

Mulheres nos especiais *Bah!*:

Identidade gaúcha e representação feminina

Women on the specials *Bah!*: Gaúcha identity and female representation

Mestranda Mariana NOGUEIRA HENRIQUES

Universidade Federal de Santa Maria (Brasil)

mari.nhenriques@gmail.com

Doutor Flavi Ferreira LISBOA FILHO

Universidade Federal de Santa Maria (Brasil)

flavilisboa@gmail.com

Resumo

O presente trabalho busca analisar de que forma a identidade feminina é representada na RBS TV, a partir do discurso enunciado pelos programas televisivos *Bah! Um programa muito gaúcho*, e *Bah! Eu sou do Sul*, apresentados em 20 de setembro de 2013 e 2014, respectivamente. Esta proposta insere-se em um cenário em que a identidade regional é fortemente marcada e masculina. Neste contexto, chama-nos atenção, porém, a preponderância feminina na apresentação e condução dos programas analisados, que são transmitidos de dois locais comumente associados à figura do homem, um Centro de Tradições Gaúchas e o Acampamento Farroupilha. Compreendendo, a partir dos estudos culturais, que os meios de comunicação de massa, como produtos culturais, agem de forma dinâmica e ativa na construção e consolidação de identidades e estabilidade social, a televisão, se torna, então, um dos principais locais através dos quais a cultura circula e é produzida. Ou seja, torna-se não apenas o local em que se articulam poderes e interesses econômicos, mas, também assume papel cultural quando se torna fonte do imaginário social e negocia a representação de sua identidade. Neste sentido, a partir de uma análise cultural, tendo como operador analítico o circuito da cultura de Johnson (2006), busca-se relacionar como se dá a presença e a representação dessas mulheres em um contexto tradicionalista nos programas. Observa-se que o programa, ao mesmo tempo em que rompe com a premissa da subordinação feminina, tendo quatro mulheres no comando dos especiais, ainda evidencia o estereótipo mais difundido do gaúcho, ligado ao tradicionalismo, ao homem dos pampas, das indumentárias típicas, neste

contexto, as mulheres, apresentam traços masculinizados, em uma tentativa de minimizar as diferenças existentes entre os sexos, em um ambiente de dominação da figura masculina.

Abstract

The present work pursues to analyze how RBS TV represents the female identity, from the speech enunciated by its television programs *Bah! Um programa muito gaúcho* and *Bah! Eu sou do Sul*, broadcasted on September 20th of 2013 and 2014, respectively. This proposal is inserted in a setting in which regional identity is strongly branded and masculine. In this context, however, it's called to our attention, the female preponderance in presenting and conducting both of the analyzed shows, which were broadcasted from two extremely man-associated locations, a Centro de Tradições Gaúchas and the Acampamento Farroupilha. Understanding, through cultural studies, that mass medias, as cultural products, act dynamic and actively in construction and consolidation of identities and social stability, the television, becomes, then, one of the main means throughout which culture circulates and is produced. So, it becomes not only the place in which powers and economic interests are articulated, but also takes on a cultural role when it becomes source of the social imaginary and negotiates its identity representation. Accordingly, based on cultural analysis, having as the analytical operator Johnson's (2006) Circuit of Culture, we seek to relate how the presence and representation of these women in a traditionalist context is given in the programs. It is noted that the program, at the same time that it breaks with the premise of female subordination, having four women in charge of the specials, it points out the most diffused gaucho stereotype, connected to traditionalism, man of the pampas, typical apparel. In this context, the women are presented with masculinized features, in an attempt to minimize the existing differences between the sexes, in an environment of male figure domination.

Palavras Chave: Estudos culturais, Identidade, Gênero, Representação, Televisão Regional

Key Words: Cultural Studies, Identity, Genre, Representation, Regional Television.

1. Introdução

A televisão, entre as mídias atuais, é a mais popular e a principal forma de obtenção de informações e entretenimento por parte da população. No Brasil, de acordo com dados veiculados no site do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2010), no total das

moradias do país, 95,1% dos domicílios possuem televisão, ou seja, em nove de cada dez lares, este aparelho está presente. A partir daí, entende-se que a TV torna-se uma porta-voz da cultura, local onde ela se expressa, se reconhece, se configura e reconfigura permanentemente. Desse modo, ao longo das últimas décadas, modificou hábitos, costumes, valores e comportamentos da sociedade, tornando-se uma das grandes responsáveis por construir imaginários sociais e identidades culturais.

Devido sua ampla abrangência, transita em uma escala que vai do global às pequenas comunidades e é nestas últimas, principalmente, que a televisão pode se tornar porta voz e espaço de reconhecimento, o que garante o êxito das televisões regionais. Em um Estado como o Rio Grande do Sul, em que as questões culturais e de identidade são fortemente valorizadas, as televisões regionais auxiliam na representação e afirmação da identidade hegemônica gaúcha. A partir dessa perspectiva, os programas *Bah! Um programa muito gaúcho* e *Bah! Eu sou do Sul*, apresentados no dia 20 de setembro¹ de 2013 e 2014, respectivamente, ricos em elementos simbólicos e especificidades da cultura gaúcha, podem revelar intencionalidades políticas, culturais e econômicas, características da mídia televisiva.

Neste contexto, destaca-se a apresentação feminina dos programas, que são transmitidos de dois locais comumente associados à figura masculina, do Centro de Tradições Gaúchas e do Acampamento Farroupilha. Na primeira edição, o especial foi apresentado por Carla Fachim e Shana Müller, e na segunda, por Cristina Ranzolin e Rodaika Dienstbach. As duas edições contaram com a presença de Neto Fagundes como um terceiro apresentador. Com base nisto, valorizando as relações entre comunicação e cultura, a presente pesquisa visa, através dos estudos culturais, aliado ao conceito de identidade e gênero, analisar de que forma a identidade feminina é representada na RBS TV, a partir do discurso enunciado pelos programas televisivos *Bah!*, apresentados em 20 de setembro de 2013 e 2014, em um contexto em que a identidade regional é fortemente marcada e masculina. Utilizou-se, para tal, do protocolo metodológico de Johnson (2006), que relaciona, em um circuito, a produção, os textos, as leituras e as culturas vividas, possibilitando uma análise abrangente do produto audiovisual.

2. Estudos Culturais e Estudos de Gênero

Os estudos culturais têm início no final da década de 1950, com os trabalhos de Richard Hoggart, Raymond Williams e Edward Thompson. Estes primeiros estudiosos começaram a questionar o estabelecimento de hierarquias entre formas e práticas culturais, ordenadas a

¹ Data em que se celebra a Revolução Farroupilha no Rio Grande do Sul.

partir de oposições como cultura alta/baixa, superior/inferior, entre outras binariedades (ESCOSTEGUY, 2001). Percebe-se, então, que entre os objetivos dos estudos culturais está a ideia de revelar os discursos marginais, não oficiais, ou daqueles que propriamente não têm voz. Em 1969 se junta ao grupo Stuart Hall, que incentivou o desenvolvimento de estudos etnográficos, dos meios de comunicação e das práticas de resistência das subculturas. Ao longo dos tempos, este campo foi englobando autores, pensadores e temas diversos.

Nos anos 1970, incorporam-se às questões trabalhadas pelos estudos culturais, os estudos feministas, com questionamentos referentes à identidade e seu não determinismo apenas por questões culturais, mas também, de gênero. Porém, a incorporação dessa temática, mesmo que apreciada por muitos pensadores, não se deu de forma fácil, já que, conforme explica Hall (2003), quando do início dos trabalhos feministas, percebeu-se que mesmo dentro do próprio Centro, ainda era forte a presença de um poder patriarcal, que se sentiu afrontado com as novas perspectivas sociais. Ou seja, mesmo em um espaço em que se buscava valorizar culturas e enfrentamentos, os estudos feministas sofreram resistência e oposição, o que fez com que ganhassem visibilidade apenas no final da década de 1970.

Foi neste contexto de tensão e questionamentos que o termo *feminismo* surge com o objetivo de problematizar as diferenças sociais entre homens e mulheres e desigualdade de gênero como uma construção social. Assim, nos anos 1970, o conceito de gênero começa a ser utilizado como uma forma de diferenciação entre o sexo como algo biológico e o gênero como resultado de construções sociais e culturais. Essa diferenciação era uma forma de enfrentar o determinismo biológico, segundo o qual as características consideradas femininas eram derivadas naturalmente do seu sexo.

Simone de Beauvoir (1970), neste sentido, afirma que a mulher sempre foi considerada “o outro”, sendo, então, inferior ao homem, por ser o seu oposto, o *sexo frágil*. Em contraposição a essa ideia, o conceito de gênero surge como sendo um sistema social, cultural, psicológico e literário constituído a partir de ideias, comportamentos, valores e atitudes associadas ao masculino e ao feminino (SCHMIDT, 1994). Dessa forma, busca complexificar o debate sobre as diferenças entre homens e mulheres, englobando contextos e definições para além, dando suporte a diversos tipos de gênero que podem existir individualmente. Exemplo disso, é que, atualmente, o *Facebook* no Brasil já permite que o usuário escolha entre 17 opções diferentes de gênero e, caso não se enquadre em nenhuma delas, tem a possibilidade de criar uma categoria própria. Além disso, também fornece a opção de escolha de tratamento, como masculino, feminino ou neutro. Porém, ocorre que desde pequenos somos “acostumados” a fazer distinções apenas entre o feminino e o masculino, “meninas gostam de rosa e brincam de boneca, meninos gostam de azul e brincam de carrinho”. Essas distinções, ao longo do tempo,

vão definir o “feminino” como inferior ao “masculino”, e, a partir disso, são transformadas em desigualdades hierárquicas através de discursos masculinos sobre a mulher.

Pensar o gênero através das relações sociais, baseado nas diferenças entre feminino e masculino envolve, também, problematizar símbolos e conceitos culturalmente disponíveis em nossa sociedade. “Esses conceitos são expressos nas doutrinas religiosas, educativas, científicas, políticas ou jurídicas e tipicamente tomam a forma de uma oposição binária que afirma de forma categórica e sem equívoco o sentido do masculino e do feminino” (SCOTT, 1995, p.86). O problema deste binarismo reside na exclusão de outras possibilidades de interpretação e na escolha de uma posição dominante para ser a representante da figura da mulher, como se esta fosse um consenso social. Dessa forma, é necessário buscar por um arranjo político e institucional que desconstrua essas oposições binárias que definem o que é ser homem ou mulher de modo antagônico, atribuindo valores a cada um. É preciso, então, considerar a formação de identidades de gênero que se organizem através de representações sociais e culturais.

Neste sentido, Farah (2004) chama atenção para o caráter histórico das diferenças entre gênero e a construção social das percepções sexuais, destacando a necessidade de romper com a homogeneização desses campos, o masculino e o feminino, e reconhecer a diversidade existente no interior de cada um deles. Sem isso, as atuais relações de gênero fazem com que as desigualdades entre homens e mulheres, se tornem desigualdades de poder. “O padrão dominante nas identidades de gênero de adultos envolve uma situação de subordinação e de dominação das mulheres, tanto na esfera pública como na privada” (FARAH, 2004, p.48). Desde a infância somos expostos a diversas situações que naturalizam as questões de gênero, na própria família, na escola, através de brincadeiras e até com a mídia.

3. Identidade e gênero no Rio Grande do Sul

O termo identidade, bem como seu conceito, é utilizado e interpretado a partir dos mais variados campos do saber. Ele pode ser entendido a partir de nossa essência genética, o que nos individualiza e nos faz ser únicos, e, ao mesmo tempo, no campo social e antropológico, é o que nos une e nos assemelha aos demais. Neste sentido, compreendemos identidade como um conjunto de características que identificam e servem como forma de reconhecimento de um grupo social.

A identidade hegemônica que temos hoje no Rio Grande do Sul vem se forjando desde a segunda metade do século XIX e, desde então, estudiosos e historiadores tem se ocupado a pesquisar questões relativas a ela. Contribuíram com isto a literatura, a imprensa, a música, o

Movimento Tradicionalista Gaúcho (MTG) e, recentemente, os diversos suportes midiáticos, com destaque para as televisões locais, que auxiliaram para sua disseminação de uma forma mais abrangente.

A despeito de uma diversidade cultural no Estado, engendrou-se uma figura única do gaúcho que é constantemente evocada para definir o povo do Rio Grande do Sul. Figura esta, predominantemente masculina, remete ao homem rural, das lidas campeiras, trajado com bota e bombacha e com seu inseparável companheiro, o cavalo. Traz, ainda, a virilidade, a valentia, e o orgulhoso de seus feitos e realizações dos tempos das guerras e revoluções. As mulheres, nessa representação, ficam em segundo plano e, mesmo em situações em que é exaltada como heroína, ela apresenta atributos próprios da figura masculina. Ou seja, no Rio Grande do Sul, os valores, as representações e os significados construídos em torno da cultura regional tomam o masculino como referência.

A imagem do gaúcho contemporâneo está intimamente relacionada à figura difundida pelo MTG, a partir dos anos 1940. Essa figura incorporou-se ao imaginário social, carregando, ao longo das décadas, diversos estereótipos que formaram um sujeito e que, por consequência, forjou uma representação desta identidade, tornando-a hegemônica. Esta imagem relaciona-se a de um povo guerreiro, batalhador, orgulhoso, viril, com princípios, ética, moral e força. Legado este que teria sido recebido devido a seu histórico de lutas e enfrentamentos, como na Revolução Farroupilha (1835-45), Guerra do Paraguai (1864), Revolução Federalista (1893-95), Coluna Prestes (1925), Revolução de 30, "Legalidade" em 1961. Todo esse cenário serviu de base para a instauração de uma sociedade patriarcal, militarizada e pecuarista no Estado, em que, de acordo com Pesavento (1991), as características mais valorizadas eram a força, a coragem e a destreza. Era preciso estar preparado para enfrentar o inimigo, para cuidar dos rebanhos de gado e cavalgar longas distâncias.

Neste sentido, de acordo com Woodward (2000, p.27), a afirmação das identidades é historicamente específica, ou seja, uma das formas pelas quais as identidades se estabelecem é por meio do apelo a antecedentes históricos. “Ao afirmar uma determinada identidade, podemos buscar legitimá-la por referência a um suposto [...] passado glorioso, [...] que poderia validar a identidade que reivindicamos”. No caso da identidade gaúcha, essa construção está fortemente relacionada à Revolução Farroupilha, que, em seus dez anos de duração (1835-1845), forneceu vasto material para que fosse moldada a identidade do povo sul-rio-grandense. Ocorre, porém, que nesta referida representação, a mulher foi excluída da história, perdeu a voz e a ação. Pesavento (1991, p.59) afirma que “a historiografia oficial gaúcha compunha a imagem de um passado essencialmente masculino, linear e heroico, adequado a uma sociedade onde os homens ditavam as leis e ocupavam os cargos de mando”.

Essa figura do gaúcho pode ser visualizada, por exemplo, em uma imagem que é tida como a “representação do povo gaúcho”, a estátua do Laçador², que busca reproduzir o “autêntico” gaúcho, inspirada em Paixão Côrtes (Figura 1). Esse fato corrobora com o pensamento de Jacobina e Kühner (1998) que afirmam que, desde as primeiras civilizações a história da humanidade é marcada pelos personagens masculinos, que eram guerreiros, heróis e artistas.



Figura 1: Estátua do Laçador
Fonte: Porto Alegre Turismo

Então, nos anos 1940 quando o país vivia um intenso processo de desenvolvimento, progresso econômico e internacionalização, surge Paixão Cortes que reúne o Grupo dos Oito, em uma tentativa de reacender as características ditas gaúchas que estavam se perdendo em meio ao que vinha de fora. Assim, no ano de 1948 foi criado o primeiro CTG, o 35, em Porto Alegre, com o objetivo de ser um local que reuniria costumes e tradições gaúchas. Esta figura masculina, dentro do CTG é caracterizada pelo peão, que se coloca como protagonista do movimento. Cabe destacar, ainda, que na criação dos primeiros CTGs, as mulheres não eram aceitas nos encontros. Somente após dois anos de existência dos Centros é que algumas foram convidadas a participar das reuniões tradicionalistas.

Tornou-se necessário, desta forma, construir, também, uma figura feminina que representasse o tradicionalismo, dando origem à prenda. Essa imagem, de acordo com Dutra (2002), foi criada com a partir de discursos recorrentes sobre a mulher no Estado, baseado em uma doutrina católica e concepções positivistas, reafirmando uma moral conservadora do movimento. Esta mulher concebida deveria ser pura, ingênua e graciosa. Ou seja, na

² A estátua foi criada em 1954, para a exposição do IV Centenário de fundação da cidade de São Paulo, em que foi realizado um concurso público para a execução de uma escultura que servisse como símbolo de cada Estado. Representando o Rio Grande do Sul, foi criada a estátua do Laçador, inspirada em Paixão Côrtes, folclorista, escritor, compositor e pesquisador gaúcho. A estátua foi definida como Símbolo Oficial de Porto Alegre, em 1992. Atualmente localiza-se no Sítio do Laçador, na avenida dos Estados no bairro São José, na zona norte da cidade próxima ao Aeroporto Salgado Filho. Criada pelo escultor pelotense Antônio Caringi, representa o gaúcho tradicionalmente pilchado.

idealização da prenda criaram-se um conjunto de valores que deveriam fazer parte da “essência feminina”, como a delicadeza, beleza, simpatia e recato.

Essa construção, por parte do MTG, retoma a ideia apresentada por Pesavento (1991), de que as mulheres, na historiografia eram sempre deixadas em segundo plano, quando não ocultadas. Eram consideradas frágeis e submissas. Porém, para além de uma identidade hegemônica e de registros masculinizados, surge outra figura da mulher, diferente da difundida. São diversos os registros encontrados em cartas que relevam que muitas mulheres eram participantes ativas não só na direção das estâncias, mas também conhecedoras de políticas e táticas de guerra, auxiliando muitos homens em suas estratégias de batalha (PESAVENTO, 1991). E esta situação não era incomum. Com tantas guerras, os homens ausentavam-se de suas casas por longos períodos de tempo, e quem assumia o controle das atividades econômicas e financeiras, eram as mulheres, as estancieiras. Além disso, não raras vezes participavam de forma mais ativa nos conflitos, quando cediam suas casas para abrigos de soldados, depósito de armamentos ou como postos de correio, ainda doavam bens e dinheiros para a causa, – imagem oposta aquele estereótipo feminino idealizado.

4. As mulheres em *Bah!*

Os estudos culturais compreendem que os meios de comunicação de massa agem de forma dinâmica e ativa na construção e consolidação de identidades e estabilidade social. Neste sentido, Hall (2003) afirma que quando as práticas de significação começam a ser investigadas, ocorre uma mudança nas análises dos *media*, ou seja, compreende-se que o discurso televisivo não é neutro e está intimamente relacionado às estruturas de produção de sentido.

A mídia televisiva, para os estudos culturais, corresponde a um dos principais locais através dos quais a cultura circula e é produzida. Com base nisso, Rocha (2011, p.10) afirma que “[...] estudar a TV não significa simplesmente dedicar-se àquilo que ela transmite, mas, de forma específica, significa atentar-se para o próprio processo pelo qual os conteúdos se realizam no fluxo televisivo”. Ou seja, observar o fluxo televisivo desde a produção dos textos até a recepção, no momento e no contexto em que acontecem. Analisar televisão a partir dos estudos culturais é compreender que a produção, a circulação e o consumo dos produtos culturais podem ser pensados através de um circuito em que cada um dos momentos depende dos outros e, ao mesmo tempo, é indispensável para o todo. Tem-se que considerar as práticas interpretativas da audiência e pensar em uma relação de influência direta da produção/textos na recepção. Deste modo, apresenta-se o circuito da cultura de Johnson (2006) (Figura 1), que trataremos enquanto protocolo metodológico para analisar os programas *Bah!*.

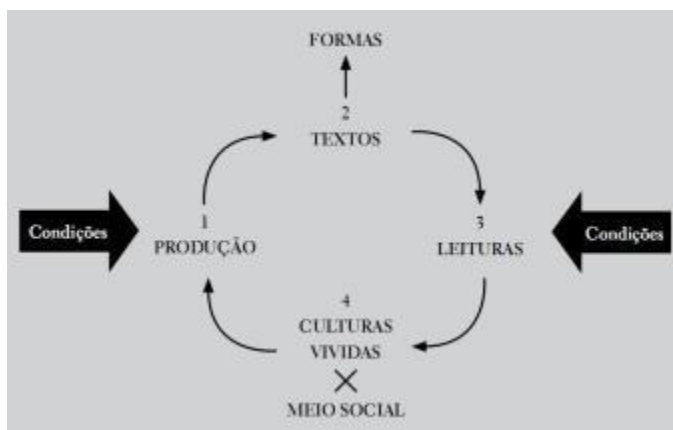


Figura 2: Circuito da Cultura de Johnson
Fonte: Escosteguy (2007)

No circuito, em **produção** estão centradas as preocupações com a organização das formas culturais, ou seja, aquilo que reflete diretamente no produto midiático. Aqui, devem-se incluir também aspectos subjetivos, ou seja, pensar na produção relacionada com as culturas vividas e suas influências. Em **texto**, está o modo como as formas simbólicas são tratadas para produzir significado. Centram-se aqui as análises textuais, discursivas e outras relacionadas ao produto midiático em si. Nas **leituras** estão relacionadas as práticas de recepção, é o espaço de produção de sentido. Já por **culturas vividas** entende-se o meio social em que se pautam a produção e as leituras (ESCOSTEGUY, 2007, p.120-121), é o contexto em que os programas se inserem, que abordamos na seção anterior “Identidade e gênero no Rio Grande do Sul”. Neste trabalho o foco recai nas estruturas de produção e texto, entretanto, sem desconsiderar alguns aspectos das leituras e culturas vividas.

Assim, para dar conta da produção, valemo-nos da pesquisa realizada sobre a emissora e sobre a própria produção do programa. Considerando que a RBSTV foi a primeira e, hoje, uma das principais emissoras regionais afiliadas a Rede Globo, ao longo do tempo já consolidou uma linha de programação voltada para a cultura gaúcha. Neste cenário, as televisões regionais atuam como importante centro de afirmação e reforço das identidades locais. Para Hinerasky (2005), as emissoras regionais servem como um ambiente de reconhecimento e identificação para as populações das regiões em que operam, já que refletem e representam as imagens desses grupos.

Assim, percebe-se que os programas especiais *Bah!* foram produzidos nos moldes do Galpão Crioulo, um dos programas mais tradicionais nesta linha, no ar desde 1982, na emissora. As semelhanças são percebidas nos cenários, nos apresentadores e na direção, que inclui a diretora atual do Galpão Crioulo, Rosana Orlandi, e Silvio Barbizan, que já dirigiu o programa.

Esses elementos e o modo como já são conhecidamente organizados, afetam diretamente os textos, que são observados a partir de três eixos principais, os cenários, os apresentadores e as vestimentas. Sendo assim, os programas *Bah!* também se assemelha ao *Galpão Crioulo* quando opta por cenários rústicos, que remetem aos galpões de estâncias, espaço importante onde a vida rural acontece e que podem ser observados tanto no CTG Rancho da Saudade, como no Acampamento Farroupilha, locais onde a presença feminina não era aceita ou onde as “mulheres de família” não deviam estar. Rodas de carretas, bancos baixos feitos de tocos de madeira, pelegos, lampiões misturam-se a muitos holofotes que se distribuem pelos espaços, além de grandes telões localizados ao fundo (Figuras 3 e 4).



Figura 3: CTG Rancho da Saudade
Fonte: Bah! Um programa muito gaúcho



Figura 4: Acampamento Farroupilha
Fonte: Bah! Eu sou do Sul

Destaca-se, ainda, a escolha dos apresentadores dos especiais e, em relação a isto, a preponderância feminina. Neto Fagundes, nas duas edições, aparece como um terceiro apresentador, estando em segundo plano em relação a elas. Sua figura já dá sinais de certa abertura em relação aos costumes gaúchos mais tradicionais. Neto, de acordo com Lisboa Filho (2009), através de sua imagem dinâmica e jovial, seu tom de voz e sorriso sempre presente, dá mostras do que está sendo feito e construído em termos de (re)adequações da cultura gaúcha através de suas vestimentas, como o uso da bombacha castelhana, e readaptações de músicas gaúchas para outros ritmos.

Junto a Neto Fagundes, na primeira edição do programa *Bah!*, está Shana Müller, cantora tradicionalista e também a primeira mulher a apresentar o *Galpão Crioulo*. Essa participação, de acordo com Bortoluzzi et al. (2013, p.7) “representa a ação da atual mulher gaúcha, que busca autonomia enquanto sujeito social”. Elementos de fácil reconhecimento no contexto tradicionalista são utilizados em ambos os programas, como forma de gerar familiaridade e

credibilidade com o público, legitimando a nova atração e dando a ela os componentes mais difundidos da identidade gaúcha hegemônica.

Carla Fachim, por sua vez, destoa dos anteriores. Tem sua trajetória ligada a programas de notícias da RBSTV. Há mais de 18 anos na rede, sua participação também dá credibilidade ao especial, trazendo, porém, uma perspectiva nova, mais contemporânea na representação da identidade gaúcha.

Na segunda edição de *Bah!*, ambas as apresentadoras são distantes do meio tradicionalista, porém, têm uma imagem forte e representativa na condução de seus programas. Cristina Ranzolin é uma das principais apresentadoras da RBSTV, sendo âncora do Jornal do Almoço desde 1996. Sua imagem e nome já são reconhecidos no meio, o que facilita com que *Bah! Eu sou do Sul*, seja aceito pelo público. Rodaika Dienstbach insere-se no programa na tentativa de atrair uma audiência mais jovem, já que tem sua imagem intimamente relacionada a este público. Na emissora, apresenta o Mistura, lidera as coberturas do Planeta Atlântida³ e participa em programas de rádio com dicas de moda, beleza e comportamento.

Cabe ressaltar, também, que na primeira edição do programa Shana Müller e Carla Fachim apresentavam-no apenas do CTG. Já na segunda edição, o especial passa a ser transmitido só do Acampamento Farroupilha, que agora tem Cristina Ranzolin e Rodaika Dienstbach como as âncoras. Podemos relacionar a presença das apresentadoras neste ambiente masculino com a crescente participação e aceitação das mulheres no mercado de trabalho, nos postos de comando, nos espaços públicos e na esfera política. Esses locais que anteriormente eram associados ao homem, em que a presença feminina era desvalorizada e, por vezes, não aceita, passaram por grandes transformações – que são percebidas, também, no contexto cultural gaúcho.

Outro elemento que merece destaque são os trajes utilizados. No caso das apresentadoras, nenhuma delas, utiliza o tradicional vestido de prenda. Mais próximo a isto, na primeira edição Shana Müller usa um traje característico da mulher do peão das vacarias (1950-1820) (LISBOA FILHO, 2009), composto de uma saia escura e blusa em tom claro (Figura 5). Mesmo que destoe das vestes tidas como típicas da mulher, pelo MTG, são mantidas referências que remetem ao vestido de prenda. Já a jornalista Carla Fachim, utiliza elementos da indumentária masculina, veste uma calça e colete marrons, com uma camisa e lenço no pescoço, o que poderia ser considerada uma versão moderna, urbana e feminina do típico traje masculino (Figura 6).

³ O Planeta Atlântida é um festival de música anual organizado pelo Grupo RBS. Teve sua primeira edição em 1996, no Rio Grande do Sul. Em 1998 passou a ser realizado, também, em Santa Catarina.

VIII Seminario Regional (Cono Sur) ALAIC
“POLÍTICAS, ACTORES Y PRÁCTICAS DE LA COMUNICACIÓN:
ENCRUCIJADAS DE LA INVESTIGACIÓN EN AMÉRICA LATINA”
27 y 28 de agosto 2015 | Córdoba, Argentina



Figura 5: Vestimentas Shana Müller
Fonte: Bah! Um programa muito gaúcho



Figura 6: Vestimentas Carla Fachim
Fonte: Bah! Um programa muito gaúcho

Este mesmo padrão de vestimentas é utilizado na segunda edição, por Cristina Ranzolin (Figura 6), que veste uma camisa branca com colete marrom e lenço no pescoço, também remetendo aos trajes masculinos. Completando esta veste, usa calça *jeans* justa com uma bota, trazendo elementos mais contemporâneos ao vestuário tradicional do gaúcho.

Rodaika está vestida com calça *jeans*, blusa preta, e diversos acessórios como colares e anéis, suas vestimentas são as que mais se diferem do que é considerado típico gaúcho. O elemento que, em sua roupa, faz referência aos trajes gaúchos é a utilização de um xale estampado e com franjas (Figura 7).



Figura 7: Vestimentas Rodaika e Cristina Ranzolin
Fonte: Bah! Eu sou do Sul

O uso das indumentárias associadas à figura do homem indica uma busca pela sensação de poder, confiança e segurança relacionadas ao sexo oposto. Ou seja, a partir da utilização desses elementos, procura-se minimizar as diferenças existentes entre os sexos, em um contexto de dominação da figura masculina. Esta tarefa torna-se mais evidente quando da utilização de apresentadoras já consagradas na emissora para conduzir a atração, já que cada uma, em seus respectivos programas, ocupa uma função de destaque, que apenas foi transferida para os especiais, acrescidos de elementos que remetem à cultura gaúcha mais tradicionalista.

Neste sentido, apesar dos visíveis elementos que remetem a uma identidade hegemônica, reforçando alguns costumes já associados ao gaúcho, nota-se, também, a presença de componentes mais contemporâneos, que a atualizam. É evidente que não podemos pensá-la como fixa e imutável e essas transformações sofridas ao longo do tempo são resultados de mudanças sociais, políticas e econômicas.

5. Considerações Finais

Os especiais *Bah! Um programa muito gaúcho* e *Bah! Eu sou do Sul*, foram criados para a comemoração do 20 de setembro, data em que se celebra a Revolução Farroupilha. Este enfrentamento ajudou a moldar algumas das principais características ditas da identidade gaúcha. O gaúcho deveria ser bravo, viril, corajoso, estar sempre pronto para a batalha. Às mulheres, caberia ficar na sombra das conquistas. Neste contexto, percebemos, que os programas *Bah!* utilizam-se majoritariamente do estereótipo do gaúcho. Os temas abordados, em geral, as danças típicas, a culinária e os costumes, são comumente associados ao Estado. O programa inova ao trazer atrações mais variadas, que na segunda edição tem mais autonomia que na primeira, entretanto, mesmo com as pequenas aberturas, segue perpetuando a imagem hegemônica.

A presença da mulher, neste contexto, aparece, principalmente, na figura das apresentadoras e ali permanece. O programa, em nenhuma das edições abordou a presença das mulheres na história gaúcha, assim como pouco fala da importância dos escravos negros e de outras minorias. Porém, mesmo que a temática do programa não as contemple, suas figuras a frente das atrações revela que alguns paradigmas já começam a se alterar. Por outro lado, ainda são muito fortes os traços que a masculinizam a fim de se encaixar nesse padrão. Ao colocar quatro mulheres para apresentar os especiais, rompe-se com a ideia da submissão feminina e atualiza-se a imagem da mulher gaúcha frente a uma identidade, mesmo que com traços masculinos. Por outro lado, essas mulheres contemporâneas precisam reafirmar uma imagem

de segurança, fortaleza, independência, proatividade, características que remetem à figura do homem.

Neste sentido, o programa – e as apresentadoras - atuam a partir da transmissão de uma ideia de empoderamento feminino, buscando evidenciar o comando das mulheres, colocá-las em postos masculinos e de comando. Assim, por mais que não evidencie claramente questões que envolvem gênero, ele auxilia na percepção da abertura dos lugares de fala e, aos poucos, a imagem de uma mulher inferior, submissa começa a ganhar outros contornos, a ser visível perante a sociedade. Neste sentido, nos parece que os especiais *Bah!*, ao mesmo tempo em que buscam fortalecer uma identidade hegemônica, a partir de cenários, convidados, e alguns figurinos, abrem espaços para elementos contemporâneos, que se mesclam ao tradicional. As figuras das apresentadoras são o exemplo disto, que, em meio a um contexto tradicionalista, emergem como mulheres urbanas, independentes e capazes de comandar o “clubinho masculino”, dentro de um galpão.

6. Bibliografia

BEAUVOIR, Simone de. (1970). *O segundo sexo*. Fatos e Mitos. São Paulo: Difusão Europeia do Livro.

BORTOLUZZI, Cristiane Greiwe. et al. (2013). Do tradicional à customização: a representação feminina do programa televisivo Galpão Crioulo. In: VI Encuentro Panamericano de Comunicacion, Córdoba. *Anais*. Córdoba: CONAPAM..

DUTRA, Cláudia P.(2002). *A prenda no imaginário tradicionalista*. Porto Alegre: Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 2002. Dissertação (Mestrado em História) – Programa de Pós-graduação em História, Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina. (2007). Circuitos de cultura/circuitos de comunicação: um protocolo analítico de integração da produção e da recepção. *Comunicação, mídia e consumo*, São Paulo, v. 4, n. 11, nov.

_____. (2001). Os estudos culturais. IN: HOHLFELD, A.; MARTINO, L.C.; FRANÇA, V.V.F. (Org). *Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências*. 8ed. Petrópolis, RJ: Vozes.

FARAH, Marta Ferreira Santos. (2004). Gênero e políticas públicas. *Estudos Feministas*, Florianópolis, n.12, jan./abr.

HALL, Stuart. (2003). Estudos Culturais e seu Legado Teórico. In: HALL, Stuart; SOVIK, Liv. *Da diáspora: Identidades e Mediações Culturais*. Belo Horizonte: Humanitas.

HINERASKY, Daniela Aline. (2005). A produção de teledramaturgia regional: um estudo sobre a identidade cultural nas séries de ficção da RBS TV. *Revista Acadêmica do Grupo Comunicacional de São Bernardo*. São Bernardo do Campo v. 2, n. 3, jan/jun.

- IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. (2010) *Censo*. Rio de Janeiro.
- JACOBINA, Eloá; KÜHNER, Maria Helena (Orgs). (1998). *Feminino / masculino: no imaginário de diferentes épocas*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil.
- JOHNSON, Richard. (2006). O que é, afinal, Estudos Culturais? In: SILVA, Tomaz Tadeu da. (org.) *O que é, afinal, Estudos Culturais?* Belo Horizonte: Autêntica.
- LISBOA FILHO, Flavi Ferreira. (2009). *Mídia Regional: gauchidade e formato televisual no Galpão Crioulo*. 2009. 236 p. Tese, Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação, Universidade do Vale dos Sinos, São Leopoldo.
- PESAVENTO, Sandra Jatahy. (1991). Mulheres e história: a inserção da mulher no contexto cultural de uma região fronteiriça. *Revista de Literatura Brasileira*, Florianópolis, n.23, p. 54-72.
- ROCHA, Simone Maria. (2011). Os estudos culturais e a análise cultural da televisão: considerações teórico-metodológicas. *Revista Interamericana de Comunicação Midiática*, Santa Maria, v.10, n.19.
- SCHMIDT, Rita Terezinha. (1994). Repensando a cultura, a literatura e o espaço da autoria feminina. In: NAVARRO, Márcia Hoppe. (Org.). *Rompendo o silêncio: gênero e literatura na América Latina*. Porto Alegre: Editora da Universidade/UFRGS.
- SCOTT, Joan. (1995). Gênero: uma categoria útil de análise histórica. *Revista Educação e realidade*, Volume 20, n. 2, Julho/Dezembro. EDITORA: Porto Alegre, p. 71-99.