



O Olhar das Mulheres Trabalhadoras na Indústria Calçadista em Novo Hamburgo e Região sobre o Exercício do Trabalho¹

Camila Dri²
acadêmica de jornalismo do Centro Universitário Feevale de NH/RS

RESUMO

Este texto apresenta uma etapa da pesquisa sobre a formulação do discurso coletivo das mulheres trabalhadoras em grupos formais e não-formais do setor calçadista, sobre o seu trabalho em si. Pesquisa essa, que avança nos estudos das redes informais de comunicação. Pretende-se analisar quais os elementos que influenciam na melhora da qualidade de vida delas, a partir do exercício do trabalho. Discursos coletivos esses, de suas ações cotidianas, pouco estudados que se referem a um processo comunicacional gerador de diferentes mediações do conhecimento. A análise teórica tem base em autores do campo da Comunicação, da Sociologia e da Antropologia que estudam a formulação dos discursos e das relações sociais no trabalho.

Palavras-chave: mulheres; análise do discurso coletivo; fábricas de calçados; redes informais de comunicação.

¹ Trabalho apresentado no Intercom Junior, na Divisão Temática Comunicação, Espaço e Cidadania, do X Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul..

² Camila Dri cursa o sétimo semestre do curso de Comunicação Social, habilitação em Jornalismo do Centro Universitário Feevale em Novo Hamburgo. E-mail: myla@feevale.br.



O Olhar das Mulheres Trabalhadoras na Indústria Calçadista em Novo Hamburgo e Região sobre o Exercício do Trabalho

1 Introdução

Este texto apresenta uma das etapas da pesquisa “O sentido do trabalho na vida das trabalhadoras em grupos formais e não-formais de Novo Hamburgo e região: qual o discurso formulado?” do Centro Universitário Feevale, em Novo Hamburgo.

Ao se estudar os modos de produção dos discursos coletivos das mulheres trabalhadoras, deve-se avaliar quais os elementos que influenciam na melhora da qualidade de vida delas, a partir do exercício do trabalho. A pesquisa iniciada em agosto de 2008, apresenta um recorte do universo de trabalho de Novo Hamburgo e região, e contempla grupos de mulheres em uma empresa de calçados ou de acessórios, com a média de 1.000 trabalhadores contratados, numa amostra de 10% entre essas trabalhadoras; grupos de mulheres em uma empresa de calçados ou de acessórios com média de 500 trabalhadores contratados, numa amostra de 10% entre as mulheres trabalhadoras; grupos de mulheres em duas empresas de pequeno porte, com até cem funcionários. E um grupo de trabalhadores informais que não têm a carteira de trabalho assinada, igualmente em amostra de 10%.

A metodologia está baseada na pesquisa-ação, com aplicação de questionários e entrevistas abertas, semi-estruturadas. Segundo Thiollent (2006, p. 207) a pesquisa-ação é um método de estudo voltado para o desenvolvimento de uma pesquisa com instrumentos práticos, de ação, numa perspectiva cooperativa. A análise final dos dados deverá ser feita pelo método de análise do Discurso do Sujeito Coletivo. Conforme Lefèvre (2005, p. 37), esse modelo de análise é uma forma de reconstruir o universo de representações já existentes no campo pesquisado, analisando os diálogos em suas diferentes perspectivas.

A base teórica centra-se em estudos de autores como Muniz Sodré (comunicação); Manuel Castells, Boaventura de Souza Santos, Niklas Luhmann



(sociologia). Michel Thiollent, Fernando Lefèvre e Ana Maria Cavalcanti Lefèvre, (pesquisa); Didice Delgado, Paola Cappelin, Vera Soares, Claudia Mazzei Nogueira, Vera Lucia Navarro, (trabalho); e Humberto Maturana (biologia).

1.1 Relevância social

Ao se trabalhar com as redes informais de comunicação existentes na cotidianidade das mulheres, destacam-se alguns fatores que se relacionam com que se pode identificar como a efemeridade de suas durações - entre eles, o tempo, e o espaço onde acontecem as relações sociais/comunicacionais estruturantes dessas redes. Além disso, pode-se afirmar que as redes informais são elementos perceptíveis e não visíveis, se diferindo em níveis de socialibilidade, ocorrendo de acordo com os interesses estabelecidos pelos grupos organizados. Ao mesmo tempo em que se recompõem em outras instâncias das relações sociais/comunicacionais, de acordo com a atuação das mulheres. Atuações essas, estabelecidas em contratos tácitos, formulados nas relações sociais nas quais as mulheres empreendem como estimuladoras de avanços nos diferentes grupos em que se inserem.

A partir da análise de alguns estudos de Luhmann (1997) na Teoria dos Sistemas, associando os conceitos definidos por Maturana, por exemplo, se pode entender que a constituição das redes informais de comunicação são brechas alternativas de relações sociais, autopoieticas, autônomas e abertas, que se compõem, também, com a intervenção dos meios de comunicação de massa e de outros processos comunicacionais vigentes, que contribuem para o desenvolvimento das comunidades locais e regionais. Se, ao entender-se o que Luhmann esclarece sobre a sociedade da comunicação, relacionando os estudos da Sociologia com os estudos da Comunicação, pode-se afirmar que as redes sociais são redes de comunicação, que estabelecem em seus fluxos das relações humanas, saberes e trocas comunicacionais, essencialmente. Nos estudos realizados pelo autor, há uma relação do conceito de comunicação com o conceito de *sistema social*, uma vez que considera este último como um sistema de reprodução de comunicações a partir de comunicações:

“As decisões teóricas para a concepção da sociedade como sistema autopoietico e para a caracterização da operação reprodutora do sistema como comunicação precisam, pois serem tomadas de uma só vez. Elas condicionam-se reciprocamente. Isto significa também que o conceito de comunicação torna-se fator decisivo para a determinação do conceito de sociedade. Dependendo de como se define comunicação, define-se sociedade – e definição entendida aqui no sentido exato de terminação de limites”. (LUHMANN, 1997, p.80).

A referência ao autor torna-se importante uma vez que se pode dizer que *as redes informais de comunicação* encontram-se no interior do sistema social onde a compreensão da mensagem transmitida é que faz a diferença quanto ao acontecimento comunicativo particular. Luhmann afirma que a comunicação não se esgota, ela produz simultaneamente no caminho da autoprovocação e a cada passo, sobretudo, a bifurcação entre aceitar e recusar. Cada evento comunicativo fecha e abre o sistema.

Ao se pressupor que a comunicação realizada entre as mulheres trabalhadoras nas indústrias calçadistas e de acessórios, se traduz em relações, a partir da consciência sobre o papel que exercem e o lugar que ocupam na sociedade, aproveitando o conhecimento adquirido de diferentes formas, se pode entender, então, que esta é uma comunicação aberta que provoca mudanças e ajuda a construir a história. As redes informais como processos midiáticos, constituem-se ainda, em representações da sociedade civil, em permanente mutação, por conter em seu interior frequentes situações de conflito. Elas se configuram, mesmo que virtualmente, através da pluralidade de experiências existentes na sociedade. Nogueira (2004, p.14) acredita que a presença feminina no mundo do trabalho sofreu alterações após o advento do capitalismo, e tornou-se muito mais presente no mercado de trabalho.

Ao se questionar sobre o sentido do trabalho para as mulheres trabalhadoras em grupos formais e não-formais de Novo Hamburgo e região, se pretende localizar, através do discurso formulado, qual a representação simbólica que o trabalho, como categoria de análise, assume nas suas vidas, a partir do que elas entendem que seja o trabalho. Quando se parte das hipóteses que é o trabalho fator de geração de renda e necessário para sobrevivência das famílias, e que as tarefas de provedor já fogem ao papel masculino, deve-se estudar quais as formas que as mulheres têm de entender essas questões sociais e econômicas, na atualidade. Nogueira cita o pensamento de Marx que

destaca a inserção da mulher no mercado de trabalho industriário como uma divisão de força e poder na estrutura familiar, rebaixando o trabalho masculino:

“O capitalismo usa dessa divisão sexual do trabalho para incentivar a competição entre os trabalhadores, rebaixando os salários em decorrência do ingresso da força de trabalho feminina, incorporada à classe trabalhadora e percebendo salários ainda mais reduzidos. Desse modo, a classe trabalhadora, composta por mulheres, foi reduzida à condição de simples força de trabalho vivo, ou seja, matéria de exploração do capital, visando à ampliação de seu ciclo reprodutivo e à sua valorização.”. (NOGUEIRA, 2004. p. 10).

Pressupõe-se, inicialmente, que a formulação do discurso, e sua respectiva enunciação contribuem para que aconteçam as mediações que vão sendo realizadas pelas mulheres dos grupos ora propostos. De outra forma, já há estudos e se pode referir que a inserção de tecnologias da informação nos ambientes de trabalho tem alterado significativamente os processos de aquisição do conhecimento, de tal forma que as mulheres buscam novas perspectivas de formação com este viés. Esses são alguns dos motivos para justificar-se a realização de uma pesquisa que, centrada nos discursos e mediações das mulheres trabalhadoras, pode constatar elaborações significativas sobre o trabalho, a partir dos discursos formulados, com os saberes adquiridos, que se apresentam como elementos importantes de seus comportamentos e relações sociais.

A opção por se observar o universo do trabalho de Novo Hamburgo e região, para a realização da pesquisa, se deve à localização de fábricas que utilizam a mão-de-obra feminina com bastante destaque, oportunizando a elas o exercício de diferentes tarefas, que vão, por meio do aprendizado, entendendo esse lugar que ocupam, e, além da produção específica dos artefatos fabris, realizam mediações sobre esses fazeres, conectando seus saberes aos demais que lhe são disponíveis e possíveis, no momento. No entanto, esses conhecimentos adquiridos vão sendo trocados na medida em que essas mulheres realizam contatos nos seus ambientes de trabalho com as demais componentes, e assim vão retro-alimentando sua sabedoria, que pode atingir as demais pessoas de suas relações, no ambiente doméstico, familiar, e nos demais grupos onde se inserem.

Em estudos recentes da Comunicação (Ribeiro, 2007), verificou-se que as mulheres são produtoras e transformadoras da realidade a partir de suas ações que se



expressam ao longo da vida em discursos propositivos de melhoria da qualidade de vida. E os processos comunicacionais elaborados a partir da influência da mídia e toda a conjuntura do tecido social vão estabelecendo novas posturas e olhares dessas mulheres, que cada vez mais se inserem no mercado de trabalho.

Nogueira (2004, p. 17) menciona o pensamento de Heleieth Saffioti, sobre a relação de gênero e classe, que comenta a exclusão da mulher na sociedade, ao ponto de ter sido considerada como uma figura capaz de impossibilitar o desenvolvimento social, sendo que na verdade é a própria organização da sociedade que impõe barreiras à totalidade da emancipação da mulher.

Segundo a Pesquisa Nacional de Amostragem por Domicílios - PNAD - de 2007, Primeiras Análises, que aborda os temas população, família e gênero realizada pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (órgão vinculado ao Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), e divulgada em outubro de 2008, há mudanças significativas em curso nos principais grupos sociais do mundo, e também no Brasil. De acordo com o texto de apresentação da pesquisa, que destaca a participação da mulher no que relaciona sua atuação de mantenedora e cuidadora dos grupos familiares, o processo é revolucionário:

“...estão em curso três revoluções que afetam, profundamente, as estruturas familiares e, conseqüentemente, a social: - revolução contraceptiva: dissociação da sexualidade da reprodução; -revolução sexual, principalmente, para as mulheres: separação entre sexualidade e casamento; -revolução no papel social da mulher e nas relações de gênero tradicionais: homem provedor X mulher cuidadora”.
(LESTHAG, 1995)

O estudo aponta que há decréscimo importante nas taxas de composição do grupo familiar em relação à geração de filhos: em 1992, os casais com filhos apontavam um índice de 62,8% do total de arranjos familiares; e passaram a constituir 51,6% em 2007, com a predominância de chefes homens. Segundo a pesquisa, “nos últimos 10 anos, há um aumento expressivo de chefia feminina nesse tipo de arranjo, ou seja, no formado por casais. A proporção de arranjos do tipo casal com e sem filhos chefiados por mulher passou de 4,2% em 1992 para 23,5% em 2007”. No entanto, essa redução é compensada com o aumento de famílias constituídas por casais sem filhos, as chamadas ‘monoparentais’, principalmente as chefiadas por mulheres e homens que moram



sozinhos. Segundo a pesquisa, há no país em torno de 4 milhões e 700 mil mulheres morando sozinhas.

De acordo com a pesquisa do Ipea, o resultados indicam "exaustivas" jornadas de trabalho remunerado e não-remunerado - para as mulheres, além de um aumento das desigualdades de gênero no país. No que se refere aos índices de contribuição das mulheres na renda familiar, esta passou de 30,1% para 39,8%. As que moram com seus maridos, são responsáveis por 62,5% da renda familiar.

Dados sobre o cuidado com os afazeres domésticos mostram, de acordo com a Pnad, "uma importante e persistente assimetria de gênero". A pesquisa indica que o tempo que as mulheres dedicam ao trabalho doméstico é maior do que o dos homens, independentemente da condição na família (chefe ou cônjuge), da escolaridade, da renda ou da condição de ocupação (ocupado, desocupado ou inativo). Já os dados sobre o percentual de homens ocupados com os afazeres domésticos apontam 50,5%, contra 89,6% das mulheres ocupadas. Essas informações indicam, portanto, segundo o Ipea, que as mulheres ainda são as principais responsáveis por tarefas como cuidar da casa, dos filhos, dos idosos, da manutenção da família e de todas as atividades relacionadas ao âmbito doméstico.

Contudo, é importante ressaltar que a mulher, figura responsável pela organização do lar, passa a adotar novas formas de administrar a vida profissional com a vida de dona-de-casa, mostrando assim a sua conquista de espaço na sociedade e no mercado de trabalho, exigindo respeito por sua posição:

“Com a incorporação da mulher nas fábricas, os trabalhos realizados familiarmente, como costurar, remendar etc. , são substituídos pela compra de mercadorias já confeccionadas. Ao diminuir a inversão do trabalho doméstico, aumentou também a inversão de dinheiro e a circulação maior de mercadorias.” (NOGUEIRA, 2004, p. 11)

De outra forma, a visibilidade das mulheres na imprensa de maneira geral, é marginalizada. Mesmo constituindo 52% da população mundial, segundo o Projeto Global de Monitoramento da Mídia, da organização não-governamental WACC Internacional - World Association for Christian Communication, em 2005 apenas 21% aparecem nas 13 mil notícias monitoradas, em cerca de 76 países do mundo inteiro. No rádio as notícias sobre mulheres aparecem em 17% dos noticiários, em comparação com



o percentual de 22% na televisão e 21% nos jornais. A presença masculina na mídia, segundo o levantamento feito, é que os homens estão na maioria dos assuntos noticiados em todas as matérias. Quando as mulheres aparecem nas notícias, elas são tematizadas em histórias “leves”, por exemplo, sobre celebridades e artes, nas quais elas perfazem 28% dos assuntos noticiados; são menos tematizadas em notícias sobre política e governo (14%) e economia (20%). No caso de ocorrências com vítimas as mulheres aparecem em 19% das notícias, enquanto que os homens apresentam registros em 8% delas. Em relação à desigualdade de gênero como notícia, segundo o Projeto de Monitoramento da Mídia, 96% das matérias de meios de comunicação do mundo inteiro não ressaltam assuntos de igualdade ou desigualdade de gênero. As matérias que realçam o tema perfazem apenas 4%. Os homens também são as pessoas que aparecem nas notícias como porta-vozes ou fontes. Esse percentual é de 83% e dificilmente as mulheres especialistas aparecem com representatividade. Normalmente elas aparecem em depoimentos pessoais (31%) e opinião popular (34%).

Os dados apresentados acima dão conta de uma realidade também vivenciada no Brasil e em outros países da América Latina, onde as informações não são muito diferentes do levantamento feito pelo Projeto Global de Monitoramento da Mídia. A realidade do trabalho feminino no Brasil segundo o levantamento do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada, já referenciado, explicita que as diferenças são marcantes e que a conquista de novas possibilidades profissionais depende ainda de muitas mudanças e avanços da própria sociedade na quebra de preconceitos e na oferta de oportunidades de trabalho com melhores condições para toda a população e não só para as mulheres. No entanto, se verificarmos os estudos acadêmicos sob o olhar da contribuição das mulheres no tecido social, e como essa contribuição repercute em diferentes âmbitos - seja na sua própria condição individual, seja na família ou nos diferentes grupos onde se inserem, as referências ainda são escassas. No campo da Comunicação, por exemplo, há escassez de registros de trabalhos acadêmicos com o foco nas questões de gênero, ao se considerar a produção em pesquisas no Rio Grande do Sul e em outros Estados, embora nos últimos 10 anos a temática faça parte dos estudos de Mestrado e Doutorado em diversas universidades brasileiras.

Portanto, ao se considerar o estado científico do problema, analisando a realidade da produção acadêmica, que aborda questões relacionadas, pode-se dizer de



sua pertinência, numa região propícia para o estudo ora proposto, tendo em vista a conjuntura local com permanentes crises econômicas, relacionadas com a indústria calçadista, reconhecida como principal ramo de atividade econômica da região, no processo de desenvolvimento regional, até então. As mudanças sociais, tecnológicas e culturais ocorridas nas últimas décadas têm fomentado, inclusive, a organização de projetos produtivos e de prestação de serviços, como associações, cooperativas, empreendimentos solidários rurais e urbanos, empresas autogestionárias assumidas por trabalhadores após falências, entre outras, que vêm alterando a realidade do mundo do trabalho e contribuindo tanto no desenvolvimento de novos espaços econômico-institucionais quanto na formação de novos sujeitos sociais. Essa abordagem será desenvolvida a partir de algumas categorias teóricas do campo dos estudos organizacionais, e da comunicação, como uma tentativa de compreender este fenômeno pela lente dos relacionamentos que se estabelecem nas redes informais de comunicação.

Ao se pesquisar as relações entre os sujeitos que vão se estabelecendo, na constituição de novos saberes sobre o trabalho, sobre as conexões econômicas em suas diferentes instâncias, e novas possibilidades para se compreender os fenômenos sociais, entende-se que são necessários avanços nos estudos e nas análises dos espaços inter-organizacionais, que se constroem sobre aquelas relações. Entende-se que as abordagens peculiares a cada um dos sujeitos sociais da rede fundam-se no seu respectivo habitus, no seu conjunto de disposições que moldam as suas formas de agir no tecido social e que, portanto, as condições com que cada sujeito participa é diferente das condições dos demais, o que estabelece uma diferenciação relacional entre eles, indicada por diferentes formas de capital que acumulam.

A pesquisa sobre a formulação dos discursos das mulheres trabalhadoras em fábricas de calçados e acessórios de couro, pois, parte do entendimento que o alcance de relações politicamente emancipadas e emancipadoras dos sujeitos envolvidos nas redes informais de comunicação é um fator-chave para o desenvolvimento local, uma vez que as relações de proximidade e de contiguidade - chamadas por Milton Santos de horizontalidades - constituem a unidade básica de formação de um tecido social coeso que mobiliza as capacidades endógenas do local e as potencializa para o diálogo com os desafios ditos globais.



De outra forma, a pesquisa deve apontar elementos da cultura, das trocas de saberes, que vão se modificando com a implementação de novas rotinas, e a implementação inclusive de tecnologias da informação que resultam em discursos atravessados por novos saberes carregados na memória e por aqueles transmitidos diariamente pelos meios de comunicação social.

1.2 O andamento atual

A etapa atual da pesquisa “O sentido do trabalho na vida das trabalhadoras em grupos formais e não-formais de Novo Hamburgo e região: qual o discurso formulado?” já nos permite observações significativas e olhares curiosos. Questões da organização familiar e a necessidade de trabalhar, bem como a paixão declarada pelo trabalho, permitem que essas mulheres trabalhadoras do calçado, sigam na luta pela conquista plena do mercado de trabalho. Na busca de um mundo onde a sociedade convive e sobrevive em uma cultura capaz de estabelecer laços através da relação comunicacional, num espaço potencializado para o exercício da cidadania.

A partir da aplicação de questionários nos ambientes de trabalho definidos para a realização desses estudos, está se realizando entrevistas semi-estruturadas com algumas mulheres dos grupos escolhidos, procurando se constituir um elenco de idéias principais para a elaboração do discurso do sujeito coletivo. Para Delgado, Cappelin e Soares (2002, p. 110) há em diferentes partes do mundo, a realização de ações afirmativas no mercado de trabalho e a oferta de oportunidades para se igualar gênero e raça. Neste sentido, a intervenção dos processos comunicacionais e midiáticos é vista sob um novo olhar, em que as lideranças que estão no poder também busquem a consolidação dessas ações afirmativas e igualitárias para toda a sociedade.

1.3 Objetivo Principal

Verificar, através do discurso formulado pelas mulheres trabalhadoras, quais os elementos que influenciam na melhora de vida delas, a partir do exercício do trabalho. Assim, ao se considerar como acontecem as formulações dos discursos e das mediações realizadas pelas mulheres trabalhadoras em grupos formais e não-formais de Novo Hamburgo e região, observar e colocar em discussão as possibilidades de mudanças empreendidas pelas mulheres, em diferentes âmbitos onde se inserem.

1.4 Objetivos Específicos

1) Identificar qual a contribuição do trabalho das mulheres na composição da renda familiar; 2) Analisar qualitativamente valores presentes no exercício do trabalho como fatores de melhoria da auto-estima das mulheres; 3) Observar e discutir, como as mulheres se apropriam de determinados saberes do trabalho, e repassam, através dos processos de comunicação, adotando-os como valores morais e sociais, aos seus descendentes, e a outros integrantes de suas relações sociais.

1.5 Outras Metas a serem atingidas

a) Localizar, em Novo Hamburgo e região próxima, a partir do mapeamento inicial das empresas que empregam mão-de-obra feminina, os dados quantitativos relacionados ao assunto da pesquisa e ao universo do trabalho feminino; b) Identificar os elementos que envolvem a mão-de-obra feminina e como acontecem os procedimentos de contratação e remuneração das mulheres trabalhadoras; c) Verificar nas relações estabelecidas, se há limites dos processos de comunicação e os seus impactos na gestão das trocas de conhecimento exercidos por elas no ambiente de trabalho; d) Propor viabilidades que possam contribuir para o desenvolvimento dos processos instaurados nas relações de poder, através da gestão com a troca de saberes no âmbito da organização das relações nas empresas pesquisadas, aprimorando o conhecimento vinculado às questões de comunicação, especificamente; e) tendo em vista todo o processo da pesquisa, de acordo com Navarro (2006, p.191-192), pretende-se que esses estudos possam auxiliar nas discussões sobre gêneros e cargos dentro das empresas, aproveitando as aproximações feitas através de melhores relações comunicacionais, entre os superiores e subordinados, os opressores e oprimidos, como cita Paulo Freire; f) Organizar e disponibilizar formas de repasse das informações levantadas para as próprias mulheres pesquisadas, as empresas observadas nos estudos e para a comunidade em geral.

1.6 Enfoques Metodológicos

A base metodológica para a execução desta pesquisa é a que trata da pesquisa-ação, aplicada às técnicas de coleta de informações através de questionários e entrevistas. A pesquisa-ação, segundo Brandão (1982, p.24/25) está diretamente ligada



aos procedimentos do pesquisador e do pesquisado, dentro de uma realidade social que não tem nada de fria, estática e imutável. O método tende a apreender a rede de relações sociais e de conflitos de interesse que constitui a sociedade, captar os conflitos e contradições que lhe imprimem um dinamismo permanente, explorar as brechas e contradições que abrem caminho para as rupturas e mudanças. (BRANDÃO, 1982, p.25). De acordo com o autor citado, os termos utilizados para a realização desse tipo de pesquisa social, como “observação participante, investigação alternativa, pesquisa-participante, investigação participativa, auto-senso, pesquisa popular, pesquisa dos trabalhadores, pesquisa-confronto”, etc., são modos de identificar o que se realiza com os mesmos objetivos: levantar informações e dados sobre a realidade vivenciada pela população de determinada comunidade ou grupo. Brandão (1985, p.47) destaca que aos pesquisadores contemporâneos cabe a necessidade de renovar os estudos científicos buscando-se objetivamente uma contribuição de transformação da sociedade. De acordo com as afirmações de Brandão, a pesquisa-participante se assemelha à pesquisa-ação na medida em que o pesquisador deve ser um sujeito que coloca seu conhecimento para o aproveitamento de grupos sociais. A utilização dessa metodologia associada à análise final do Discurso do Sujeito Coletivo, desenvolvidos a partir de experiências e registros feitos pelos pesquisadores Ana Maria Cavalcanti Lefèvre e Fernando Lefèvre, em 2002, deve constatar a qualidade das falas dos sujeitos envolvidos, sua construção e o sentido dado a elas, a partir da formulação de uma compreensão coletiva, para a discussão dos dados obtidos na pesquisa.

Busca-se, com a realização desta pesquisa, trazer uma contribuição científica inovadora, ao se mapear e estudar algo que é pouco explorado nos estudos comunicacionais, focado basicamente nas relações, e não somente nas estruturas e funcionamento das organizações. Além desse avanço acadêmico, o trabalho pretende contribuir com um entendimento prático das relações geradas a partir da valoração do trabalho, pelas mulheres, a ser expressa em seus discursos e mediações cotidianas, além da verificação da intervenção da mídia, através dos processos comunicacionais, presentes nas redes informais de comunicação, que chegam até elas.

Visa-se avançar nos estudos da formulação dos discursos e das mediações das mulheres pesquisadas, como também contribuir para consolidar o conhecimento gerado



na troca de informações, para melhoria das condições de vida das mulheres e de suas relações familiares e de outros grupos onde se inserem.

Referências bibliográficas

BRANDÃO, C. R., 1982. *Pesquisa Participante*. São Paulo, Ed. Brasiliense, 211 p..

CASTELLS, M. 2001. *A era da informação: economia, sociedade e cultura – A Sociedade em Rede*. Vol.1. São Paulo: Ed. Paz e Terra, 617 p.

DELGADO, D., CAPPELLIN, P. e SOARES, V. (Org). 2002. *Mulher e trabalho experiências de ação afirmativa*. São Paulo: Ed. Boitempo Editorial, 143 p.

LEFÈVRE, F. e LEFÈVRE, A. M. 2002. *O Discurso do Sujeito Coletivo*. Uma nova abordagem metodológica da pesquisa qualitativa. Caxias do Sul/RS: Ed. UCS, 255 p.

LUHMANN, N. 1997. *O Conceito de Sociedade*. In: Niklas Luhmann: A Nova Teoria dos Sistemas. NEVES, C.E.B e SAMIOS, E.M.B. (Org.). Tradução Eva. M.B. Samios. Porto Alegre/RS: Editora da Universidade/UFRGS e Goethe-Institut/CBA, 111 p.

NAVARRO, V. 2006. *Trabalho e Trabalhadores do Calçado*. São Paulo: Ed.Expressão Popular, 300 p.

NOGUEIRA, C. 2004. *A feminização no mundo do trabalho*. São Paulo: Ed. Autores Associados, 112 p.

PESQUISA NACIONAL DE AMOSTRAGEM POR DOMICÍLIOS (primeiras análises). 2008. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada - IPEA.

RIBEIRO, Neusa M. B. *A mediação das mulheres na constituição das redes informais de comunicação*. Tese de Doutorado, Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação, Unisinos, RS. 2007.

SODRÉ, M. 2002. *Antropológica do Espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede*. Petrópolis/RJ: Ed. Vozes, 268 p.

----- 2003. O Globalismo como Neobarbárie. In: MORAES, D. (Org.). *Por uma Outra Comunicação: mídia, mundialização cultural e poder*. Rio de Janeiro: Ed. Record, p 21-40.

THIOLLENT, M. (Org). 2006. *Pesquisa-ação e Projeto Cooperativo na Perspectiva de Henri Desroche*. São Paulo: Ed. UFSCar, 240 p.

Sites da Internet do IBGE – www.ibge.gov.br

Da WACC Internacional sobre monitoramento da mídia - <http://www.wacc.org.uk>