

FLÁVEA ZEIDAN GOMES

**A REPRESENTAÇÃO DA MULHER NOS
PROGRAMAS FEMININOS: ANÁLISE
COMPARATIVA DOS PROGRAMAS *HOJE EM DIA* E
*MAIS VOCÊ***

Viçosa - MG

Curso de Comunicação Social/Jornalismo da UFV

2013

FLÁVEA ZEIDAN GOMES

**A REPRESENTAÇÃO DA MULHER NOS
PROGRAMAS FEMININOS: ANÁLISE
COMPARATIVA DOS PROGRAMAS *HOJE EM DIA* E
*MAIS VOCÊ***

Monografia apresentada ao Curso de Comunicação Social/ Jornalismo da Universidade Federal de Viçosa, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Jornalismo.

Orientadora: Mariana Ramalho Procópio Xavier

Viçosa - MG
Curso de Comunicação Social/Jornalismo da UFV
2013



Universidade Federal de Viçosa
Departamento de Comunicação Social
Curso de Comunicação Social/Jornalismo

Monografia intitulada *A Representação da Mulher nos Programas Femininos: análise comparativa dos programas Hoje em Dia e Mais Você*, de autoria da estudante Flávea Zeidan Gomes, aprovada pela banca examinadora constituída pelas seguintes professoras:

Profª. Dra. Mariana Ramalho Procópio Xavier – Orientadora
Curso de Comunicação Social/ Jornalismo da UFV

Profª. Ma. Hideide Brito Torres
Curso de Comunicação Social/ Jornalismo da UFV

Profª. Ma. Mariana Lopes Bretas
Curso de Comunicação Social/ Jornalismo da UFV

Viçosa, 19 de agosto de 2013

RESUMO

Este estudo é sobre a representação da mulher nos programas televisivos femininos, *Hoje em Dia*, exibido pela Rede Record e *Mais Você*, transmitido pela TV Globo. Foi realizado um estudo sobre o histórico dos papéis da mulher e as suas principais representações na sociedade. Esse trabalho também contém uma pesquisa sobre a mídia e sua configuração para o público feminino, desde as primeiras revistas femininas brasileiras aos atuais programas analisados. Para verificar como os programas de televisão supracitados representam a mulher brasileira e qual a organização estrutural desses programas, realizou-se uma análise comparativa deles. Foi verificado que *Mais Você* representa uma mulher tradicional (dona de casa) enquanto *Hoje em Dia* representa uma mulher mais moderna. Entretanto, ambos os programas ainda tratam a mulher como um público ligado principalmente a assuntos sobre elas mesmas, casa, família e à margem de temas mais complexos como economia e política.

PALAVRAS-CHAVE

Representação; programa feminino; *Hoje em Dia*; *Mais Você*.

ABSTRACT

This study is about representation of women in female television programs *Hoje em Dia*, broadcast by Rede Record and *Mais Você*, broadcast by TV Globo. Was performed a study on the history of women's roles and their main representations in society. This work also contains survey of media and its configuration for female audience, since the first Brazilian women's magazines to the current analyzed programs. To check how the television programs listed above represent Brazilian women and what the structural organization of these programs is, they were comparatively analyzed. It was verified that *Mais Você* represents a traditional woman (housewife) while *Hoje em Dia* represents a more modern woman. However, both programs still treat women as a public connected mainly with subjects about themselves, home, family and marginalize more complex subjects such as economics and politics.

KEY-WORDS

Representation; female program; *Hoje em Dia*; *Mais Você*.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	06
CAPÍTULO 1 – A Mulher na Sociedade Ocidental: um histórico de seus papéis e de suas principais representações	08
1.1 Representação da mulher na sociedade ocidental.....	12
CAPÍTULO 2 – A mídia e sua configuração para o público feminino	18
2.1 Histórico dos programas femininos.....	21
2.2 Classificação genérica dos programas <i>Hoje em Dia</i> e <i>Mais Você</i>	24
CAPÍTULO 3 – Os programas <i>Hoje em Dia</i> e <i>Mais Você</i> e a representação feminina	27
3.1 Procedimentos Metodológicos.....	27
3.2 Histórico dos programas.....	28
3.2.1 <i>Mais Você</i>	28
3.2.2 <i>Hoje em Dia</i>	30
3.3 Análise comparativa dos programas.....	32
3.3.1 As temáticas mais recorrentes.....	32
3.3.2 Presença de mulheres como apresentadoras nos programas.....	38
3.3.3 Os cenários como reveladores de representações da mulher.....	41
3.3.4 Os anúncios publicitários veiculados nos programas.....	49
CONCLUSÃO	52
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	55

INTRODUÇÃO

Vivemos em uma sociedade sexista, na qual, por muitos anos, a mulher foi subjugada pelo homem. Ela era tida como inferior e devia se submeter às ordens e aos desejos masculinos, fossem do pai ou do marido. A luta feminista pela equidade de direitos entre os sexos, a entrada da mulher no mercado de trabalho e a descoberta da pílula anticoncepcional, foram revertendo essa situação e gerando mais liberdade e independência para as mulheres.

Apesar da emancipação delas, a igualdade de oportunidades e mesmo de representação não existe. A cultura sexista fez com que no inconsciente da sociedade, a imagem de mulher como ser inferior e com o papel preponderante de dona de casa permanecesse. Assim como para a sociedade, na mídia, a maneira como a mulher é vista evoluiu, mas, em alguns aspectos, permanece a mesma. A responsabilidade pelo lar e pelos filhos, por exemplo, continua sendo colocada por alguns veículos, como, se não exclusiva, principalmente feminina.

O objetivo deste trabalho é averiguar como dois programas femininos atuais, da televisão aberta, o *Hoje em Dia* e o *Mais Você*, representam as mulheres brasileiras. Ainda como objetivo, pretendemos verificar como é a organização estrutural desses dois programas supracitados.

Os programas foram escolhidos para análise por serem, atualmente, os mais famosos programas da televisão aberta direcionados às mulheres atuais. O *Mais Você* é exibido pela Rede Globo, foi lançado em outubro de 1999 e é apresentado, desde então, por Ana Maria Braga, na companhia do boneco, em forma de papagaio, Louro José. Já *Hoje em Dia* é um programa da Rede Record que existe desde agosto de 2005 e conta hoje com os apresentadores Celso Zucatelli, Chirs Flores e Edu Guedes.

O presente trabalho foi dividido em três capítulos. O primeiro capítulo é um estudo sobre o histórico dos papéis da mulher na sociedade e suas principais representações. O estudo foi realizado a partir da antiguidade, passando pelo feminismo, até chegar à sociedade moderna. Em seguida, o conceito de representação social e a teoria das representações sociais foram explicados.

O segundo capítulo é sobre a mídia e sua configuração para o público feminino. Listamos as primeiras publicações nacionais direcionadas às mulheres, as revistas femininas e os primeiros programas da televisão brasileira que tinham como público-alvo a mulher, até

chegar aos famosos programas femininos atuais da TV aberta, *Mais Você* e *Hoje em Dia*. O capítulo 2 traz também a classificação genérica dos programas *Hoje em Dia* e *Mais Você*, abordando, de acordo com a classificação de Aronchi (2004), em quais categorias, gêneros e formatos os programas se encontram.

O terceiro e último capítulo é uma análise e comparação dos dois programas analisados, a fim de entender como eles representam a mulher. Para a contextualização dos programas na pesquisa, foi construído um histórico de cada um deles, contendo, por exemplo, a evolução da programação, dos quadros exibidos e inclusive do cenário. Foram analisadas duas semanas de cada programa, em datas escolhidas de maneira a não serem dias comemorativos, pois esses mudam a essência dos programas. As análises foram organizadas em quatro eixos: (i) as temáticas mais recorrentes e forma de abordagem das mesmas; (ii) os modos de caracterização e de participação da (s) apresentadora (s) nos programas; (iii) as construções de sentido a partir dos cenários; (iv) os produtos anunciados nos anúncios publicitários veiculados no próprio programa.

Na conclusão, além dos caminhos da pesquisa, está a verificação se os programas analisados repetem modelos de sucesso de programas antigos voltados para o público feminino ou se evoluíram com as mudanças sociais e como evoluíram. As dificuldades encontradas durante a realização da pesquisa também foram incluídas na conclusão.

Capítulo 1 - A Mulher na Sociedade: um histórico de seus papéis e de suas principais representações

A história da mulher é marcada por barreiras e superações, por papéis diversificados. Segundo Engels (1971), nos tempos primitivos a sociedade era comandada por mulheres. Entretanto, a origem da propriedade privada acabou com a igualdade nas tribos tornando as mulheres subordinadas e dependentes dos homens, configurando a condição de submissão tão explorada nos estudos sobre o universo feminino.

Essa realidade da mulher como propriedade masculina foi vivida na antiguidade. Em Roma e na Grécia, ela devia obediência ao homem, era responsável pelos trabalhos manuais que garantiriam a subsistência do parceiro e pela reprodução.

Na Grécia a mulher ocupava posição equivalente a de um escravo no sentido de que tão-somente estes executavam trabalhos manuais, extremamente desvalorizados pelo homem livre. (...) tendo como função primordial a reprodução da espécie humana, a mulher não só gerava, amamentava e criava os filhos, como produzia tudo aquilo que era diretamente ligado à subsistência do homem: fiação, tecelagem, alimentação. Exercia também trabalhos pesados como extração de minerais e o trabalho agrícola (ALVES e PITANGUY 1985, p.11).

Em tempos seguintes, na Idade Média, principalmente devido ao envolvimento dos homens nas atividades de guerras, as mulheres tiveram mais espaço, desempenhando por consequência, outras atividades:

Como senhoras de grandes domínios, exerceram papel político de destaque porque os homens ausentavam-se por prolongados períodos de guerra ou recolhiam-se à vida monástica. Apesar da significativa participação da mulher na vida social e econômica da Idade Média, a sociedade, contraditoriamente, a reconhecia como uma pessoa frágil e indolente que, entre bordados e suspiros, aguardava seu cavaleiro andante (LEAL e MONTEIRO, 1998, p.9).

Todavia, a Idade Média também foi a época da “caça às bruxas”, período no qual a Igreja e a burguesia perseguiam as mulheres apontadas como feiticeiras por não seguirem os padrões estabelecidos pela sociedade. Menschik (1977) considera que a caça às bruxas teve significado político, sexual e religioso. Cerca de 9 milhões de pessoas, dentre estas mais de 80% mulheres, foram acusadas, julgadas e mortas.

Já no Renascimento, as mulheres voltam a se ocupar do lar e dos afazeres domésticos, sem permissão para ir à escola ou universidade. As funções, antes realizadas por elas, passam a ser executadas pelos homens. Além disso, todas as criações femininas artísticas e científicas eram apropriadas pelos homens da família. De acordo com Freidson (1998), este movimento acontece nesta época devido a uma busca maior por profissionalizar as atividades que eram realizadas de forma amadora nas épocas anteriores e coincide com o mesmo processo de redução das crianças como mão de obra.

Foi durante o século XVII que as francesas da burguesia e da pequena aristocracia passaram a desejar direito à ascensão social e dignidade, revoltando-se contra o autoritarismo de pais e maridos. Essa busca levou ao movimento chamado *Preciosas*, “como ficaram conhecidas as suas participantes, grande parte delas dedicadas à literatura e a um refinamento da escrita e da fala” (ZIRBEL, 2011, p.57).

Ainda no contexto francês, segundo Michelet (1989), as mulheres estiveram na vanguarda da Revolução Francesa. Mas apesar dos ideais de igualdade, liberdade e fraternidade, o período não contribuiu para as conquistas femininas. Foi inclusive escrita, nesta época, a Declaração dos Direitos do Homem e do Cidadão, o que levou Olympe de Gouges, favorável aos direitos das mulheres, a lançar em 1791, a Declaração dos Direitos das Mulheres e da Cidadã. Esta obra custou sua morte na guilhotina e a proibição de associações de mulheres e da participação delas na esfera pública.

Com a revolução industrial, a organização da família foi profundamente alterada: tanto homens quanto mulheres e até mesmo as crianças precisavam trabalhar nas fábricas. Marx (1867) explica que a adoção das máquinas dispensou a força muscular na execução do trabalho fabril, facilitando o emprego de mulheres e crianças nas funções. Assim, as condições de igualdade da mulher dentro da família mudam, mas sua inferioridade ainda era utilizada para o lucro burguês através de salários menores. Essa conduta se baseava em justificativas de intelectuais como Rousseau, segundo o qual, biologicamente, as mulheres eram destinadas a ter filhos, a educá-los e a cuidar do lar. Os patrões também utilizavam como alibi para remuneração inferior da mulher o fato delas “apenas” completarem o salário masculino no lar.

E foi neste contexto que, no século XVIII, teve início o movimento feminista, ao mesmo tempo em que se iniciava o capitalismo com a divisão entre trabalho do lar e trabalho público. A casa e as crianças continuavam sendo responsabilidade das mulheres, porém, o

mercado e a guerra as levaram à vida pública e, conseqüentemente, à exploração de sua força de trabalho, com salários inferiores aos dos homens.

O feminismo é um movimento social e político que visa à igualdade de direitos e status entre homens e mulheres. Seus adeptos “são geralmente mulheres e cuja característica é definida pelas ideias de liberdade e igualdade e, conseqüentemente, pela crítica às formas hierarquizadas de relacionamento social” (ALVES e BARSTED 1987, p.206). O movimento teve origem na Europa Ocidental, por meio de reivindicações. A sua união aos movimentos políticos se deu na época em que o capitalismo se expandia e ocorria a Revolução Francesa, quando as mulheres acabaram se unindo às manifestações de esquerda.

Com a evolução do movimento feminista, o mesmo foi dividido na literatura em “ondas” que buscam retratar importantes reivindicações do grupo em épocas diferentes da história. No século XIX e início do século XX, a principal reivindicação das mulheres foi o direito ao voto, naquela que foi chamada “primeira onda” do feminismo.

Esta “primeira onda”, que somente passou a receber esta denominação quando o movimento passou a ter reconhecidamente uma segunda fase, com mais profundidade de questões e reivindicações, aborda atividades focadas nas regiões do Reino Unido e nos Estados Unidos. “As feministas de primeira onda postulavam que as mulheres precisavam receber acesso igual à esfera pública, especialmente pela extensão às mulheres do direito de votar” (MACKENZIE, 2011, p.149).

Vale ressaltar que este foi o momento em que o movimento se consolidou em torno da luta pela igualdade de direitos para homens e mulheres. Além do voto, também havia uma grande preocupação com questões voltadas ao casamento, já que este se baseava em negociações entre famílias, sem a opinião da mulher. Era um claro momento de buscar o direito pelo próprio corpo, sentimentos e desejos.

Foi somente no correr do século XX que os resultados dessa luta puderam gradativamente aparecer, como analisam os principais autores que estudam esta época. O voto só foi concedido ao gênero a partir de 1918, no Reino Unido e somente para mulheres com mais de 30 anos. Já nos Estados Unidos, esta manifestação também estava associada à defesa do fim da escravidão no país e a conquista do voto só aconteceu no ano de 1919.

No final da década de 1960, veio a “segunda onda” do feminismo, com questões teóricas que iam além das políticas e sociais já existentes. As feministas que estavam no meio acadêmico começaram a levar para este espaço as questões das mulheres mostrando com grupos de estudo, pesquisas, levantamento de dados, eventos e revistas o preconceito que

enfrentavam na área social, econômica, política e jurídica. Esta segunda fase do movimento se deu após o início da comercialização da primeira pílula anticoncepcional do mercado, no início da década de 1960, nos EUA, onde começou o movimento de liberação feminina e uma revolução sexual.

Um protesto marcante desta época foi a chamada *queima de sutiãs*, quando na realização do concurso de Miss América, em 07/09/1968, em Atlantic City, Estados Unidos, aproximadamente 400 membros do WLM (Women's Liberation Movement) colocaram no chão do local itens que representavam a feminilidade visando abolir a exploração comercial das mulheres.

A terceira “onda” do feminismo teve início a partir de 1990, quando ativistas começaram a cobrar a representação não apenas das mulheres brancas da classe média alta, mas de todas, inclusive as minorias, como as negras. Este direcionamento esteve também associado a movimentos pela libertação sexual, busca por prazer, bem-estar e felicidade individual entre as mulheres. Lipovetsky (2000) trata a importância da liberdade sexual na mudança da forma de reconhecimento da mulher nos âmbitos do trabalho e da vida em sociedade:

A medida, precisamente, que a liberdade sexual feminina deixou de ser um sinal de imoralidade, a atividade profissional feminina se beneficiou de julgamentos muito mais amenos. Reconhecimento social do trabalho feminino e liberalismo sexual têm cumplicidade. Se o “direito” ao trabalho das mulheres se impôs muito mais tarde que os direitos políticos, foi fundamentalmente em razão do medo tradicional inspirado pela liberdade feminina, sexual em particular, da recusa dos homens ao reconhecer a autonomia feminina nas esferas “sensíveis” da vida material e sexual, de sua vontade de controlar o corpo feminino e de perpetuar o princípio da subordinação do sexo frágil ao sexo forte (LIPOVETSKY, 2000, p. 229, 230).

Dessa forma, é esta a parte do movimento feminista que supera a militância social e entra no íntimo da mulher, no que Lipovetsky (2000) chama de “esfera sensível”, e deixa mais evidente que os papéis atribuídos a cada gênero na sociedade são uma condição criada pelos indivíduos que nela vivem. Com o feminismo, a sociedade moderna pôde perceber que é possível conquistar igualdade social e cultural através da luta ao longo do tempo.

1.1 Representação da mulher na sociedade ocidental

O conceito de representações sociais é estudado por vários campos do saber. Sociologia, Antropologia, História costumam trabalhar com definições diferentes para esse mesmo conceito. Para este trabalho, utilizou-se o emprego das representações sociais a partir de referenciais da Psicologia Social.

A Teoria das Representações Sociais foi criada por Serge Moscovici, na década de 60 e ampliada por Denise Jodelet. De acordo com a autora, “as representações sociais são uma forma de conhecimento socialmente elaborado e compartilhado, com um objetivo prático, e que contribui para a construção de uma realidade comum a um conjunto social”. (JODELET, 2002, p. 138). As representações sociais são produzidas através da interação e da comunicação na sociedade. Deste modo, pode-se dizer que as representações sociais são fenômenos específicos que estão relacionados com um modo particular de compreender e de se comunicar. Além disso,

o estudo das RS busca conhecer e compreender a maneira como os indivíduos constroem um conjunto de saberes, que expressam a identidade deste ou de outro ordenamento social, as representações que eles formam sobre uma diversidade de objetos, e principalmente, o conjunto dos códigos culturais que definem, historicamente, as regras de uma comunidade. (PROCÓPIO, 2008, p.23)

Nesse trabalho, procuramos encontrar as representações da mulher construídas pelos programas femininos. Nesse caso, queremos perceber como as mulheres são definidas, projetadas nesses programas. A mídia, ao veicular determinadas representações, pode se tornar um modelo de conduta, um padrão idealizado de como a mulher deve ser.

Se, por exemplo, me refiro à idéia de “mulher”, pressuponho uma representação que me diz o que é uma mulher; essa representação tende a se tornar normativa e passa a indicar às mulheres de que modo elas devem agir. Se digo que a noção de “mulher” é um conceito, faço com que se reflita sobre o fato de que a representação que temos da mulher liga-se à maneira precisa pela qual uma cultura forjou esse conceito (FOUREZ,1995, p.230).

O estudo do universo feminino deve passar por inúmeras áreas do conhecimento, como aborda Tedeschi (2008) em seu livro *História das mulheres e as representações do*

feminino. Estudar a mulher é mergulhar nas relações de poder da sociedade social e econômica, na sexualidade, no trabalho, nas religiões e nas representações desse gênero.

Ao abordar a história das mulheres pelas representações, busca-se trazer para o cenário os discursos de construção das identidades e da interpretação masculina do mundo. Cabe então a nós, homens e mulheres, contribuir para desnaturalizar essa história (TEDESCHI, 2008, p. 40).

O autor também deixa bem clara a influência da Igreja Católica na representação social da mulher, cujo discurso embasou grande parte das questões voltadas à desigualdade de gêneros e também nos ajuda a “pensar e aprofundar a questão dos lugares e funções, que se constroem pelo casamento e reforçam o ideal de lar e de maternidade - como papéis historicamente construídos e legitimados pela moral cristã” (TEDESCHI, 2008, p. 101).

Ao buscar os modelos do feminino veiculados e defendidos pela Igreja Católica, Tedeschi (*op. cit.*) identifica dois paradigmas que procuram enquadrar a percepção social das mulheres para a criação de seus modelos de autorrepresentação e que são representados por duas mulheres centrais na tradição cristã – “Eva pecadora” e “Maria virtuosa”.

Além da influência cristã, muitos autores analisam o poder do trabalho para fomentar as representações de inferioridade da mulher. Oliveira (2004) pontua algumas representações estereotípicas relacionadas com essa questão:

As imagens de gênero sobre os homens e as mulheres no trabalho são também elementos poderosos na reprodução das desigualdades que continuam sendo observadas e vividas pelas mulheres trabalhadoras. Os estereótipos relativos a homens e mulheres no trabalho, que em geral desvalorizam a mulher como trabalhadora, continuam tendo forte permanência, apesar de mudanças muito significativas que vêm ocorrendo na realidade. Entre os estereótipos (ou imagens de gênero) que mais contribuem para a persistência e a reprodução de distintas formas de discriminação contra a mulher está aquele que define a mulher como força de trabalho secundária (OLIVEIRA, 2004, p.174).

Também são inúmeras as situações em que as mulheres são representadas como objetos de desejo, onde somente a aparência física perfeita importa. Em tais casos, muitas vezes elas também são representadas fúteis e preocupadas somente com questões supérfluas de aparência. Sardenberg (2002) ressalta que essas questões costumam ser ritualizadas e a constituir traços de uma identidade feminina:

Temos que nos submeter a determinados rituais, muitas vezes diários, para nos tornarmos mulheres (ou homens) segundo os ditames da sociedade em que vivemos e, assim, definirmos, aos nossos olhos e aos dos outros, a nossa identidade de gênero. E tudo isso, é lógico, acompanhando os padrões vigentes de estética impostos aos respectivos gêneros, padrões esses que variam no tempo e no espaço, tanto geográfico quanto social (SARDENBERG, 2002, p.59).

Essas representações podem ser percebidas em muitos discursos da sociedade. A propaganda é uma dos espaços em que esta percepção e esta discriminação ficam mais visíveis, pois as mulheres normalmente são retratadas como um mero símbolo sexual na expectativa de atrair a atenção dos consumidores pelo aspiracional que essa imagem representa para ambos os gêneros. Bourdieu (1999, p.82) aborda bem a questão quando afirma que “para a mulher, o uso do próprio corpo permanece, de maneira bem clara, subordinado ao ponto de vista masculino. (...) elas existem primeiro pelo e para, o olhar dos outros, ou seja, enquanto objetos receptivos, atraentes e disponíveis”.

Essa apropriação do corpo das mulheres como elemento de representação feminina pelos meios de comunicação é um fator que tende a sustentar o comportamento social discriminatório e prolifera a cultura preconceituosa em relação ao gênero feminino. Contudo, a mídia deveria assumir o papel contrário neste contexto, contribuindo para a mudança desse estereótipo da mulher. É possível observar, no posicionamento de algumas marcas como Dove, uma tentativa de modificação dessa representação estereotipada. A campanha abaixo, procura enaltecer a beleza natural da mulher, independente de cor, peso, estatura e biotipo, e assim descolar dessa representação de corpo ideal ou de símbolo sexual.



Figura 1 – Campanha Pela Real Beleza de Dove
Fonte: <http://furiarosa.com.br/beleza/campanha-dove-pela-real-beleza/>



Dove acha que a beleza não veste só manequim 38. Você também pensa assim?

- sim
 não

Venha debater sobre a quebra de estereótipos no nosso site!

www.campanhapelarealbeleza.com.br



Figura 2 – Campanha de Dove

Fonte: http://2.bp.blogspot.com/_jiPpoL5nNbQ/TMeWdKVM-KI/AAAAAAAAACM/1VoasIHh-g/s1600/Dove_dg122-2004_tcm95-103582.jpg



Figura 3 – Mais imagens da campanha de Dove

Fonte: <http://sonhandoso.blogspot.com.br/2011/08/exibida-colorida-como-guardo-kit-banho.html>

Com raras evoluções, é grande a quantidade de marcas posicionadas com base no apelo ao corpo feminino ou à sexualidade e sensualidade feminina, retratando uma mentalidade preconceituosa de homens e mulheres, mesmo que silenciosa. São exemplos de marcas que atuam com este posicionamento a *Victoria Secrets*, que ao contrário de Dove enaltece a beleza da perfeição do corpo magro e longilíneo, biotipo da moda.

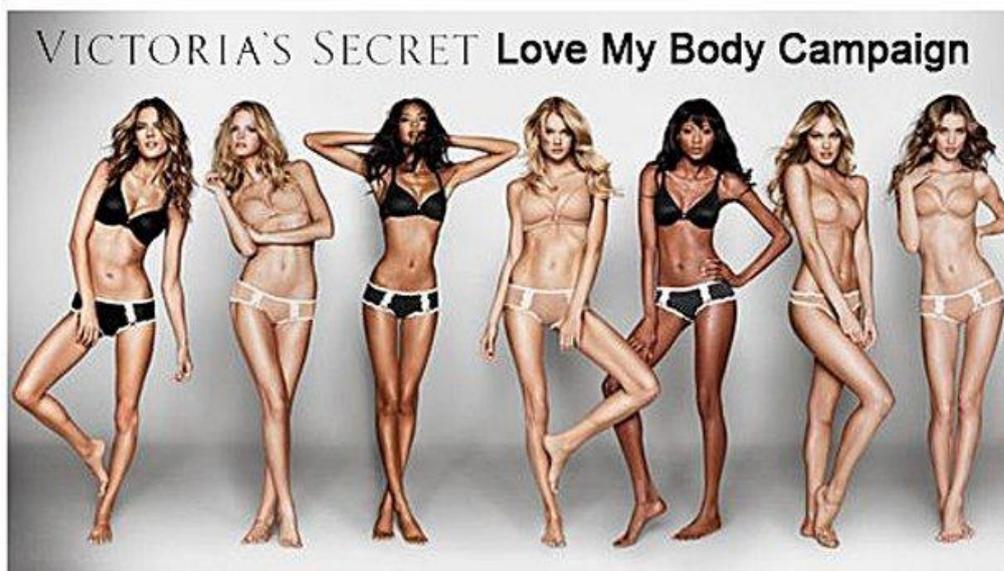


Figura 4 – Imagem comparativa das campanhas de Dove e *Victoria Secrets*
Fonte: <http://kiriabarros.blogspot.com.br/2013/04/campanha-doverreal-beleza.html>

Gastaldo (2005) ressalta que por estarem tão presentes nos anúncios publicitários, essas representações tendem a ser naturalizadas, a parecer “evidentes e normais”, evidenciando um caráter conservador das mesmas. A representação contemporânea da mulher é claramente percebida nos meios de massa.

As mulheres dos anúncios chamam muito a atenção, sobretudo aquelas tão fantásticas, das propagandas de perfume. Ao folhear as páginas de qualquer revista feminina, lá estão: figuras belíssimas saindo de flores, habitando cristais, chorando pérolas, enlaçando-se em árvores, seduzindo alguém. A natureza e as intenções dessas inúmeras *femme fatales* presentes nos anúncios publicitários intrigam e geram estranheza. Elas nos instigam a pensar sobre as representações do feminino que invadem nossa vida social e literatura, no cinema, e sobretudo, na própria publicidade. (...) essas representações atuam, em certo sentido, como moedas de troca nas relações sociais cotidianas (ROCHA, 2006, p. 107).

Esta exploração de imagem pode ser também percebida em revistas femininas que “em geral constituem uma instância discursiva que exerce forte influência na vida da mulher”, como é aprofundado no artigo *Revista Claudia e o Conceito de Independência Feminina*, mostrando como esta ajuda a moldar o papel da mulher determinado socialmente, “transmitindo ideologias e contribuindo para a manutenção de certas relações hegemônicas, reafirmando antigos costumes”.

Uma das maneiras utilizadas para transmitir suas ideologias é tratar problemas sociais como se fossem individuais. Elas negam a existência de conflitos sociais, conferindo apenas soluções morais ou individuais para problemas dessas dimensões. Seguindo essa linha, a revista *Claudia* influenciou diretamente no comportamento e costumes da classe média em expansão (MORAIS, PROCÓPIO e SILVA, 2006, p.3).

Apesar da emancipação da mulher, e toda a representação contemporânea da mesma, voltada para a independência feminina, o que mais se vê, ainda, é o retrato da figura feminina principalmente ligada aos afazeres domésticos e produtos para o lar. Era dessa mesma forma que acontecia nos primórdios da comunicação de massa, quando só se via mulheres em comerciais para vender eletrodomésticos e produtos de limpeza, sempre em casa e cuidando das crianças, enquanto os homens eram retratados em cenas exteriores ao lar, como o escritório ou em seu momento de lazer.

Dessa forma, é possível inferir que a entrada da mulher no mercado de trabalho e a descoberta da pílula anticoncepcional, que permitiram mais independência ao gênero feminino, serviram para que novas representações fossem acumuladas às antigas tão exploradas neste estudo. Contudo, essas novas representações como a da mulher executiva e a da mulher independente financeiramente, ainda não foram suficientes para mudar o inconsciente social no que tange à mulher, mesmo que o passado não represente mais a realidade da grande maioria delas.

Capítulo 2 – A mídia e sua configuração para o público feminino

Para Morel (2008), a imprensa surgiu oficialmente no Brasil a partir de 1808, quando a Corte portuguesa chegou ao país e foi instalada a tipografia da Imprensa Régia. As primeiras publicações eram voltadas para a elite, independente do gênero, e não existia segmentação por público, tratando sempre de assuntos gerais.

(...) Embora lidos predominantemente por homens – os únicos letrados que lhe tinham acesso – os jornais eram destinados às pessoas de ambos os sexos. Não existia uma imprensa masculina. Aliás, não havia ainda a ideia de público da forma como hoje se entende (BUITONI, 1990, p. 7).

Foi ainda na primeira metade do século XIX que as mulheres começaram a participar como produtoras ou consumidoras dos impressos no Brasil. Este início se deu de forma pouco expressiva e as publicações tratavam de assuntos como moda e ensaios de literatura (MARTINS, 2008).

A primeira revista feminina do Brasil, conforme relatam Ferreira e Gomes (2011), foi *O Espelho Diamantino*, de 1827, no Rio de Janeiro. Lançada pelo francês, Pierre Plancher, a publicação continha textos sobre moda, teatro, artes, música, política, críticas de obras literárias e ainda parte de romances estrangeiros.

A segunda revista feminina brasileira foi *Espelho das Brasileiras*, lançada pelo francês Adolphe Émile de Bois-Garin, no Recife, em 1831. Também no Rio de Janeiro, apareceu em 1839 a revista *O Correio das Modas*. Ambas as publicações tratavam dos mesmos assuntos que *O Espelho Diamantino*. Outra revista foi *Eu Sei Tudo* que, conforme relata Dias (2003), na edição número 11, de abril de 1933, tratava de vários assuntos, por exemplo: culinária, moda, viagens, história, contos, poesias, piadas e propaganda.

As revistas de cunho feminista surgiram um pouco mais tarde:

Em 1852, o surgimento d’*O Jornal das Senhoras*, editado por Joana Paula Manso de Noronha, argentina de nascimento, figura com um dos primeiros jornais de propósitos femininos e abrigo da mulher escritora, contando inclusive com mulheres na redação. A produção convidava todas as mulheres “dotadas de inteligência” a apresentar suas produções literárias sob o anonimato. (MARTINS, 2008, p.67).

Em *O Jornal das Senhoras*, as mulheres podiam optar por publicar no anonimato, uma vez que, de acordo com Moreira (2008), como as mulheres eram submissas aos homens, aquelas que se arriscavam no jornalismo não eram bem vistas:

Pois as mulheres, ditas feministas, eram alvo de descrédito em suas lutas pela emancipação e a imprensa nacional, dominada pelo poder masculino, publicava artigos grotescos e maledicentes, ilustrados com caricaturas irônicas acerca das reivindicações emancipatórias da mulher brasileira (MOREIRA, 2008, p.150)

O Jornal das Senhoras circulou até 1855. Em 1862, foi lançada no Rio de Janeiro mais uma revista feminista, a *Belo Sexo*, produzida por mulheres. Elas escreviam e assinavam crônicas literárias, ou seja, não usavam mais o anonimato para ocultar sua verdadeira identidade, mas continuavam sendo criticadas. Seguindo esta tendência, foram inúmeras as produções realizadas para mulheres e por mulheres. Nesse contexto, o público feminino começou a protagonizar algumas questões, mesmo que ainda voltadas para o lar, como a compra de produtos para a casa, saúde e beleza, que eram anunciados nas publicações que cada vez mais tomaram a proporção de tratar de variedades.

Ainda que a representação da mulher como dona de casa vigorasse nas publicações da época, algumas revistas já a questionavam. Entre essas, de acordo com Lima (2007), estão cinco publicações do final do século XIX: *O Domingo*, de responsabilidade de Violante Atabalipa de Bivar e Velasco (1874); *Eco das Damas*, lançada por Amélia Carolina da Silva Couto (1879); *A Família*, editada por Josefi na Álvares de Azevedo (1889); *O Sexo Feminino*, dirigido por Francisca Senhorinha Motta Diniz (1873) e *A Mensageira*, dirigida por Prisciliana Duarte de Almeida, publicada em São Paulo, de 1897 a 1900. Em 1899, essa última revista “posicionou-se contra o papel de rainha do lar atribuído à mulher e o seu consequente alijamento das esferas públicas” (ALMEIDA, 1998, p. 116).

Nesse contexto, vale ressaltar que as publicações femininas indicam modelos de representação da mulher na sociedade.

A imprensa feminina está estreitamente ligada ao contexto histórico que cria razões para seu surgimento, e que interfere em cada passo de sua evolução. Jornais e revistas femininas funcionam como um termômetro dos costumes de época (...) (BUIIONI *apud* DIAS, 2003, p.6).

No século XX, com a modernização da imprensa, as tiragens aumentaram e a publicidade passou a sustentar as publicações. Segundo Lima (2007), surgiram, nesse

contexto, revistas que, apesar de não serem especificamente femininas, continham informações voltadas para as mulheres, como: *Revista da Semana* (Rio de Janeiro, 1901), com uma seção chamada *Cartas de Mulher, Fon-Fon* (Rio de Janeiro, 1907) e *Cigarra* (São Paulo, 1914).

Conforme relata Coben (2008), as revistas femininas, tinham como função, não só entreter a mulher, mas definir seu papel social como mãe e esposa dedicada. Um exemplo é a *Revista Feminina*, dirigida por Virgíliana Salles, que falava das características da mulher ideal, mostrando como esta deveria se comportar para seguir o “modelo” social mais louvável para o gênero. A publicação foi um sucesso, não só pela longa duração (1914-1936), mas pela grande quantidade de exemplares vendidos. *Revista Feminina* foi a primeira publicação do século XX dedicada exclusivamente às mulheres e “(...) dá novo impulso ao setor, introduzindo um esquema comercial que incluía a fabricação e distribuição de produtos destinados ao público feminino” (TEMER, 2005, p.3).

Esse mercado consumidor feminino levou a diversificação das publicações. Em 1959, foi lançada a primeira revista de moda, *Manequim*. Temer (2005) explica que a capacidade de venda dos veículos direcionados às mulheres aumentou devido a três fatores: ampliação das indústrias relacionadas ao público feminino, aumento da classe média e do mercado interno. E revistas como *Claudia*, lançada em 1961, sofisticaram o setor, com um novo estilo. *Claudia* foi a primeira revista a tratar de temas considerados tabus, como a participação das mulheres no mercado de trabalho¹.

Nos anos 70, com o aumento da participação das mulheres no mercado de trabalho, cresce o mercado de revistas femininas. Surgem “revistas que não tratam as mulheres como simples donas de casa e mães, mas como profissionais em busca de realização” (SCALZO, 2004, p.34). Algumas revistas dessa época são *Mais* e *Nova*.

As publicações surgidas nessa época ainda perduram na sociedade brasileira. Se não representam mais apenas o estereótipo da mulher do lar, elas passaram a investir em outros modelos de representação, como a mulher moderna, a mulher padrão de beleza, entre outros.

Hoje, as grandes revistas femininas seguem modelos muito parecidos e apesar de cada uma olhar para um tipo específico de mulher – o seu público, repetem fórmulas e cobrem mais ou menos o mesmo universo. (...) Há publicações para mulheres que só querem saber de ginástica, de emagrecer ou fazer plástica. Há revista para noivas, para mães, para bebês. Hoje, o

¹ Informação disponível em: <http://mdemulher.abril.com.br/tv-novelas-famosos/fotos/acontece/roberto-civita-trajetoria-revistas-femininas-editora-abril-742546.shtml#4> Acesso em: 31/07/2013

segmento feminino representa a maior fatia do mercado de revistas (SCALZO, 2004, p. 35).

Entre as revistas contemporâneas brasileiras, direcionadas à mulher, estão: *Manequim*, *Women's Health*, *Elle*, *Boa forma*, *Viva!mais*, *Estilo*, *Gloss*, *Claudia*, *Sou mais eu*, *Máxima*, *Lola*, *Capricho*, *AnaMaria*, *Nova e Saúde*.

2.1 Os programas femininos na televisão

Não é possível afirmar qual foi o primeiro programa feminino da televisão brasileira. “A ausência de bibliografia sobre a história da televisão brasileira torna imprecisa a informação sobre qual foi o primeiro programa feminino televisivo” (MAIA, 2011, p.3). Porém, o primeiro programa feminino com produção contínua e longa duração foi *Revista Feminina*, lançado em 1958, na TV Tupi e apresentado por Maria Thereza Gregori². O programa, que tratava de temas como beleza, moda, noticiário, pediatria e geriatria, foi exibido por treze anos, na TV Tupi. Maria Thereza Gregori foi contratada pela TV Bandeirantes em 1973 e o *Revista Feminina* ressurgiu, ficando no ar até 1983³.

Outro programa feminino da década de 50 é *O Mundo é das Mulheres*, lançado em 1958, pela TV Paulista. Era apresentado por cinco mulheres, quatro delas são: Hebe Camargo, Lourdes Rocha, Wilma Bentivegna e Heloísa Mafalda.⁴ Hebe comandava a entrevista de convidados, que sempre era algum homem de sucesso. A produção era realizada por Heloísa Castellar. As perguntas eram sérias, mas a condução, realizada com bom humor, de forma simpática e descontraída⁵.

Em 1959, a TV Paulista lançou o programa feminino, *Clube do Lar*, apresentado por Regina Macedo e produzido por Heloísa Castellar. O programa, exibido de segunda a sexta-feira, das 15h às 18h, tratava de culinária, trazia indicações de livros, filmes e peças teatrais, fornecia cursos de artesanato e ainda entrevistas com famosos. Na parte final, às 18h, o padre Olavo Pezzotti rezava, no que se chamava “Hora da Ave Maria”⁶.

²Informação disponível em: <http://www.centrocultural.sp.gov.br/tvano50/expo503.asp> Acesso em: 05/07/2013

³ Informação disponível em: <http://www.terra.com.br/istoegente/62/reportagem/repmariagregori.htm> Acesso em: 05/07/2013

⁴Informações disponíveis em: http://www.centrocultural.sp.gov.br/tvano50/expo50_3.asp Acesso em: 05/07/2013

⁵Informações disponíveis em: http://www.centrocultural.sp.gov.br/tvano50/paulista_2.htm Acesso em: 05/07/2013

⁶Informações disponíveis em: <http://www.centrocultural.sp.gov.br/tvano50/expo503.asp> Acesso em: 05/07/2013

A TV Globo foi ao ar em 26 de abril 1965 e o primeiro programa feminino da emissora foi o *Sempre Mulher*, lançado no dia da inauguração. A exibição do programa ocorria de segunda a sexta-feira de 14h às 14h30min. O programa foi criado pela jornalista Edna Savaget e era apresentado por Célia Biar. Savaget apresentava alguns quadros especiais como o *Na Estante e Livros Novos* e, ainda, comandava entrevistas com autoridades municipais e especialistas de várias áreas, repassando aos entrevistados críticas e sugestões dos telespectadores. Baseado em prestação de serviços e organizado em quadros e pequenas reportagens, *Sempre Mulher* abordava vários assuntos como culinária, economia doméstica, saúde, beleza, moda e cultura. Sua última exibição foi em 27 de agosto de 1965⁷.

Em 1968, na TV Bandeirantes, Xênia Bier apresentou o programa *Xênia e Você* que, “(...) no final dos anos 70 inovou com um posicionamento de defesa da mulher, divulgação de denúncias sociais e prestação de serviços, ao lado de temas mais amenos, como música, moda” (MAIA, 2011, p.4).

De acordo com Maia (2011), em 1973, a TV Tupi lançou *Zeloni – Forno e fogão*. Esse foi o primeiro programa de culinária com um apresentador homem, o ator Otelo Zeloni. A atriz Glória Stefannini também apresentava a atração.

Como é possível perceber pelos formatos da maioria dos programas e pelos temas abordados, os programas femininos, até então, eram direcionados à dona de casa. O primeiro programa que se auto classificou como tendo como público-alvo a mulher moderna foi o *TV Mulher*⁸, que estreou na TV Globo, em 07 de abril 1980. O programa feminino de variedades, com formato jornalístico, era apresentado por Marília Gabriela e Ney Gonçalves Dias, com roteiro, direção e edição de Rose Nogueira. Sua exibição ocorria de segunda a sexta-feira, às 9h e abordava temas como moda, comportamento sexual e direitos femininos, estes dois últimos, abordados pela primeira vez abertamente na televisão brasileira. No início, o programa possuía três horas de duração, mas tanto seu horário de início quanto de duração variou no decorrer dos seis anos em que esteve no ar, com encerramento em 27 de junho de 1986.

A TV Cultura lançou em 1987, *Olhar Feminino*, apresentado pelos atores Pedro Bianco e Marisa Orth. Já a TV Manchete, lançou, em 1990, *Jornal da Mulher*, comandado pela jornalista Rose Nogueira e a atriz Ester Góes. Na década de 90, alguns programas femininos tinham o apelo central na culinária e outros partiram para a ampliação do espectro

⁷Informações disponíveis em: <http://memoriaglobo.globo.com/Memoriaglobo/0,27723,GYN0-5273-241566,00.html> Acesso em: 05/07/2013

⁸Informação disponível em: <http://memoriaglobo.globo.com/Memoriaglobo/0,27723,GYN0-5273-249786,00.html> Acesso em: 05/07/2013

de abordagem. Com ênfase na culinária, se destaca a *Cozinha Maravilhosa da Ofélia*, na Rede Bandeirantes, em 1991, com a chef de cozinha Ofélia Anunciato (MAIA, 2011, p.5).

Em 1993, Ana Maria foi convidada pela Rede Record para dirigir um programa de culinária, o *Note e Anote* e, em 1997, criou um boneco para participar do programa, o papagaio Louro José⁹. O programa que era voltado para a dona de casa e tratava além dos assuntos voltados para culinária, de artesanato, foi apresentado por Ana por sete anos, até que, em 1999, ela foi para a Rede Globo. *Note e Anote* passou a ser apresentado por Kátia Fonseca e depois por Claudete Troiano, até que parou de ser transmitido, em 2005.

Em 18 de outubro de 1999 a Globo lançou o *Mais Você*, programa de variedades voltado para o público feminino e apresentado por Ana Maria Braga, com o personagem que junto com a Ana participava do programa *Note e Anote*. *Mais Você* é exibido de segunda a sexta-feira, de 8h30min às 10h e aborda assuntos como culinária, moda, comportamento, saúde, medicina, trabalho e temas da atualidade.

Em 22 de agosto de 2005, a Record lançou o programa de variedades *Hoje em Dia*, abordando notícias, culinária, prestação de serviços, entretenimento, saúde, decoração, economia doméstica, direito e cidadania. No início, o programa era apresentado por um conjunto de apresentadores composto por Ana Hickmann, Britto Jr. e Edu Guedes. Em 2007, Chris Flores foi incluída para comentar o que acontece no mundo dos famosos. Em 2009, a apresentação do programa passa a ser de Chris, Edu, Celso Zucattelli e Gianne Albertoni, esta última deixou de apresentar o programa em 2013. Ficaram então no comando Chris, Edu e Zucattelli. *Hoje em Dia* é exibido de segunda a sexta-feira, de 10h ao 12h.

Vale lembrar que existem outros tipos de programas femininos na atualidade, como o *Esquadrão da Moda*, um *reality show* que é exibido pelo SBT desde 2009 e apresentado pela modelo e consultora Isabella Fiorentino e pelo *stylist* Arlindo Grund. O reality é exibido aos sábados, às 20h30 e funciona da seguinte maneira: os amigos e familiares de uma mulher a indicam por considerarem que ela se veste de maneira inadequada ou não tem estilo. A partir disso, sem que a participante saiba, ela é filmada por duas semanas, em seguida, os apresentadores a abordam e avisam que ela está no programa. Isabella e Arlindo ensinam a participante a se vestir e ela tem R\$10.000 para comprar roupas em dois dias, seguindo as dicas dos especialistas. O próximo passo é uma mudança radical no visual, realizada por um

⁹Informação disponível em: <http://memoriaglobo.globo.com/Memoriaglobo/0,27723,GYP0-5271-259042,00.html> Acesso: 20/07/2013

cabeleireiro e uma maquiadora. O último momento é um encontro com os familiares e amigos em uma comemoração para eles conferirem o novo visual da mulher¹⁰.

Os programas *Mais Você* e *Hoje em dia* compõem hoje os mais famosos programas da televisão aberta direcionados às mulheres atuais. No próximo tópico, vamos falar onde ambos os programas se encaixam dentre os inúmeros tipos de produtos televisivos.

2.2 Classificação genérica dos programas *Hoje em Dia* e *Mais Você*

Em *Gêneros e Formatos na Televisão Brasileira*, Aronchi (2004) explica que essa sua obra foi o primeiro livro brasileiro sobre os gêneros televisivos do país e seus conceitos históricos. Antes, o acervo a respeito do assunto era composto apenas por diversos trabalhos nacionais. O autor então separou os programas em cinco categorias – informação, entretenimento, educação, publicidade e outros – a fim de conseguir classificar os gêneros correspondentes.

Todavia, no Brasil, os gêneros são definidos pela emissora segundo o seu entendimento e as suas estratégias de *marketing* (ARONCHI, 2004). Apesar disso, o autor classificou 37 gêneros, distribuídos entre as cinco categorias da seguinte forma:

Tabela 1 – Categorias e Gêneros dos Programas na TV Brasileira

CATEGORIA	GÊNERO
Entretenimento	Auditório • Colunismo social • Culinário • Desenho animado • Docudrama • Esportivo • Filme • <i>Game show</i> (competição) • Humorístico • Infantil • Interativo • Musical • Novela • <i>Quiz show</i> (perguntas e respostas) • <i>Reality show</i> (TV-realidade) • Revista • Série • Série brasileira • Sitcom (comédia de situações) • Talk show • Teledramaturgia (ficção) • Variedades • <i>Western</i> (faroeste)
Informação	Debate • Documentário • Entrevista • Telejornal
Educação	Educativo • Instrutivo
Publicidade	Chamada • Filme comercial • Político • Sorteio • Telecompra
Outros	Especial • Eventos • Religioso

Fonte: ARONCHI, 2004, p.92.

¹⁰ Informação disponível em: <http://www.sbt.com.br/esquadradamoda/programa/> Acesso: 20/07/2013

Aronchi (*op. cit.*) ressalta que, além do gênero, existe o *formato*, que consiste no tipo e na forma de produção de um gênero. Os formatos são 31, de acordo com a classificação do autor: ao vivo, auditório, câmera oculta, capítulo, debate, depoimento, documentário, dublado, entrevista, episódio, esquete, *game show*, instrucional, interativo, legendado, mesa-redonda, musical, narração em *off*, noticiário, quadros, reportagem, revista, seriado, *talk show*, teleaula, telejornal, teletexto, testemunhal, videoclipe, vinheta e *voice-over*. Vale lembrar que o formato de um programa pode apresentar-se de maneira combinada, a fim de reunir elementos de vários gêneros e assim possibilitar o surgimento de outros programas.

É preciso ressaltar que uma mesma denominação pode servir para identificar tanto um formato quanto um gênero, como “entrevista”. Para definir o programa, deve-se tentar identificar sua essência, da produção ao público-alvo (ARONCHI, 2004, p.183). Assim, um único programa pode se enquadrar em diversas categorias, gêneros e formatos.

Hoje em Dia e *Mais Você* podem ser classificados da mesma maneira. Em categoria, se encaixam em entretenimento. Como gêneros, funcionam como uma mistura de culinária e variedades. Em sua composição, ainda encontraremos chamadas da categoria publicidade e entrevistas na categoria informação.

O gênero *culinário* informa e entretém, pode aparecer isolado, dentro do gênero *auditório*¹¹ ou, como no caso dos programas analisados, incluído no gênero variedades. Já o gênero *variedades* possibilita inúmeras variações, desde auditório com apresentador ao vivo a musicais. Além disso, explora muito os formatos interativo, entrevistas, reportagens e *game shows*. Ainda, esse gênero é muito utilizado

Quando a emissora pretende preencher um longo período da programação e precisa deixar uma abertura para todo tipo de patrocínio, dos anunciantes locais aos donos de polpudas verbas publicitárias, pode-se esperar um programa do gênero variedades (...) (ARONCHI, 2004, p.139).

Dentre os 31 formatos propostos por Aronchi, os programas analisados se constituem por apresentar: ao vivo, câmera oculta, depoimento, entrevista, *game show*, instrucional, interativo, noticiário, quadros, reportagem, revista e vinheta.

O formato câmera oculta é utilizado na realização de reportagens investigativas. Já *game show* são as competições que estimulam a interação com o programa. Esse formato está presente em ambos os programas na forma de reality shows inseridos na programação, no *Hoje em Dia* em *A Chef do Bairro* e no *Mais Você* em *Jogo de Panelas* e *Super Chef*

¹¹ Aquele que permite a entrada do público no local da gravação.

*Celebridades*¹². O formato instrucional é aquele que orienta na resolução de problemas e realização de tarefas. O interativo é aquele no qual o telespectador é incentivado a participar por telefone ou internet. Revista é o formato de programas da categoria informação, de acordo com Aronchi (2004), é quando do estúdio, o apresentador, utiliza, do vivo ou gravado, vários formatos, como entrevista e reportagem. E vinheta são os vídeos de abertura e encerramento do programa, de seus blocos e quadros.

No próximo capítulo deste estudo vamos analisar em profundidade ambos os programas para entender como eles estruturam sua programação e como representam seu público-alvo a mulher. Queremos perceber se, atualmente, somente repetem antigos modelos de sucesso de programas voltados para a mulher, alimentando a visão limitada do universo feminino, ou se são capazes de ir além do que sempre foi oferecido a esse público, acompanhando o movimento social em torno da figura feminina ou até mesmo conseguindo contribuir para promover ainda mais uma mudança social em relação a este tema.

¹² Os reality shows citados estão definidos na *Tabela 3* do capítulo três deste trabalho. (p.34)

Capítulo 3 – Os programas *Hoje em Dia* e *Mais Você* e a representação feminina

3.1 Procedimentos Metodológicos

A análise dos programas *Mais Você* e *Hoje em Dia* foi realizada em duas etapas. A primeira etapa consistiu no acompanhamento de uma semana dos programas, durante o mês de fevereiro de 2013, a fim de realizar um estudo exploratório. O objetivo foi conhecer melhor os programas, para que pudéssemos elencar algumas categorias para a análise final, aquela que faz parte do presente trabalho. A segunda etapa foi realizada nas duas primeiras semanas de julho de 2013. Como os programas não são exibidos nos finais de semana, a análise foi de 01/07/2013 a 05/07/2013 e de 08/07/2013 a 12/07/2013. Os dias de análise foram escolhidos de maneira a evitar datas comemorativas, nas quais os programas tenderiam a abordar muito do assunto comemorado e poderiam perder, assim, suas características estruturais regulares.

Quanto à organização do trabalho de coleta de material, não foi possível acompanhar todos os programas ao vivo. Os vídeos foram coletados e analisados na íntegra, disponíveis nos sites das emissoras. Todavia, é preciso ressaltar que os vídeos na íntegra do *Mais Você* só ficam disponíveis para os assinantes da Globo.com¹³, enquanto os vídeos do *Hoje em Dia* são disponibilizados livremente no site R7¹⁴.

Coletados os vídeos, iniciamos o procedimento de análise. Elaboramos um roteiro analítico para guiar o nosso olhar na procura por dados que nos permitissem identificar como as mulheres são retratadas nos dois programas. Em nosso roteiro, estavam presentes os seguintes itens: (i) as temáticas mais recorrentes e forma de abordagem das mesmas; (ii) os modos de caracterização e de participação da(s) apresentadora(s) nos programas; (iii) as construções de sentido a partir dos cenários; (iv) os produtos anunciados nos anúncios publicitários veiculados no próprio programa.

¹³Vídeos disponíveis em <http://www.globo.com/>

¹⁴Vídeos disponíveis em <http://www.r7.com/>

A partir deste roteiro, procuramos anotar todas as informações que nos serviriam de indícios para encontrar a imagem representada da mulher nos programas. Antes de passarmos para nossas reflexões analíticas, apresentaremos um breve histórico dos programas.

3.2 Histórico dos programas

3.2.1 *Mais Você*

O programa de variedades *Mais Você* estreou em 18/10/1999. Esta data marca também a estreia da apresentadora Ana Maria Braga na Rede Globo. A apresentadora levou para o programa a sua criação, o boneco Louro José, interpretado pelo ator Tom Veiga, que foi assistente de estúdio no programa *Note e Anote*¹⁵.

No início, o *Mais Você* era exibido ao vivo a partir de 13h40. Em 2000, passou para as 11 horas, exibido dos estúdios da TV Globo em São Paulo em um cenário que reproduzia uma casa. No final de 2000, o programa começou a dar mais destaque para as temáticas jornalísticas, com séries de reportagens a respeito de adolescência e sexo, aborto, gravidez e adoção, além de violência contra a mulher. Além disso, diariamente, Ana Maria lia crônicas do escritor e jornalista Carlos Heitor Cony e a culinária era um dos destaques diários, com pratos feitos por *chefs* e artistas. Uma cena marcante na carreira de Ana e na História do *Mais Você* era quando a apresentadora ao provar um prato, mexia nos imãs (que reproduziam sons de animais) da geladeira e entrava debaixo da mesa para terminar de comer.

Nessa época, era também presente o quadro, *Loura versus Louro*, no qual Ana e o Louro José disputavam quem acertava mais charadas. Em *Caixinha de Segredos*, os assuntos eram comportamento e relacionamento, tratados através de depoimentos e dos conselhos do psicanalista Leonardo Fraiman. No quadro sobre moda e beleza, diariamente, o cabelereiro e maquiador Duda Molinos, fazia um penteado ou maquiagem e dava dicas. Além disso, Glória Kalil oferecia consultoria com dicas e informações sobre tendências e eventos.

Em 2001, o horário do programa mudou para 8 horas e passou a ter meia hora a mais de duração. O cenário foi modificado e o foco passou a ser a prestação de serviço para o

¹⁵ Informação do site Memória Globo, disponível em: <http://memoriaglobo.globo.com/Memoriaglobo/0,27723,GYN0-5273-252958,00.html> Acesso em: 20/07/2013

telespectador. Até mesmo a culinária passou a ser mais informativa. Em *A Cozinha da Dona da Casa*, Ana esclarecia dúvidas em relação às receitas. No quadro, *Disque Chef*, um chef de cozinha visitava a casa de um telespectador sorteado para fazer um prato com os alimentos encontrados na geladeira e na despensa. Já em *Caixa de Surpresa*, um telespectador era sorteado e fazia uma receita ou um artesanato com os materiais disponibilizados pelo programa. Em *É Assim que se Faz* era exibido como são produzidos alimentos e outros produtos. *Sabor da Terra* apresentava as variadas cozinhas brasileiras. Nos quadros *Receita de Família* e *Visita ao Artista*, Ana Maria saía do estúdio e se deslocava com seu trailer chamado Dino.

Em abril de 2002, *Mais Você* ganhou abertura, cenário e quadros novos para aproximar Ana do telespectador. A apresentadora começou a receber artistas e especialistas para tomar café da manhã e conversar. Outra novidade foi um quadro de receitas e curiosidades da gastronomia, comandado por Thyrso, um ex-integrante do *Big Brother Brasil* 2¹⁶. Desde 2003, durante os meses nos quais o *Big Brother Brasil* é exibido, a cada semana os competidores eliminados participam do *Mais Você*. Neste mesmo ano, foram lançados três quadros: *Mão e Contramão*, com discussão de temas atuais, *Os Meus, os Seus, os Nossos Filhos*, sobre higiene e os primeiros passos das crianças e *Bicharada*, a respeito de comportamento animal.

Também em 2003, beleza, saúde e culinária começaram a aparecer de forma mais recorrente nas reportagens e em dicas no início e no final dos blocos. Além disso, os telespectadores que antes só participavam por telefone, cartas ou e-mail, ganharam a oportunidade de serem recebidos por Ana no estúdio para o quadro *Café com Ana*¹⁷. Ainda em 2003, o cenário ganhou outras cores e móveis, houve ampliação da cozinha e da bancada, que passou a servir também como mesa para o café. O escritório de Ana ganhou um *home theater*, dois aquários, uma sala multiuso e lareira.

Em 2007, o programa passou a dar mais destaque para a informação, a prestação de serviços e o entretenimento. Neste último quesito, surgiu o *Big Chance*, no qual o telespectador que vencesse as provas de raciocínio e capacidade física ganhava um prêmio em dinheiro. Ainda em 2007, o cenário mudou, passando a contar com mais artesanato brasileiro e peças naturais. Foi criado um jardim de inverno, com queda d'água e tatames, o local passou a ser o de entrevistas.

¹⁶Big Brother Brasil é um reality show da Rede Globo

¹⁷ Informação do site Memória Globo, disponível em: <http://memoriaglobo.globo.com/Memoriaglobo/0,27723,GN0-5273-252958,00.html> Acesso em: 20/07/2013

Em março de 2008, a transmissão do *Mais Você* passou a ser realizada da Central Globo de Produção, o Projac, no Rio de Janeiro. O estúdio quase dobrou de tamanho e do lado de fora foi criada uma cozinha industrial e uma sala com tela LCD para Ana apresentar as matérias. O cenário passou por mudança de cores com base no *FengShui*. No mesmo ano, com o slogan “Mais Você é mais Brasil” foram lançados quadros e o programa se tornou parceiro das equipes de jornalismo das emissoras afiliadas da TV Globo, exibindo mais matérias sobre as várias regiões do país.

Em abril de 2009, o programa continuou no Projac, mas passou para uma grande casa com paredes de vidro, a “Casa de Cristal”. A casa é cercada pela Mata Atlântica, com grandes árvores e um lago. Além da cozinha industrial já existente, foi criada a “Cozinha da Roça”, na parte exterior do estúdio, com um fogão a lenha¹⁸. Em 2011, uma capela foi construída no exterior da casa. É de lá, inclusive, que Ana abre programa com o *Pensamento do Dia*, algumas vezes.

Por esse histórico, é possível perceber que a decoração da casa e o ambiente externo mudam de tempos em tempos, de acordo com as tendências de cada época e com a necessidade de reestruturação do programa para atrair mais telespectadores.

3.2.2 Hoje em Dia

Como dito anteriormente neste trabalho, o programa de variedades da Rede Record, o *Hoje em dia*, foi lançado em 22 de agosto de 2005. O programa vai ao ar dos estúdios de São Paulo e conta com entradas ao vivo das diversas capitais brasileiras¹⁹.

Inicialmente, o programa era apresentado por Ana Hickmann, Britto Jr. e Edu Guedes. Em 2007, a equipe passou a contar com Chirs Flores, responsável por falar do mundo dos famosos. No mesmo ano, Celso Zucatelli assumiu o comando do programa de sábado, e ficou com essa função até 2008.

O Hoje em Dia foi exibido aos sábados, de setembro de 2007 a Fevereiro de 2011. Nesse dia da semana, eram exibidos diversos quadros, como: *Muito Além do Palco*, *HD G@MES*, *Game Show*, *A era Dilma*, *Uma Aventura no Parque*, *Oficina da Moda*, *Culinária e Batalha das Estrelas*²⁰.

¹⁸Informação do site Memória Globo, disponível em: <http://memoriaglobo.globo.com/Memoriaglobo/0,27723,GYN0-5273-252958,00.html> Acesso em: 20/07/2013

¹⁹Informação do site do programa, disponível em: <http://entretenimento.r7.com/hoje-em-dia/> Acesso em: 29/03/2013

²⁰ Não tivemos acesso a informações sobre os programas e quadros exibidos aos sábados.

Entre 2008 e 2010, o programa foi marcado pela presença da modelo e atriz Ticiane Pinheiro, que apresentou no *Hoje em Dia* os quadros, *As Aventuras de Ticiane*, *Café da Manhã com Ticiane*, e *Mansões de Luxo*²¹. Em maio de 2009, Zucatelli voltou a apresentar o programa com a saída de Britto Jr. Na época, o *Hoje em Dia* era apresentado por Zucatelli, Ana Hickmann, Chris e Edu. Em dezembro do mesmo ano, Ana Hickmann deixou o programa e Gianne Albertoni foi contratada²².

Em 2009, o apresentador Gilberto Barros criou o quadro, *De zero a Dez que nota você Dá*, com convidados famosos.²³ Já o apresentador Celso Cavallini apresentou *Enigma do Portal*, um jogo com participação de artistas e um estudante. O objetivo era descobrir um enigma usando as pistas oferecidas e, para isto, eram realizadas tarefas nos estúdios e nas ruas de São Paulo²⁴. Os outros quadros apresentados por Cavallini no mesmo ano foram *Aventuras no Parque*, *Raio X de Aventura* e *Passarela*. Também em 2009, Miro Moreira e Theo Becker, ex-participantes de *A Fazenda*²⁵ lançaram quadros.

No fim de maio de 2010, Gianne Albertoni comandou o quadro *De Carona com a Moda*, no qual visitava mulheres que queriam transformar o visual²⁶. No mesmo ano, Cavallini criou os quadros *Profissão Perigo*, falando sobre o dia a dia de quem trabalha em profissões arriscadas e *O Convocado*, que mostrava famosos em uma disputa de raciocínio rápido e força²⁷.

Em 2011, o programa mudou de estúdio, com novidades de arquitetura e decoração encontradas em feiras de Milão, na Itália, e Miami, nos Estados Unidos. Foram inventados novos espaços, a cozinha passou a contar com equipamentos de última geração e um jardim natural foi criado, inclusive com horta para cultivar os ingredientes utilizados na culinária²⁸. Ainda em 2011, *Hoje em Dia* destinava diariamente 10 minutos de sua programação para notícias de Belo Horizonte, Rio de Janeiro, Salvador e Porto Alegre. O apresentador de cada

²¹ Informação disponível em: <http://180graus.com/entretenimento/ticiane-pinheiro-tera-mais-um-quadro-no-hoje-em-dia-59558.html> Acesso em: 20/07/2013

²² Informação disponível em: http://estrelando.com.br/celebridades/nota/hoje_em_dia:_ana_hickmann_se_despede_no_natal-71738.html e <http://rederecord.r7.com/historia/> Acesso em: 20/07/2013

²³ Informação disponível em: <http://www.areavip.com.br/noticias/participacao-de-gilberto-barros-no-programa-hoje-em-dia-garante-o-primeiro-lugar.html> Acesso em: 20/07/2013

²⁴ Informação disponível em: <http://www.folhavoria.com.br/site/?target=noticia&cid=4&ch=4c9a9bf22fdbee007be6a463dcaf1145&nid=139329> Acesso em: 20/07/2013

²⁵ *A Fazenda* é um reality show da Rede Record.

²⁶ Informação disponível em: <http://entretenimento.r7.com/hoje-em-dia/quadros/inscricao-2.html> Acesso em: 20/07/2013

²⁷ Informação disponível em: http://estrelando.com.br/celebridades/nota/hoje_em_dia:_novos_quadros_a_partir_destes_mes-79562.html e <http://entretenimento.r7.com/hoje-em-dia/noticias/gabriela-durlo-vence-janaina-jacobina-e-bianca-rinaldi-no-convocado-20110620.html> Acessos em: 20/07/2013

²⁸ Informação disponível em: <http://entretenimento.r7.com/hoje-em-dia/o-programa/> Acesso em: 20/07/2013

cidade dava as notícias que cobriam apenas aquela região. Em 2012, foi mantido apenas o espaço para o Rio de Janeiro e as notícias desta região, dadas por Mariana Leão, passaram a ser transmitidas nacionalmente. As entradas ao vivo das diversas capitais do Brasil foram mantidas²⁹.

Em 2012, Gianne Albertoni deixou de apresentar o *Hoje em Dia*, mas continuou como repórter nos quadros *De Carona com a Moda* e *Dicas de Gianne*³⁰, até 2013. Atualmente, a equipe de apresentadores é composta por Chris, Edu e Zucatelli. Foi também em 2013 que teve fim o espaço diário para as notícias do Rio de Janeiro.

3.3 Análise comparativa dos programas

A fim de encontrar a representação da mulher nos programas *Mais Você* e *Hoje em dia*, analisamos duas semanas da programação. Apresentaremos as observações estruturadas nos quatro eixos do nosso roteiro temático de análise.

3.3.1 As temáticas mais recorrentes

Para perceber as temáticas mais recorrentes, procuramos fazer uma decupagem dos quadros dos programas. Após acompanharmos duas semanas de programação listamos e descrevemos na tabela abaixo todos os quadros encontrados em dias variados.

Tabela 2 – Descrição dos quadros dos programas *Mais Você* e *Hoje em dia*

<i>Mais Você</i>	<i>Hoje em Dia</i>
Não tem espaço exclusivo para notícia de famosos, mas, atores da emissora e cantores são frequentemente assunto do programa ou convidados. E Ana dá parabéns para os aniversariantes famosos do dia.	Quase todos os dias tem espaço para notícia de famosos.
Não tem quadro do tipo.	Sede de Justiça: quem acha que não houve

²⁹ Informação disponível em: <http://televisao.uol.com.br/ultimas-noticias/2011/12/14/blocos-regionais-do-hoje-em-dia-serao-extintos-em-2012.jhtm> Acesso em: 20/07/2013

³⁰ Informação disponível em: <http://entretenimento.r7.com/famosos-e-tv/noticias/gianne-albertoni-sai-do-estudio-do-hoje-em-dia-2-0120215.html?question=0> Acesso em: 20/07/2013

	justiça em seu caso pode contar sua história no site do programa. A denúncia pode virar uma reportagem.
Não tem quadro do tipo.	De Pais para Filhos: Chris aborda problemas enfrentados pelos pais durante o crescimento e rotina dos filhos. E especialistas ajudam as famílias com conselhos e soluções.
Dando um retoque: gastando pouco o quadro dará soluções rápidas para deixar uma casa mais bonita. Para participar é preciso explicar por que você ou um parente/amigo merece ganhar uma reforma em um dos cômodos da casa.	Não tem quadro do tipo.
Fashion Express: se a roupa que a pessoa adora está velha e ela não sabe o que fazer com a peça, pode enviar a foto da roupa para a produção do programa. Caso a vestimenta seja escolhida, um estilista vai customizá-la para que fique nova.	Não tem quadro do tipo.
Conte a sua história: no site do programa é possível contar uma história que mereça ser contada no <i>Mais Você</i> . Se a história for aprovada pode aparecer no programa.	Não tem quadro do tipo. Mas existe um espaço no site para deixar uma sugestão para o programa.
S.O.S. Mais Você: um vídeo do telespectador gravado com uma dúvida sobre saúde poderá ser respondido no programa pelo doutor Guilherme Furtado.	Você e o Doutor: o Dr. Antônio Sproesser fala sobre uma doença no estúdio e ajuda o entrevistado a vencer o problema de saúde.
Tem quadro parecido, porém não foi exibido nas semanas analisadas. É o quadro Tapa no visual , conforme observado na tabela abaixo.	Quem Te Viu, quem Te Vê: profissionais da moda e da beleza transformam o visual de uma telespectadora.

Alguns quadros não foram exibidos nos dias analisados. Entretanto, fazem ou já fizeram parte da grade de quadros dos programas e são importantes para as análises desse trabalho.

Tabela 3 – Descrição de outros quadros dos programas *Mais Você* e *Hoje em dia*

<i>Mais Você</i>	<i>Hoje em Dia</i>
Tapa no visual: uma telespectadora ganha uma transformação no rosto e no corpo.	Tem quadro parecido, o Quem Te Viu, quem Te Vê .
Meu dono de estimação: quem tem bicho de estimação com uma história especial, pode se inscrever para participar desse quadro.	Não tem quadro do tipo.
Super Chef Celebidades: artistas terão aulas com grandes nomes da culinária brasileira e passarão por várias provas. Irão encarar o voto popular e apenas um deles ganhará o prêmio.	Não tem quadro do tipo.
Quem quer casar com: homens solteiros em busca de uma esposa podem enviar um vídeo, que passará por seleção, explicando o porquê querem se casar e o tipo de mulher que procuram.	Não tem quadro do tipo.
Um dia de patroa: as empregadas domésticas podem receber uma surpresa durante o expediente e largar o que estiverem fazendo para viver “Um Dia de Patroa”. Para isso a patroa pode inscrever sua empregada e mostrar o quanto ela é importante na sua vida.	Não tem quadro do tipo.
Jogo de panelas: pessoas que não estudam gastronomia, mas cozinham bem, dão jantares temáticos e avaliam uns aos outros. Quem fizer mais pontos ganha R\$ 10 mil.	A Chef do Bairro: as concorrentes fazem uma receita e o júri avalia. Quem vencer leva o prêmio de R\$ 5 mil.
De malas prontas: quem tem o sonho de fazer uma viagem pode enviar sua história. O dono da história escolhida, ganha a viagem dos sonhos.	Passaporte Hoje em Dia: o repórter Cássio Reis viaja para o país escolhido pelos internautas e mostra a tradição e as curiosidades locais.
Tem que ir na Ana Maria: é possível indicar o prato preparado por alguém e convencer a produção que a pessoa pode mostrar seu talento no <i>Mais Você</i> .	Edu Delivery: Edu Guedes visita a casa de um telespectador e este ensina uma receita ao chef de cozinha.

A descrição dos quadros acima nos permite perceber que algumas temáticas aparecem como recorrentes nos dois programas. Ambos abordam os mesmo tipos de assunto. Culinária,

moda, beleza, saúde e comportamento parecem ser temas entendidos pelas emissoras como próprios para programas que têm a mulher como público-alvo.

Os quadros dos programas abordam temas semelhantes, porém certos tipos de quadros são exclusivos de um ou outro programa. *O Mais Você* possui um número maior de quadros específicos, cada assunto é tratado em um determinado quadro. Existe, por exemplo, o *Meu Dono de Estimação*, sobre animais de estimação. Já o *Hoje em Dia*, não tem um quadro sobre o assunto, quando o tema é abordado, isso acontece durante o programa sem se encaixar em um espaço específico, acontecendo de maneira versátil.

A distribuição e a nomeação dos quadros já permitem que façamos a identificação de um perfil de telespectadora idealizada, portanto de uma representação de mulher. O quadro do *Mais Você* sobre animais de estimação, por exemplo, parece ser voltado para mulheres que têm mais tempo ocioso, para ter um animal e cuidar dele. Outro quadro existente apenas no *Mais Você*, que parece ser feito pensando em mulheres com mais tempo disponível é *Dando um Retoque*, para reformar um cômodo de uma casa. A inexistência de quadros desses tipos no *Hoje em Dia* está ligada a uma programação voltada para uma mulher mais atarefada.

Além desse perfil “mulher com mais tempo disponível”, o quadro *Um dia de Patroa*, do programa da Ana, indica que a programação voltada para mulheres com maior poder aquisitivo, que têm inclusive uma empregada doméstica, já que é a patroa quem deve inscrever sua funcionária no quadro. O *Hoje em Dia* não tem um quadro assim, pois parece ser mais voltado para uma mulher que cuida sozinha de sua casa.

No caso do *Hoje em Dia*, dois quadros sem semelhantes no programa da Globo, parecem mostrar que o programa da Record é para uma mulher moderna. *Sede de Justiça* ilustra que as mulheres devem exigir e conhecer seus direitos e *De Pais para Filhos*, apesar de falar sobre a criação das crianças, considera que tanto os pais quanto as mães trabalham fora e precisam conciliar seus afazeres com a educação da prole.

Já no *Mais Você* não há um quadro sobre educação dos filhos. Todavia, não acreditamos que o silenciamento sobre o assunto não se deve a uma desvalorização da maternidade pelo programa, mas à idade avançada das telespectadoras que já têm filhos adultos e talvez netos. A própria apresentadora pode representar esse perfil. Nos programas de 15/07/2013 e 16/07/2013, Ana recebe seu neto:



Figura 5 – Ana Maria com seu neto durante o programa

Fonte: <http://tv.globo.com/programas/mais-voce/videos/t/para-assinantes/v/mais-voce-programa-de-segunda-feira-1507-na-integra/2693242/>

A cena acima reforça o papel de mãe das mulheres, e depois de avós, ou seja, aquela que vive para a família e tem tempo livre para brincar com os netos. Diferentemente do *Hoje em Dia*, no qual, apenas o papel de mãe é frisado, representando uma mulher mais jovem, como Chris e também com muitos afazeres e pouco tempo livre.

De modo geral, é possível dizer que os programas acompanham os acontecimentos de maior importância do Brasil. Nos dias em que aconteceram manifestações no país, ambos fizeram cobertura dos fatos. Em 11/07/2013, o *Hoje em Dia* não contou com culinária para abordar amplamente as manifestações que bloqueavam avenidas de São Paulo e prometiam bloquear ruas de outras capitais. No mesmo dia, Ana também abordou no programa as notícias sobre manifestações, porém, não deixou de preparar uma receita.

O fato descrito acima nos permite interpretar que para o *Mais Você*, a mulher deve estar ligada ao que acontece no mundo, mesmo que seja de maneira superficial, para ter tempo de realizar seu papel tradicional, o de cozinhar. Já a exclusão do quadro de culinária do *Hoje em Dia* parece estar relacionada à identificação com uma mulher mais moderna, que precisa informar-se de tudo o que acontece ao seu redor.

Quando o programa exhibe alguma reportagem sobre temas diferenciados, como economia e política, os apresentadores costumam explicar os assuntos para os telespectadores de forma a deixá-los mais claros para o público-alvo. Em tais casos, os dois programas são bem instrutivos. Essa necessidade de explicação de tais assuntos remonta ao imaginário

popular de que mulher não se interessa ou não conhece tais assuntos, sendo necessário explicá-los para elas através de uma linguagem mais simples, pois seriam incapazes de entender termos técnicos ou mais complexos. Em 08/07/2013, por exemplo, no *Mais Você*, foi exibida uma reportagem sobre como a alta do dólar afeta viagens de brasileiros ao exterior. Ana explicou didaticamente a influência da alta do dólar e como controlar os gastos. No *Hoje em Dia*, esse papel, que se aproxima da função de um professor, sempre é de Zucatelli. Um exemplo aconteceu no dia 09/07/2013, quando o apresentador, ao anunciar uma reportagem sobre o programa de contratação de médicos estrangeiros no país e mudanças no curso de medicina, explica essas alterações de maneira bem detalhada.

Ainda sobre a distribuição das temáticas nos programas, também é comum a presença de reportagens sobre uma história de vida. No *Hoje em Dia*, em 01/07/2013, o quadro *Você e o Doutor* abordou a história de Natali, garota que perdeu a audição ainda criança. No *Mais Você*, um exemplo desses tipos de história é o depoimento de um médico que já venceu o câncer várias vezes: ele relatou sua história de luta contra a doença, no programa de 02/07/2013, durante a reportagem sobre o diagnóstico de câncer. Essas abordagens, realizadas de forma sentimental, sobre a vida de outras pessoas, representam a mulher, público-alvo dos programas, como emotivas, compreensivas e com interesse em ouvir as histórias de vida das outras pessoas.

Em relação à forma de se relacionar com o telespectador, é marcante no *Mais Você*, a primeira frase que apresentadora diz praticamente todos os dias: “Acorda Menina vem cá menino”. Para Pinheiro (2002), ao falar dessa forma, Ana revela o lugar da mulher no seu programa:

Ao acordar a telespectadora para mais um programa em que a culinária é o centro, está despertando a mulher para seu papel de dona-de-casa, de esposa, de mãe que deve preparar a comida, o chocolate, a sobremesa para a família. Com um ato de fala diretivo, faz aparecer o caráter normativo do emprego do imperativo. É assim que ela dá conselhos, como se fosse a amiga e a conselheira e, da mesma forma que aconselha uma atitude, aconselha o uso de um produto, vendendo-o a partir da relação autoridade-conselheira-amiga-cúmplice, que partilha seus conhecimentos e indica o que é bom às telespectadoras. Essa é uma maneira de conferir credibilidade ao produto e ao que é dito sobre ele. (PINHEIRO, 2002, p.6)

No *Hoje em Dia* não acontece nada parecido. Mas nos dois programas, o telespectador é tratado por “você”, uma maneira de aproximação com o público e dos apresentadores

praticamente conversarem com quem os assiste. Na abertura do *Mais Você* de 09/07/2013, ao contar quais seriam as atrações do dia, Ana disse: “(...) só para você se animar (...)”.

Vale ressaltar que os dois programas também prestam serviço à comunidade. Zucatelli, apresentador do *Hoje em Dia* até frisou isso em 11/07/2013, quando ao falar dos manifestantes que bloqueavam avenidas de São Paulo, disse: “Esse é o tenente Coronel Mathias da polícia rodoviária estadual nos trazendo informação, prestando serviço sobre a situação nas estradas do estado de São Paulo. Tenente Coronel, muito obrigada por prestar serviço, por informar o telespectador do Hoje em Dia, hoje muito ansioso por informações para saber se ele pode ou não pode sair de casa. E é esse nosso papel aqui, mais uma vez, muito obrigado”.

Outra maneira através da qual os dois programas prestam serviço à população é por meio de reportagens que ensinam a fazer um artesanato ou comida para o telespectador vender e ganhar um dinheiro extra. Em 03/07/2013, o *Mais Você* exibiu uma reportagem sobre como calcular a base de lucros de um negócio, mostrando pessoas que largaram o que faziam e trabalham agora como empresários, além de um economista dando dicas.

3.3.2 Presença de mulheres como apresentadoras nos programas

Ana Maria Braga é o símbolo maior do programa *Mais Você*, que

é um programa centrado na apresentadora. Ela é a protagonista na cozinha, no merchandising. A linguagem oral predomina e dá suporte à imagem. Tudo que é mostrado é também falado. Há necessidade de mostrar e explicar o que é mostrado, por isso parece ser mais um programa para ser ouvido do que para ser visto. A linguagem verbal complementa e esclarece a linguagem imagética (PINHEIRO, 2002, p.9).

No programa, é Ana Maria quem possui o comando. Ela é responsável por “gerenciar” a casa, mantendo-a organizada e cozinhando. Deve agradecer os convidados e familiares, normalmente recebidos com uma farta mesa de café da manhã. E ainda manter-se “antenada” com os assuntos da atualidade e com sua aparência. No dia 15/07/2013, por exemplo, Ana apareceu com um novo corte de cabelo e ela e o Louro José comentaram sobre o corte.

Ana também faz o papel que foi atribuído à mulher por anos, o de cozinheira. É fato que, algumas vezes, as receitas são preparadas por convidados homens. Entretanto, mesmo quando um homem prepara um prato, a apresentadora permanece na cozinha auxiliando e até

orientando a preparação da receita, indicando que é a mulher quem deve coordenar os trabalhos na cozinha.

O *Pensamento do Dia*, as cadelas de Ana, a poodle Belinha e a yorkshire Sombrinha que às vezes aparecem no estúdio e a mensagem final que Ana passa quase todo dia, são

(...) a representação da dona de casa solitária — e é significativo que o programa se destine às donas-de-casa — sufocada pela busca da perfeição, pela busca do reconhecimento e da valorização de suas atividades. A mulher sozinha, que transfere uma parte significativa do seu afeto para os animais domésticos (os únicos que têm tempo para realmente ouvi-la?), que busca na atividade frenética, no contato a distância e nos textos de auto-ajuda uma maneira de preencher os seus vazios (TEMER, 2006, p.104).

Essa autoajuda em frases de abertura e fechamento do *Mais Você* e a presença dos bichos de estimação representam uma mulher com tempo livre para ler, refletir e cuidar de seu animal. A presença das cadelas também remete a uma mulher da classe alta, com condições de possuir cachorros de raça.

Já no programa *Hoje em Dia*, ainda que existam três apresentadores, a única mulher é Chris Flores. Como apresentado anteriormente, é ela quem dá as notícias dos famosos e apresenta o quadro, *Quem Te Viu, Quem Te Vê*, no qual uma mulher passa por transformação visual. Outro quadro que ela apresenta é *De Pais para Filhos*, no qual junto com um especialista do tema retratado acompanha dificuldades dos pais na criação dos filhos.

Além dos casos citados acima, a apresentadora só é o centro das atenções em assuntos de entretenimento e variedades voltados para as mulheres ou mães. Em 13/07/2013, na reportagem sobre meninas de dez e onze anos que serão vacinadas contra o HPV, é Chris que comenta sobre o assunto e chama a reportagem, diferentemente do que normalmente acontece, quando Zucatelli tem essas funções.

Zucatelli é o mais ativo no programa, é como se fosse o apresentador principal, pois é ele quem chama as reportagens, fazendo um resumo do assunto, antes e depois que o vídeo já passou, comenta sobre o que foi mostrado. Além disso, ele começa o programa, abre e fecha os blocos. Chris e Edu fazem apenas alguns comentários nas falas de Zucatelli.

Edu, só se destaca e passa a ser o foco quando o assunto é culinária. Em *Edu Delivery*, ele vai à casa de um telespectador ensinar uma receita. Em *O Segredo da Receita*, mostra o segredo de receitas dos restaurantes mais tradicionais do Brasil. No quadro *Dinheiro a Mais*, dá dicas de receitas a um telespectador que deseja aumentar um negócio ou ganhar um dinheiro extra. Já em *A Chef do Bairro*, as concorrentes preparam suas receitas caseiras, os

jurados votam na melhor e a ganhadora recebe R\$ 5 mil. Edu também é responsável pelo merchandising de produtos alimentícios, como no dia 05/07/2013, em que ele falou sobre o tempero, Meu Bife, da *Knorr*.

Em alguns momentos, matérias que poderiam ser apresentadas por Edu, por tratarem indiretamente de culinária ficam com Chris. Isso aconteceu em 12/07/2013, em uma matéria semelhante ao assunto do quadro de Edu, *Dinheiro a Mais*. O fato de Chris e não Edu apresentar essa matéria representa que ganhar um dinheiro extra é um assunto direcionado para mulheres, ou seja, elas seriam donas de casa com tempo ocioso. A cena abaixo retrata essa matéria:



Figura 6 – Chris em matéria de culinária

Fonte: <http://noticias.r7.com/videos/assista-ao-hoje-em-dia-desta-sexta-feira-12-na-integra/idmedia/51e0376f0cf2b2e5fae20b79.html>

Um importante papel de Chris é ser mãe e isto é frisado durante o programa. Não são raros os momentos nos quais Zucattelli está comentando um assunto e fala algo parecido com - *Chris você que é mãe sabe como é*. No dia 09/07/2013 é visível, mais uma vez, o comentário de Chris como mãe. Na apresentação de uma reportagem sobre famílias que invadiram um hotel de luxo abandonado, Zucattelli fala, “(...) ainda é uma situação precária, então a gente fica muito preocupado, por isto que mostra essa historia pra você, torcendo por uma solução correta para essas famílias, que é o direito a moradia, moradia decente (...)”. Em seguida Edu fez um comentário e depois Chris intervém, “Pois é a mãe tem aquele instinto de proteção mesmo. De querer um teto. Colocar onde ela tem higiene para dar um banho na criança, para ela tomar um banho”.

Uma diferença significativa entre Chris e Ana Maria é que a primeira não cozinha. No *Hoje em Dia*, esta função cabe sempre a Edu que como *chef* também fica encarregado dos *merchandises* de produtos alimentícios. Ou seja, Chris é a mulher moderna, multitarefa, sem tempo para cozinhar.

As emissoras procuram traçar um perfil de suas apresentadoras, descrevendo-as como mulheres ágeis, modernas, liberadas, trabalhadoras, donas-de-casa, mães e (ex-) esposas. São retratadas como mulheres-compostas, ou seja, a mulher que se integraliza na soma de seus vários papéis, um compósito de seus múltiplos papéis e de suas muitas qualidades, além de tudo isso, ainda são as profissionais dinâmicas que comandam os programas sempre sorrindo. Nesse perfil, ao procurarem revelar esse compósito e retratarem a mulher bem sucedida, a mulher moderna, do século XXI, revelam também uma mulher super-atarefada, que além de ser a profissional competente é também a mãe, a esposa e a dona-de-casa (PINHEIRO e RECKZIEGEL, 2006, p.6).

3.3.3 Os cenários como reveladores de representações da mulher

O Programa *Mais Você* se passa em uma casa, com cômodos e objetos característicos desse ambiente. Todavia, mais do que uma casa comum, o cenário do programa é a

(...) “casa dos sonhos” em que tudo tem seu lugar e está no seu lugar. Os produtos que facilitam a vida das mulheres, referendados pela apresentadora (uma autoridade no assunto), estão todos ao alcance da mão, ou como objetos utilizados no programa ou como produtos de promoção e venda, mostrados, como se fossem parte dele, em ações de merchandising e intervalos comerciais ou *breaks*. (PINHEIRO, 2002, p.6)

A representação cênica da casa ideal já começa naquele que costuma ser um dos primeiros quadros, a conversa de Ana Maria com os convidados. Nesse momento, aparece uma mesa de café da manhã, simulando um ambiente de cozinha/sala de jantar. Ana Maria, como anfitriã, serve os convidados e representa a figura de uma dona-de-casa que deve receber com atenção e agradar os seus convidados. A dona-de-casa pode até ter quem prepare e organize o ambiente para ela (como no caso da apresentadora), mas é ela quem recebe as visitas e quem tem a função de *ciceronear* os convidados. Essa ambientação de “mesa de café da manhã” também revela uma proximidade, uma intimidade. Quando se convida alguém para “tomar café” em casa, é porque se tem uma proximidade com tal pessoa. Na figura abaixo, em 02/07/2013, destaque para a mesa de café:



Figura 7 – Ana recebendo o médico *Franklin Santana*

Fonte: <http://tv.globo.com/programas/mais-voce/videos/t/para-assinantes/v/mais-voce-programa-de-terca-feira-0207-na-integra/2667047/>

Outro ambiente frequentemente retratado no cenário do programa *Mais Você* é o escritório ou *home office*. Ana normalmente abre o programa de sua mesa, que remete a um escritório e fica ao lado da cozinha. A cena abaixo é de 11/07/2013 e retrata Ana em sua mesa:



Figura 8 – Ana apresentando o programa de seu *home office*

Fonte: <http://tv.globo.com/programas/mais-voce/videos/t/para-assinantes/v/mais-voce-programa-de-quinta-feira-1107-na-integra/2685803/>

O ambiente da figura acima demonstra que Ana é uma mulher moderna, organizada, que separa bem os ambientes da casa. Já essa separação dos ambientes remete a mulher

tradicional, cada espaço possui uma função específica e o *home office* é para ela se informar, ficar “antenada”:

Nessa condição fica clara a representação de uma dona-de-casa de classe média alta, relativamente intelectualizada, com uma parcela significativa de tempo livre em relação as atividades domésticas já que não necessita dedicar uma grande parcela do seu tempo aos filhos (pois já não exigem tantos cuidados diretos), embora se preocupe com o bem estar deles (TEMER,2006, p.98).

A cozinha do programa não é nada simples, ao contrário, é um ambiente chique, moderno, com equipamentos de última geração, onde se encontram todos os utensílios necessários e que facilitem no momento de cozinhar. É a cozinha do sonho das donas de casa e mulheres que gostam de cozinhar. O ambiente, moderno e prático, influência o consumo de eletrodomésticos que podem até ser anunciados no programa. Abaixo a apresentadora na cozinha, em 11/07/2013:



Figura 9 – Ana preparando uma receita

Fonte: <http://tv.globo.com/programas/mais-voce/videos/t/para-assinantes/v/mais-voce-programa-de-quinta-feira-1107-na-integra/2685803/>

Outro ambiente do cenário é a área externa da casa, onde existe o *Quintal da Ana*. É lá, por exemplo, que a apresentadora recebeu, em 05/07/2013, o cantor Zeca Pagodinho:



Figura 10 – Ana recebendo convidados no *Quintal da Ana*

Fonte: <http://tv.globo.com/programas/mais-voce/videos/t/para-assinantes/v/mais-voce-programa-de-sexta-feira-0507-na-integra/2674208/>

A área externa comporta ainda uma cozinha, com um forno à lenha antigo. Este não é mais utilizado, pois, em 09/07/2013 foi inaugurado o novo forno, retratado abaixo, à direita, na cena de seu lançamento:



Figura 11 – Ana acompanhando o convidado que prepara uma pizza

Fonte: <http://tv.globo.com/programas/mais-voce/videos/t/para-assinantes/v/mais-voce-programa-de-terca-feira-0907-na-integra/2681125/>

Os ambientes da área externa da casa parecem reforçar as representações destinadas a mulher, já pontuados anteriormente: o de anfitriã, com muito espaço para receber visitas e se

relacionar com os convidados; e a visão de uma mulher tradicional, com espaços diversos, cada um com sua função, sem muita versatilidade ou necessidade de realizar mais de uma tarefa ao mesmo tempo.

Na área externa da casa existe ainda capela e uma pequena réplica do Cristo Redentor, Eles são símbolos da fé, representam uma mulher religiosa, como tradicionalmente todas deveriam ser e Ana é. Ela, inclusive, se emocionou com a presença dos símbolos da Jornada Mundial da Juventude (JMJ)³¹, no estúdio.



Figura 12 – Capela localizada na área externa da “Casa de Cristal”

Fonte: <http://tv.globo.com/programas/mais-voce/videos/t/para-assinantes/v/mais-voce-programa-de-segunda-feira-0807-na-integra/2679311/>

Diferentemente do *Mais Você*, o *Hoje em Dia* acontece em um estúdio que não possui o aspecto de uma casa, apenas o sofá com mesa central representa uma sala de estar, é um ambiente muito semelhante com a sala de uma casa. Trata-se do local onde os três apresentadores costumam ficar por muito tempo. Normalmente é de lá que Zucatelli abre e fecha os blocos, pede para rodar os vídeos, além de comentar sobre o que é a reportagem e após sua exibição explicar alguns fatos retratados. Ainda sentados ali, os três comentam os fatos de forma descontraída, ressaltando, o caráter de sala de estar dessa parte do estúdio, como retratado na cena de 01/07/2013 abaixo:

³¹A Jornada Mundial da Juventude é um evento internacional, organizado pela Igreja Católica, que reúne jovens de todo o mundo.



Figura 13 – Apresentadores do Hoje em Dia conversando

Fonte: <http://noticias.r7.com/videos/veja-o-hoje-em-dia-desta-segunda-feira-1-na-integra/idmedia/51d1ae3a0cf2c9f75e6e85f1.html>

É também no sofá que os convidados do programa são recebidos, ou seja, é como se eles fossem a visita de uma casa. Na cena abaixo, em 03/07/2013, os apresentadores recebem o eliminado de *A Fazenda*:



Figura 14 – Apresentadores do Hoje em Dia conversam com o convidado

Fonte: <http://noticias.r7.com/videos/hoje-em-dia-sabatina-primeiro-eliminado-da-fazenda-veja-na-integra-/idmedia/51d44b720cf2b2e5fae20385.html>

Além da ambientação da sala de estar, o cenário do *Hoje em Dia* ainda conta com uma cozinha, além de espaço multiuso, para receber as mais variadas atrações. Este espaço é

equipado de diferentes formas, dependendo de que é necessário para exibir cada matéria. Por exemplo, quando a edição fala sobre cabelos e um cabeleireiro vai ao estúdio, este local é caracterizado como um salão de beleza, como em 11/07/2013:



Figura 15 – Cris apresentou o quadro *Quem Te Viu Quem Te Vê*

Fonte: <http://noticias.r7.com/videos/veja-na-integra-o-hoje-em-dia-desta-quinta-feira-11-/idmedia/51dedc6b0cf2c9f75e6e8ebd.html>

Já para no quadro *Você e o Doutor* este espaço, é utilizado para receber o convidado e para o Médico explicar a doença, através de peças imitando partes do corpo humano, como nas imagens de 01/07/2013:



Figura 16 – Cena do quadro *Você e o Doutor*

Fonte: <http://noticias.r7.com/videos/veja-o-hoje-em-dia-desta-segunda-feira-1-na-integra/idmedia/51d1ae3a0cf2c9f75e6e85f1.html>

No dia 10/07/2013, este mesmo espaço serviu para receber blogueiros que conversaram com o convidado do programa, como é possível observar abaixo:



Figura 17 – Blogueiros participam do programa

Fonte: <http://noticias.r7.com/videos/hoje-em-dia-recebe-lu-schievano-e-comemora-dia-da-pizza-veja-na-integra/idmedia/51dd8e7b0cf25a7d43ff6ef2.html>

Já a cozinha do *Hoje em Dia* é equipada com equipamentos de última geração. Em 28/02/2011 foi criada uma horta para cultivar os ingredientes utilizados na culinária. Entretanto, a horta não é exibida no programa. A figura abaixo retrata Edu na cozinha em 12/07/2013, preparando uma receita do quadro *O Segredo da Receita*:



Figura 18 – Edu cozinhando

Fonte: <http://noticias.r7.com/videos/assista-ao-hoje-em-dia-desta-sexta-feira-12-na-integra/idmedia/51e0376f0cf2b2e5fae20b79.html>

Uma comparação dos dois cenários nos permite dizer que, no *Mais Você*, estamos diante de uma dona-de-casa, mais tradicional, aquela que organiza e separa bem os cômodos da casa e que tem prazer de receber as visitas com uma mesa farta. Já o *Hoje Em Dia*, remete a uma mulher mais moderna, multitarefa que reaproveita os espaços. A ênfase na sala de estar também remete a essa mulher moderna. A mulher representada pelo Hoje em Dia pode até ser dona-de-casa, mas, além disso, desempenha outros papéis. Chris, inclusive, deixou isso claro ao afirmar, em 11/07/2013, no quadro *Quem Te Viu, Quem Te Vê*: “(...) olha como ela chegou aqui, no nosso estúdio, a Elisângela, nossa telespectadora, como toda mulher brasileira tem que cuidar da casa do marido, dos filhos, trabalha”.

3.3.4 Os anúncios publicitários veiculados nos programas

Em 1973, a televisão trouxe uma novidade para a programação com o objetivo de influenciar indiretamente os consumidores. Era o merchandising, “a publicidade indireta de algum produto inserida no conteúdo do programa transmitido” (MATTOS, 2000, p.188).

Os produtos anunciados em ambos os programas são, em sua maioria, voltados para a beleza da mulher, para cozinhar, para o bebê, para limpeza. Isso mostra a representação que se faz do público-alvo dos programas: mulheres e principalmente donas de casa. Elas não podem descuidar da própria aparência nem da casa e devem cozinhar e cuidar dos filhos ou netos. Tanto no *Mais Você* como no *Hoje em dia*

O material comercial — *merchandising* — está claramente embutido no programa, com a apresentadora discutindo e explicando as vantagens do produto, num diálogo onde impera a redundância. O programa é todo entremeado por esses “patrocinadores”, que se mesclam com as matérias de serviço, é difícil de distinguir um do outro (TEMER, 2006, p.98).

Os produtos no merchandising do *Mais Você* nos dez dias analisados foram: Suvnil (tinta), Neve (papel higiênico), Meu Bife Knorr (tempero), Claro HDTV, Pampers (fralda), Comfort (amaciante), Cacau Show (rede de lojas de chocolate), BIGFRAL (fralda geriátrica), Nova linha de maquiagem Avon, Azeite Andorinha, Carrefour (rede de hipermercados), Omo (sabão em pó), Cafeteira Nescafé, Mundo Verde (rede de loja de produtos naturais) e os Produtos da P&G: Pampers (fralda), Gillette (lâmina de barbear) e Pantene (Produtos para o cabelo). Outros produtos que são anunciados pelo programa: Maxton (tintura para cabelo da

Embeleze), GladeRefresh Air (purificador de ar), Revolution (antipulgas), Whiskas (ração para gato).

Um exemplo de *merchandising* feito por Ana em 12/07/2013: “Eu já tô aqui fuçando em tudo isso porque é hora do papo daquela que mais cuida da gente, a família P&G. A família você já conhece, tem Pantene e tantos outros produtos. Respeito é o que o Pantene está fazendo, você usa por 15 dias a Coleção Restauração e se depois 15 dias você não ficar satisfeita, a Pantene poderá devolver seu dinheiro. Desafio cabelo top ou o seu dinheiro de volta.” O Louro também participou, falou de uma curiosidade sobre cabelos, depois Ana explicou como essa linha de produtos age e completou, “Experimenta 15 dias, vamos ver se o seu cabelo fica top?” Esse top, é uma cobrança para as mulheres serem perfeitas. Ana no momento do anúncio:



Figura 19 – Ana apresenta a Coleção Restauração da Pantene

Fonte: <http://noticias.r7.com/videos/assista-ao-hoje-em-dia-desta-sexta-feira-12-na-integra/idmedia/51e0376f0cf2b2e5fae20b79.html>

Os produtos que apareceram em *merchandising* nestes dez dias de análise do *Hoje em Dia* foram: Meu Bife Knorr (tempero) e Imedia Excellence da L'oreal Paris (tintura para cabelo). Outros produtos que são anunciados pelo programa: Raid (inseticida), Azeite Gallo, Aqui tem Natura (portal de conteúdo da TV Natura), Mr Musculo Pastilha (desodorizador sanitário), Pedigree (ração para cães).

Em 11/07/2013, no *merchandising* do Imedia Excellence, que inclusive já acontece dentro do *Quadro Quem Te Viu, Quem Te Vê*, Chris ainda enfatiza “a gente vai atrás desse novo guarda roupa que ela precisa ter (...) eu tô adorando, esse marido vai ficar tão feliz”. A participante do quadro até havia falado sobre o marido antes da fala de Chris, mas a

apresentadora concordou e passou para as telespectadoras a necessidade da mulher estar sempre arrumada para o marido. Isso passou ainda para o telespectador a impressão de que sua mulher deve se arrumar para ele e não para ela. Chris no momento do anúncio:



Figura 20 – Chris divulga a tintura no Quadro *Quem Te Viu Quem Te Vê*

Fonte: <http://noticias.r7.com/videos/assista-ao-hoje-em-dia-desta-sexta-feira-12-na-integra/idmedia/51e0376f0cf2b2e5fae20b79.html>

Nos casos de AVON e Pantene anunciados no *Mais Você*, e do Imedia Excellence da L'oreal Paris, anunciado do *Hoje em Dia*, fica claro que, nos programas “inserido entre propagandas de cremes e produtos para o cabelo e para a estética em geral, predomina um discurso no qual a beleza é associada com a saúde e, principalmente, com o bem estar” (TEMER, 2006, p.97).

CONCLUSÃO

Uma vez que as representações de gênero são criadas pela própria sociedade e a mídia contribui na instituição dessas representações, neste estudo, o objetivo principal foi perceber como se dá a representação atual da mulher na mídia, com foco exploratório em dois programas de emissoras diferentes, o *Mais Você* e o *Hoje em Dia*, cujo principal público alvo é a mulher.

Como explorado e mencionado ao longo deste trabalho, a entrada da mulher no mercado de trabalho e a pílula anticoncepcional possibilitaram mais independência ao gênero feminino, e fizeram com que novas representações da figura da mulher fossem acumuladas às antigas. Entretanto, as novas representações, como a da mulher com independência financeira, não chegaram de forma massificada ao inconsciente da sociedade em relação à imagem da própria mulher, apesar de o passado já não representar a realidade da maioria delas. O mesmo acontece em relação aos programas femininos analisados, pois mesmo com as variações tênues entre ambos, eles ainda retratam uma mulher dona de casa.

Em síntese, podemos dizer que para o programa da Record, a mulher já é mais moderna, não precisa cozinhar, recebe convidados na sala de estar, cuida da casa e dos filhos, mas também trabalha fora. Enquanto isso, o *Mais Você* representa uma mulher tradicional, que vive para cuidar do lar, brincar com os netos, tem bastante tempo livre, comanda a cozinha de sua casa e recebe os convidados sempre em volta de uma mesa cheia, para prover. Em ambos os programas, a mulher é apresentada como pessoa sensível, sentimental e que se emociona facilmente, o que acontece principalmente através de depoimentos pessoais e histórias de vida. A mulher é vista como compreensiva, atenciosa para com os outros e boa ouvinte.

Os quadros dos programas pesquisados abordam assuntos semelhantes como, culinária, beleza, moda, comportamento e saúde. Estes temas são os tradicionais do universo feminino e são, portanto, os ainda entendidos pelas emissoras, Globo e Record, como mais interessantes para as mulheres. Como mencionado neste estudo, continua bastante ativa a representação da mulher que está em casa cuidando da saúde, de prover cuidado para família, que segue um protocolo social e de moda ainda muito focado na aparência.

Vale ressaltar que os temas voltados para a vida profissional, para economia e política, que por muito tempo foram considerados assuntos masculinos - mesmo anos após a emancipação da mulher - não fazem parte dos temas frequentes dos programas estudados e

praticamente não recebem qualquer ênfase na programação. Além disso, nos momentos em que acontece qualquer menção a esses assuntos, os mesmos são apresentados de maneira didática, já considerando essa falta de familiaridade ou de interesse do público feminino pelo conteúdo. Quando o tema economia aparece, é comum que esteja inserido em matérias a respeito de trabalhos que podem ser realizados pela mulher, como artesanatos. Tais trabalhos são apresentados como possibilidade de renda extra a ser conquistada em um suposto tempo livre, no intervalo do trabalho com a casa ou em uma possível falta de ocupação.

Contudo, apesar da representação da mulher como dona de casa ser uma característica comum aos programas estudados, é importante destacar as nuances que diferenciam as abordagens. No *Hoje em Dia*, como citado, a imagem da mulher não é unicamente a de dona de casa, como acontece no *Mais Você*; ela já começa a ser considerada como tendo outros afazeres e os concilia com os trabalhos domésticos e o cuidado com os filhos. Outra imagem que está presente apenas no *Hoje em Dia*, é a figura da mãe, trazida com mais força pela apresentadora Chris Flores, enquanto no *Mais Você*, Ana Maria é exemplo das mulheres com netos.

Uma característica comum aos programas é o aspecto comercial, com anúncio de produtos no formato merchandising, com oferta de cosméticos, fralda, desodorizador sanitário, inseticida, e tempero, por exemplo. Todos esses artigos que remetem a um público feminino preocupado em prover para si e para família e como influenciador de compra de determinados produtos e responsável pela decisão de compra de outros.

Quando analisamos além do conteúdo tratado, os cenários dos programas também reforçam algumas representações: a mulher dona de casa no *Mais Você* e a mulher mais moderna do *Hoje em Dia*. Neste sentido, até a cozinha, comum em ambos os programas, é explorada de forma diferente. Chris não prepara pratos, como Ana Maria o faz, e quem cozinha no programa dela é sempre um apresentador homem. Ana Maria tem a réplica de uma casa como cenário, com mesa de café da manhã sempre pronta para receber "visitas", um *home office*, local de onde ela normalmente narra as notícias, uma área externa para receber pessoas e utilizar o forno à lenha, e uma capela, retratando religiosidade e fé. Os apresentadores do *Hoje em Dia*, por sua vez, normalmente ficam na sala de estar que compõe o cenário do programa, local onde também recebem os convidados sem servir refeição. O outro espaço desse programa é mais versátil e se transforma de acordo com a necessidade do tema abordado e dos convidados recebidos, retratando com mais clareza a modernidade e a busca de novos formatos menos tradicionais.

É válido ressaltar que na realização desse trabalho foram encontradas algumas dificuldades ao buscar informações sobre o *Hoje em Dia*, mesmo que recorrendo a fontes oficiais, como o site do programa e assessoria da emissora. Assim, alguns dados que seriam interessantes para a pesquisa, por exemplo, uma descrição dos quadros exibidos aos sábados, não foram encontrados. E o histórico desse programa foi montado através do complemento das informações oficiais com notícias encontradas nos mais diversos sites.

Enfim, pode-se dizer que a sociedade passou por diversas mudanças e as mulheres viveram sua emancipação. Entretanto, os dois programas femininos atuais de maior sucesso na TV aberta, quando analisados em profundidade, em todos os aspectos através dos quais podem representar seu público-alvo, ainda enxergam e, conseqüentemente, tratam esse público feminino como incapaz de se interessar e até compreender assuntos mais complexos que vão além do universo da casa, de si e da família.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, Jane Soares. **Mulher e Educação: A Paixão Pelo Possível**. São Paulo: Fundação Editora da UNESP, 1998.

ALVES, Branca Moreira, BARSTED Leila L. Novos padrões e velhas instituições: feminismo e família no Brasil. In: RIBEIRO, Ivete (Org.). **Família e Valores**. São Paulo: Loyola. 1987, p. 205-223.

ALVES, Branca Moreira; PITANGUY, Jacqueline. **O que é Feminismo**. São Paulo: Abril Cultural: Brasiliense, 1985.

ARONCHI, José Carlos de Souza. **Gêneros e Formatos na Televisão Brasileira**. São Paulo: Summus, 2004.

BOURDIEU, Pierre. **A dominação Masculina**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1999.

BUITONI, D. S. **Imprensa Feminina**. 2^a. ed. São Paulo: Ática, 1990.

COHEN, Ilka Stern. Diversificação e segmentação dos impressos. In: LUCA, Tania Regina de; MARTINS, Ana Luiza (orgs.). **História da Imprensa no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2008, p. 103-130.

DIAS, Suelly Maria Maux. **Imprensa Feminina, Folhetim e Histórias de Vida**. In: XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2003, Belo Horizonte.

ENGELS, Friedrich. **A Origem da Família, da Propriedade Privada e do Estado**. Rio de Janeiro: Civ. Bras. Ed. 1971.

FERREIRA, Jociene Carla Bianchini; GOMES Pâmela Biage. **Jornalismo especializado: a produção da Revista *Femmina***. In: XVI Congresso de Ciências da Comunicação, 2011, São Paulo.

FREIDSON, Eliot. **Renascimento do Profissionalismo**. São Paulo: Edusp, 1998.

FOUREZ, Gérard. **A Construção das Ciências: Introdução à Filosofia e à Ética das Ciências**. Tradução: ROUANET, Luiz Roberto. São Paulo: Editora Unesp, 1995.

GASTALDO, Édison. A representação do espaço doméstico e papéis de gênero na publicidade. In: FUNCK, Susana Bornéo; WIDHOLZER, Nara (orgs.). **Gênero em discursos da Mídia**. Florianópolis: Ed. Mulheres, 2005, p. 53-69.

JODELET, Denise. Representações sociais: um domínio em expansão. In: JODELET, D. (org.). **As Representações sociais**. Rio de Janeiro: Eduerj, 2002, p. 17-44.

LEAL, Guaraciara Barros; MONTEIRO, Angélica. **Mulher: da Luta e dos Direitos**. Brasília: Coleção Brasil, 1998.

LIMA, Sandra Lúcia Lopes. Imprensa feminina, revista feminina. **Projeto História**, n.35, 2007, São Paulo.

LIPOVETSKY, Guilles. **A terceira Mulher: permanência e revolução do feminino**. São Paulo: Companhia das Letras. 2000.

MACKENZIE, Iain. **Política: Conceitos-chave em Filosofia**. Porto Alegre: Artmed, 2001.

MAIA, Jussara Peixoto. Manhã Maior ao vivo e as interfaces com o jornalismo. In: **9º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo**, nov. 2011, Rio de Janeiro.

MARTINS, Ana Luiza. Imprensa em Tempos de Império. In: LUCA, Tania Regina de; MARTINS, Ana Luiza (orgs.). **História da Imprensa no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2008.

MARX, Karl. **O capital**. London: Penguin Books, 1867. v.1

MATTOS, Sérgio. **A televisão no Brasil: 50 anos de história (1950-2000)**. Salvador: Editora PAS, 2000.

MENSCHIK, Jutta. *Feminismus, geschichte, theorie und praxis*. Köln: Verlag Pahl Rugenstein, 1977.

MICHELET, Jules. **HISTÓRIA DA REVOLUÇÃO FRANCESA: Da Queda da Bastilha a Festa da Federação**. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

MORAIS, Anielle A.F. de; PROCÓPIO, Mariana Ramalho; SILVA, Renata K. **Revista Claudia e o Conceito de Independência Feminina**. In: XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2006, Brasília.

MOREIRA, Nadilza M. de B. *JÚLIA LOPES DE ALMEIDA: O LUGAR DO FEMININO NA IMPRENSA OITOCENTISTA BRASILEIRA*. In: **Letr@ Viv@**, v. 9, n. 1, 2008, p 147-160.

MOREL, Marco. Os primeiros passos da palavra Impressa. In: LUCA, Tania Regina de; MARTINS, Ana Luiza (orgs.). **História da Imprensa no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2008, p. 23-43.

OLIVEIRA, Suely de; RECAMÁN, Marisol; VENTURINI, Gustavo (orgs.). **A MULHER BRASILEIRA NOS ESPAÇOS PÚBLICO E PRIVADO**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo. 2004.

PINHEIRO, Najara Ferrari. **OS MAGAZINES FEMININOS TELEVISIVOS E O SHOPPING: ELEMENTOS QUE SE INTERCONECTAM**. In: XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2002, Salvador.

PINHEIRO, Najara Ferrari; RECKZIEGEL, José Luis Carvalho. **Magazines femininos televisivos: um formato híbrido do gênero magazine**. In: XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2006, Brasília.

PROCÓPIO, M. R. O ethos do homem do campo nos quadrinhos de Chico Bento. **Dissertação** (Mestrado). Pós-Graduação em Linguística do Texto e do Discurso na Universidade Federal Minas Gerais, Belo Horizonte, 2008.

ROCHA, Everardo. **Representações do Consumo: estudos sobre a narrativa publicitária.**

Rio de Janeiro: Muad, 2006.

SARDENBERG, Cecília. Da Crítica Feminista à Ciência a uma Ciência Feminista. In:

COSTA, Ana Alice. SARDENBERG, Cecília. (org.). **Feminismo, Ciência e Tecnologia.**

Salvador: REDOR/NEIM-FFCH/UFBA, 2002, p. 89-120.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de Revista.** 2ª. ed. São Paulo: Contexto, 2004.

TEDESCHI, Losandro Antonio. **História das mulheres e as representações do feminino.**

Campinas: Curt Nimuendajú, 2008.

TEMER, Ana Carolina Rocha Pessôa. Representações da mulher de meia idade na televisão:

Ana Maria Braga e o programa *Mais Você*. In: **Caderno Espaço Feminino**, v.15, n.18,

Jan./Jun. 2006, p. 85-105.

_____. **Mais Você: uma análise da Revista Feminina na Televisão.** In: XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2005, Uberlândia.

ZIRBEL, Ilze. **O LUGAR DA MULHER NA ANTROPOLOGIA PRAGMÁTICA DE**

KANT. Campinas: Kant e-Prints. Série 2, v. 6, n. 1, 2011.