



## **Programa “Hoje em dia”: a representação da nova masculinidade na televisão<sup>1</sup>**

Isis Laroque Cornelli<sup>2</sup>

Janine Aparecida Bastos Stecanella<sup>3</sup>

Lucas Guarnieri<sup>4</sup>

Najara Ferrari Pinheiro<sup>5</sup>

Universidade de Caxias do Sul- UCS, Caxias do Sul, RS

### **RESUMO**

Este trabalho apresenta resultados parciais da pesquisa “Nem Narciso, nem Don Juan: a representação da nova masculinidade na televisão” (UCS). A masculinidade é uma construção social percebida e experienciada de maneira diversa, nos mais diferentes contextos sociais, políticos e culturais. Nessa perspectiva, o objetivo desta investigação é discutir sobre a representação da 'nova' masculinidade na TV. As discussões sobre gênero e representações, aqui apresentadas, tendem a provocar a reflexão sobre o ideal hegemônico de masculinidade que perpassa os produtos culturais populares como os programas veiculados pela televisão aberta contemporânea. Os fundamentos são: a Análise Crítica do Discurso, a Teoria Social da Mídia, os Estudos Culturais e os Estudos de Gênero. O processo metodológico, nesta fase da pesquisa, está sendo construído a partir da gravação de programas que constituem o corpus, e na análise da produção de sentidos, considerando a articulação entre texto (verbal e não-verbal) e práticas discursivas. O programa selecionado para esta investigação é o “Hoje em dia” inserido na grade de programação matinal da Rede Record.

### **Considerações iniciais**

As últimas décadas estão marcadas pelas modificações na sociedade contemporânea. Paralelamente a essas mudanças, certos conceitos e estruturas sociais também se transformam e se moldam conforme as práticas da sociedade e os discursos que nela circulam. O discurso da mídia vai-se adaptando às práticas sociais do mesmo

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na Divisão Temática 4- Comunicação Audiovisual, da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

<sup>2</sup> Estudante de Graduação 4º semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da UCS-RS. Bolsista BIC/UCS do Núcleo de Pesquisa Comunicação, Cultura e Sociedade e da pesquisa Nem Narciso, nem D. Juan: a representação da nova masculinidade na televisão email: [cheesis@hotmail.com](mailto:cheesis@hotmail.com)

<sup>3</sup> Estudante de Graduação 5º semestre do Curso de Jornalismo da UCS-RS. Bolsista BIC/UCS do Núcleo de Pesquisa Comunicação, Cultura e Sociedade e da pesquisa Nem Narciso, nem D. Juan: a representação da nova masculinidade na televisão email: [nine-stecanella@hotmail.com](mailto:nine-stecanella@hotmail.com)

<sup>4</sup> Estudante de Graduação 5º semestre do Curso de Jornalismo da UCS-RS. Bolsista BIC/UCS do Núcleo de Pesquisa Comunicação, Cultura e Sociedade e da pesquisa Nem Narciso, nem D. Juan: a representação da nova masculinidade na televisão email: [lu.guarnieri@terra.com.br](mailto:lu.guarnieri@terra.com.br)

<sup>5</sup> Professora do Centro de Ciências da Comunicação da UCS-RS. Orientadora de pesquisa. Coordenadora da pesquisa Nem Narciso, nem D. Juan: a representação da nova masculinidade na televisão e o Núcleo de Pesquisa Comunicação, Cultura e Sociedade, e-mail: [najaraferrari@gmail.com](mailto:najaraferrari@gmail.com)



modo que essas práticas modificam os discursos. Entre os discursos que perpassam e refletem a diversidade de práticas, está o de representações e relações de gênero.

Considerando, pois, que ainda há uma lacuna nos estudos sobre a representação da 'nova' masculinidade na TV, o artigo objetiva analisar essa representação, a partir de fundamentos que favorecem a interpretação. presença de homens na apresentação e/ou participação efetiva nos programas de entretenimento em espaços tradicionalmente destinados às mulheres

Os programas de entretenimento das emissoras de canal aberto parecem ser um bom espaço para a discussão que se pretende desenvolver. No espaço do “Hoje em dia” há uma divisão de ambientes que se assemelham ao de uma casa. A cozinha ganha destaque com as receitas de Edu Guedes. A cozinha, em determinados momentos, passa a ser o cartão de visitas e a sala, nesse cenário, se define como um lugar de visitas, onde tudo pode acontecer, inclusive a “fofoca”.

Observando os programas, pode-se entender que a simulação de uma casa contribui para que se interprete o modo como os apresentadores se relacionam entre si e com sua audiência. Também contribui para que se interprete o modo pelo qual a sociedade, através de seus discursos, influencia a produção midiática e por ela é influenciado.

Segundo Ghilardi-Lucena (2007), há espaços em que circulam homens e mulheres, mas existem lugares ‘destinados’ a uns e a outros, indicando uma divisão de papéis determinada sociohistoricamente. Refletindo ou moldando, pois, os comportamentos da sociedade contemporânea, a televisão define padrões que variam de acordo com as esferas em que são gerados.

Estamos, portanto, diante da possibilidade de analisar criticamente os programas de entretenimento na televisão, percebendo que lugares como a cozinha são ocupados por homens em programas com quadros de culinária. A TV, por força do sistema técnico, relaciona linguagens diversas (verbal e não-verbal – os sons, as imagens, os ângulos, os enquadramentos) para construir seu discurso. Assim, pode-se investigar o texto televisivo considerando a interconexão entre as linguagens.

Pode-se dizer que os programas selecionados como objeto neste estudo são uma mescla de diferentes gêneros e formatos. É essa mescla de gêneros e formatos que auxilia a produção de quadros dinâmicos que facilitam a inclusão e a exclusão de uma multiplicidade de temas/assuntos, inclusive sobre comportamentos distintos que



constituem a sociedade contemporânea. Em vista disso, destaca-se a necessidade de discussão a respeito dos processos comunicacionais das mídias contemporâneas, principalmente em função de estratégias discursivas que possibilitam os sistemas de troca.

A partir disso, optou-se pelo programa “Hoje em dia” da Rede Record, já que tem, entre seus apresentadores homens que atuam na TV, ocupando a cozinha ou dividindo a bancada com apresentadoras mulheres (Ana Hickmann e Cris Flores). O programa referido parece ter um representante dessa ‘nova’ masculinidade: o apresentador Edu Guedes que, aparentemente, congrega características essenciais que parecem torná-lo um representante desse homem que ainda tenta se situar na sociedade contemporânea, o homem ‘fofo’, conforme definido na reportagem “Mulher procura homem fofo<sup>6</sup>” (Revista Cláudia).

Nessa etapa do processo de pesquisa, a descrição, os depoimentos e a força da narrativa revelam a importância da seleção lexical para esboçar um perfil dos representantes dessa ‘nova’ masculinidade.

Seguindo os fundamentos teóricos da proposta inicial de pesquisa, elegem-se a Análise Crítica do Discurso, A Teoria Social da Mídia, os Estudos Culturais e os Estudos de Gênero para dar conta da análise.

## **1 A contribuição da ACD para a análise do texto televisivo**

Seguindo os preceitos da ACD (FAIRCLOUGH, 2001), linguagem e sociedade não estão em âmbitos separados, não podem ser vistos como fenômenos independentes, pois são fenômenos complementares. A linguagem se apresenta como um dos mecanismos pelos quais a sociedade se reproduz e se auto-regula. A intrínseca relação entre linguagem e sociedade revela, de algum modo, que a linguagem faz parte da sociedade e, nessa ótica, é uma prática social.

Neste artigo, destacam-se os conceitos de discurso e linguagem para iniciar a discussão. Para a ACD, a linguagem é parte irredutível da vida social e está interconectada a outros elementos sociais (2003). Discurso, nessa relação de uso da linguagem como prática social, é concebido como uma forma de prática social, modo de

---

<sup>6</sup>Sintetizando a idéia da reportagem, o lide qualifica esses homens como ‘focos’: “Eles são companheiros, gostam de programas culturais, não têm medo dos sentimentos e não se assustam com a nossa independência. E, não, eles não são gays. Eles são... fofos!” (Revista Cláudia, maio 2009).

ação sobre o mundo e a sociedade, um elemento da vida social interconectado a outros elementos. (RAMALHO e RESENDE, 2006).

Aproximamos também para a análise, o modelo tridimensional da Análise Crítica do Discurso proposto por Fairclough (2001). Na proposição, o autor distingue três dimensões do discurso: o texto, a prática discursiva e a prática social cada uma delas indispensável a outra, conservando suas particularidades. Para melhor visualizar a relação entre texto e práticas sociais mediadas pelas práticas discursivas, apresentamos o modelo representado diagramaticamente por Fairclough, na Figura 1.

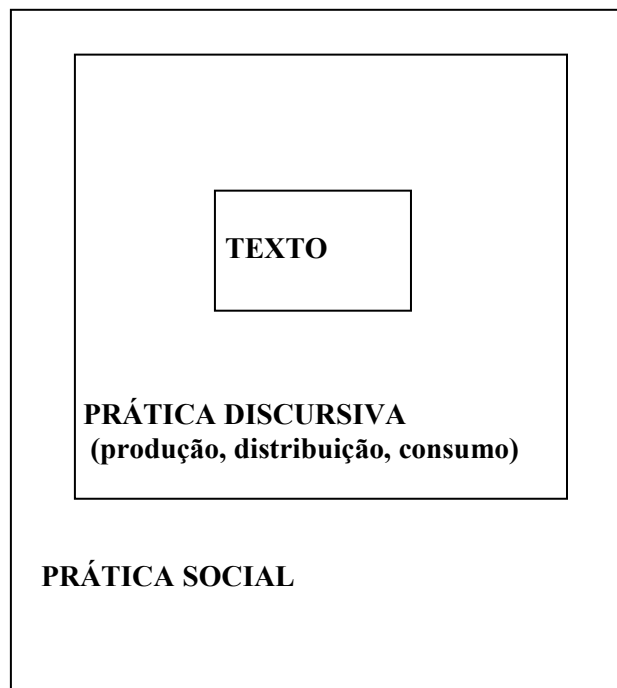


Figura 1. Concepção tridimensional do discurso

Como se pode observar, nessas três dimensões, há uma clara relação entre texto e a prática discursiva. Percebe-se que a prática discursiva é mediadora da relação texto e prática social<sup>7</sup>. Do ponto de vista da análise do texto televisivo e do discurso sobre a representação da 'nova' masculinidade, a prática discursiva focaliza os processos de produção, distribuição e consumo do texto, sendo esses processos sociais. A produção e o consumo são de natureza parcialmente sociocognitiva, já que envolvem processos cognitivos de produção e interpretação textual, que são baseados nas estruturas e nas convenções sociais interiorizadas. (FAIRCLOUGH, 2001). Nessa instância analisam-se também o contexto, a força, a coerência e a intertextualidade.

---

<sup>7</sup> Fairclough (2001) destaca que a distinção dessas três dimensões é meramente analítica, pois a análise textual não pode ser isolada das práticas discursivas e das práticas sociais (2001, p.245).

A estrutura textual se refere às propriedades organizacionais do texto em larga escala, como também às maneiras e à ordem em que elementos são combinados. A análise se coloca como potencialmente necessária em qualquer tipo de discurso, e pode ser organizada em quatro itens: vocabulário, gramática, coesão e estrutura textual. Esses itens, segundo Fairclough (FAIRCLOUGH, 2001, p. 103)

podem ser imaginados em escala ascendente: o vocabulário trata principalmente das palavras individuais, a gramática das palavras combinadas em orações e frases, a coesão trata da ligação entre orações e frases e a estrutura textual trata das propriedades organizacionais de larga escala dos textos.

Já o discurso como prática social carrega consigo os conceitos de ideologia e de poder. As bases teóricas, segundo Fairclough (2001), apresentam três afirmações sobre ideologia: (1) tem existência material nas práticas das instituições; (2) ‘interpela os sujeitos’; (3) ‘os aparelhos ideológicos de estado’ são locais e marcos delimitadores na luta de classe. As ideologias, para o autor, são significações/construções da realidade que são construídas em várias dimensões das formas/sentidos das práticas discursivas e contribuem para a produção, a reprodução ou a transformação das relações de dominação.

Ideologia é outro conceito que deve ser elencado. Segundo Fairclough, essa posição é semelhante à de Thompson (1984, 1990) quando define que determinados usos da linguagem e de outras ‘formas simbólicas’ são ideológicos, ou seja, os usos que servem para estabelecer ou manter relações de poder.

Fairclough (2001, p.117) afirma que “ideologias embutidas nas práticas discursivas são muito eficazes quando se tornam naturalizadas e atingem o *status* de senso comum.” Nessa perspectiva, tanto os aspectos do texto podem ser investidos ideologicamente, como os sentidos das palavras, as pressuposições e as metáforas. As práticas discursivas incorporam significações que contribuem para manter ou reestruturar as relações de poder.

Continuando, o autor afirma que é na categoria hegemonia (seguindo a proposição de Gramsci) que se observam as orientações da prática social. Hegemonia é, pois, liderança, poder, construção de alianças e foco de constante luta.

Ao relacionar o texto televisivo, as práticas discursivas que envolvem produtores e telespectadores do programa ‘Hoje em Dia’ e as práticas sociais, que emolduram esse



processo, procura-se interpretar o modo como o texto se insere nas lutas hegemônicas, colaborando com a articulação, a desarticulação e a rearticulação de complexos ideológicos.

A análise da prática social se dá pelo texto. É através dele que se exploram as estruturas de dominação, as operações de ideologia, as relações sociais e as relações de gênero.

Pensar o texto e as linguagens da TV sob a ótica da Análise Crítica do Discurso (ACD) auxilia a interpretar aquilo que é dito (e escrito) e aquilo que não se pode dizer com palavras, mas pode, então, ser dito/expresso por outras linguagens. Nessa linha de raciocínio, o texto televisivo é concebido como um signo complexo, porque combina linguagens diversas: a visual, a sonora e a verbal.

### **1.1 Breves fundamentos para investigar a 'nova' masculinidade**

Retomando a idéia inicial apresentada por Pinheiro (2008) no projeto de pesquisa, parte-se da noção de que a ótica masculina que organiza o mundo é, de alguma forma, um código de restrições determinantes dos comportamentos em geral. (Natansohn, 2000, p. 47). Esses códigos restritivos, via linguagem, provocam impedimentos e conformam tanto para mulheres quanto para homens, visto que definem o que é ser mulher ou ser homem em determinada época.

Essas restrições são responsáveis por 'crises' identitárias que colocam no vértice da discussão esse 'novo homem' que não encontra em suas origens e nas práticas contemporâneas hegemônicas um modelo no qual espelhar-se. O 'novo homem' (ou a(s) 'nova(s)' masculinidade(s)) é/são distinta(s) da tradicional(is), e “é múltipla, sutil e indissolúvelmente ligada ao feminino.” (SAAD, 2005, p.2). Diante dessa multiplicidade de modelos e estereótipos, produzidos pelas práticas socioculturais contemporâneas, assimilados/refletidos pela mídia, encontra-se o dilema para interpretar, reproduzir e incorporar os valores e as crenças desse 'outro' comportamento.

Os homens que atuam na TV e ocupam a cozinha ou dividem a bancada com apresentadoras mulheres nas revistas eletrônicas ou programas de entretenimento como o “Hoje em Dia” parecem ser os representantes desse homem que não teme ser mais sensível, mais doce e mais sutil.



A idéia de que um dos fatores fundamentais da prática do discurso de gênero é o modo como as suas estruturas são vividas, com múltiplas feminilidades e masculinidades, condiz com a afirmação de que “um modelo ou um discurso de gênero é o conjunto de ideais que informam a atividade de cada sexo num dado contexto.

Esses discursos variam com o contexto, e “o seu delinear é tanto mais difícil quanto menos instituído for o contexto” (ALMEIDA, 2000, p.147-148). Esta noção permite investir em uma concepção mais abrangente de gênero e masculinidades, ele se estende e pode ser entendido como uma rede de relações sociais, onde várias masculinidades convivem e subsistem, mesmo que reprimidas pelo consenso, pelas práticas hegemônicas e amparadas pelos significados simbólicos contidos nos discursos e comportamentos sociais praticados pelos integrantes de um grupo que se orienta por ideias de dominação masculina.

Os sistemas simbólicos e a dominação são, na concepção de Bourdieu (2002, p.11),

instrumentos estruturados e estruturantes de comunicação e de conhecimento [...] cumprem a sua função política de instrumentos de imposição ou de legitimação da dominação, que contribuem para assegurar a dominação de uma classe sobre outra (violência simbólica) dando reforço da sua própria força às relações de força que as fundamentam e contribuindo assim, segundo a expressão de Weber, para a ‘domesticação dos dominados’.

A junção de domesticação dos dominados e a idéia de 'corpos dóceis' de Foucault (1996) faz crer que as relações de gênero e a construção da 'nova' masculinidade está marcada pelas imposições e pelas forças externas, as forças da sociedade.

## **2 Hoje em Dia: Descrição**

O “Hoje em Dia” é um programa da Rede Record que leva a frente os apresentadores Ana Hickmann e Britto Jr (temporariamente substituído por Celso Zucatelli), contando ainda com a presença de Cris Flores e Edu Guedes (foco de análise da nova masculinidade). O programa tem 2 horas e 30 minutos de duração, iniciando às 9 horas e 30 minutos nas manhãs de segunda a sábado.

As informações no site do programa descrevem-no como um espaço em que veiculam notícias, prestação de serviços e entretenimento na medida certa dão o ritmo



deste programa concebido a partir do mais nobre compromisso da comunicação: informar e formar a opinião pública, sem perder de vista a opção de lazer que muitos buscam na telinha.

É um produto televisivo que se define como um programa de “variedades”, focando grande parte das temáticas no ‘universo dito feminino’. O cenário é constituído de cômodos de uma casa, um “loft” assim como a maioria dos programas desse gênero, onde as entrevistas e as discussões acontecem na sala de estar e as receitas elaboradas e explicadas passo a passo na cozinha.

Existe um set para cada apresentador: uma bancada para Britto Jr. (Zucatelli), onde ele faz seu papel de jornalista e apresenta as notícias; um cenário para Ana Hickmann mostrar as dicas de moda, falando sobre o certo e o errado na hora de se vestir e uma cozinha para Edu Guedes preparar suas receitas diárias. Além disso, há um espaço ‘fora’ da casa reservado para os apresentadores ‘venderem’ os produtos que sustentam o programa na grade da emissora.

O “Hoje em Dia” apresenta quadros com temáticas que abrangem diversas áreas, como medicina, moda e beleza, culinária, aventura e muitos games que proporcionam maior participação do telespectador.

O público preferencial é definido também pelo horário, donas de casa, que são a maioria de telespectadores no horário em que o programa está situado na grade de programação (matinal). As temáticas, apesar não estarem completamente inseridas no padrão de outros programas do mesmo gênero, abrangem os interesses das mulheres. Por isso, o programa direciona seus quadros quase que exclusivamente para o público feminino.

O diretor do “Hoje em Dia” é Vildomar Batista, uma voz em off, que comanda e conduz o programa, quase uma entidade. As relações de poder são bem marcadas e, nesse espaço pode revelar também o ‘lugar social’ de cada um dos apresentadores no todo do programa e entre eles.

### **3 Pano de fundo para a análise**

Como base para a pesquisa e análise neste artigo, investigamos aqui a representação de masculinidade por meio da relação entre discurso e linguagem verbal e não-verbal para delinear comportamentos, relações de poder e atitudes dos



apresentadores do programa “Hoje em Dia”, focalizando especificamente o papel de Eduardo Guedes em relação à audiência, aos convidados, aos outros apresentadores e ao diretor do programa.

Edu Guedes trabalha na área da culinária há 11 anos e em agosto de 2005 passou a integrar o programa “Hoje em Dia”, ao lado de Ana Hickmann e Brito Jr. Sua relação com a visão androcêntrica de masculinidade, sua afetividade, sensibilidade e disciplina nesse programa, podem ser analisados com base nas relações de poder e dominação percebidos por Foucault e Bourdieu. Foucault, desde a década de 1960, já evidenciava a conformação aos sistemas simbólicos ao refletir sobre o corpo em relação a formas de poder.

Pode-se dizer que a naturalização de comportamentos e de determinadas práticas ganha força, validando a conformação de mecanismos disciplinadores capazes de produzir os “corpos dóceis” retratados por Foucault (1996).

Esses corpos disciplinados são corpos submissos e exercitados e podem ser sintetizados no programa por Ana Hickmann e Edu Guedes. Ambos representam padrões de beleza, de feminilidade/masculinidade, de corpos moldados para se enquadrar aos padrões, às regras e disciplinas de beleza e de comportamentos socialmente definidos e aceitáveis para apresentadores, figuras públicas e celebridades da TV, se vistos pela ótica de comportamentos hegemônicos da sociedade contemporânea.

Porém, se vistos pelo viés das relações de gênero e da construção relacional dos gêneros, um não existe sem o outro, esses apresentadores diferem do imaginário coletivo e fogem dos estereótipos consensuais contemporâneos. Ana representa a mulher forte, durona, objetiva e resolvida enquanto Edu Guedes parece ocupar aquele lugar destinado à construção de feminilidade, é um homem delicado, sensível, doce, meigo e parceiro. Olhando, então, pela visão androcêntrica da organização do mundo, a visão que reforça valores tradicionais, o que ocorre é uma inversão de papéis, de representação de masculinidade e de feminilidade.

Ela aceita desafios, faz esportes radicais, não teme ousar e arriscar, ele, mesmo sendo um esportista, não se preocupa em parecer forte, ousado ou aventureiro. Até nas suas práticas na cozinha do programa ele se opõe às mulheres/apresentadoras. Edu se mostra um grande conhecedor das técnicas culinárias, já Ana não se preocupa em reproduzir o papel da dona de casa, da cozinheira, tradicionalmente destinado às



mulheres. Não sente nenhuma restrição ou embaraço ao admitir que não é especialistas na cozinha, aliás, não sabe cozinhar. Pelo contrário, sente-se confortável em sua independência e na sua fuga a esse padrão. Ela reforça o perfil das mulheres de seu tempo que são aparentemente resolvidas, independentes e dinâmicas que não precisam se preocupar em se conformar aos padrões ainda vigentes.

As relações de gênero, evidenciando as masculinidades parecem estar configuradas no programa de duas formas: (1) segue os padrões de masculinidades, as convenções e as normas, alinhando-se com o sistema; (2) adaptam-se aos movimentos da sociedade, transformando-se conforme se transforma a sociedade.

Retomando o já expresso, a categoria de gênero é uma relacional, pois homens e mulheres só se definem na oposição de um em relação ao outro. Em sentido mais restrito, pode-se dizer que se organiza na relação de oposição entre feminilidades e masculinidades. A representação de masculinidade se opõe à representação de feminilidade e, nessa oposição, os conceitos relativos a gênero, masculinidades e feminilidades são distintos.

O homem, pelo senso comum, é caracterizado por: distanciamento emocional, agressividade, objetividade, múltiplas parcerias e até comportamento de risco. A mulher é caracterizada como um ser emocional, submisso, dócil e afetivo, enfim, o dito ‘sexo frágil’.

Porém, essas representações já naturalizadas pela sociedade estão tendo que se adequar e se remodelar conforme a evolução das relações de gênero. O homem vai se encontrando em uma situação de fragilidade, e seu posto de “machão” já não se enquadra mais, já não é mais garantia de ser aceito pelos diferentes grupos nos quais deve circular.

Com os avanços e as conquistas das mulheres pós revolução feminista, o status do homem como “macho provedor” vai perdendo o sentido. Enquanto um abre espaços ou assume postos diferentes, torna-se independente o outro, de certa forma, se vê obrigado a mudar, equilibrando as funções sociais e/ou preenchendo lacunas que mostram a gradativa mudança dos comportamentos esperados para homens e mulheres.

No programa, Edu Guedes parece sintetizar o ‘homem fofo’ delineado pela Revista Cláudia (maio, 2009). Considerando as observações preliminares do corpus da pesquisa, o apresentador parece ser o representante desse “novo homem”, um homem que é marcado pela necessidade de explicitar suas emoções, buscar sua autonomia e



reconhecimento emocional, que se desliga da imagem de homem forte e da imagem sexual como únicas representantes da masculinidade. (NOLASCO, 1995).

O apresentador pode ser enquadrado como um representante da 'nova' masculinidade pois rompe com os padrões tradicionais, o perfil de “machão” naturalizados pela mídia e pela sociedade ao longo dos séculos. Edu foge dessa hipervalorização do falo na organização social ou, como retrata Bourdieu (1999, p.23), da definição social de que os órgãos sexuais

longe de ser um simples registro de propriedades naturais, diretamente expostas à percepção, é produto de uma construção efetuada à custa de uma série de escolhas orientadas, ou melhor, através da acentuação de certas diferenças, ou do obscurecimento de certas semelhanças.

A diferenciação entre gêneros é um conceito construído socialmente, se dá não pela natureza biológica do indivíduo e sim por padrões que foram naturalizados e sempre existiram na sociedade.

No decorrer dos programas, Eduardo Guedes se coloca em uma situação diferente da dos outros homens que estão à frente do programa analisado. O apresentador Brito Jr. aparece como a 'voz do jornalista', da informação. É o sério e parece reproduzir o modelo hegemônico de masculinidade ainda validado pela mídia. Esse comportamento parece contraditório, já que está à frente de um programa de entretenimento. Celso Zucatelli (temporariamente substituindo Brito Jr.) apresenta-se nessa mesma posição, apesar do tom irreverente e do humor que acrescenta ao programa.

Dentro de uma aparente hierarquia no programa, o diretor Vildomar Batista se distancia e se posiciona em um patamar muito acima dos apresentadores, estando, nessa escala Brito (bem como Zucatelli e Ana Hickmann e Cris Flores) logo abaixo de Vildomar, mas bem acima de Edu Guedes. É clara a distribuição de papéis dentro do programa, assim como a verticalidade nas relações de poder. Mesmo que proposital, ela parece querer revelar que Edu Guedes difere dos colegas por sua sensibilidade/afetividade.

Entretanto, nos quadros de desafios e de aventuras, Brito se mostra muito mais medroso, um macho frágil, com um comportamento semelhante ao de Cris Flores. Já Edu aproxima-se do comportamento de Ana Hickmann. É mais corajoso, um 'homem fofo' mais aventureiro, que corre riscos e ousa enfrentar situações de 'perigo'.



Em um quadro de experimentos científicos, Edu vai como ‘cobaia’ para colocar os dedos em uma corrente elétrica, sempre transparecendo tranqüilidade e segurança, coragem. É interessante notar que, nesse mesmo quadro, Edu leva um susto e nesse momento, Britto Jr e Ana Hickmann parecem exaltar aquele momento, quase que o ridicularizando por ter levado aquele susto.

Eles demonstram, assim, a assimetria das relações e o investimento de poder para com o Edu, que sempre se coloca em um posição durante décadas na história das ideologias apresentadas se 'natural' que o diretor e os colegas ironizem, desfaçam do jeito meigo de ser de Edu Guedes. Óbvio que nessa representação para a audiência é necessário interpretar um papel mesmo que esse não seja a identidade de Britto Jr na vida privada. Brito Jr ri e comenta: “Você levou um susto meu querido, você ficou com medo, amarelou, arrepiou.” Essa ironia, esse deboche talvez tenha de responder a um padrão ainda esperado pela audiência, pelo público preferencial do programa.

Como podemos perceber em suas falas, Edu está ali justamente para representar o homem companheiro que ajuda as mulheres, que não está mais dentro da polarização sexual que se firmou durante décadas na história das ideologias apresentadas pela mídia. Ideologia essa que, segundo Fairclough (1989), consiste na naturalização das formas do discurso hegemônico nas práticas cotidianas (nas práticas sociais e discursivas constitutivas do discurso).

Edu é colocado para fazer publicidade, inclusive, de revistas femininas. Por ser um homem sensível, de fala mansa, que se aproxima da mulher, que fala para elas. O apresentador é escalado para, além das receitas, fazer merchandising da revista “Ana Maria”, por exemplo. Fala com uma autoridade da culinária, mas também como alguém que se insere no dito 'universo feminino', se identifica e usando expressões como o termo “imperdível”. Ele diz: “Olha só, preste muita atenção, a revista Ana Maria dessa semana está imperdível!”.

No universo privado, das atividades e cuidados com a casa, o lar, ele não se detém somente no seu papel de Chef ou de expert na cozinha, ele fala também de “dicas de como cultivar flores. Aliás, ele dá dicas de como cultivas as flores no outono, dizendo que elas trazem mais beleza para o seu lar nessa época do ano. Esses assuntos pela ordem de discursos da sociedade e pela ordem hierarquia do programa, não caberiam ao Britto Junior, por exemplo, talvez o que se esperasse, seguindo os padrões



hegemônicos vigentes é que Ana Hickmann ou Cris Flores apresentassem esses produtos, fizessem esse *merchandising*.

#### **4 Considerações Finais**

Analisando alguns fragmentos do programa 'Hoje em Dia' pela ótica das construções de gênero e de representação de masculino na televisão, considerando para isso alguns conceitos com o de linguagem, de ideologia (hegemonia), de poder e de dominação, podemos chegar a um possível esboço da 'nova' representação de masculinidade na contemporaneidade.

Os conceitos naturalizados que perpassaram e coexistem com as práticas da sociedade ao longo de década, como se pode observar, já não são os mesmos, e conforme vai acontecendo as mudanças do estereótipo de feminino, o masculino não tem como não se readequar e adaptar a esse desenho de comportamento da sociedade ocidental.

Há uma 'permissão' para que certos sentimentos e atitudes passem a constituir também, os representantes do gênero masculino (e vice e versa). O homem que antes era visto unicamente como o ser dominante, tendo a mulher como dependente (financeiramente e emocionalmente), já não se enquadra mais em uma representação mais hegemônica. A regra não é mais essa, e as exceções e inversões de papéis se tornam cada vez mais comuns. A sociedade parece estar se configurando, cada vez mais, para a democratização dos gêneros, que nascem muito antes dos movimentos feministas, mas que se mostram mais fortes a partir dele, até, hoje, com a reformulação da concepção de masculinidade. Novas conceitos vêm sendo propostas com a ajuda das construções fundadas na relação discurso, linguagem e sociedade. Eles se consolidam a medida que os 'velhos' e tradicionais discursos perdem força na sociedade.

#### **Referências**

BORDIEU, P. **Sobre a Televisão**. Rio de Janeiro: Zahar, 1998.

BORDIEU, P. **O Poder Simbólico**. 3.ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2000.

BOURDIEU, P. - **A Dominação Masculina** – Trad. Maria Helena Kühner. 2.ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002.



CALDAS-COULTHARD, C. R.; COULTHARD, M. **Text and practices**. London: Routledge, 1996.

CALDAS-COULTHARD, C. R. Análise Crítica do Discurso: a representação de gênero na imprensa escrita: a pesquisa. **The ESPECIALIST**, São Paulo: Educ v.15, n.1/2, p.113-119, 1995.

FAIRCLOGH, N. **Discurso e mudança social**, Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2001.

FOUCAULT, M. **História da Sexualidade I – a vontade de saber**. 10.ed. Rio de Janeiro: Graal, 1988.

\_\_\_\_\_. **História da Sexualidade II – o uso dos prazeres**. 4.ed. Rio de Janeiro: Graal, 1985.

\_\_\_\_\_. **História da Sexualidade III – o cuidado de si**. Rio de Janeiro: Graal, 1985.

\_\_\_\_\_. **Um diálogo sobre os prazeres do sexo Nietzsche, Freud e Marx Theatrum Philosophicum**. Editora Landy, 2000.

GHILARDI, M. I. . **O gênero masculino em revistas de culinária**. Perspectiva (Erexim) , v. 31, p. 153-164, 2007..

HALL, S. **A Identidade Cultural na Pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

LOURO, G. NECKEL J. ; GOELLNER, S. (org). **Corpo Gênero e Sexualidade**. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2003.

MAGALHÃES, C. M. (org). **Reflexões sobre a Análise Crítica do Discurso**. 2001. Belo Horizonte: Faculdade de Letras, UFMG.

NOLASCO, S. **O Mito da Masculinidade**. Rio de Janeiro: Rocco, 1993.

OLIVEIRA, P. **A construção social da masculinidade**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2004.

PINHEIRO, N. **A Marquetização no Discurso dos Magazines Femininos Televisivos**. 2004.

PRATA, L. **Mulher Procura Homem Fofa**. Revista Cláudia, Maio de 2009.

RESENDE, V. M.; RAMALHO, V. **Análise de Discurso Crítica**. São Paulo: Contexto, 2006.