

Cornelli, Isis (BIC/UCS); Araújo; Nicolas (BIC/UCS) Lipp, Bárbara (Estágio PREX); Nervis, Bianca (Estágio PREX); Stecanella, Janine (Voluntária); Guarnieri, Lucas (Voluntário); Klemm, Candice (co-orientadora); Pinheiro, Najara (orientadora)

Renomas - Nem Narciso nem Dom Juan: a representação da nova masculinidade na televisão

Metodologia

A investigação se desenvolve a partir da reflexão embasada em estudo bibliográfico e da análise de um corpus, definido a partir de um estudo prévio e de gravações aleatórias e delimitadas para determinar a amostra representativa para a análise evidenciando generalizações ou asserções sobre o objetivo que se persegue.

A etapas do estudo dividem-se em três momentos:

1) Análise e caracterização dos programas (quadros, cenário, enquadramento, duração);

2) Caracterização dos atores sociais envolvidos (apresentadores, visitantes);

2.1) Representação discursiva dos atores sociais: relação entre a linguagem verbal e não-verbal (gestual, expressão facial, campo semântico, seleção lexical);

3) Construção da radiografia das estratégias lingüísticas e dos elementos que representam de forma mais precisa o segmento masculino no Brasil.

Referências

- BOURDIEU, P. - A Dominação Masculina. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002.
- FAIRCLOGH, N. Discurso e mudança social, Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2001.
- FOUCAULT, M. História da Sexualidade III – o cuidado de si. Rio de Janeiro: Graal, 1985.
- _____. Um diálogo sobre os prazeres do sexo Nietzsche, Freud e Marx Theatrum Philosophicum. Landy: 2000.
- GHILARDI, M. I. O gênero masculino em revistas de culinária. Perspectiva (Erexim): 2007.
- HALL, S. A Identidade Cultural na Pós-modernidade. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.
- LOURO, G.; NECKEL J. ; GOELLNER, S. (org). Corpo, Gênero e Sexualidade. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2003.
- OLIVEIRA, P. A construção social da masculinidade. Belo Horizonte: UFMG, 2004.
- RESENDE, V. M.; RAMALHO, V. Análise de Discurso Crítica. São Paulo: Contexto, 2006.

Objetivo

Investigar o processo de construção de sentidos e de significação da nova masculinidade no discurso dos programas da TV de canal aberto: Hoje em Dia, da Rede Record e Mais Você, da Rede Globo, analisando as estratégias verbais e não-verbais com vistas a interpretar os papéis, as identidades e as representações que comunicam os sentidos de masculino através das representações de corpo.

Resultados Parciais

Analisando alguns fragmentos do programa 'Hoje em Dia' pela ótica das relações de gênero e de representação de masculino na televisão, considerando para isso alguns conceitos como o de linguagem, de identidade/representação, de ideologia, de poder e de dominação, podemos chegar a um possível esboço representação da 'nova' masculinidade na sociedade contemporânea.

Há uma 'permissão' para que certos sentimentos e atitudes passem a constituir, também, os sentidos de masculinidade. Os homens que antes eram vistos unicamente como os seres dominante, tendo as mulheres como dependentes (financeira e emocionalmente), já não se enquadra mais nessa representação hegemônica. A ótica não é mais essa, e as exceções e inversões de papéis se tornam cada vez mais comuns. A sociedade parece estar se configurando, cada vez mais, para a democratização dos gêneros, que nascem muito antes dos movimentos feministas, mas que se mostram mais fortes a partir dele, com a reformulação da concepção de masculinidade.