida e registrada em audiovisuais publicitários de moda* objetivava analisar a construção das representações *genderless* a partir das mediações de gênero e da moda e dos audiovisuais publicitários de moda. Valendo-se da análise textual, Carvalho (2021) fez uso das categorias de análise *história, cena/sujeito e texto verbais*. Utilizando as palavras do próprio pesquisador em sua tese, ao explorar o instrumento analítico, busca-se

[...] valorizar o material simbólico (signos, símbolos e figuras) dos audiovisuais, sem deixar de ponderar os elementos estruturais. [...]. A análise textual não procura por unidades separadas, mas pretende compreender as ligações entre essas unidades e os seus significados (CARVALHO, 2021, p. 49).

O pesquisador percebeu, por meio desse método analítico, que as representações *genderless* em seu corpus de pesquisa eram todas negativas, operando através da invisibilidade, do silenciamento, de preconceitos e estigmas aos indivíduos sem gênero, além de possuir um caráter heteronormativo e estereotipado.

Defendida em 2022, a dissertação da pesquisadora Carla Beatriz de David Ernesto, intitulada *Publicidade antirracista da Salon Line: uma análise cultural do filme celebrando rainhas crespas e cacheadas* utilizava a união da análise cultural-midiática e da análise textual como uma forma de tensionar a urgência

da pauta antirracista na publicidade, pois os ideais hegemônicos excluem, oprimem e não reconhecem as desigualdades, perpetuando o abismo social existente. Para o estudo, foi definido o filme publicitário *Celebrando rainhas crespas e cacheadas da Salon Line*, cuja produção está na contramão da contemplação hegemônica de beleza. Nas palavras da autora,

[...] na categoria sujeitos pretendemos apresentar quem são as personagens, como se apresentam na narrativa e qual o papel atribuído a cada uma delas. Na categoria texto verbal observaremos qual o estilo de linguagem, o conteúdo do discurso considerando as referências dos sujeitos em cena e, por fim, como a categoria musicalidade é posta em cena, ou seja, como se evidencia e se caracteriza na relação entre os sujeitos em cena e suas histórias. Os elementos textuais que compõem o material midiático estão repletos de significados implícitos ao cotidiano particular, a uma realidade vivida e que, muitas vezes, é negligenciada por quem compõem a parte de cima da pirâmide social (ERNESTO, 2022, p. 51).

Carla Ernesto (2022) chegou à conclusão de que na produção da campanha o protagonismo da mulher negra se apresenta a partir dos três pilares: representação, ancestralidade e poder – ressignificando, assim, sentidos e valores. O sistema de representação apresentado pela marca agencia a construção de um novo imaginário no que se refere ao resgate da historicidade e da representação negras, ou seja, nessa concepção atua o aspecto emergente da estrutura de sentimento por problematizar as práticas residuais e dominantes da cultura vivida.

Outra dissertação que utilizou tal metodologia é a de Lucas da Silva Nunes (2020), que teve o intuito de investigar tanto as tipificações produzidas pelas telenovelas da Globo entre 2012 e 2018 quanto o modo como o emprego doméstico era representado nas obras. Intitulada *Elas passam o pano e enceram o chão, mas são quase da família: emprego doméstico e tipificações nas novelas da Globo entre 2012 e 2018*, a pesquisa utiliza a análise cultural-midiática e a análise textual através de uma adaptação de suas categorias, sendo elas *enredos*, *sujeitos* e *textos verbais*.

A pesquisa citada questiona o modo como as empregadas domésticas e seus direitos trabalhistas foram representados nas novelas exibidas na Rede Globo entre os anos de 2012 e 2018, e para isto utiliza a conceituação das tipificações de Raymond Williams (1979). O pesquisador, ao final do processo de análise, chegou às seguintes conclusões:

Identificamos que durante o ano de 2012 as novelas atuavam como uma forma educativa e em vários momentos questionavam sobre os benefícios que a PEC traria tanto para empregadas quanto para os patrões. Ressaltamos que estes assuntos ganhavam destaque na trama a partir de inquietações sobre a falta e/ou retirada dos direitos trabalhistas. Porém, nos últimos anos analisados, principalmente referindo-se à novela “Segundo Sol”, o emprego doméstico era comparado à escravidão, mas ainda assim o utilizava para questionar sobre os referidos direitos. O segundo questionamento de nosso problema referia-se às tipificações das empregadas domésticas e percebemos que elas foram construídas a partir de três tipificações: batalhadora adoradora e cinderela. A primeira tipologia identificada é baseada em um discurso puramente meritocrata, centrando na personagem os modos de ascender de classe social e/ou sustentar sua família; a segunda não almejava outro tipo de emprego em suas vidas e todas sentiam-se confortáveis em sua situação como trabalhadoras domésticas; já a terceira é entendida a partir de características estereotipadas do papel de mulher e desta profissão (NUNES, 2020, [s.p.]).

Devemos ressaltar que a tese de Carvalho (2021) e as dissertações de Nunes (2020) e Ernesto (2022) utilizaram as categorias defendidas por Casetti e Chio (1999) de modo próprio, o que nos leva a entender que esse instrumento permite adaptações de acordo com os objetivos de cada pesquisa. Como podemos perceber através das pesquisas exemplificadas, os pesquisadores e as pesquisadoras, ao elencar a análise textual como método de coleta e análise de dados, têm a capacidade de ir além do próprio texto. Assim,

fica evidente que o método tem como objetivo problematizar não somente a materialidade textual (cultura registrada), mas também revela seus significados (CASETTI; CHIO, 1999).

## Considerações finais

Tendo em mente que os objetos de pesquisa em comunicação são construídos pelo olhar dos pesquisadores, e que os enfoques dados devem levar em consideração não somente seus contextos culturais, mas também as teorias a serem utilizadas, tivemos a finalidade de apresentar neste artigo aos demais pesquisadores e às demais pesquisadoras um modo de elaboração do percurso metodológico que vise a análise de objetos audiovisuais pela vertente dos Estudos Culturais (EC). Ressalta-se que a utilização desse protocolo analítico é indicada principalmente quando os objetivos da investigação compreendam relacionar esses objetos com suas temporalidades, territorialidade, ideologias dos grupos que os produziram e demais elementos que compõem a experiência vivida.

Apesar de admitir que os textos carregam significações que acabam influenciando a interpretação da audiência, seria contraditório com a vertente dos EC atribuir somente a eles a construção de seus significados. Assim, cabe aos investigadores e às investigadoras realizarem um estudo da situação em que as obras foram produzidas (cultura vivida) e conectá-la com os elementos presentes na materialidade dos audiovisuais (cultura registrada). De tal modo, a análise textual, em conjunto com a análise cultural-midiática, não deve ser entendida apenas como um mero instrumento de análise conteudista, mas como um conjunto de aparatos que possibilitam ao pesquisador identificar o modo como os padrões culturais se configuram nas formas textuais das obras analisadas.

Reconhecendo que texto e contexto devem ser abordados de forma conjunta, é fundamental que os pesquisadores sejam capazes de realizar uma leitura contextual das obras, visto que, se excluirmos o entorno dos textos de nossas análises, estaremos apenas fazendo uma descrição e não nos aprofundando em seus significados, tornando nossos resultados empobrecidos e parciais.

Quando tratamos de estudos em comunicação que abordam noções que envolvam os fatores culturais, devemos considerar o fato de que a cultura não deve ser encarada como algo isolado, mas sim em conjunto com outros fatores que acabam influenciando e sendo por ela influenciados. Por isso, a utilização da análise cultural-midiática se faz importante nas pesquisas, pois ela consegue dar conta de identificar e de problematizar quais seriam esses fatores e suas manifestações nos conteúdos midiáticos, sejam eles reais e/ou ficcionais. No caso deste artigo, adotar esse percurso metodológico que relacionou a cultura vivida e a registrada permitiu aos pesquisadores verificarem por meio das representações ou tipificações quais são os significados presentes nas obras que seriam analisadas e como eles são construídos, além de suas relações com o contexto.

A construção deste artigo teve a finalidade de apresentar uma forma de operacionalizar investigações que foquem na construção e na identificação de significados nos audiovisuais por meio de um protocolo analítico. Ressaltamos que, apesar do protocolo ser proposto para a análise de televisão, ele pode ser adaptado e utilizado em outros estudos que tenham objetos audiovisuais como enfoque, relacionando esses produtos com sua temporalidade e com os elementos que compõem a experiência vivida.

## Referências

BAPTISTA, M. M. Estudos Culturais: o quê e o como da investigação. **Carnets** – Cultures littéraires: nouvelles performances et développement, n. spécial, p. 451-461, automne-hiver 2009.

CARVALHO, L. **Representações genderless**: mediações entre cultura vivida e registrada em audiovisuais publicitários de moda. 2021. 239 f. Tese (Doutorado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Centro de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2021.

CASSETTI, F.; CHIO, F. **Análisis de la televisión**. Barcelona: Paidós, 1999.

CEVASCO, M. E. **Para ler Raymond Williams**. São Paulo: Paz e Terra, 2001.

\_\_\_\_\_. **Dez lições sobre estudos culturais**. São Paulo: Boitempo, 2003.

ERNESTO, C. B. D. **Publicidade antirracista da Salon Line**: uma análise cultural do filme celebrando rainhas crespas e cacheadas. 2022. 88 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Centro de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2022.

ESCOSTEGUY, A. C. **Os estudos culturais**. Teorias da Comunicação: conceitos, escolas e tendências. Petrópolis: Vozes, 2001.

FRANÇA, V. R. V. O objeto e a pesquisa em comunicação: uma abordagem relacional. In: MOURA, C. P.; LOPES, M. I. V. **Pesquisa em comunicação**: metodologias e práticas acadêmicas. Porto Alegre: Editora da PUCRS, 2016. p. 153-174.

FISKE, J. **Television Culture**. Londres: Routledge, 2010.

HALL, S. Codificar y decodificar. In: HALL, S. et al. **Cultura, media, lenguaje**. Tradução de Silvia Delfino. Londres: Hutchinson, 1980. p. 129-139.

NUNES, L. S. **Elas passam o pano e enceram o chão, mas são quase da família**: emprego doméstico e tipificações nas novelas da Globo entre 2012 e 2018. 2020. 154 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Centro de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2020.

WILLIAMS, R. **Marxismo e literatura**. Tradução de Walter Dutra. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, [1971] 1979.

WILLIAMS, R. Com vistas a uma sociologia da cultura. In: WILLIAMS, R. **Cultura. v. 2**. Tradução de Lólio Lourenço de Oliveira. São Paulo: Paz e Terra, 1992. p. 9-32.

WILLIAMS, R. **La larga revolución**. Buenos Aires: Nueva Visión, 2003.

WILLIAMS, R. Base e superestrutura na teoria cultural marxista. **Revista USP**, n. 66, p. 209-224, 2005.



WILLIAMS, R. A cultura é ordinária. In: WILLIAMS, R. **Teoria Cultural: An Anthology**. Editado por Imre Szeman e Timothy Kaposy. Pondicherry: Wiley-Blackwell [1974], 2011. p. 53-59.

WILLIAMS, R. **Televisão: tecnologia e forma cultural**. São Paulo: Boitempo Editorial, 2017.

## **Informações para textos em coautoria**

### **Concepção e desenho do estudo**

Lucas da Silva Nunes

### **Aquisição, análise ou interpretação dos dados**

Flavi Ferreira Lisbôa Filho e Lucas da Silva Nunes

### **Redação do manuscrito**

Flavi Ferreira Lisbôa Filho e Lucas da Silva Nunes

### **Revisão crítica do conteúdo intelectual**

Flavi Ferreira Lisbôa Filho

## **Informações sobre o artigo**

### **Resultado de projeto de pesquisa, de dissertação, tese**

O artigo é resultado da construção de um percurso metodológico desenvolvido na tese intitulada *Trabalho doméstico não remunerado na publicidade: as estruturas de sentimento da marca “Mr. Músculo”* e na dissertação *Elas passam o pano e enceram o chão, mas são quase da família: emprego doméstico e tipificações nas novelas da Globo entre 2012 e 2018*, ambas orientadas pelo projeto de pesquisa “Identidade cultural e representações de grupos sociais minoritários: a análise cultural (midiática) como protocolo investigativo”.

### **Fontes de financiamento**

Esta pesquisa recebeu financiamento da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES).

### **Considerações éticas**

Não se aplica.

### **Declaração de conflito de interesses**

Não se aplica.

### **Apresentação anterior**

Não se aplica.

### **Agradecimentos/Contribuições adicionais**

Não se aplica.