

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ**  
**MICHELLE THOMÉ**

**JOGOS DE PODER: AS ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO  
DE MULHERES E HOMENS NO RÁDIO**

**CURITIBA**  
**2008**

**MICHELLE THOMÉ**

**JOGOS DE PODER: AS ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO  
DE MULHERES E HOMENS NO RÁDIO**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Sociologia, Departamento de Ciências Sociais, Universidade Federal do Paraná, como requisito parcial para obtenção do título de mestre em Sociologia.

Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Miriam Adelman

**CURITIBA**

**2008**

Thomé, Michelle

Jogos de poder: as estratégias de comunicação de mulheres e homens no rádio. / Michelle Thomé. – Curitiba, 2008. 176 f.: UFPR: Departamento de Ciências Sociais.

Orientadora: Miriam Adelman

Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Setor de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal do Paraná.

1. Gênero 2. Comunicação 3. Radiojornalismo

## **ATA DA SESSÃO DE DEFESA DE DISSERTAÇÃO**

Ata da Sessão Pública de defesa de dissertação para obtenção do Título de Mestre em Sociologia.

No dia 29 de agosto de 2008, às 14h, nas dependências do curso de Pós-Graduação em Sociologia do Setor de Ciências Humanas, Letras e Artes da Universidade Federal do Paraná, reuniu-se a banca examinadora designada pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação em Sociologia, composta pelos Professores Doutores Clarissa Jordão – DELEM/UFPR, Talvani Lange – DECOM/UFPR e Miriam Adelman – Orientadora e presidente da Banca Examinadora (UFPR), com a finalidade de julgar a dissertação da candidata MICHELLE THOMÉ, intitulada “JOGOS DE PODER: AS ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO DE MULHERES E HOMENS NO RÁDIO”, para obtenção do grau de mestre em Sociologia. O desenvolvimento dos trabalhos seguiu o roteiro de sessão de defesa estabelecido pela coordenação do curso, com abertura, condução e encerramento da sessão solene de defesa feito pela orientadora Doutora Miriam Adelman. Após haver analisado o referido trabalho e argüido a candidata, os membros da banca examinadora deliberaram pela aprovação da acadêmica, habilitando-a ao título de Mestre em Sociologia, linha de pesquisa “Cultura e Sociabilidades” da área de concentração em CULTURA E PODER, desde que apresente a versão definitiva da dissertação conforme regimento interno do programa.

Curitiba, 29 de agosto de 2008.

**Professor Doutor Talvani Lange**

**Professora Doutora Clarissa Jordão**

**Professora Doutora Miriam Adelman**

Orientadora e presidente da banca examinadora

*Aos que compreendem a complexidade de  
uma jornada como esta e compartilham do  
desejo de progredir sempre.*

## AGRADECIMENTOS

À Miriam Adelman, pela orientação neste trabalho; pelo empréstimo de livros; pelas conversas agradáveis nas cafeterias e, principalmente, pela inspiração a partir de seus belos textos acadêmicos.

Às professoras Clarissa Jordão e Anna Beatriz pelas dicas na qualificação, uma etapa muito mais prazerosa do que eu poderia ter imaginado.

Aos colegas da Rádio CBN Curitiba, principalmente à Roberta Canetti, que prontamente se dispôs a colaborar com a pesquisa. À Michelli Nascimento e ao Vinícius Sgarbe, que contribuíram com a transcrição dos programas de rádio.

Aos especialistas convidados que participaram dos programas de rádio analisados.

Aos colegas e professores do mestrado que me incentivaram na pesquisa.

À Denise, que me ajudou nos grandes momentos de ansiedade – que não foram raros –, me incentivou e acreditou que eu seria capaz de concluir o programa.

Ao amigos Gladimir, que de mansinho fez com que eu me inscrevesse no programa de mestrado; Mira, que me orientou na elaboração do projeto de pesquisa; e Cida, que desde o começo me ajudou a delinear o objeto de pesquisa, emprestou boa parte do material bibliográfico e torceu todas as semanas; e Fábria, sempre pronta a ajudar com as dúvidas das Ciências Sociais.

À mais do que colega Daniela, pela grande amizade cultivada durante as aulas do mestrado, pelos empréstimos de textos e livros e pelas tardes de café, pão de queijo e risada na sua casa.

À minha família, pelo apoio vindo de Caçador, Porto Alegre e Campo Grande.

Ao Rhodrigo, por todos os momentos juntos, pelo carinho e suporte emocional durante todas as etapas deste trabalho.

*Communications is a double bind in the sense that anything we say to honor our similarity violates our difference, and anything we say to honor our difference violates our sameness.*

Deborah Tannen

## RESUMO

O rádio é um fenômeno social que reproduz as dimensões de gênero da prática comunicativa cotidiana entre homens e mulheres. As relações de gênero compreendem relações sociais baseadas numa complexa e contínua construção e desconstrução das relações de poder entre homens e mulheres. Esta dissertação é um estudo interdisciplinar sobre gênero e linguagem no radiojornalismo e tem por objetivo o mapeamento e a análise das estratégias de comunicação presentes nos discursos transmitidos ao ouvinte a partir da interação de especialistas mulheres e homens que participaram de cinco programas “CBN Debate”. Os programas escolhidos para este trabalho tiveram a participação igualitária de gêneros e foram ao ar na Rádio CBN Curitiba (Central Brasileira de Notícias) em 2007. Os cinco programas foram analisados a partir da observação pela escuta das gravações e pela transcrição integral das falas. Foram levadas em consideração não somente as falas literais, mas também as emoções dos debatedores passadas através da voz. Buscamos mostrar a história da participação feminina nos espaços de elaboração e transmissão da cultura, o papel dos meios de comunicação na sociedade e as características das vozes femininas e masculinas nos meios de comunicação. Também focamos a história e os avanços dos estudos de gênero e a construção de sentidos e as relações de poder na língua pensada como discurso. Este processo analítico teórico ajudou a mostrar como a mulher se insere no contexto institucional contemporâneo e como se expressa. As semelhanças e as diferenças da prática discursiva dos gêneros contribuem para o entendimento das relações sociais e do posicionamento das mulheres e dos homens na sociedade. Essa problematização amparou-se na articulação entre o referencial teórico dos estudos culturais de Stuart Hall e Raymond Williams, os estudos da linguagem de Mikhail Bakhtin e Michel Foucault, a produção das sociolinguistas Deborah Tannen, Sally McConnell-Ginet e Penelope Eckert, as pesquisas da área da fonoaudiologia de Cida Stier e Clóvis Barros Filho e a contribuição feminista e dos estudos de gênero, principalmente as reflexões de Susan Bordo, Judith Butler e Teresa de Lauretis. Foram criadas especificamente para esta pesquisa 19 categorias para analisar as estratégias e os estilos de comunicação observados nos programas de debate no rádio. A conclusão é que há um jogo de poder – por vezes harmonioso, outras vezes dissonante – nas estratégias de comunicação de homens e mulheres em suas falas públicas no rádio. Neste jogo, todos querem vez e voz. Os recursos usados para atingir este objetivo são semelhantes de uma forma geral, porém com algumas características próprias de cada gênero, uma vez que entendemos que o gênero é discursivamente construído. O comportamento comunicacional feminino e masculino verificado nesta pesquisa também está lá fora, em situações do cotidiano em que homens e mulheres sentem-se confiantes e estimulados a se expressar.

Palavras-chaves: gênero, comunicação, radiojornalismo.

## ABSTRACT

Radio broadcasting is a social phenomenon that reproduces dimensions of the day-to-day communication between men and women. Gender relations comprehend social power relations. This essay is a multidisciplinary study of gender and language in radio journalism and intends to trace and to analyze communication strategies present in speeches that were broadcast on radio concerning the interaction between men and women participating in “CBN Debate”. The five programs chosen for this analysis had equal participation of the two genders and were broadcasted by CBN Radio Curitiba in 2007. The programs were analyzed based on listening sessions of all five recordings as well as on full transcripts of the material. Not only the literal speeches were taken into consideration, but also the participants’ emotions through their voices. The goal was to show the history of women’s participation in elaborating and transmitting culture, the role of media in society, and characteristics of women’s and men’s voices. This essay has also focused on the advance of gender studies and the construction of meaning and power relations in spoken language and discourse. This analytical process helped to show how women establish themselves in the contemporary institutional context and how they express themselves. The resemblances and differences between the genders discourses contributed to the understanding of social relations and the roles of women and men in society. This work develops on theoretical reference from the cultural studies by Stuart Hall and Raymond Williams, the linguistic studies by Mikhail Bakhtin and Michel Foucault, works by sociolinguists Deborah Tannen, Sally McConnell-Ginet and Penelope Eckert, research on phonology by Cida Stier and Clóvis Barros Filho and the contributions from gender studies by Susan Bordo, Judith Butler and Teresa de Lauretis. In this work, 19 categories were specially created to analyze communication styles present in the radio debates. The conclusion is that there is a power game – harmonious or dissonant by turns – in the communication strategies used by men and women in their public speeches on the radio. In this game, everyone fights for public space. The resources employed to attract attention to oneself are similar, but with some particular gender characteristics at the same time. The communicational behavior of women and men in this research is repeated in everyday life.

Key-words: gender, communication, radio journalism.

## SUMÁRIO

<b>CONSIDERAÇÕES INICIAIS .....</b>	<b>11</b>
<b>1 O DESENVOLVIMENTO DA CULTURA DE MASSA E SUAS INSTITUIÇÕES.....</b>	<b>18</b>
1.1 AS MULHERES E OS ESPAÇOS DE ELABORAÇÃO E TRANSMISSÃO DA CULTURA.....	22
1.2 AS MULHERES NA HISTÓRIA DO RADIOJORNALISMO.....	38
<b>2 GÊNERO, LINGUAGEM E A FORMAÇÃO DOS DISCURSOS.....</b>	<b>42</b>
2.1 AS PERSPECTIVAS DE GÊNERO – PASSADO E PRESENTE.....	42
2.2 A CONSTRUÇÃO DO DISCURSO.....	50
2.3 LINGUAGEM E GÊNERO.....	53
2.4 LINGUAGEM E GÊNERO NO AMBIENTE DE TRABALHO.....	63
2.5 O GÊNERO E A PRÁTICA DA COMUNICAÇÃO – E DO SILÊNCIO.....	68
<b>3 COMUNICAÇÃO E GÊNERO: HOMENS E MULHERES NO RADIOJORNALISMO.....</b>	<b>79</b>
3.1 A VOZ E A CONFIABILIDADE DO CONTEÚDO.....	81
3.2 A VOZ DOS REPÓRTERES E A ADEQUAÇÃO À NOTÍCIA.....	84
3.3 A VOZ E O GÊNERO DOS REPÓRTERES.....	87
<b>4 AS ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO DE MULHERES E HOMENS NO PROGRAMA CBN DEBATE.....</b>	<b>92</b>
4.1 SINOPSES DOS PROGRAMAS.....	95
4.1.1 Indisciplina escolar.....	96
4.1.2 Trânsito de Curitiba.....	98
4.1.3 Boa forma.....	100
4.1.4 Depressão.....	102
4.1.5 Direito do consumidor.....	103
4.2 OS ESTILOS E AS ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO.....	105
4.2.1 Interrupção da fala do outro.....	107
4.2.2 O uso da palavra no diminutivo.....	116
4.2.3 Declaração de vínculo pessoal.....	117

4.2.4	Uso da polidez.....	118
4.2.5	Uso de verbos no futuro do pretérito.....	122
4.2.6	Argumento de autoridade.....	123
4.2.7	Referência ao âncora.....	125
4.2.8	Referência aos colegas de debate.....	126
4.2.9	Uso do elogio.....	133
4.2.10	O artifício da risada.....	134
4.2.11	Estratégia da humildade.....	136
4.2.12	Referências de gênero.....	138
4.2.13	Discurso impaciente.....	142
4.2.14	Ironia.....	142
4.2.15	Alteração de discurso.....	143
4.2.16	Desconsideração de mal-entendido.....	145
4.2.17	Provocação.....	147
4.2.18	Defesa de posicionamento durante um conflito.....	150
4.2.19	A estratégia da insistência.....	156
	<b>CONCLUSÃO.....</b>	<b>161</b>
	<b>GLOSSÁRIO DE TERMOS DO RADIOJORNALISMO.....</b>	<b>168</b>
	<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>169</b>

## CONSIDERAÇÕES INICIAIS

A vertente sociolinguística de gênero e comunicação é nova no Brasil. Há pouquíssimas pesquisas feitas no País e raras são as obras traduzidas para o português. Ao decidir pesquisar os estilos e as estratégias de comunicação das mulheres e dos homens em programas de rádio trilhei caminhos pela Sociologia, Linguística, Comunicação e Fonoaudiologia.

O enfoque desta pesquisa baseia na Sociologia a discussão do espaço feminino nos meios de transmissão de cultura, o contexto institucional da divisão do trabalho no jornalismo e a hierarquia dentro desses espaços. Da Linguística vem o embasamento da concepção dos discursos que são difundidos pelas ondas do rádio. Da Comunicação vem a discussão da inserção dos meios de comunicação na vida moderna e a participação feminina. Os estudos da voz da área da Fonoaudiologia ajudam a entender as diferenças vocais entre homens e mulheres.

Esta pesquisa começou a ser elaborada em agosto de 2005, durante o Primeiro Simpósio Brasileiro Gênero & Mídia em Curitiba, quando me aproximei da temática e resolvi me inscrever no processo de seleção do Mestrado em Sociologia da Universidade Federal do Paraná (UFPR). Com algumas idéias na cabeça, mas sem a base teórica sociológica, fui assistir às aulas de gênero no programa como aluna ouvinte da disciplina da professora Marlene Tamanini. A partir daí, elaborei um projeto de pesquisa, que foi aceito pela banca examinadora do processo seletivo e entrei no programa no início de 2006. Nesta época passei a freqüentar também os encontros do Núcleo de Gênero, coordenado pelas professoras Miriam Adelman e Ana Paula Vosne Martins.

Sou jornalista formada pela UFPR na turma de 1996, trabalho com radiojornalismo há 13 anos e há muito tempo percebo a preferência por vozes masculinas no ar em detrimento das vozes femininas. Por isso, inicialmente, elaborei o projeto de pesquisa para o programa de mestrado a partir da hipótese de que haveria sim uma diferença de credibilidade da voz feminina ou masculina na narração de notícias no radiojornalismo. E eu perguntaria aos ouvintes se eles teriam esta percepção. Como há, comprovadamente, cerca de 60% de mulheres no mercado

jornalístico, mas a maioria das vagas de repórter e apresentador nas emissoras de rádio é destinada a homens, eu quis entender se há mesmo esta preferência pela voz masculina no rádio (e por quem), mesmo as mulheres sendo maioria. Para verificar esta hipótese, contaria com a colaboração de grupos focais formados por ouvintes assíduos da emissora. Eles é que fariam a avaliação dos discursos presentes nos programas. A pesquisa seria feita com alguns ouvintes da Rádio CBN (Central Brasileira de Notícias) em Curitiba.

Uma pré-seleção dos ouvintes pesquisados começou a ser feita em junho de 2005, na época da germinação do tema desta pesquisa e das aulas de gênero. Entre dezembro de 2005 e janeiro de 2006, 50 ouvintes receberam um e-mail apresentando o tema e convidando-os a participar da pesquisa. Menos da metade respondeu ao e-mail aceitando o convite. Fiquei frustrada, mas segui em frente na metodologia escolhida. Posteriormente, este grupo recebeu, também por e-mail, um questionário e dois arquivos de áudio (um com voz feminina e outro com voz masculina) que precisariam ser ouvidos antes do preenchimento do questionário. Estavam previstas discussões com seis grupos focais, compostos por oito pessoas cada um, sendo que deveria haver uma equivalência no número de entrevistados que se declararam homens ou mulheres (ou seja, quatro de cada gênero por grupo). Não cheguei a montar os grupos focais.

Esta prévia empírica não foi diretamente aproveitada nesta dissertação, mas trouxe ensinamentos metodológicos significativos e indicou novos caminhos que passaram a ser percorridos. Este teste inicial passou a fazer parte da construção do “artesanato intelectual” desta pesquisa, termo do sociólogo norte-americano Wright Mills (1965) para definir a união das experiências pessoais e profissionais dos pesquisadores. Ao dominar todas as etapas do trabalho intelectual, experiências são acumuladas e desenvolve-se o que ele chama de “imaginação sociológica”, ou seja, tentativas, acertos e erros, idéias vagas e aparentemente desconexas tornando-se relevantes do ponto de vista científico.

A imaginação sociológica, permitam-me lembrar, consiste em grande parte na capacidade de passar de uma perspectiva a outra, e no processo estabelecer uma visão adequada de uma sociedade total de seus componentes. É essa imaginação que distingue o cientista social do simples técnico (pp. 227-228).

A Rádio CBN Curitiba foi instalada no dia 5 de maio de 1995 e faz parte de uma rede totalmente voltada para a transmissão de noticiário e com a cultura organizacional de contratar somente jornalistas (e não radialistas)<sup>1</sup> para o departamento que apura as notícias e produz os programas jornalísticos. Era comum em outras emissoras, até então, usar radialistas para ler textos no espaço obrigatório diário destinado às notícias.<sup>2</sup> O jornalista Milton Jung, apresentador do programa CBN São Paulo, conta no livro “Jornalismo de rádio” que na maioria das rádios em FM<sup>3</sup> brasileiras, antes da CBN, “ao jornalismo era reservado apenas o espaço obrigatório previsto em lei para a frequência modulada. Mesmo assim, as notícias eram apenas lidas, muitas vezes reproduzidas de emissoras AM<sup>4</sup>” (p. 46).

A CBN é a maior rede brasileira de emissoras de rádio *all news* e integra o Sistema Globo de Rádio. A rede foi inaugurada no dia 1 de outubro de 1991, no Rio de Janeiro, e hoje é formada por quatro emissoras próprias (São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte e Brasília) e por 22 emissoras afiliadas (Ponta Grossa, Maringá, Londrina, Paranaguá, Curitiba, Blumenau, Campinas, Cuiabá, Florianópolis, Fortaleza, Goiânia, João Pessoa, Maceió, Manaus, Mogi Mirim, Natal, Porto Alegre, Recife, Ribeirão Preto, Salvador, Teresina e Vitória).

Desde o início deste processo acadêmico me preocupei por estar inserida no ambiente a ser pesquisado por ser coordenadora da Redação da emissora de Curitiba e ter cerca de 13 anos de convivência com os colegas de trabalho e com os especialistas convidados para os programas. O contato com um texto sobre a metodologia do observador participante, que diz que esta proximidade com o objeto facilita o acesso ao universo da pesquisa e o estabelecimento do contato inicial, me tranqüilizou. Segundo Arthur J. Vidich:

---

<sup>1</sup> A diferença entre o jornalista e o radialista está na definição e na regulamentação de cada profissão. São profissões regulamentadas de modos diferentes, previstas em leis distintas. A lei que regulamenta a profissão de jornalista é o Decreto-lei nº 972, de 17 de outubro de 1969. A lei que trata dos radialistas é a Lei nº 6615, de 16 de dezembro de 1978 - regulamentada pelo D-084.134-1979. Na prática, jornalista trabalha com conteúdo jornalístico e radialista só pode trabalhar em programas com outras características dentro do rádio, como, por exemplo, apresentação de programa musical. Os dois profissionais seguem convenções de trabalho diferentes e pisos salariais distintos.

<sup>2</sup> Conforme o Código Brasileiro das Telecomunicações, Lei nº 4117 do Ministério das Comunicações, todas as rádios do país devem destinar pelo menos 5% da programação diária para a transmissão de notícias.

<sup>3</sup> Sigla de Frequência Modulada.

<sup>4</sup> Sigla de Modulação em Amplitude.

o sociólogo que limita o seu trabalho à sua sociedade está constantemente explorando o seu fundo de experiências pessoais como base de conhecimento. (...) Terá um mínimo de sucesso garantido na comunidade pelo simples fato de que lida com a mesma linguagem e com o mesmo sistema simbólico dos seus entrevistados (VIDICH, 1955, *apud* CICOUREL, 1980, p. 88).

Morris e Charlotte Schwartz (1955) alertam que “o observador é parte do contexto sob observação, ao mesmo tempo modificando e sendo modificado por este contexto” (SCHWARTZ e SCHWARTZ, 1955, *apud* CICOUREL, 1980, p. 89). O desafio neste caso está em manter o distanciamento e o olhar acadêmico ao mesmo tempo em que se convive com a própria situação da pesquisa. Cicourel (1980) diz que “participar e entrevistar no campo pode ser difícil quer se esteja trabalhando na própria sociedade a que se pertence, quer numa estrangeira” (p. 94). Mas como é impossível negar que o observador carrega, mesmo com a consciência científica, uma carga significativa de conceitos, o autor faz quatro recomendações:

(a) ter algum modelo do ator que inclua as estruturas de significado do ator como parte de sua teoria da ordem social; (b) empregar uma série de regras processuais que sejam consistentes com os constructos teóricos do seu modelo; (c) usar o seu conhecimento do ator e a sua própria experiência de vida cotidiana (que provavelmente lhe forneceu a base de seu modelo) para travar as transações interpessoais que são necessárias à coleta de seus dados; (d) abandonar temporariamente o uso de racionalidades científicas, embora mantendo uma atitude científica ao descrever as ações do ator (ou as ações descritas pelo ator) (p.100).

O programa de mestrado, na prática, e na minha visão, divide-se em dois momentos: o da construção coletiva do conhecimento dentro de sala de aula, com aquela dinâmica de discussões com os professores e colegas e a troca de idéias que se expande para o lanche na cantina e o café na esquina da Reitoria; e a construção solitária da dissertação, uma relação intensa e árdua entre o mestrando e o computador em que o mestrando sente-se culpado quando não consegue tempo para escrever e sente-se culpado quando consegue tempo para escrever, mas acha que não foi produtivo o bastante. Me encontrei e desencontrei com o objeto desta pesquisa algumas vezes até chegar a este escopo. Busquei alento para esta dinâmica particular

nas palavras de Bakhtin: “toda vez que procuramos delimitar o objeto de pesquisa, remetê-lo a um complexo objetivo, material, compacto, bem definido e observável, nós perdemos a própria essência do objeto estudado, sua natureza semiótica e ideológica” (2004, p. 70).

Com a orientação da professora e orientadora Miriam Adelman, delinee melhor o objeto de pesquisa. Passei a me perguntar como é a escuta da voz das mulheres no rádio: conseguimos ter o mesmo espaço e o mesmo posicionamento que os homens? Decidi, então, escolher cinco programas de debates com temas diferentes que foram ao ar na Rádio CBN Curitiba em 2007 e que tiveram como convidados dois homens e duas mulheres em cada programa. Assim, há não só a expressão dos estilos de comunicação de cada gênero, mas também a interação entre eles.

Enquanto definia os objetivos da pesquisa, procurei literatura de apoio. A área da fonoaudiologia ajudou a pensar o sentido literal da voz. Graças a um grupo de fonoaudiólogas que analisam e estudam a voz de profissionais de jornalismo, principalmente na televisão, o material bibliográfico nesta área é farto. Concomitantemente à leitura bibliográfica desenvolveu-se a transcrição dos cinco programas, de duas horas cada um, e a eleição das características a serem destacadas e analisadas nos debatedores e nas interações entre eles.

Encontrei luz nas teóricas de gênero e nas sociolinguistas. Lembro da tarde em que fui “apresentada virtualmente” pela professora Miriam a Deborah Tannen, Penélope Eckert e Sally McConnel-Ginet. Como nós duas não encontrávamos material bibliográfico suficiente com tradução para a língua portuguesa, fizemos buscas em um site de uma livraria de alcance mundial. Lendo as páginas disponíveis dos livros destas autoras no site, decidimos efetivar as compras e, quando as encomendas chegaram, mergulhei nesta literatura totalmente nova para mim. Alerto que o contexto bibliográfico sobre a sociologia da linguagem e gênero reflete a cultura norte-americana, não sendo, necessariamente, automaticamente aplicável no contexto brasileiro. Talvez a análise de dados aponte resultados diferentes dos que foram narrados nestas pesquisas norte-americanas.

Ainda na área de estudos feministas, recebi dicas preciosas e tomei conhecimento do trabalho de Judith Butler, Teresa de Lauretis e, mais recentemente,

de Susan Bordo. Também ajudaram na construção da base teórica Umberto Eco e Erving Goffman. Ressalto a contribuição na área da sociolinguística de Eni Orlandi, Michel Foucault e Mikhail Bakhtin. Da sociologia da cultura há as idéias de Stuart Hall e Raymond Williams.

É com a ajuda destes autores e de algumas categorias de análise que estudo as estratégias usadas na comunicação de homens e mulheres que participaram dos programas de debates exibidos pela Rádio CBN Curitiba em 2007.

A natureza desta pesquisa é qualitativa. Como escolhi cinco programas diferentes com duas horas de duração cada um, a amostragem é pequena: cerca de dez horas de programa de rádio com a participação de dez mulheres e dez homens no total. Porém, mesmo com esta amostragem reduzida, acredito que as estratégias de comunicação usadas no rádio se reproduzem nas relações cotidianas.

Esta dissertação se molda em quatro partes. Na primeira parte, denominada “O desenvolvimento da cultura de massa e suas instituições”, apresento uma discussão mais histórica e sociológica sobre a inserção da voz feminina (no sentido metafórico) na cultura e nos meios de comunicação, mostrando a participação das mulheres nos espaços de elaboração e transmissão da cultura nos Estados Unidos, na Europa e no Brasil. Para isso, uso os estudos culturais pós-frankfurtianos de Raymond Williams e Stuart Hall e os artigos de várias pesquisadoras que juntas escreveram os capítulos da coletânea “História das Mulheres”. Também há um breve histórico sobre a participação feminina no jornalismo de rádio.

No segundo capítulo, “Gênero, linguagem e a formação dos discursos”, costuro gênero e linguagem mostrando algumas pesquisas sobre as falas e comportamentos de homens e mulheres.

O foco vai para o contexto institucional no terceiro capítulo: “Comunicação e gênero: homens e mulheres no radiojornalismo”, com o recorte do trabalho de mulheres e de homens no jornalismo de rádio. Nesta análise, os estudos fonoaudiológicos são essenciais para descrever as diferenças vocais entre homens e mulheres.

No último capítulo está o estudo de caso. A partir da escuta de cinco programas que foram ao ar no espaço denominado “CBN Debate”, da Rádio CBN de Curitiba em 2007, me concentro na emissão e na recepção de falas e nas estratégias de

comunicação, no que diz respeito a como as pessoas percebem estas falas e suas diferenças.

Não quero aqui construir um conhecimento generalizável a todos os contextos. É uma particularização do conhecimento porque parte da percepção de que a generalização nas Ciências Humanas é sempre arriscada: as pessoas são fluidas, móveis, processuais, mudam; e as interações alteram as pessoas.

## 1 O DESENVOLVIMENTO DA CULTURA DE MASSA E SUAS INSTITUIÇÕES

Os meios de comunicação, indiscutivelmente inseridos na vida moderna (como o cinema, o rádio e a televisão), são uma forma de cultura de “artes abrangentes”, segundo o escritor e crítico literário Raymond Williams, um dos intelectuais britânicos que se preocupou em estudar e reformular a visão de cultura – inicialmente relacionada ao cultivo de animais e alimentos, mais tarde ligada ao erudito, na época do iluminismo francês relacionada com o desenvolvimento da civilização e, a partir do século XIX, associada aos valores da vida pessoal.

Os estudos culturais de Williams apontam que cultura é uma prática de transformação social, uma força produtiva, um meio de produção e reprodução da vida real, dos significados e dos valores da sociedade. É todo um modo de vida, uma experiência que não está isolada das condições sociais, políticas e econômicas de um povo. “Chamamos cultura a nossa resposta aos acontecimentos que constituem o que viemos a definir como indústria e democracia e que determinaram a mudança das condições humanas” (1969, p. 305). Sendo assim, ele se distancia da visão elitista de cultura, enfatizando que a cultura é comum a toda a sociedade e que as práticas culturais, além de refletir, também produzem significados que mudam a sociedade.

O pensamento de Williams em relação aos meios de comunicação não é de igualá-los em termos de qualidade aos outros tipos de produção cultural, mas de não negar o desenvolvimento crescente destes meios e os seus efeitos nos receptores desta cultura: “as instituições culturais são partes integrantes da organização social geral” (1992, p. 53). Ele aponta três fatores determinantes para o surgimento da cultura de massa: 1) o grande número de habitantes concentrados nas cidades industriais, 2) o grande número de trabalhadores concentrados dentro das fábricas, 3) o desenvolvimento de uma classe trabalhadora organizada politicamente. Williams afirma que há a percepção equivocada de que “as massas são sempre os outros, (...) não há massas; há apenas maneiras de ver os outros, como massa” (1969, p. 309).

Williams define assim o efeito dos meios de comunicação de massa nas pessoas: “A comunicação transforma-se na ciência de como penetrar a mente da massa e de produzir ali um impacto” (1969, p. 322). Hoje, as maiores instituições que

difundem a cultura de massa são a Internet, a televisão, o rádio, os jornais e as revistas, o cinema, as histórias em quadrinhos e a literatura popular. Na Rádio CBN Curitiba, emissora de rádio analisada nesta pesquisa, o programa local de maior audiência é ouvido por 16 mil pessoas por minuto<sup>5</sup>.

Para analisar a cultura de massa no início da década de 70, o escritor e semiólogo italiano Umberto Eco usou os conceitos polêmicos de “apocalípticos” e de “integrados”. Ele tipificou os dois lados opostos. De um lado os apocalípticos – que viam a cultura de massa como a anticultura, a decadência dos valores aristocráticos; e de outro lado os integrados – que viam na cultura de massa a possibilidade de transmissão da cultura popular para todos os níveis sociais.

Eco diz que o problema da cultura de massa é que

ela é hoje manobrada por “grupos econômicos” que miram fins lucrativos, e realizada por “executores especializados” em fornecer ao cliente o que julgam mais vendável, sem que se verifique uma intervenção maciça dos homens de cultura na produção (1993, pp. 50-51).

O que ele chama de “homens de cultura” são aqueles que têm atitudes de protesto e que poderiam intervir nos sistemas de comunicação de massa. Para Eco, os produtos da cultura de massa têm como características comuns a efemeridade e a reprodução em série.

A impessoalidade também é uma das características da comunicação de massa. Comparando com as técnicas de comunicação do passado, Raymond Williams relembra que “onde a reunião se fazia com a presença de um orador, há hoje o discurso pelo rádio” (1969, p. 311). Crítico, ele considera inconveniente para os ouvintes de rádio ou para os telespectadores da televisão acompanharem palestras e programas de debates nestes meios porque não há (pelo menos não havia na década de 50, época em que escreveu o livro “Cultura e Sociedade”) a possibilidade de participação. Para Williams, muitas vezes erramos ao chamarmos de “comunicação” o que na prática é uma “transmissão”. Ele explica que quando o locutor fala no rádio há uma “remessa num único sentido” já que o ouvinte não se manifesta no mesmo

---

<sup>5</sup> Segundo levantamento do Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (Ibope), das 8h às 9h de segunda a sexta, com medição em março de 2008.

momento: “Recepção e resposta, que completam a comunicação, dependem de fatores outros que não as técnicas” (1969, p. 311). Hoje há a possibilidade de uma manifestação imediata do ouvinte em programas específicos no rádio e na televisão em que há atendimento ao público, com participação por telefone, e-mail, vídeo ou pessoalmente.

O rádio, a TV, o cinema, os jornais, as gravadoras de discos e as instituições culturais da edição são, segundo Williams, parte “da organização social e econômica global de maneira bastante generalizada e difundida” (1992, pp. 53-54). Estes meios de comunicação estão entrelaçados com outras instituições produtivas da economia capitalista moderna. Por isso mesmo, é nos meios de comunicação de massa que estão os casos mais notáveis de crescimento do profissional assalariado que faz a produção cultural. E é pela grande importância cultural destes novos meios de comunicação (organizações capitalistas e não-capitalistas) que a relação de emprego assalariado cresceu nas últimas décadas do século XX.

O rádio é um meio de produção social, se comunica com as massas e, por isso mesmo, tem o poder de nortear as relações sociais da comunidade ouvinte. Os processos e fatores sociais, culturais, históricos, subjetivos, simbólicos e imaginários, que são reproduzidos pelos meios de comunicação, acabam por se sedimentar nas práticas.

O processo comunicativo, segundo o intelectual jamaicano radicado na Inglaterra Stuart Hall, deve ser entendido como uma articulação de práticas conectadas entre si, mas que mantêm forma de existência própria “em termos de uma estrutura produzida e sustentada através da articulação de momentos distintos, mas interligados – produção, circulação, distribuição/consumo, reprodução” (2003, p. 387). Desta maneira, este processo é pensado “como uma ‘complexa estrutura em dominância’” em que a apreensão do sentido é fundamental para que a mensagem seja consumida. E a forma discursiva da mensagem é essencial na troca comunicativa:

Um evento histórico “bruto” não pode (...) ser transmitido (...) por um telejornal. Os acontecimentos só podem ser significados [*be signified*] dentro das formas visuais e auditivas do discurso televisivo. No momento em que o evento histórico é posto sob o signo do discurso, ele é sujeito a toda a complexidade das “regras” formais pelas quais a linguagem significa. Por isso,

paradoxalmente, o acontecimento deve se tornar uma narrativa antes que possa se tornar um *evento comunicativo*. Naquele momento, as sub-regras formais do discurso estão 'em dominância', sem, é claro, subordinarem até seu apagamento o evento histórico que está sendo significado, as relações sociais nas quais as regras são postas em funcionamento ou as conseqüências políticas e sociais do evento terem sido significadas dessa maneira (2003, pp. 388-389).

A cadeia comunicacional não é transparente. Não é porque o emissor quer transmitir uma mensagem com um determinado significado que esta mensagem chegará desta maneira ao receptor. "A mensagem é uma estrutura complexa de significados que não é tão simples como se pensa" (HALL, 2003, p. 354).

Para Hall, o processo de produção de um programa televisivo constrói a sua mensagem porque não está livre do seu próprio aspecto discursivo de referencial de sentidos e idéias. Para se produzir um programa (ele se refere à televisão), são necessárias "as estruturas institucionais da radiodifusão, com suas práticas e redes de produção, suas relações organizadas e infra-estruturas técnicas" (2003, p. 389). Ou seja, as estruturas de produção originam os discursos a partir de um referencial de sentidos e de idéias e também a partir de outras fontes que fazem parte da estrutura política e sociocultural. Este movimento da produção culmina na recepção e no consumo da mensagem, que Hall caracteriza também como um momento pertencente ao processo de produção: "Produção e recepção da mensagem televisiva não são, portanto, idênticas, mas estão relacionadas: são momentos diferenciados dentro da totalidade formada pelas relações sociais do processo comunicativo como um todo" (p. 390).

Hall defende que não há uma correspondência direta entre a codificação e a decodificação. São práticas diferentes, porém relacionadas; e a primeira não pode garantir a segunda. O que acontece é a construção desta correspondência: "a codificação produz a formação de alguns dos limites e parâmetros dentre dos quais as decodificações vão operar. (...) a codificação não pode determinar ou garantir, de forma simples, quais os códigos de decodificação que serão empregados" (2003, p. 399). É inegável, como lembra Williams, que "comunicação não é somente transmissão, é, também, recepção e resposta" (1969, p. 322). Na sua definição, o verdadeiro papel da comunicação é

o de oferecer a conclusão a ser confirmada e os respectivos meios de efetuar o julgamento. Uma criança adquire as habilidades de discriminar e julgar, na medida em que as põe em prática; e o mestre será capaz e eficiente na medida em que, oferecendo a conclusão, tem consciência do processo de aprendizagem (1969, p. 327).

## 1.1 AS MULHERES E OS ESPAÇOS DE ELABORAÇÃO E TRANSMISSÃO DA CULTURA

As vozes femininas foram inicialmente excluídas dos espaços institucionais de elaboração e transmissão da cultura. A historiadora italiana Luisa Passerini (1991) conta que foi do século XVII em diante que a Europa passou a aceitar com mais facilidade – mas a passos lentos – a participação feminina na literatura e no teatro. Já na área da política, a cultura europeia tinha restrições à inserção feminina.

A figura feminina surge na cultura de massas de duas maneiras: como “sujeito potencial, (...) utilizando (...) sugestões provenientes dos estímulos libertadores políticos e sociais”, mas também como possível objeto, utilizando “tradições e permanências de velhos estereótipos sobre as mulheres no seio da cultura ocidental” (PASSERINI, 1991, p. 381).

No teatro, foi pelas mãos de um dramaturgo que as subjetividades masculina e feminina subiram ao palco. “Casa de bonecas”, escrita em 1879 pelo norueguês Henrik Ibsen, criticou os convencionalismos da sociedade do final do século XIX em uma época de opressão das mulheres. A obra mostrou, a partir da convivência dentro de uma casa, os problemas das relações sociais de um ambiente contemporâneo. A peça conta o drama de Nora, que salva a vida do marido doente graças a um empréstimo conseguido com a falsa assinatura de seu pai. Ela mantém segredo do que fez e economiza todos os meses o dinheiro que recebe do marido para as despesas da casa, a fim de pagar a dívida com o agiota.

Apesar deste esforço, Nora continua sendo tratada pelo marido como uma criança, uma pessoa incapacitada. Helmer não consegue enxergá-la de outra maneira – como sujeito – e é principalmente contra esta situação que Nora reage. A protagonista acaba abandonando a casa, o marido e os filhos. Ao ser publicada, a peça foi

classificada como um drama realista contemporâneo ou drama de problematização social.

É uma obra literária que ficou para a história também pelo significado para a libertação da mulher. O trabalho de Ibsen é contemporâneo ao movimento dos direitos da mulher, nascido no século XIX. “Durante muito tempo a história foi a história dos homens, vistos como os representantes da humanidade”, lembra Françoise Thébaud (1991, p. 12). Mas a participação feminina na produção cultural ecoou a partir do final do século XIX. Até então, segundo Marcelle Marini (1991), “a separação e a oposição entre a cultura universal e a subcultura feminina é uma das evidências mais fortes que se sistematizaram no decurso do século XIX” (p. 353).

Foi surpreendente para a sociedade uma temática como a de “Casa de bonecas” ter sido escrita por um homem. Annelise Mauge (1991) analisa:

Semelhante sucesso é de surpreender dado que o epílogo da peça atinge os limites do inverossímil. Nora abandona um marido que nada tem de déspota, nenhum amante a espera, deixa atrás de si três filhos que ama; para sobreviver, terá de procurar um emprego para o qual não tem vocação nem formação (p. 588).

Foi um trabalho inovador de Ibsen. Stéphane Michaud (1991) relata que pairava uma “pálida hipocrisia” na sociedade da época: “A verdade oficial de uma humanidade triunfante, no cume das conquistas que a civilização lhe teria proporcionado, é minada pela dissolução das consciências e dos indivíduos” (p. 160). Quando a peça estava para encenada pela primeira vez na Alemanha, os diretores exigiram que Ibsen escrevesse um final “mais feliz”, ou seja, que Nora não abandonasse Helmer.

Marini (1991) destaca que no século XX “a participação das mulheres na vida cultural conhece um desenvolvimento sem precedentes nas sociedades ocidentais” (p. 351). Este desenvolvimento, segundo a autora, deve-se a três principais motivos:

Em primeiro lugar, as lutas feministas, travadas desde o final do século XIX pela igualdade de estudos e de diplomas, conseguem êxitos evidentes. Depois, a evolução das técnicas, o crescimento do público amador e o aumento dos tempos livres conduzem, a partir dos anos cinquenta, a uma difusão maciça das obras de arte. Por fim, as novas estruturas da produção cultural, que dão origem, em particular, a um salariado importante, permitem às mulheres conquistar uma maior autonomia e visibilidade social. Elas são, assim, cada vez

mais numerosas nas profissões intelectuais e artísticas, com uma aceleração sensível na segunda metade do século (p. 351).

Anne Higonnet (1991) afirma que o ambiente era favorável às mulheres no início do século XX para o aproveitamento das oportunidades culturais. Admitidas pelas instituições educacionais de belas-artes, elas passaram a transitar também pelos meios de comunicação. Porém, mesmo com o entusiasmo deste processo de permanente conquista de espaços de produção cultural a partir do início do século XX, as mulheres perceberam que a igualdade de oportunidades entre homens e mulheres ainda era utópica. Os homens dominavam os espaços: “Consumidoras ou auxiliares, sim; criadoras, não, ou então a título excepcional, dentro dos limites rigorosamente definidos, sem nada alterar aos valores ditos comuns, de que o homem, por natureza e/ou por herança histórica, seria o único responsável” (MARINI, 1991, p. 353). O desafio era eliminar a separação vigente entre a “cultura universal” e a “subcultura feminina” que se arrastava desde o século XIX.

O que se observou nas décadas seguintes, segundo Higonnet, foi que “quanto mais completamente as mulheres se representavam a si próprias ou eram representadas por homens tanto mais problemáticas se tornavam as suas imagens” (1991, p. 403) e a forma como as mulheres se viam se distanciou da forma de como eram vistas pelos outros. No período anterior à Primeira Guerra Mundial, a imagem feminina aparece forte em cartazes de reivindicações pelos direitos das mulheres, mas também aparece sensual. Quando a guerra eclodiu, a imagem feminina passa a ser usada constantemente no sentido de simbolizar o trabalho, uma vez que a força de trabalho feminina é requisitada pelas indústrias.

Se por um lado buscava-se a igualdade de oportunidades com os homens para produzir e distribuir a cultura, por outro lado a mulher também era alvo potencial da indústria que visava o consumo de massa no início do século XX. Nos Estados Unidos e na Europa, no período entre guerras (1918 a 1939), os modelos femininos de mulher emancipada e de dona de casa foram sujeitos de consumo de massa, influenciados principalmente pelo cinema e pelo rádio.

Nesta época, mulheres estampavam capas de revistas e eram personagens na publicidade e em cartazes espalhados pelas grandes cidades; ao mesmo tempo em

que ascendiam em carreiras tipicamente masculinas. Ressalta-se que nesta mesma época o homem mostrava-se mais sensível e sentimental. Neste período entre as duas guerras, o estilo americano entrou pela Europa incentivando as mulheres a se vestir bem. Era a chegada da cultura da beleza do mundo do consumo no modo de vida dos europeus.

A publicidade pressionava as mulheres a comprarem a sua passagem para o lazer e para o prazer. Ela associava a uma identidade de consumidora as características cosméticas e psicológicas femininas que promovia. As mulheres eram mostradas como estando completamente dependentes dos produtos comerciais para levarem a cabo as suas tarefas domésticas (HIGONNET, 1991, pp. 407-409).

A cultura de massas, segundo Higonnet (1991), ao mesmo tempo em que tentava estabelecer valores universais femininos, procurava também diferenciar as mulheres entre si e acabava usando classe e raça para isso. Passerini (1991) conta que se revelava na sociedade a ambigüidade pública feminina: ora a mulher aparecia como “potencial sujeito” ora como “possível objeto”: “A cultura de massas revela, no preciso momento em que dela se apropria, a ambivalência da imagem feminina na cultura ocidental” (p. 382). A representação feminina passou a ter um diferencial quando as mulheres artistas ganharam mais espaço e colocaram suas próprias atitudes nos trabalhos, à exemplo do que fez Frida Kahlo<sup>6</sup>.

A cultura de massa, segundo Passerini, camuflou problemas reais nos Estados Unidos pós-guerra quando, num momento de entrada em massa das mulheres no mercado de trabalho, empregadas do setor terciário eram pressionadas a ser sexy para mascarar este movimento das mulheres no mercado de trabalho “sob uma fachada de feminilidade” (p. 384). As pressões econômica e cultural pós-guerra eram gigantescas nos países devastados. Assistia-se, de acordo com Luisa Passerini, “a uma invasão da esfera privada pelo poder público, que para as mulheres implicava, não só o afrouxamento dos vínculos familiares (...), mas também colocar a própria capacidade reprodutora à disposição do Estado” (1991, p. 392).

---

<sup>6</sup> A pintora mexicana Frida Kahlo ficou conhecida por retratar a si própria na primeira metade do século XX. Ela fez vários auto-retratos em que expunha a sua dor após um acidente de ônibus e ao perder o filho que esperava.

Passerini pondera a imagem da cultura de massa pós-anos 60 como binária entre masculino/trabalho/social e feminino/tempo livre/natural, já que muitas pesquisas mostraram que o papel das mulheres não se deteve à esfera privada. Nesta época, as mulheres tiveram uma função de mediação “entre a própria família e as instituições da sociedade civil” (1991, p. 385). E mais: havia uma relação contraditória entre a cultura de massa e as mulheres. Por um lado, os meios de comunicação de massa mostravam discursos de inspiração feminista “por exemplo, na publicidade de ‘*soutiens* que libertam’ no final dos anos 60, ou das férias como ‘liberdade de escolher’ nos anos 80” (PASSERINI, 1991, p. 385), por outro lado, exibiam “todas as identificações da imagem feminina com o natural, com o biológico, com a reencarnação daquilo que no nosso mundo é representado como ‘exótico’, como ‘outro’ facilmente integrável no plano do turismo e do *look*” (idem).

Outra alteração na relação entre o público e o privado foi o crescimento, nos anos 30, dos ouvintes de rádio, dos jornais destinados às massas e das revistas femininas. As revistas femininas italianas, por exemplo, eram divididas por classes. As revistas destinadas à classe baixa enfatizavam trabalhos domésticos, amor, sonhos, horóscopo, comida, religião, família, além de histórias com personagens como a “mãe heróica que não chora se o seu filho morre na guerra” (PASSERINI, 1991, p. 394).

Na literatura, “*The Feminine Mystique*”, de Betty Friedan, foi, segundo a pesquisadora Françoise Thébaud, o livro sobre mulheres mais vendido no mundo nos anos 60 porque denunciou o “apogeu da mãe-dona de casa” (1991, p. 16) da geração pós-guerra na Europa, nem politicamente nem profissionalmente ativa. Autoras como Simone de Beauvoir (que escreveu o clássico “Segundo Sexo” em 1949), Teresa de Lauretis e Maria Rita Kehl, conforme relembra Miriam Adelman (2004), trabalham em suas obras na “desconstrução do ‘eterno feminino’ – que para elas deve ser compreendido como produto da subjetividade masculina, que constrói determinados protótipos de mulher compatíveis com os diversos tipos de projetos e práticas do imaginário masculino” (p. 66).

A imprensa feminina do segundo pós-guerra nos Estados Unidos, na França e na Itália tinha uma grande penetração no público a que se destinava e, segundo Passerini, era um momento de contradições nos processos de emancipação cultural

das mulheres entre a auto-afirmação e a subordinação. O primeiro registro da imprensa especializada feminina foi em 1963 na Inglaterra com "*Lady's Mercury*", mas com pouca circulação. Em termos de comunicação de massa, a data fundante é 1886 quando um jornal americano aceitou a proposta de Laura Jean Libbey para escrever sobre "histórias de amor jovens, puras, inteligentes (...) histórias para as massas" (p. 396). A partir daí, a imprensa feminina expandiu-se.

Em 1959 o livro "*Le italiane si confessano*" de Gabriella Parca causou polêmica na Itália ao mostrar que as mulheres estavam preferindo falar de seus sentimentos pela coluna de correio de um jornal do que no confessionário da Igreja. O livro de Parca reuniu oito mil cartas que foram escritas ao "correio do coração" destinado a leitoras dos jornais semanários. O conteúdo destas cartas, segundo Passerini, era recheado de "dúvidas, medos, (...) dificuldade em mudar, a obsessão pelo sexo, acompanhada pela ignorância do próprio corpo, mais ainda do que pelo encontro com um outro corpo" (1991, p. 396). O sucesso do livro foi grande e o jornal diário do Vaticano "*L'Osservatore romano*" reagiu ao livro mostrando preocupação em relação a este comportamento feminino.

Em meados dos anos 70, as publicações femininas tornaram-se na Itália um sucesso publicitário, com mais de 50% das páginas destinadas à publicidade. E passaram a concorrer com a publicação de fotonovelas: "De 1946 até o final dos anos setenta foram produzidas na Itália pelo menos dez mil fotonovelas" (PASSERINI, 1991, p. 398).

As mulheres passaram também a comprar livros de romances sentimentais. Em Toronto, o romance "*Harlequin*", de 1958, chegou a cem milhões de exemplares vendidos até 1977. Em 1974, ano em que os italianos legalizaram o divórcio em um referendo, revistas femininas como "*Amica*", "*Annabella*", "*Cosmopolitan*" e "*Grand Hotel*", que defendiam o direito ao divórcio, vendiam bem (PASSERINI, 1991).

Na década de 70, data Marini (1991), "pela primeira vez, o movimento social das mulheres tomou uma verdadeira dimensão cultural e as suas reivindicações culturais uma amplitude social" (p. 354). As mulheres lutaram pela igualdade, foram para as ruas, produziram e consumiram cultura, valorizando seus trabalhos e incentivando a criação de novas obras. Sendo que até então havia a cultura universal e a subcultura feminina,

nos anos 70 passa-se a falar da cultura feminina. Entretanto, “não foram as mulheres que quiseram constituir-se como uma categoria à parte; esta posição foi-lhes sempre imposta, constringendo-as a viver entre resignação e revolta” (MARINI, 1991, p. 355).

Na França, o Movimento de Libertação das Mulheres, de acordo com Marini (1991), declarou as mulheres “tão naturalmente culturais” quanto os homens, incentivou intercâmbios culturais internacionais e mostrou-se

um lugar de práticas e de novas reflexões na literatura e na arte; um espaço de possível reconhecimento; e mesmo uma instância alternativa que legitima e portanto apóia a capacidade de invenção das mulheres, bem para além da solidariedade material e social (p. 359).

Sendo assim, o Movimento de Libertação das Mulheres contribuiu para que a cultura feminina se impusesse pouco a pouco entre os franceses.

No final dos anos 70 – conta a socióloga Yasmine Ergas (1991) – a revista feminista alemã “*Emma*” atingiu 300 mil leitores enquanto que a tradicional “*MS*”, nos Estados Unidos, chegou a 400 mil. A década de 70 foi marcada pelas campanhas de liberalização do aborto e em 1971 um grupo de 375 mulheres alemãs, conhecidas no país, publicou um artigo conjunto na revista “*Stern*” contando que tinham feito aborto.

Este depoimento induziu uma mobilização geral, culminando numa petição reivindicando a abolição das leis restritivas em vigor, numa declaração de apoio com 86.500 assinaturas e 3.000 pedidos de auto-inculpação apresentados ao Ministério Federal da Justiça (ERGAS, 1991, p. 602).

Três anos mais tarde da publicação deste artigo, uma lei garantiu a liberdade de interromper a gravidez nos três primeiros meses de gestação.

Também na década de 70, a televisão investiu em telenovelas para atrair cada vez mais o público feminino. Uma pesquisa feita em 1976 nos Estados Unidos revelou que a grande maioria (quatro quintos) da audiência era feminina e que as *soap operas* eram os programas prediletos (HIGONNET, 1991). Tanto a televisão quanto o cinema (incorporado à cultural visual no século XX) “fazem a pelo a uma audiência feminina não apenas nas suas formas em movimento originais mas também em cartazes e

especialmente em revistas” (HIGONNET, 1991, p. 417). Por isso cresceram as opções de revistas dirigidas aos fãs de artistas que apareciam no cinema e na televisão: “imensamente popular, o cinema desempenhou um importantíssimo papel na definição dos sexos da cultura de massas” (p. 415). A revista brasileira “Veja”<sup>7</sup>, em agosto de 2002, publicou uma edição especial dedicada à mulher e fez uma seleção – por décadas – do que chamou “das grandes questões femininas debatidas” ao longo do século XX no cinema:

**Anos 40** - É a década dos homens nos filmes de guerra e também dos terrores do pré-macarthismo, mas as moças estão mais tentadoras que nunca. Surgem as "femmes fatales", como Ava Gardner e Rita Hayworth. Em *A Costela de Adão* (1949), Katharine Hepburn encanta multidões como sinônimo de coragem feminina, que não precisa de decote para aparecer.

**Anos 50** - Marilyn Monroe é criticada pelas mulheres, que vêem em *Os homens preferem as loiras* (1953) um péssimo exemplo de mulher-objeto. Doris Day, por sua vez, convenceu mulheres de todo o mundo a ficar em casa agradando ao marido em *O homem que sabia demais* (1956).

**Anos 60** - Com a revolução sexual, a mulher dá um passo importante rumo à independência. É a vez das charmosas e liberadas: Anouk Aimée em *Um Homem, uma Mulher* (1966) e o ícone Catherine Deneuve em *A Bela da Tarde* (1967). A campeã de liberação sexual é a divertida Jane Fonda (*foto*), tendo orgasmos cerebrais em *Barbarella* (1968).

**Anos 70** - Mulheres modernas entram em crise existencial, como Diane Keaton em *Noivo Neurótico, Noiva Nervosa* (1977). O divórcio ganha as telas em *Uma Mulher Descasada*, com Jill Clayburgh (1978), e no emblemático *Kramer vs. Kramer* (1979), em que Meryl Streep (*foto*) abandona marido e filho para encontrar sua identidade.

**Anos 80** - Conflitos familiares estão em alta, como em *Laços de Ternura* (1983). Nada é tão perturbador quanto a amante enlouquecida, interpretada por Glenn Close em *Atração Fatal* (1987), duramente punida por tentar acabar com um casamento feliz.

**Anos 90** - A mulher sabe o que quer de sua vida sexual. Ela toma a iniciativa em filmes como *Instinto Selvagem* (1992), com Sharon Stone, e *Assédio Sexual* (1994). O road movie *Thelma e Louise* (1991) sugere que a independência feminina pode ter um final infeliz.

**Anos 2000** - A comédia italiana *Pão e Tulipas* (2000) mostra que a mulher atual ainda lida com velhas questões como infelicidade no amor, no trabalho e no sexo. O hilariante *O Diário de Bridget Jones* (2001), com Renée Zellweger, faz um retrato pouco glamouroso, mas divertido, da mulher moderna: a trintona errante que busca incansavelmente uma relação estável.

<sup>7</sup> Edição especial “Mulher” de agosto de 2002. Disponível em [http://veja.abril.com.br/especiais/mulher2/p\\_038.html](http://veja.abril.com.br/especiais/mulher2/p_038.html)

No Brasil, a temática feminina surgiu na imprensa, segundo a pesquisa da escritora Nelly Novaes Coelho<sup>8</sup> (2001), na primeira metade do século XIX, quando foram publicados jornais dedicados ao público feminino, porém dirigidos por homens: “O Espelho Diamantino”, no Rio de Janeiro, foi fundado em 1827; “O Espelho das Brasileiras” foi publicado no Recife, em 1831; “A Fluminense Exaltada” nasceu no Rio de Janeiro, em 1832. O primeiro jornal feminino fundado e dirigido por uma mulher no país foi “O Jornal das Senhoras” em 1852, idéia de Joana Paula Manso de Noronha:

Era editado aos domingos e tinha como subtítulo, "Modas, literatura, belas artes e crítica". Seu objetivo maior anunciava-se como o projeto de "propagar a ilustração e cooperar com todas as suas forças para o melhoramento social e para a emancipação moral da mulher". Nesse primeiro jornal já aparece a tônica que estaria presente nos demais: a reivindicação de **melhor instrução** para as meninas jovens. Ao lado de notícias sociais, comentários sobre modas, festas, receitas e outros informes que interessavam às mulheres da época, multiplicam-se os artigos reivindicatórios da educação cultural para as mulheres (COELHO, 2001).

“O Jornal das Senhoras” foi distribuído até 1855. Poucos anos mais tarde, em 1862, foi lançado também no Rio de Janeiro o dominical “O Belo Sexo”, com conotação religiosa e dirigido por Júlia de Albuquerque Sandy Aguiar. Segundo Coelho (2001), o jornal se propunha a "provocar a manifestação feminina na imprensa, a favor do progresso social; dar oportunidade ao desenvolvimento das capacidades exigentes entre as mulheres, olhadas com indiferença pelos homens de letras".

O jornal “O Sexo Feminino”, fundado por Francisca Senhorinha da Motta Diniz, surgiu em 1875, ficou desativado por alguns anos e voltou a ser publicado em 1889, ano da proclamação da República do Brasil. Coelho (2001) reproduz um artigo publicado no jornal no dia 14 de setembro de 1889, chamado "Emancipação da mulher":

(há urgência) em fazer compreender a necessidade de nos emanciparmos da tutela eterna e injusta que pesa sobre o nosso sexo. (...) Não estamos mais nos tempos em que o saber estava encarcerado nos claustros. (...) Vemos, graças à luz da civilização, que a verdadeira liberdade consiste na soberania da inteligência. Mas, verdade seja dita, sem se efetuar uma transformação radical

---

<sup>8</sup> Em artigo publicado pelo site cultural Kplus ([www.kaplus.cosmo.com.br](http://www.kaplus.cosmo.com.br)).

e completa no regime da atual educação do nosso sexo, nada ou pouco, muito pouco, conseguiremos em benefício de nosso *desideratum*. (...) Precisamos pugnar pela emancipação da mulher, adquirida pela triplíce educação: física, moral e intelectual.

Em 1881, as brasileiras Maria Augusta G. Estrella e Águeda J. F. M. Oliveira publicaram em Nova Iorque o jornal feminino “A Mulher”, que tinha como *slogan* a frase: "Consagrado aos interesses e direitos da mulher brasileira". Sem conseguir se matricular em uma universidade brasileira, a dupla foi estudar medicina no *New York Medical College and Hospital for Women* e lá resolveu publicar o jornal.

Neste período entre os séculos, Coelho (2001) relata que na imprensa feminina se liam

os testemunhos de tudo que fazia parte do cotidiano da mulher brasileira na época, desde os comentários sobre moda, espetáculos de teatro jogos de salão, conferências, receitas culinárias, carnaval, romances, poesias, problemas com filhos, etc., etc., até as reivindicações feministas (ou pré-feministas).

O jornal “A Família”, fundado em 1888, em São Paulo, por Josefina Álvares de Azevedo (irmã do poeta Álvares de Azevedo), teve duas fases. Na primeira, a fase paulista, o jornal declarava que seu objetivo era "facilitar às mães de família uma leitura amena que as iniciasse nos deveres de esposa e mãe" (COELHO, 2001). Quando passou a ser publicado no Rio de Janeiro, um ano depois da sua inauguração e no ano da Proclamação da República, o lema do jornal mudou: "para advogar a causa da emancipação da mulher" (COELHO, 2001).

“A Família” foi, dos jornais femininos o (...) que registrou o maior número de colaboradoras escritoras (Inês Sabino, Anália Franco, Maria Amélia de Queirós, Corina Coaracy, Marie Benotte, Revocata de Melo e outras). Seus temas feministas abrangeram o "direito de voto", o direito de serem médicas, advogadas, professoras ou seguirem a carreira teatral (que era então considerada caminho para a prostituição) (COELHO, 2001).

A revista “A Mensageira” surgiu em São Paulo em 1897, no mesmo ano do fim do jornal “A Família”. Publicada por Presciliana Duarte de Almeida, primeira mulher

eleita para a Academia Paulista de Letras<sup>9</sup> (1909), a revista literária trazia artigos que defendiam a emancipação feminina. Segundo Vander Vieira de Resende<sup>10</sup> (2008), que pesquisou a história da revista:

No editorial da primeira edição, em 1897, a diretora, Presciana Duarte de Almeida, explicita a linha editorial da revista: busca-se a publicação de textos literários e de opinião que atestem a participação da mulher na sociedade brasileira. Financiados com recursos de seus próprios assinantes, os exemplares, inicialmente de circulação quinzenal, compunham-se de 16 páginas. A partir do segundo ano de publicação, sua periodicidade torna-se mensal e chega-se a publicar 45 páginas. O alcance da revista para a época pode ser constatado pela presença de inúmeros comentários publicados nas seções “Notas Pequenas” e “Mensagem”. A *Mensagem* constitui um importante veículo de emancipação da mulher, tornando-se espaço de criação para uma rede de mulheres que lêem, publicam e se correspondem ou que exercem atividades intelectuais pelo país. A atividade intelectual feminina atesta o fato marcante da época, em que a mulher procura “illuminar sua inteligência”, revelando sua participação na construção de uma nova sociedade brasileira e ocupando espaços estratégicos até então restritos aos homens (RESENDE, 2008).

“A Mensagem” foi publicada até 1900. Entre as colaboradoras da revista estavam as escritoras Júlia Lopes de Almeida (1862-1934) e Guiomar Torrezão (1844-1898), que era portuguesa.

Na década de 60 a revista “Realidade” foi lançada e apresentava-se como “a revista dos homens e das mulheres inteligentes que desejam saber mais a respeito de tudo”. Um marco na história do jornalismo brasileiro, a revista inovou ao discutir temas polêmicos, como planejamento familiar e sexo antes do casamento. Sua duração foi curta (1966 a 1968), mas trouxe reportagens que discutiram o papel feminino na sociedade.

No Brasil dos anos 70, as revistas femininas começaram a modificar o conteúdo editorial. Moda, culinária, beleza e corte e costura deram lugar a questionamentos sobre o mercado de trabalho, os espaços públicos, a educação de filhos e o relacionamento conjugal. Nesta época, a jornalista Carmem da Silva, autora da coluna “A arte de ser mulher” na revista “Claudia”, ficou conhecida por estimular as mulheres

---

<sup>9</sup> A primeira mulher eleita para a Academia Brasileira de Letras foi a escritora Rachel de Queiroz, em 1977.

<sup>10</sup> Em artigo publicado no site <http://pt.shvoong.com>.

que escreviam para a coluna sobre as insatisfações no casamento, na vida sexual e no trabalho a enfrentar seus desafios. Como contam Moema Toscano e Mirian Goldenberg (1992): “Carmem, como mulher rebelde que era, enfatizava a necessidade de as mulheres questionarem o seu papel de dona-de-casa, buscarem outras formas de auto-realização e não mais aceitarem o paternalismo e o machismo brasileiros” (pp. 32-33).

Os problemas enfrentados pela mulher brasileira foram o mote da peça “Homem não entra”, escrita por Cidinha Campos, Rose Marie Muraro e Heloneida Studart. Dedicada exclusivamente ao público feminino, a peça lotou teatros pelo Brasil. Toscano e Goldenberg (1992) relatam que as mulheres da platéia eram convidadas “a se manifestar à vontade, longe da censura e da repressão dos homens, fossem eles pais, namorados, maridos ou irmãos” (p. 33). Para o público eram feitas perguntas como “quem trai o marido?” e algumas mulheres subiam ao palco para contar suas histórias.

Em 1975, foram fundados os jornais feministas “Brasil Mulher”, que durou até 1979, e o jornal “Nós, Mulheres”, que circulou até 1978. Na década de 70 também circulou – por oito anos – o jornal “Mulherio”. A partir daí, a temática feminista ficou mais evidente nos espaços de transmissão de cultura no Brasil. Toscano e Goldenberg (1992) afirmam que

A temática feminista foi sendo incorporada pelos meios de comunicação, agora não mais restritos a conselhos de beleza, moda e culinária. O debate feminista ia se impondo, questionando o relacionamento entre o homem e a mulher e as discriminações sociais que a mulher sofria no seu cotidiano (p. 37).

Começaram a se popularizar os programas de debates em rádios e televisões, e temas que até então eram tabus passaram a ser discutidos com a participação das mulheres. O programa “TV Mulher” – exibido pela Rede Globo de 1980 a 1986 e na TV Manchete de 1987 a 1988 – foi um marco. Era apresentado na sua primeira formação por Marília Gabriela, Ney Gonçalves Dias, Ala Szerman, Xênia Bier, Marta Suplicy e Clodovil Hernandez. Toda manhã o programa apresentava temas femininos. O quadro sobre sexualidade, comandado por Marta Suplicy, causou impacto por causa do uso de palavras como “vagina, clitóris e orgasmo”.

Atualmente, acompanha-se a crescente a segmentação dos produtos nos meios de comunicação de massa para buscar diversos públicos. Há programas específicos na televisão para quem gosta de decoração, há revistas somente sobre surf, no rádio ouve-se programa focado na educação financeira. O sistema de TV a cabo por assinatura trouxe ao Brasil inúmeros programas que se destinam a um único nicho de mercado. Com o rádio o mesmo vai acontecer assim que o sistema digital for popularizado. Além da qualidade no áudio, a vantagem do sistema digital é que cada canal de rádio poderá transmitir simultaneamente até três programas, estimulando a segmentação do ouvinte. Há, inclusive, a possibilidade de surgirem canais pagos no rádio, a exemplo do que já acontece com a televisão. O sistema digital de rádio está atualmente<sup>11</sup> em testes no país.

Esta superespecialização de temas está presente em jornais, programas de televisão e rádio, no cinema, nos quadrinhos, na Internet e nas revistas. Gênero, idade e classe social são os aspectos levados em consideração pelas empresas de comunicação ao fazer a segmentação de um programa ou de uma publicação.

O final dos anos 80 e o início dos 90 marcaram a explosão do jornalismo especializado. Não por que os editores se cansaram de publicar revistas de “variedades”. Foi o público que passou a exigir publicações de conteúdo mais direcionado a interesses específicos (COELHO, 1992, p. 16 apud GOMES, 2006, p. 3).

Fazendo um recorte somente na área de revistas impressas em uma das maiores editoras do país – a Editora Abril –, em agosto de 2008 contabilizaram-se 16 revistas<sup>12</sup> que se anunciam como voltadas para a mulher adulta. A título de curiosidade, as principais manchetes de duas destas revistas (que são dirigidas por mulheres) nas respectivas edições de agosto de 2008, são:

Claudia – “Por que os homens contam mentiras? Entenda os motivos deles para manterem uma vida secreta - e não só quando traem.”

---

<sup>11</sup> Em agosto de 2008.

<sup>12</sup> Foram contadas as revistas que são impressas e têm distribuição na maior parte do Brasil: Ana Maria, Boa Forma, Bons Fluidos, Claudia, Contigo, Caras, Casa Claudia, Elle, Estilo, M de Mulher, Manequim, Minha Novela, Nova, Sou + Eu, Tititi e Viva Mais.

Estilo – “380 roupas e acessórios. Como transformar os *hits* do verão em superproduções para o dia-a-dia.”

De acordo com a professora da Universidade Federal de Pernambuco, Isaltina Maria de Azevedo Mello Gomes (2006),

particularmente no Brasil, as revistas femininas são um produto com alto grau de inserção no mercado editorial. Trabalhando temas que têm como pilares o amor, o sexo, a beleza, a família e a casa, esses veículos vêm contribuindo para construção da identidade feminina e gerando anseios e necessidades nesse público, muitas vezes com uma intenção puramente mercadológica. Seguindo o sucesso das revistas femininas começaram a surgir revistas voltadas para assuntos de interesse específico da mulher: a saúde, a forma física e a beleza (p. 3).

Gomes pesquisou o universo das revistas de estética dirigidas ao público feminino. Na análise de edições de 2004 das revistas “Boa Forma”, “Corpo a Corpo” e “Plástica e Beleza”, ela concluiu que os avanços científicos nas áreas de tecnologia e saúde foram usados para atrair o público feminino, agregando valor aos produtos de beleza e às técnicas cirúrgicas anunciadas nas revistas:

ao invés de cumprir a função da divulgação científica, as revistas em pauta muitas vezes usam a ciência de uma forma que chega a ser irresponsável, para dar credibilidade a um discurso que corrobora o lobby de empresas, clínicas e laboratórios, criando necessidades e anseios, a partir de estereótipos relacionados ao gênero feminino, e visando à venda de produtos ou serviços (GOMES, 2006, p. 4).

Os padrões modernos de beleza são sugeridos e valorizados nestas revistas analisadas. E, se a leitora não estiver satisfeita com seu próprio corpo, pode recorrer a uma das dietas de baixas calorias ou aos tratamentos cosméticos ou ainda às intervenções cirúrgicas apresentadas. Gomes acredita que estas revistas influenciam as leitoras na decisão por cirurgias plásticas e impulsionam o consumo exagerado de produtos dietéticos e medicamentos com fins de emagrecimento, além de deixar a leitora cada vez mais insatisfeita com o próprio corpo. A professora sugere:

Cabe à mulher começar a agir contra a repressão e a imponência sutil e invasora do consumismo, via simulacro do discurso científico e se libertar da

tríade beleza-saúde-juventude como proposta de felicidade e satisfação pessoal. Cabe à mulher se desarmar contra a celulite (para muitos traço fundamental da anatomia feminina) e se armar contra as imposições (GOMES, 2006, p.15).

As imposições vêm dos meios de comunicação de massa que, em grande maioria, são empresas que visam o lucro – como todas as demais empresas dos outros setores. Como bem lembra Higonnet, “praticamente todas as revistas e programas de televisão alternam o conteúdo editorial e a programação com anúncios publicitários. A presença da publicidade nos meios de comunicação tem vindo a aumentar” (1991, p. 418).

Na pesquisa das revistas de estética dirigidas ao público feminino, Gomes (2006) observou que para convencer as leitoras a seguir os conselhos estampados nas páginas das revistas, os textos apresentados misturam informações científicas com publicidade de produtos e dicas de especialistas, e têm um léxico específico da área de saúde:

observamos que as revistas *Corpo a Corpo*, *Boa Forma* e *Plástica e Beleza* utilizam-se de diversas estratégias para agregar valores a produtos, serviços e profissionais de saúde e estética. Entre elas, destacam-se o uso de um léxico próprio da área de saúde; a interdiscursividade; o recurso à autoridade, com depoimentos de especialistas; a utilização de verbos no imperativo; e o uso de metáforas. Em alguns momentos a publicidade se confunde com as matérias e confunde a leitora/consumidora (p. 14).

O processo editorial de produtos dos meios de comunicação de massa é complexo e não é o escopo deste trabalho, porém, faz-se necessário mencioná-lo para mostrar como a segmentação dos meios de comunicação atinge o público feminino. Em uma rápida análise pode-se resumir o processo de escolha editorial de revistas, jornais, rádios, etc. da seguinte forma: o tema escolhido precisa atrair o maior número possível de leitores/ouvintes/espectadores, que registram audiência nos institutos de medição, cujos números são apresentados a possíveis anunciantes, que são os financiadores das revistas, jornais e programas de rádio e TV. São os produtos anunciados em forma de propaganda nos meios de comunicação que garantem que tais meios se mantenham ativos. Higonnet afirma que

a função ostensiva da publicidade é servir a comunicação social apoiando-a financeiramente. Na prática, a publicidade constitui uma componente intrínseca dos meios de comunicação, e proporciona muito mais do que informação sobre produtos específicos, incluindo interpretações consistentes dos papéis de cada sexo (1991, p. 418).

Portanto, os assuntos explorados em canais de TV e rádio ou em páginas impressas e virtuais estão diretamente relacionados à audiência consumidora que precisa ser atraída. Ou seja, o público feminino<sup>13</sup> é um dos principais alvos das campanhas publicitárias, e conseqüentemente, alvo dos temas escolhidos pelos meios de comunicação de massa. Esta é uma das razões para que os assuntos de interesse feminino estejam em pauta.

Sendo assim, por este e por outros motivos para que atualmente as subjetividades femininas – que chocaram a sociedade europeia do século XIX em “Casa de bonecas” – são temas presentes na cultura de massa contemporânea. Como vimos, todo o século XX exigiu um esforço das mulheres para entrar no espaço de produção da cultura artística e intelectual. Agora, em tempos de pós-modernidade, acompanhamos as “vozes femininas” na literatura, no cinema, na televisão, no rádio e em outros meios de comunicação. Luisa Passerini (1991) diz que “a fortuna da cultura de massas depende das escolhas de mulheres e homens que estão redefinindo a combinação entre feminino e masculino, corporizada por cada indivíduo” (p. 386), e que

nunca como hoje parece abrir-se a um número crescente de mulheres a possibilidade de serem sujeitos em sentido pleno, quer individualmente quer de um modo associativo. (...) Não é necessário, mas paradoxalmente aconteceu e ainda acontece, que os processos de auto-afirmação passem pela massificação e pela uniformização. Mas estas, por uma ironia freqüente na história, podem muito bem produzir o seu contrário (p. 400).

---

<sup>13</sup> As mulheres são visadas pela publicidade porque estão cada vez mais tomando a decisão do que precisa ser consumido por suas famílias. Segundo dados da “Síntese dos Indicadores Sociais”, divulgada em setembro de 2007 pelo IBGE, com base nos dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio 2006 (PNAD), o número de mulheres chefes de família no Brasil cresceu 79% em dez anos, passando de 10,3 milhões, em 1996, para 18,5 milhões em 2006.

## 1.2 AS MULHERES NA HISTÓRIA DO RADIOJORNALISMO

A mulher surge na história do radiojornalismo mundial no período das duas Grandes Guerras. “Desde a época do início do rádio, as vozes femininas eram consideradas não convincentes e sem autoridade”, afirma a pesquisadora e fonoaudióloga Cida Stier (2001). Mary Marvin Breckinridge Patterson foi a primeira mulher no mundo a falar no rádio. Durante a Segunda Guerra Mundial, ela foi contratada por Edward R. Murrow para cobrir os conflitos para a CBS Radio Network. Ela viajou por sete países da Europa como repórter da CBS. Segundo a pesquisa de Stier, “no momento da sua primeira gravação, ela recebeu de seu chefe a orientação para que falasse com voz grave” (p. 183).

Mary Marvin Breckinridge Patterson foi a primeira de uma série de contratações para esta função. Mas depois que a guerra acabou e os homens puderam voltar a ocupar os postos de trabalho, a maioria das mulheres foi dispensada. A desculpa era que a receptividade das reportagens feitas por mulheres era menor do que a feita por homens. Algumas poucas conseguiram segurar suas vagas.

Essa barreira masculina voltaria a ser rompida somente na década de 70, quando as repórteres mulheres também conseguiram vagas no jornalismo de TV. Mas a orientação ainda era que seguissem um padrão de voz masculina, mais modulada e “séria”.

O começo das transmissões de rádio excluiu as mulheres. O jornalista Milton Jung (2004) relembra que

microfones, transmissores e receptores de baixa qualidade decretaram o rádio território exclusivo dos homens de boa voz. Nos primeiros anos, era preciso ser bom de gogó para trabalhar como radialista. A fala competia com chiados e descargas elétricas. Apenas o tom mais grave atendia às necessidades do público (pp. 118-119).

O veterano do rádio paranaense, Ubiratan Lustosa, conta em seu site<sup>14</sup> dedicado à história do rádio no Paraná que Alice Xavier foi a primeira locutora do rádio paranaense e talvez a pioneira do Brasil. Ela atuou na Rádio Clube nos anos de 1931 a

<sup>14</sup> Disponível em <http://www.ulustosa.com>.

1933. Segundo a observação de Lustosa, foi “uma agradável novidade” para os ouvintes a primeira voz feminina a fazer locução na emissora. Na mesma época, era locutor Ênio Marques Viana, que junto com ele e Alice Xavier anunciavam os nomes das músicas que eram solicitadas pelos ouvintes.

Na Rede CBN, a primeira rede brasileira com programação exclusiva de notícias, dos dez âncoras<sup>15</sup> que apresentam os programas em rede nacional, segundo levantamento feito no mês de junho de 2008, três são mulheres; sendo que uma apresenta o programa de segunda a domingo das 4h às 6h, outra faz o programa aos sábados e domingos das 12h às 15h e a terceira apresenta o programa que vai ao ar de segunda a sexta das 21h às 24h. Ou seja, todas as mulheres apresentam programas em horários de menor audiência. Na emissora afiliada<sup>16</sup> de Curitiba há quatro âncoras no total e uma é mulher. Ela é co-apresentadora do programa “CBN Curitiba – Edição da tarde” das 14h às 16h30 – em parceria com outro âncora – e apresentadora aos sábados das 9h às 10h do programa “CBN Curitiba – Edição da manhã”, e das 10h às 12h do “CBN Debate”, objeto de análise desta pesquisa.

Em entrevista ao programa “Observatório da imprensa” na Rádio TVE Brasil no dia Internacional da Mulher (8 de março) de 2005, a diretora executiva da Rede CBN, Mariza Tavares, falou sobre o trabalho da mulher no rádio. Ela disse aos ouvintes:

A voz é importante no rádio, mas eu diria que a CBN quebrou um pouco esse tipo de afirmação como sendo uma verdade absoluta. A grande vedete é a notícia, a informação. As pessoas ficam achando que a voz da mulher no rádio seria sussurrante, até uma coisa que despertaria a emoção dos ouvintes. Não precisa ser necessariamente assim, o importante é que ela passe credibilidade. (...) ainda há muita desigualdade a ser vencida. A gente avançou muito no Rio e em São Paulo, mas fora daqui as mulheres ainda têm que brigar muito. E o que eu sugiro é que elas nunca se coloquem no papel de mulherzinha e façam valer a sua qualidade de trabalho. (TAVARES, 2005)<sup>17</sup>

<sup>15</sup> Termo usado para definir os apresentadores de jornais em rádio ou televisão. O âncora é o editor e o apresentador do programa.

<sup>16</sup> O termo “afiliada” designa a emissora que não faz parte da empresa principal da rede de rádio ou televisão. Habitualmente, a afiliada se constitui a partir de uma parceria entre o empresário dono da rede de comunicação e outro empresário da cidade onde a emissora se situa, mas também há casos em que dono da rede não tem nenhuma participação no negócio local, cedendo somente a transmissão da programação da rede mediante pagamento de uma mensalidade.

<sup>17</sup> Entrevista disponível no site [http://www.tvebrasil.com.br/observatorio/arquivo/principal\\_050308.asp](http://www.tvebrasil.com.br/observatorio/arquivo/principal_050308.asp), consultado em 3 de junho de 2008.

O perfil de audiência da afiliada de Curitiba, durante praticamente toda a programação da emissora, é de ouvintes homens, das classes A e B e com mais de 25 anos de idade, de acordo com o que está publicado no site da emissora<sup>18</sup>. Porém, curiosamente, o programa analisado nesta pesquisa, o CBN Debate<sup>19</sup>, é o único que tem um público feminino maior. Segundo a pesquisa do Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (Ibope) de abril de 2008 na região de Curitiba, 61% da audiência do programa é feminina, o que equivale a uma média de 9.858 ouvintes por minuto.

A principal concorrente na área de radiojornalismo da CBN é a Rádio Band News FM. A Band News é a primeira rede do País de emissoras de jornalismo totalmente em FM (a CBN tem algumas emissoras que transmitem em AM). Em Curitiba, a Band News entrou em operação no dia 1 de janeiro de 2006. Se na CBN o perfil do ouvinte é declarado masculino, na Band News o posicionamento é outro: feminino.

As duas emissoras trabalham com noções (empiricamente validadas ou não) sobre os gostos diferentes – e quase que polarizados – de homens e mulheres. Abaixo, nas transcrições de duas chamadas<sup>20</sup> que vão ao ar durante a programação da Band News em todo o país, e que são gravadas em voz feminina, há a descrição de atividades que a emissora considera ser do “público feminino” que tenta conquistar:

Inteligência não tem sexo. A Band News é a primeira rede de notícias em FM e a primeira feita também para você, mulher. (...) Comentaristas que tratam daqueles assuntos tão importantes para você quanto futebol é para o homem. (...) E você homem, fique ligado. Aqui, além de todas as notícias mais importantes do dia, você ainda fica sabendo o que elas pensam, do que elas gostam, o que elas vão falar com você.

Você dirige, atende o chefe no celular, atende o marido na outra linha e come uma barra de cereal. Corre para a ginástica, pinta as unhas no semáforo fechado, passa batom sem olhar no espelho, manda o filho fazer a lição, lembra de buscar o filho na escola, dá bronca no filho, mexe a panela. Corre para o cabeleireiro e fala ao celular, fazendo tudo ao mesmo tempo. E ainda tem que ser bem-sucedida, bem-informada, sexy e... magra. (...) A gente sabe bem como é. (...) Band News FM, a primeira rádio feita também para você mulher. Sejam bem-vindas!

<sup>18</sup> O site é [www.cbncuritiba.com.br](http://www.cbncuritiba.com.br).

<sup>19</sup> Programa exibido das 10h às 12h, todo sábado, somente na emissora CBN de Curitiba.

<sup>20</sup> “Chamadas” são textos curtos inseridos nos *breaks* comerciais com o anúncio do tema de um programa que vai ser apresentado. É uma propaganda institucional do programa que será apresentado na seqüência.

A distinção do público entre “masculino” e “feminino” é um fenômeno paulatino que caracteriza praticamente todos os meios de comunicação. Percebe-se que há um reconhecimento de um “público feminino importante” que está relacionado ao potencial de consumir, entre outras coisas; e a construção de uma programação dividida por (noções de diferença) de sexo. Segundo Gladimir Nascimento (2008), diretor de Jornalismo da Rádio Band News FM de Curitiba, a emissora pensa no público feminino o tempo todo durante a programação:

“Sem comentar estratégias dos concorrentes, o que posso dizer é que a Band News FM procura merecer a contemporaneidade, que pede atenção a todos os gêneros. Ela é feita por homens e mulheres, para homens e mulheres. Isso vai da decisão sobre a pauta até a forma do texto na apresentação das matérias” (NASCIMENTO, 2008).

Em relação ao número de homens e mulheres contratados para a apresentação dos programas, o diretor da Band News diz:

“Não sabemos se há mais mulheres ou homens, pois os âncoras não são escolhidos por seu gênero, mas sim pela capacidade jornalística e pelo carisma. Aparentemente há um número pouco maior de mulheres na apresentação e na produção e equilíbrio nas funções de chefia” (NASCIMENTO, 2008).

A CBN e a Band News são hoje as duas grandes redes de radiojornalismo no Brasil. A CBN tem investido em uma programação voltada ao público masculino, enquanto a Band News recorre a programas que considera de interesse das mulheres. Nota-se que as duas emissoras trabalham com idéias muito claras sobre os “gostos masculinos” e os “gostos femininos”.

## 2 GÊNERO, LINGUAGEM E A FORMAÇÃO DOS DISCURSOS

Esta pesquisa analisa os estilos e as estratégias de comunicação de homens e mulheres em programas de rádio. Neste capítulo, entrelaçam-se estudos de gênero e de linguagem que culminam na prática comunicativa e nos estilos da fala de – e entre – mulheres e homens. Inicialmente, há um resumo da história da construção da teoria feminista contemporânea e, a partir daí, enfatiza-se a língua como construtora de sentidos e o discurso como desenvolvimento cultural.

### 2.1 AS PERSPECTIVAS DE GÊNERO – PASSADO E PRESENTE

“Todo fenômeno social tem uma *dimensão de gênero* que exige ser indagada”, pontua Miriam Adelman (2002, p. 49). Muitos trabalhos das teóricas feministas pioneiras dos anos 60 e 70 tornaram-se clássicos e um dos motivos é o valor de transformação social que tiveram em épocas em que não era fácil inserir o discurso feminista. Elas lançaram um novo olhar sobre as relações sociais e culturais da época, suas teorias e conceitos permitiram avanços nesta área de gênero e continuam sendo revisados nos estudos atuais. Como corrobora a historiadora francesa Françoise Thébaud (1991):

os feminismos dos anos sessenta e setenta desempenharam um papel essencial, impondo a feminilidade como categoria fundamental da identificação política e organizando-se como espaço autônomo, onde podiam operar-se a sua desconstrução e a sua reconstrução (pp. 19-20).

Porém, como bem fala Adelman, a teorização feminista representa para a academia e para o campo intelectual o mesmo que o movimento feminista representou para os movimentos sociais no passado: “um novo momento, com algumas premissas que o caracterizaram como uma ruptura radical com toda a cultura herdada, de *dominação masculina* e invisibilização das diversas contribuições das mulheres à história, à cultura e à vida política e social” (2004, p. 61).

Nas décadas de 60 e 70 passou-se a questionar a categoria “Mulher”, que passou a ser denominada de “Mulheres”. Mas o plural não resolveu a problemática de

uma categoria globalizante, segundo a teórica feminista Judith Butler (2003), porque continuou sendo uma tentativa de identidade comum e de uma solidariedade da identidade feminina pelas feministas. Mas mesmo que colocado no plural, diz Butler, “Mulheres”

tornou-se um termo problemático, um ponto de contestação, uma causa de ansiedade. (...) porque o gênero nem sempre se constituiu de maneira coerente ou consistente dos diferentes contextos históricos, e porque o gênero estabelece interseções com modalidades raciais, classistas, étnicas, sexuais e religiosas de identidades discursivamente constituídas (2003, p. 20).

Butler funde a contribuição foucaultiana com as perspectivas fenomenológicas e interacionistas com a teoria feminista para produzir uma nova proposta de como pensar gênero. Seus pensamentos são suficientemente originais a ponto de Butler ser considerada a mais proeminente teórica feminista contemporânea. Ela questiona a noção de “mulheres” como sujeito do feminismo e a sua conclusão é que não se pode “separar a noção de ‘gênero’ das interseções políticas e culturais em que invariavelmente ela é produzida e mantida” (2003, p. 20). Butler questiona a manutenção das construções binárias dizendo que esta noção de

masculino/feminino constitui não só a estrutura exclusiva em que essa especificidade pode ser reconhecida, mas de todo modo a “especificidade” do feminino é mais uma vez totalmente descontextualizada, analítica e politicamente separada da constituição de classe, raça, etnia e outros eixos da relação de poder, os quais tanto constituem a “identidade” como tornam inequívoca a noção singular de identidade (2003, p. 21).

Portanto, a visão binária não conseguiu englobar toda a fragmentação de dentro do feminismo. Adelman (2002) explica que há divisões na perspectiva feminista e exemplifica com o debate que há entre os social-construcionistas, que “questionam a tentativa de ‘desconstrução’ da categoria ‘mulher’, entendendo que a mesma poderia funcionar como a negação das realidades de poder baseadas no gênero” (p. 51) e os representantes da perspectiva pós-moderna. “De fato, as primeiras tentativas de explicar a aparente subordinação *quase-universal* das mulheres utilizam categorias

totalizantes demais, que facilitam a reificação de experiências ‘femininas’ e ‘masculinas’” (p. 52).

A terceira geração de feministas criticou a universalidade de uma diferença radical entre os sexos e passou a defender tanto as diferenças entre homens e mulheres como entre as mulheres, no mesmo nível de interiorização individual, pois o feminino, para essa geração, não se define somente em relação ao feminino, mas ao masculino ou no “contrato simbólico entre sexos”, explica Lia Zanota Machado (1992, p. 25).

A partir do final da década de 80, a condição da mulher passa a ser debatida sem estar centrada em termos de dominação e subordinação. Martha Célia Ramirez (2002) contextualiza este debate:

Ao questionarem uma visão centrada na subordinação, introduziram novas aproximações à subjetividade e à construção do sujeito feminino, resgatando sua capacidade transformadora, seu agenciamento, o que, paralelamente, significou redimensionar o conceito de poder (p. 123).

Ou seja, rompe-se com a dicotomia homem-mulher e passa-se à reflexão sobre a pluralidade do gênero feminino. A mudança de foco no estudo de gênero, prestando atenção na diferença das mulheres entre si, ao invés da relação de subordinação da mulher perante o homem, tem como uma de suas defensoras a teórica italiana do feminismo Teresa de Lauretis (1994). Assim como Butler, Lauretis é expoente do pensamento feminista pós-estruturalista.

No artigo “A tecnologia do gênero” Lauretis questiona o conceito de gênero como diferença sexual. “Tecnologia de gênero” é a construção de gênero como tecnologia do poder social. Empréstimo o termo “tecnologia sexual”, que Michel Foucault usou em “História da Sexualidade”, Lauretis o remodela para “tecnologia de gênero” para explicar o gênero como um produto e ao mesmo tempo um processo das tecnologias sociais:

o gênero como representação e como auto-representação (...) produto de diferentes tecnologias sociais, como o cinema, por exemplo, e de discursos,

epistemologias e práticas críticas institucionalizadas, bem como das práticas da vida cotidiana (1994, p. 208).

Assim, para Lauretis, gênero não está diretamente ligado somente ao sexo, mas a uma relação social e à representação desta relação, que acontece quando se pertence a uma classe. Seguindo esta linha de raciocínio, a autora mostra que falar em gênero não é falar de uma condição natural das pessoas, mas sim, a representação de um indivíduo pela classe, raça, sexo e códigos lingüísticos.

As concepções culturais de masculino e feminino como duas categorias complementares, mas que se excluem mutuamente, nas quais todos os seres humanos são classificados formam, dentro de cada cultura, um sistema de gênero, um sistema simbólico ou um sistema de significações que relaciona o sexo a conteúdos culturais de acordo com valores e hierarquias sociais. Embora os significados possam variar de uma cultura para outra, qualquer sistema de sexo-gênero está sempre intimamente interligado a fatores políticos e econômicos em cada sociedade (LAURETIS, 1994, p. 211).

Portanto, segundo Lauretis, há significações diferenciadas nas posições sociais dos indivíduos e “a construção do gênero é tanto o produto quanto o processo de sua representação” (p. 212). Nesta visão, o “sujeito do feminismo” é caracterizado pelo “movimento para dentro e fora do gênero como representação ideológica”, um movimento de “tensão da contradição, da multiplicidade, da heteronomia” (1994, p. 238). Este conceito se afasta duplamente da noção de mulher: a mulher como uma essência de todas as mulheres; e a mulher como um produto das relações sociais.

Lauretis critica o pensamento de que as diferenças entre homens e mulheres são primeiramente sexuais e define esta vertente dos estudos de gênero como uma “deficiência do pensamento feminista”, Lauretis considera esta vertente limitada por dois motivos: 1. porque “confina o pensamento crítico feminista ao arcabouço conceitual de uma posição universal do sexo”, esquecendo das particularidades culturais e sociais e 2. porque “tende a reacomodar ou recuperar o potencial epistemológico radical do pensamento feminista sem sair dos limites da casa patriarcal” (1994, pp. 207-208).

Teresa de Lauretis aponta que há a criação de espaços sociais marcados por muitas especificidades de gênero. Esses espaços são denominados pela autora de “gêndrados”. O conceito de gênero sugerido por Lauretis, portanto, não está ligado à

diferença sexual.

O sujeito do feminismo abrange o que acontece às margens das organizações das mulheres, englobando o que as antigas representações das estruturas de gênero deixavam de fora. A relação entre a política e a teoria feminista permeia o sujeito do feminismo, que na visão de Lauretis é “en-gendrado” na “tensão de uma dupla força em direções contrárias – a negatividade crítica de sua teoria, e a positividade afirmativa de sua política – é tanto a condição histórica da existência do feminismo quanto sua condição teórica da possibilidade” (1994, p. 238). Butler, entretanto, alerta para a polêmica que envolve o termo “representação”:

Por um lado, a representação serve como termo operacional no seio de um processo político que busca estender visibilidade e legitimidade às mulheres como sujeitos políticos; por outro, a representação é a função normativa de uma linguagem que revelaria ou distorceria o que é tido como verdadeiro sobre categoria das mulheres (2003, p. 18).

Nesta afirmação, percebe-se que Butler vê a linguagem como um código, conceito problematizado nesta pesquisa, que elegeu a interpretação de língua como discurso. Butler diz que “a complexidade do conceito de gênero exige um conjunto interdisciplinar e pós-disciplinar de discursos, com vistas a resistir à domesticação acadêmica dos estudos sobre o gênero ou dos estudos sobre as mulheres, e de radicalizar a noção de crítica feminista” (2003, p. 12). A autora anseia por um novo tipo de política feminista “que tome a construção variável da identidade como um pré-requisito metodológico e normativo, senão como um objetivo político” (p. 23).

Desta forma, emerge a definição de gênero que não se limita à diferença biológica de sexo, mas perpassa o caráter relacional e a construção social na dinâmica convivência entre homens e mulheres. Segundo a antropóloga estruturalista Françoise Héritier:

Ora, o indivíduo não pode ser pensado sozinho: ele só existe em relação. Basta que haja relação entre dois indivíduos para que o social já exista e que não seja nunca o simples agregado dos direitos de cada um de seus membros, mas um arbitrário constituído de regras, onde a filiação (social) não seja redutível ao puro biológico (HÉRITIER, 1996. p. 288 *apud* GROSSI, 1998. p. 6).

Sob essa perspectiva, as relações de gênero compreendem relações sociais baseadas numa complexa e contínua construção e desconstrução das relações de poder entre homens e mulheres. Para Joan Scott (1995), o gênero é, além de um meio de articulação das relações de poder, uma forma de entender como se dão as interações entre as pessoas:

Estabelecidos como um conjunto objetivo de referências, os conceitos de gênero estruturam a percepção e a organização concreta e simbólica de toda a vida social. Na medida em que essas referências estabelecem distribuições de poder (um controle ou um acesso diferencial aos recursos materiais e simbólicos), o gênero torna-se implicado na concepção e na construção do próprio poder (p. 88).

O conceito de gênero entendido como diferença sexual é criticado principalmente pelas pós-estruturalistas, que o consideram limitador dos estudos na área, por deixar a categoria sexo como fixa, natural e não-problematizada. A pesquisadora Linda Nicholson (2000), ao discutir os estereótipos culturais dos significados das experiências femininas e masculinas, afirma que “A questão que o feminismo enfrenta hoje é se podemos ou não gerar novas noções de gênero que retenham o que foi positivo num ‘feminismo da diferença’ e que eliminem o que foi negativo” (p. 33).

Butler (2003) critica a categoria gênero por estar baseada a partir do sexo biológico e propõem uma "teoria performática": gênero como efeito discursivo e o sexo como um efeito do gênero. Ao criticar a categoria gênero como interpretação cultural do sexo, Butler se pergunta "O que é o sexo?" e continua se questionando:

É ele natural, anatômico, cromossômico ou hormonal, e como deve a crítica feminista avaliar os discursos científicos que alegam estabelecer tais "fatos" para nós? Teria o sexo uma história? Possuiria cada sexo uma história ou histórias diferentes? Haveria uma história como se estabeleceu a dualidade do sexo, uma genealogia capaz de expor as opções binárias como uma construção variável? Seriam os fatos ostensivamente naturais do sexo produzidos discursivamente por vários discursos científicos a serviço de outros interesses políticos e sociais? (2003, p. 25)

Para a autora, o “caráter imutável do sexo é contestável” e a própria construção de “sexo” pode ser relativizada. “Talvez o próprio construto chamado ‘sexo’ seja tão

culturalmente construído quanto o gênero; a rigor, talvez o sexo sempre tenha sido o gênero, de tal forma que a distinção entre sexo e gênero revela-se absolutamente nenhuma” (2003, p. 25).

As sociolinguistas norte-americanas Penelope Eckert e Sally McConnell-Ginet, que juntas escreveram em 2003 o livro *“Language and Gender”*, defendem que gênero não é algo com o que nascemos ou temos, mas o que somos e o que executamos. Ou seja, gênero é uma questão de identidade e de prática social. Para elas, o sexo é uma categorização biológica baseada primeiramente no potencial reprodutivo e o gênero é uma elaboração social do sexo biológico, construído no sexo biológico, exagerando e carregando a diferença biológica dentro dos domínios em que isto é completamente irrelevante. Já Butler, por outro lado, diz que “se o sexo é, ele próprio, uma categoria tomada em seu gênero, não faz sentido definir o gênero como a interpretação cultural do sexo. (...) Resulta daí que o gênero não está para a cultura como o sexo para a natureza” (2003, p. 25).

Eckert e McConnell-Ginet entendem que o gênero engloba um sistema de significados e é um caminho para construir noções de machos e de fêmeas. Porém, apesar da classificação das pessoas nas categorias masculino ou feminino ser generalizante, obviamente não engloba todo mundo. Estas categorias – explicam – incluem interesses, traços de personalidade, valores e outros itens abstratos e, como bem lembram as pesquisadoras, há *“feminine men”*, *“masculine women”*, *“feminine women”* e *“masculine men”* (p. 251). Sendo assim, gênero se apresenta não como um atributo individual, mas como um conjunto de relações. Homens e mulheres, com riqueza de características, quebram esta categorização binária: *“A woman who is ambitious and assertive may nonetheless be judged feminine if her general appearance and some other aspects of her behavior can be characterized as feminine”* (p. 253).

Elas reiteram que o gênero é uma ordem social porque a mantemos assim. Em suas próprias palavras: *“Our survival does not depend on males wearing blue and females wearing pink; humans are a reflective species, and we can talk to each other”* (p. 33). Butler também afirma, ao problematizar a dificuldade do *status* de gênero ser teorizado como independente do sexo, que “o próprio gênero se torna um artifício flutuante, com a conseqüência de que homem e masculino podem, com igual facilidade,

significar tanto um corpo feminino como um masculino, e mulher e feminino, tanto um corpo masculino com um feminino” (2003, pp. 24-25).

Estes caminhos percorridos pelas feministas para conceitualizar gênero, para enfatizar – ou não – as diferenças, para distinguir essencialismos de estruturalismos são analisados pela filósofa norte-americana Susan Bordo no artigo “A feminista como o Outro”. Ela relata que muitas feministas temem acusações de essencialismo e de racismo, para outras feministas “qualquer identificação com as ‘diferenças’ históricas das mulheres é equivalente à identificação com a condição de vítima, desprovida de poder” (BORDO, 2000, pp. 26-27). E, ainda, para algumas feministas

“as diferenças” das experiências das mulheres, tanto as raciais e étnicas quanto as de gênero, permanecem como um rica fonte a partir da qual elas podem elaborar uma crítica cultural e filosófica e imaginar alternativas indisponíveis ou silenciadas nas histórias que os homens contaram sobre suas experiências (BORDO, 2000, p. 27).

Susan Bordo propõe que os pensadores atuais resistam à “*guetoização* da perspectiva feminista” e insistam que “a filosofia feminista seja lida como uma crítica cultural”. Bordo defende: “Mais precisamente, precisamos insistir para que a ‘teoria do gênero’ seja lida *para* a crítica cultural que ela oferece. Isso não é fácil. Exige vigilância, precisamente porque nossa luta não trata da *inclusão* (...) mas do *significado* cultural dessa inclusão” (2000, p. 24). A defesa de Bordo tem um grande impacto teórico nos estudos de gênero. Ela propõe uma desconstrução teórica de algo que ainda se mantém na prática social de uma maneira forte e rígida.

Adelman (2002) pontua que os estudos de gênero atuais tendem a

(1) questionar as dicotomias segundo as quais “homens” e “mulheres” são categorias estáveis definidas a partir de uma oposição binária fundamental para (2) captar na sua pluralidade as formas históricas de construção de masculinidades e feminilidades, (3) esclarecer seus vínculos com formas de controle social, desigualdade e poder para (4) contribuir para superá-las (p. 51).

Como ainda não chegamos no momento “pós-gênero”, e na perspectiva de colaborar com a desconstrução do ‘eterno feminino’ – bandeira de Simone de Beauvoir –, esta pesquisa apóia-se na linha de que o gênero é discursivamente construído.

## 2.2 A CONSTRUÇÃO DO DISCURSO

Neste trabalho, a língua é concebida como discurso, como construtora de sentidos, na linha de pensamento pós-estruturalista de Michel Foucault e Mikhail Bakhtin. A construção de sentidos da língua é definida por Bakhtin como uma “arena de conflitos”, em que o sentido se constrói somente neste embate. Parafraseando o autor, a palavra é uma ponte. Ela liga o locutor ao ouvinte e é, ao mesmo tempo, produto da interação entre os dois. A palavra tem uma direção social e, ao se tornar um enunciado, tem a forma e o estilo afetados pela situação: “cada palavra se apresenta como uma arena em miniatura onde se entrecruzam e lutam os valores sociais de orientação contraditória. A palavra revela-se, no momento de sua expressão, como o produto da interação viva das forças sociais” (2004, p. 66).

Na definição de Eni Puccinelli Orlandi (1995), autora do livro “As formas do silêncio: no movimento dos sentidos”, “todo discurso já é uma fala que fala com outras palavras, através de outras palavras” (p. 15), e as palavras são discursos nas suas relações com os sentidos. Como explica Clarissa Jordão (2007):

Entender o mundo como um conjunto de discursos faz muita diferença na maneira como nos comportamos diante do conhecimento, ou do poder/saber. Tal entendimento nos leva a perceber que as culturas, em suas perspectivas institucionalizadas e hegemônicas, conferem *capital diferenciado* a determinados valores, ações, produtos; que esse capital cultural é *atribuído* e não intrínseco a eles. Portanto, nossos conhecimentos, atitudes, comportamentos não são hierarquizados por terem em si uma essência que os determinaria como superiores ou inferiores; a hierarquização de nossos valores e conhecimentos acontece culturalmente e não está determinada por qualidades inerentes aos sujeitos e objetos, mas sim por características a eles conferidas pela sociedade (pp. 20-21).

E como “a língua apresenta-se como uma corrente evolutiva ininterrupta” (BAKHTIN, 2004, p. 90), na praticidade do uso cotidiano, a língua não se separa do deu

conteúdo ideológico: “A *palavra está sempre carregada de um conteúdo ou de um sentido ideológico ou vivencial*. É assim que compreendemos as palavras e somente reagimos àquelas que despertam em nós ressonâncias ideológicas ou concernentes à vida” (BAKHTIN, 2004, p. 95). Orlandi diz que a língua é pensada “como ‘base comum de todos os processos discursivos’, ou seja, de pensar a necessidade de se manter a noção de língua (enquanto estrutura) como pré-requisito indispensável para se pensar os processos discursivos” (1995, p. 19).

Ao longo de suas obras, Foucault desenvolve os conceitos de enunciado e discurso para incentivar que se procure o que está por trás dos textos, quais as condições da existência do que está escrito e se identifique as práticas não discursivas que também compõem o discurso pelas relações, poderes e regras sociais. Em “A arqueologia do saber”, ele define: “Chamaremos de discurso um conjunto de enunciados que se apóiem na mesma formação discursiva” (1986, p. 135).

Em “A ordem do discurso”, o autor concebe discurso pelos princípios da inversão (jogo da rarefação do discurso), da descontinuidade (práticas descontínuas), da especificidade (prática que impomos às coisas) e da exterioridade (fixação de fronteiras do discurso) (2006, pp. 51-53). Para Foucault,

a produção do discurso é ao mesmo tempo controlada, selecionada, organizada e redistribuída por certo número de procedimentos que têm por função conjurar seus poderes e perigos, dominar seu acontecimento aleatório, esquivar sua pesada e temível materialidade. (...) o discurso não é simplesmente aquilo que traduz as lutas ou os sistemas de dominação, mas aquilo por que, pelo que se luta, o poder do qual nos queremos apoderar (2006, pp. 8-10).

No livro “Marxismo e filosofia da linguagem”<sup>21</sup>, Mikhail Bakhtin mostra que na comunicação da vida cotidiana a palavra é um material privilegiado, objeto do estudo das ideologias que faz parte da conversação e das formas discursivas: “A palavra é o modo mais puro e sensível de relação social” (p. 36). Ainda sobre a palavra, Orlandi diz

---

<sup>21</sup> A autoria deste livro é polêmica. Pesquisadores divergem se Bakhtin o teria escrito sozinho ou em parceria com Volochínov. Stuart Hall (2003) conta que Bakhtin “se recusou a assinar o documento preparado a seu pedido em 1975, onde esclarecia a questão da autoria, e já que todos os seus manuscritos e papéis foram totalmente destruídos, é possível que o assunto jamais seja esclarecido” (p. 234).

que “As palavras são cheias de sentidos a não se dizer e, além disso, colocamos no silêncio muitas delas” (1995, p. 14).

O diálogo, uma das formas de interação verbal, é aqui entendido à luz de Bakhtin, como toda a comunicação verbal e não somente como uma interação com voz alta e face a face: “a comunicação verbal é sempre acompanhada por atos sociais de caráter não-verbal (gestos do trabalho, atos simbólicos de um ritual, cerimônias, etc.), dos quais ela é muitas vezes apenas o complemento, desempenhando um papel meramente auxiliar” (2004, p. 124). A enunciação tem uma natureza social para o autor: “o ato de fala, ou, mais exatamente, seu produto, a enunciação, não pode de forma alguma ser considerado como individual no sentido estrito do termo” (2004, p. 109). É a condição social daquele momento que vai determinar a enunciação. Segundo Bakhtin,

o locutor deve levar em consideração o ponto de vista do receptor. (...) o essencial na tarefa de descodificação não consiste em reconhecer a forma utilizada, mas compreendê-la num contexto concreto preciso, compreender sua significação numa enunciação particular (2004, p. 93).

Nos programas de rádio, linguagens diferentes interagem: olhares, gestos, expressões, etc. Mas é a fala que chega mais facilmente aos ouvintes. A linguagem verbal é a que mais afeta a construção de realidade de quem ouve e a formação de sentido do que nos rodeia:

nossa maneira de entender o outro e se relacionar com ele também se altera, bem como se altera nossa concepção de nós mesmos, nossas identidades possíveis e as maneiras de construí-las e percebê-las. As formas de construção de sentidos (e de identidades) circulam agora por caminhos intensamente mais variados e simultâneos, por gêneros discursivos múltiplos que se entrecruzam e modificam uns aos outros (JORDÃO, 2007, p. 25).

Com a ajuda de Jordão, entendemos que a língua pensada como discurso “é um sistema de construção de sentidos, desenvolvido culturalmente e adquirido socialmente em relações de confronto e poder” (2007, p. 22). Em suas palavras:

a noção de *língua* tem sido substituída pela de *discurso*: ao invés de um código que faz a intermediação entre o sujeito e o mundo, a língua passa a ser

entendida como uma série de *procedimentos interpretativos* que constroem os sentidos do mundo, ou melhor, que constroem os nossos mundos (2007, p. 24).

Inspirada em Bakhtin, a lingüista norte-americana Deborah Tannen observa que mulheres e homens diferem no modo como percebem o mundo e como comunicam seus pontos de vista. A respeito das diferenças entre os padrões discursivos feminino e masculino e o conflito entre eles, Tannen disse, em entrevista à revista *Época* na edição de 2 de maio de 2003<sup>22</sup>:

As conversas são carregadas pela herança de todos os diálogos que tivemos antes. Isso é transmitido pelo tom de voz, pela expressão facial e pelos pressupostos não ditos. (...) as mulheres valorizam a intimidade criada pela conversa, especialmente quando inclui partilhar informações privadas. Isso cria oportunidades para se sentirem próximas, mas também para se acharem invadidas ou rejeitadas. É fundamental entender como os padrões de linguagem masculinos e femininos são diferentes e como isso afeta o relacionamento familiar, para evitar conflitos por falta de comunicação (TANNEN, 2003).

Ou seja, o diálogo também serve para a dominação do outro, ou para ser subjugado por ele. A relação entre a linguagem e o gênero é o tema do subcapítulo a seguir.

## 2.3 LINGUAGEM E GÊNERO

Desde que em 1975 a lingüista Robin Lakoff publicou em "*Language and Woman's Place*" uma lista<sup>23</sup> dos estilos típicos da linguagem das mulheres da época,

<sup>22</sup> Entrevista concedida ao repórter Alexandre Mansur, da Revista *Época*, na edição número 263, de 2 de maio de 2003, disponível em <http://revistaepoca.globo.com/Epoca/0.6993.EPT546336-1666-1.00.html>.

<sup>23</sup> Lista disponível no site <http://www.universalteacher.org.uk/lang/gender.htm>

*Hedge*: using phrases like "sort of", "kind of", "it seems like", and so on.

Use (super) polite forms: "Would you mind...", "I'd appreciate it if...", "...if you don't mind".

Use tag questions: "You're going to dinner, aren't you?"

Speak in italics: emphasis equal to underlining words - so, very, quite.

Use empty adjectives: divine, lovely, adorable, and so on.

Use hypercorrect grammar and pronunciation: English prestige grammar and clear enunciation.

Use direct quotation: men paraphrase more often.

Have a special lexicon: women use more words for things like colours, men for sports.

dezenas de autores da área da sociolinguística observam os discursos feminino e masculino. A lista de Lakoff provoca polêmica até hoje porque sugere que a linguagem feminina coloca as mulheres em uma posição de subordinação em relação aos homens na sociedade. As lingüistas Penelope Eckert e Sally McConnell-Ginet (2003) fizeram críticas a Lakoff na abertura do livro *“Language and Gender”*: *“(...) language itself is a tool of oppression – it is learned as part of learning to be a woman, imposed on women by societal norms, and in turn it keeps women in their place”* (p. 1). Lakoff deixou claro em seu trabalho que questões de diferença e questões de dominação estavam indissolúvelmente ligadas.

*“People have different conversational styles, influenced by the part of the country they grow up in, their ethnic backgrounds and those of their parents, their age, class, and gender. But conversational style is invisible”* (1994, p. 11). Estas afirmações são de Deborah Tannen, referência mundial no estudo de linguagens. O desafio desta pesquisa é tornar visível estes estilos de conversação que Tannen diz que são invisíveis.

Nos programas de radiojornalismo ao vivo os participantes muitas vezes estão conversando pela primeira vez durante o programa e não conhecem o estilo de comunicação do outro. Para Tannen, *“unaware that these and other aspects of our ways of talking, we think we are simply saying what we mean. Because we don’t realize that other styles are different, we are often frustrated in conversations”* (1994, p. 11).

Tannen apresenta um paradoxo ao afirmar que *“communication is a double bind”*, no sentido que qualquer coisa que se diga para marcar as semelhanças fere as diferenças; ao mesmo tempo em que qualquer coisa que se diga para salientar a

---

*Use question intonation in declarative statements: women make declarative statements into questions by raising the pitch of their voice at the end of a statement, expressing uncertainty. For example, “What school do you attend? Eton College?”*

*Use “wh-” imperatives: (such as, “Why don’t you open the door?”).*

*Speak less frequently.*

*Overuse qualifiers: (for example, “I Think that...”).*

*Apologise more: (for instance, “I’m sorry, but I think that...”).*

*Use modal constructions: (such as can, would, should, ought - “Should we turn up the heat?”).*

*Avoid coarse language or expletives.*

*Use indirect commands and requests: (for example, “My, isn’t it cold in here?” - really a request to turn the heat on or close a window).*

*Use more intensifiers: especially so and very (for instance, “I am so glad you came!”).*

*Lack a sense of humour: women do not tell jokes well and often don’t understand the punch line of jokes.*

diferença, viola a semelhança (1996, p. 29). Ou seja, na comunicação circulam mensagens contraditórias.

Todas estas abordagens sobre linguagem e gênero são relevantes para este trabalho porque contribuem para o entendimento do que está por trás das falas de homens e mulheres. As diferenças da prática discursiva entre homens e mulheres, assim como as estratégias que utilizam para a interação social, são de vital importância para o entendimento das relações sociais e de posicionamentos femininos e masculinos na sociedade. Nas abordagens de gênero e linguagem também se observa a presença essencialmente de duas correntes: a seguida pelas teóricas do feminismo da construção social e a seguida pelas teóricas do pensamento pós-estruturalista.

A psicóloga e feminista americana Carol Gilligan ficou conhecida pela crítica que fez às teorias vigentes da psicologia do desenvolvimento humano e pela visão binária e essencialista no meio feminista. Seu trabalho inovador gera controvérsias desde que veio a público. Ela afirma, no polêmico livro “Uma voz diferente”, de 1982, que “numa época em que se fazem esforços para banir a discriminação entre os sexos à procura de igualdade e justiça sociais, as diferenças entre os sexos estão sendo redescobertas nas ciências sociais” (p. 15). Gilligan diz que a sociedade, depois de passar séculos ouvindo os discursos masculinos, está com dificuldades em ouvir o que as mulheres falam. Uma explicação, nas palavras da autora: “A falha em ver a diferente realidade das vidas das mulheres e em ouvir as diferenças em suas vozes decorre em parte do pressuposto de que existe um modo apenas de experiência e interpretação sociais” (p. 186). E esse modo seria o masculino, segundo a psicóloga.

Joan Scott é uma das críticas da pesquisa de Gilligan, principalmente da oposição binária entre masculino-feminino e das diferenças de gênero relatadas no seu trabalho:

Gilligan explica as trajetórias divergentes de desenvolvimento moral seguidas por meninos e meninas, em termos de diferenças de “experiência” (de realidade vivida). Não é surpreendente que os/as historiadores/as das mulheres tenham recuperado suas idéias e as tenham utilizado para explicar as “vozes diferentes” que os trabalhos desses/as historiadores/as lhes haviam possibilitado ouvir. Os problemas com esses empréstimos são múltiplos e eles estão logicamente conectados. O primeiro problema é um deslizamento que freqüentemente ocorre na atribuição da causalidade: a argumentação começa por uma afirmação do tipo “a experiência das mulheres leva-as a fazer escolhas morais que dependem de

contextos e de relações” para se transformar em “as mulheres pensam e escolhem este caminho porque são mulheres” (SCOTT, 2005, pp. 83-84).

Para Scott, na linha de raciocínio de Gilligan está presente uma concepção a-histórica da mulher. Ela critica Gilligan e outros teóricos que fazem abordagem semelhante, entendendo que “extrapolaram sua descrição, baseada numa pequena amostra de alunas americanas no fim do século XX, a todas as mulheres” (2005, p. 84).

Esta discussão em torno do trabalho de Gilligan retrata a discussão de uma questão teórica importante no campo de linguagem e gênero. Os estudos contemporâneos sobre gênero e linguagem, mesmo não querendo ser identificados como simplesmente “reproduções binárias” têm dificuldades de avançar neste campo. Para evitar o binarismo, estes estudos enfatizam dimensões interacionais, acrescentando ao gênero outras questões como classe, etnia, etc. Mas mesmo assim, não há avanços tampouco a partir de uma perspectiva pós-estruturalista. Estes estudos ainda precisam, de alguma forma, recuperar algum “discurso da diferença”.

Susan Bordo defende Gilligan ao afirmar que seu trabalho foi analisado erroneamente (em parte) sob a perspectiva da dualidade de gênero. Bordo explica que a crítica feita a Gilligan é articulada em termos de diferenças de gênero e que é um “erro grave ver suas implicações como envolvendo ‘somente’ gênero” (2000, p. 21).

O trabalho de Gilligan tem sido largamente criticado por outras feministas por “essencializar” uma construção da “diferença” feminina historicamente localizada e condicionada por hierarquias de classe e raça. E é verdade que o livro falha no questionamento das possibilidades de generalização dos achados da autora, baseados numa amostra limitada e homogênea. (...) Mas independente da justiça que possam vir a fazer em relação às generalizações empíricas de Gilligan ou ao viés branco da pesquisa feminista, essas críticas perdem de vista uma dimensão importante do trabalho dela. (...) se a diferença de gênero proposta deriva da biologia ou de papéis socialmente construídos, ou ainda se ela reflete adequadamente situações de todas as mulheres ou só de uma construção de gênero específica a determinada classe ou etnia, nada disso é assunto grave. O que a diferença de gênero aqui permite (tanto quanto as diferenças étnicas e outras diferenças culturais) é a abertura de um ‘caminho em direção’ à crítica cultural. (BORDO, 2000, pp. 21-22).

Teóricas feministas contemporâneas usam as pesquisas de Gilligan como base de discussão, o que, para Bordo, é uma das provas de que o material tem possibilidades de aplicações culturais. Gilligan apresentou evidências de como a

construção social das meninas as leva a ter uma "voz diferente". Adelman (2004) diz que a grande contribuição de Gilligan

se inicia com a denúncia de como "um problema na teoria transformou-se em problema no desenvolvimento das mulheres" para avançar o conceito de um *relational self*, o eu que se constrói a partir de e em constante diálogo com os outros, e no qual a necessidade ou o desejo de priorizar os relacionamentos com os outros no projeto de vida de uma pessoa pode ser visto não como falhos mas como valores. (p. 162).

O trabalho de Eckert e McConnell-Ginet também enfatiza as diferenças lingüísticas entre homens e mulheres e tenta fugir da visão binária, aproximando-se em alguns momentos do pensamento pós-estruturalista. Em seu site, Penelope Eckert explica como passou a estudar linguagem e gênero e fala da aproximação com as pós-estruturalistas. Ela escreve:

*My interest in language and gender grew out of my dissatisfaction with treatments of gender in studies of variation, and my observation in my own data that gender is not independent of other aspects of social identity. Thus, one can not expect sex class to have the same effect on language use from one social group to another. Once I began to take gender seriously, I became more engaged with poststructural theories, and particularly with work on gender and sexuality. This has been an important force in my thinking about language and variation, and in the thinking of all those involved in the Third Wave of variation studies (ECKERT).*

Eckert e McConnell-Ginet lembram que é comum ouvirmos que as diferenças biológicas entre machos e fêmeas determinam o gênero, já que níveis elevados de testosterona deixariam o homem mais agressivo que a mulher; e que o domínio do lado esquerdo do cérebro conduziria o homem a ser mais racional, enquanto as mulheres seriam mais emocionais. Para as pesquisadoras, também é comum pensar em gênero em termos de atributos individuais: se um indivíduo é macho ou fêmea; se é mais ou menos masculino ou feminino; e/ou se está cumprindo papel de macho ou de fêmea. Estas possibilidades que circulam no senso comum foram o ponto de partida para a investigação que fizeram das regras de linguagens na manutenção ou na mudança da ordem do gênero.

Preocupadas com as generalizações de muitos estudos sobre linguagem e gênero, Eckert e McConnell-Ginet alertam sobre as conseqüências da escolha do foco na diferença ou na dominação ou, ainda:

*a focus on social structure – whether one is talking about difference or dominance – tends to downplay the fact that gender is fluid, changing, and maintained in practice, while a focus on change and creativity can downplay the constraining weight of a system perceived as static in the very day-to-day practice in which change and creativity are accomplished. Similarly, a focus on the individual can mask the collaborative nature of gender, while a focus on the system can prevent us from thinking about individual agency. And any split between the social system and individual actions can prevent us from thinking seriously about the relation between the two (2003, p. 80).*

O estudo da linguagem baseado nas diferenças entre homens e mulheres não se desenvolveu isoladamente. Os estudos psicológicos das diferenças de gênero têm sido um suporte para o entendimento do contexto do aprendizado da linguagem. Assim como o ritmo da fala, para a jornalista e ativista feminista Susan Brownmiller, autora do livro *“Femininity”*, escrito na década de 80, a maneira de falar de um jeito mais feminino ou mais masculino é fruto de um processo de imitação do início da vida. Homens e mulheres são educados de maneiras diferentes no jeito de falar. Porém, alguns estilos aprendidos na infância se mantêm apropriados ao longo da vida, outros não.

Eckert e McConnell-Ginet afirmam que gênero é um processo dicotômico em que a similaridade é apagada e a diferença ressaltada. As diferenças biológicas – polemizam – são exacerbadas desde a infância em prol da construção do gênero. Para exemplificar estas afirmações, as autoras analisam as vozes femininas e masculinas: em geral, o intervalo vocal do homem é mais longo do que o da mulher, possibilitando ao homem uma voz mais grave, com *pitch*<sup>24</sup> de voz baixo. Mas não é somente o tamanho do intervalo vocal que caracteriza uma voz. Entre os quatro e cinco anos de idade, apesar do idêntico instrumento vocal, os meninos e as meninas começam a diferenciar sua freqüência vocal, num aprendizado social consciente e inconsciente: os meninos baixando o *pitch* da voz e as meninas aumentando-o. *“Voice (...) provides a*

---

<sup>24</sup> *Pitch* é a sensação psicofísica relacionada à freqüência fundamental. É a forma como o som é julgado em relação à sua altura, considerando-se mais grave ou agudo. Apesar de depender basicamente de freqüência fundamental desse som, também há a influência da intensidade e da ressonância (STIER, 2006. p. 6).

*dramatic example of children's coming to perform gender*" (p. 18), alertam Eckert e McConnell-Ginet. Para as pesquisadoras, é possível dizer o gênero de uma criança com base no *pitch* da voz, independente do comprimento do intervalo vocal. (pp. 12-13).

Isso porque o gênero de uma criança interfere no modo como meninas e meninos são tratados socialmente e, portanto, reflete na forma delas e deles se expressarem. As crianças não são tratadas somente como pessoas, mas como meninos e meninas e é com base nessa diferença que vão se comunicar com elas. Em outras palavras, as pessoas conversam com meninos de um jeito e com as meninas de outro. Com as meninas, costuma-se usar palavras na forma diminutiva ou que demonstrem emoções. Aos meninos, entretanto, são dirigidas palavras firmes e proibitivas (ECKERT e MCCONNELL-GINET, 2003, p. 17).

É provável que, quando as crianças alteram a frequência fundamental da voz elas não estão tentando soar meninos ou meninas, mas ambicionam alguma qualidade que é própria do gênero: como graciosidade ou autoridade (pp. 19-20). Toda vez que uma menina anda elegantemente com os sapatos da mãe e toda vez que um menino caminha com um ar de auto-suficiência eles estão reproduzindo diferenças de gênero, a relação entre gênero e estilos de movimentos e todas as implicações nesta relação.

Susan Brownmiller afirma que as meninas têm mais facilidades verbais quando crianças e que, na adolescência, os meninos as superam em movimentações corporais. Brownmiller diz que as meninas começam a falar mais cedo, conseguindo formar as sentenças com mais desenvoltura e elaborando um vocabulário mais rico no período pré-escolar; e que talvez a memória das meninas seja melhor que a dos meninos na infância.

As meninas aprendem logo que precisam cuidar dos brinquedos, das roupas, do quarto e do irmão mais novo. Carol Gilligan, naquele polêmico estudo citado anteriormente, diz que na vida adulta aqueles cuidados que as meninas revelam desde cedo através de seus brinquedos e de suas roupas não têm valor de mercado na vida profissional delas. Este tipo de sensibilidade poderia até atrapalhar o sucesso profissional das mulheres.

O lugar das mulheres na vida dos homens tem sido aquele de alimentadora, cuidadora, e companheira, a tecelã daquelas redes de relacionamentos nas quais ela por sua vez confia. Mas enquanto as mulheres têm assim cuidado dos homens, os homens têm, em suas teorias do desenvolvimento psicológico, assim como nos seus arranjos econômicos, tendido a presumir ou desvalorizar aquele cuidado (GILLIGAN, 1982, p. 27).

Susan Bordo relembra que esta conclusão de Gilligan é associada erroneamente pela maioria das filósofas feministas contemporâneas à “ética do cuidado”. Gilligan teria parte na culpa por esta associação quando escolheu este termo “ética do cuidado” com o objetivo de descrever a moral feminina, mas o problema maior estaria, segundo Bordo, “numa cultura forjada pelas dualidades de gênero” porque “há uma inclinação à ‘leitura’ do trabalho feminista como se ele reforçasse essas dualidades”.

Ela tenta deixar claro que não está propondo que as mulheres sejam anjos da moral, enquanto os homens não se preocupam com ajudar os outros; o que ela argumenta (...), ao contrário, é que as mulheres e homens têm maneiras diferentes de entender “ajuda”, baseadas em suas diferentes concepções daquilo que constitui o “perigo” (BORDO, 2000, p. 23).

Além da formação cultural na infância, que, como foi observado por Gilligan, é influenciada pela condição de gênero, outros elementos também contribuem na formação discursiva de homens e mulheres. Eckert e McConnell-Ginet apontam para uma abordagem que está surgindo nos estudos de gênero e linguagem se refere a “*how women and men speak, and how they are spoken*” (2003, p. 3). Nessa abordagem, o significado dos discursos dos interlocutores é construído socialmente, com base na interação. Ou seja, aquele que fala dá forma à mensagem, ao passo que o ouvinte tenta decodificar a mensagem que recebeu. Mas o falante tem também responsabilidade - ao considerar sua audiência - em projetar sua fala, ajudando o ouvinte na decodificação. Agindo assim, dizem Eckert e McConnell-Ginet, o falante contribui na construção do significado (2003, p. 199).

Além da mensagem textual, outras mensagens adicionais estão implícitas em um discurso, dependendo do que é dito e como é dito durante uma comunicação. Os ouvintes geralmente decodificam e extraem inferências pessoais com base naquilo que o interlocutor está falando, baseados não somente no acesso ao código lingüístico, mas

também no entendimento das práticas sociais e dos detalhes daquele contexto em que a comunicação está ocorrendo. Frequentemente, o ouvinte está interessado na mensagem total.

Há outros aspectos que acompanham uma expressão verbal: tom da voz, detalhe fonético e linguagem do corpo. Eckert e McConnell-Ginet observam que grande parte das análises de discurso é realizada num sentido mais restrito, focalizando somente expressões textuais e seus padrões da combinação sintática. Portanto, elas ressaltam a necessidade de haver uma atenção maior aos elementos que estão além do texto. Ou seja, os elementos de tonalidade vocal, linguagem corporal, timbre de voz também são importantes para a análise do discurso de gênero.

Tannen defende que o discurso de homens e mulheres possui estruturas diferentes, baseadas na cultura própria de cada gênero. No livro “*Gender and discourse*”, de 1996, ela explica que a diferença cultural não se limita aos níveis aparentes do local ou língua de origem, existindo nos níveis culturais da herança étnica, da classe, da idade, da região geográfica e do gênero (p. 20). Os mesmos recursos lingüísticos, usados de diferentes formas e propósitos, podem ter diversos efeitos em outros contextos.

No livro “*Talking from 9 to 5*”, Tannen diz:

*Gender is only one of many influences on conversational style. Each individual has a unique style, influenced by a personal history of many influences such as geographic region, ethnicity, class, sexual orientation, occupation, religion, and age – as well as a unique personality and spirit (1994, p. 13).*

Há a estereotipação – ou a caracterização excessiva – da fala entre gêneros. Na fala masculina, especificam Eckert e McConnell-Ginet, há a manifestação do poder; já na fala feminina uma submissão: “*if a person wants to speak in a maximally “feminine” way, these are good stereotypic verbal behaviors to assume, along with a frilly pink blouse, long curly hair and high-heeled shoes*” (2003, p. 86).

Mikhail Bakhtin diz que a hierarquização das relações sociais influencia diretamente a comunicação. “O respeito às regras da ‘etiqueta’, do ‘bem-falar’ e as demais formas de adaptação da enunciação à organização hierarquizada da sociedade

têm uma importância imensa no processo de explicitação dos principais modos de comportamento (2004, p. 43).

Mas há também um abismo entre os estereótipos de gênero que circulam na fala comum e o comportamento real das pessoas. Os estereótipos constituem normas que orientam a ação das pessoas. Eles servem como uma espécie de esquema organizador da sociedade, um mapa ideológico, delimitando a área de possibilidades com as quais as pessoas se identificam e se avaliam (pp. 86-87). Sendo assim, os estereótipos são úteis nos estudos de gênero como exemplos de caracterizações que circulam na sociedade, mas não podem ser tomados como base de um estudo científico. Eckert e McConnell-Ginet dizem isso com uma brincadeira comparativa: *“the study of gender cannot be based in popular beliefs about gender any more than the study of physics can be based in popular beliefs about motion”* (2003, p. 87). Por isso, esta pesquisa chama a atenção para esses estereótipos.

Bakhtin (2004) diz que há fórmulas estereotipadas nos discursos cotidianos quando se está em uma situação corriqueira, relativamente regular e reforçada pelo uso constante. Estas fórmulas variam de acordo com o ambiente. Nos locais de produção de trabalho, por exemplo, há tipos específicos de discursos que só têm sentido naquele local da produção e entre aquelas pessoas que ali se reúnem para aquele fim produtivo.

encontram-se tipos particulares de fórmulas estereotipadas servindo às necessidades da conversa de salão, fútil e que não cria nenhuma obrigação, em que todos os participantes são familiares uns aos outros e onde a diferença principal é entre homens e mulheres (p. 125).

Somos familiarizados com os discursos estereotipados da sociedade ocidental em que a mulher é tida como trivial e falante (ECKERT E MCCONNELL-GINET, 2003, p. 114). Mas muitos testes descritos na literatura de gênero mostram resultados diferentes deste estereotipado. Uma pesquisa destas duas autoras revela que as mulheres realmente gastam mais tempo do que os homens para falar com os amigos. E os homens usam mais o tempo fazendo outras atividades com seus amigos - que não somente falar (p. 124). Estes tantos estudos podem ser essencialistas, mas cumprem um papel importante nas Ciências Sociais. Como diz a antropóloga Marilyn Strathern

(2006), é uma tarefa da antropologia “descobrir a presença ou ausência da predominância masculina e, com isso, revelar os fundamentos das relações de gênero, nas instâncias sociais concretas” (p. 70).

## 2.4 LINGUAGEM E GÊNERO NO AMBIENTE DE TRABALHO

Numa sociedade com a histórica divisão sexual do trabalho, os papéis masculinos e femininos contribuíram para o desenvolvimento do imaginário que temos e das palavras que hoje usamos. No ambiente profissional, as mulheres podem temer se posicionar a partir de uma postura muito feminina por causa do desequilíbrio visível e constante do poder entre os gêneros. Para a jornalista Susan Brownmiller, a solução não é homens e mulheres falarem a mesma língua, mas sim, a falarem respeitando suas características próprias.

O temor das mulheres se expressarem com uma linguagem feminina baseia-se na escala de poder entre as funções. Algumas funções carregam mais prestígio que outras. No radiojornalismo, por exemplo, área de estudo desta pesquisa, quem está com a voz no ar ganha mais prestígio do que outro colega da mesma equipe que trabalha nos bastidores. Apesar do ouvinte imaginar (ou até mesmo ter conhecimento) que deve haver um grupo de profissionais trabalhando nos bastidores, estas vozes não chegam aos seus ouvidos e, portanto, podem não existir. Quem vai ao ar se insere na vida dos ouvintes pela transmissão do seu discurso pela voz. O âncora e os repórteres que compõem a equipe de um programa passam a ser conhecidos pelas pessoas que os ouvem como se fizessem parte de suas vidas. Portanto, as funções de ancoragem e reportagem adquirem mais valor social do que a atividade de produção e pauta dos programas. Além disso, a função de repórter tem valor social reconhecido, como lembra Stuart Hall (2003), “o repórter está captando algo do mundo pré-significado com o objetivo de significá-lo de uma nova maneira” (p. 364). Ou seja, na divisão do trabalho também está embutida uma divisão de valor social. Adelman defende que “não há posição social que não possa, ou não deva, ser ocupada por pessoas de qualquer gênero” (2002, p. 50).

Eckert e McConnell-Ginet chamam a atenção para o fato de que os estereótipos são o ponto de partida de muitas pesquisas, inclusive nas de sociolinguística e gênero, já que as hipóteses iniciais podem derivar de um estereótipo social. Elas sugerem que os estereótipos da linguagem sejam pesquisados não somente pelo seu uso costumeiro na língua, mas como um componente da ideologia de gênero (2003, p. 85). As autoras alertam que a generalização está no coração de muitas pesquisas e que elas mesmas, no estudo da linguagem e do gênero, procuram generalizações globais. Mas ponderam que nas suas pesquisas exercitam o cuidado em como dar forma às generalizações, como estendem a análise dos comportamentos individuais das pessoas pesquisadas para os padrões sociais (2003, p. 80).

O estereótipo na caracterização de gênero, muitas vezes, ocorre dentro da própria linguagem. Bons exemplos para análise de padrões de gênero dentro dos vocabulários são encontrados na divisão de trabalho. Eckert e McConnell-Ginet citam, em inglês, os exemplos *lady doctor* e *male nurse*. Nesses casos da língua inglesa, quem fala não precisa indicar o gênero, mas invocar a pressuposição de que médicos são normalmente homens (2003, p. 71). É um estereótipo profissional que os homens sejam sempre médicos e as mulheres sempre enfermeiras.

Sobre a profissão das enfermeiras, foi feito um trabalho por Kalisch *et al.* publicado em 1983, nos Estados Unidos, sobre a imagem das enfermeiras nas séries de televisão entre 1950 e 1982. A pesquisa mostra que a

televisão se absteve sistematicamente de refletir as radicais mudanças sociais ocorridas na profissão de enfermeira, 'continuando a atribuir-lhe os traços limitados e estereotipados de sempre'. A única mudança verificada foi a inclusão de um novo estereótipo: o da enfermeira 'sexualmente promíscua', em oposição ao estereótipo tradicional da enfermeira que é 'a amiga casta e protetora, que sabe escutar' (LAGOS, 1995, p.111 *apud* SANTOS, 2004, p. 104).

Cada um tem seu dicionário pessoal na cabeça e o léxico é também um recurso que pode ser usado diferentemente em função do gênero. "*Not only will women be more likely to know words like gusset and selvage (from the domain of sewing) and men more likely to know words like torque and tachometer (from mechanics), there are also gender-linked norms for using certain lexical items* (ECKERT E MCCONNELL-GINET,

2003, p. 70)”. Alguns indicativos de gênero não são gramaticalmente obrigatórios, mas estão disponíveis quando os interlocutores desejam especificar o gênero.

As autoras afirmam também que quando a língua é falada é difícil para o interlocutor ignorar o gênero ou falar sobre específica pessoa sem a referência ao gênero. Quando a gramática faz a marcação do gênero obrigatório, os interlocutores podem construir seu discurso de tal maneira que podem escolher, evitar, ou enfatizar suas referências do gênero. E podem usar o pronome masculino “ele” enquanto um genérico ou podem procurar maneiras de o evitar, enfatizando “ele” ou “ela”.

Eckert e McConnell-Ginet concordam que há uma divisão de gênero entre as funções e o que está em jogo é poder e status: *“Men’s activities – those that are guarded the most closely as men’s domain – involve greater societal power, through the disposition of goods and services and the control of ritual”* (2003, p. 38). As pesquisadoras mostram a dimensão e a divisão dos papéis femininos e masculinos: enquanto que o papel doméstico da mulher ultrapassa os limites da esfera privada, o papel da dominação masculina ultrapassa o da esfera pública.

O gênero enfatiza certas habilidades e reforça o lugar das mulheres nas organizações. O fato da mulher cuidar de sua família é visto como uma habilidade natural feminina (segundo as autoras, a mulher que prepara a comida em casa tem a imagem de uma pessoa que cuida da sua família; enquanto que o homem que prepara um churrasco não é visto pela mesma ótica). E esta habilidade é estendida e enfatizada no mundo profissional.

A rede profissional é uma sobreposição de relações pessoais, profissionais e institucionais, uma combinação extremamente importante para o sucesso, mas que coloca as mulheres em desvantagens porque a mulher aparece com a forte imagem de mãe e “do lar”. A maternidade é vista como uma interferência nas atividades profissionais e o excesso de tarefas domésticas também. Ao se relacionar num ambiente masculino, a mulher fica vulnerável, podendo ser alvo de piadas sexistas, normalmente danosas às mulheres (ECKERT e MCCONNELL-GINET, 2003, p. 96).

O valor de uma mulher foi tradicionalmente construído no âmbito doméstico e sua influência pessoal é forte neste reino particular. Para as mulheres é difícil competir no mercado de trabalho porque este papel é tradicionalmente uma prerrogativa

masculina e, principalmente, porque a competição pode, freqüentemente, contradizer seus valores pessoais. Eckert e McConnell-Ginet acreditam, entretanto, que as mulheres têm todas as condições de competirem como os homens fazem, porém há uma diferença entre os gêneros de como esta competição se dá (p. 125). Para as autoras, os homens não são mais hierárquicos do que mulheres, mas têm um tipo de “licença pública” para serem hierárquicos. Privilégio que as mulheres não têm. As autoras percebem que as mulheres podem ser, inclusive, tão competitivas e hierárquicas quanto os homens, mas o que difere os gêneros no mundo dos negócios é a circunstância e de que maneiras mostra esta competitividade (p. 88).

Ao pesquisar as relações de gênero no trabalho, Helena Hirata (2004) pondera que se “o gênero pode ser definido como a construção social, cultural e histórica do masculino e do feminino, (...) também a incompetência técnica das mulheres é o resultado de uma construção social” (p. 148). Com base em pesquisas em empresas francesas e brasileiras, Hirata faz uma afirmação forte ao dizer que mesmo quando as mulheres têm educação escolar superior elas são consideradas menos competentes do que os homens:

com relação à questão da empregabilidade, se definida como a possibilidade de sair do desemprego e de ingresso no coeficiente dos empregados ou, mais precisamente, se definíssemos empregabilidade como a probabilidade de saída do desemprego ou a capacidade de obter um emprego, poderíamos dizer que as mulheres não são competentes. Elas são menos competentes do que os homens, porque têm mais dificuldade de sair de uma situação de desemprego, têm mais possibilidade de entrar num emprego precário (2004, p. 147).

Hirata estabelece que não é possível pensar na divisão sexual do trabalho profissional sem antes estudar a divisão sexual no âmbito doméstico.

É em nome da incompetência técnica construída desde a infância na socialização familiar, diferenciando papéis masculinos e femininos, no exercício cotidiano que se dá a técnica para o menino, como por exemplo, consertar o carro, (...) e o aprendizado da relação de serviço para as meninas: cuidar da boneca (2004, p. 148).

A autora tem seu estudo focado em empresas de tecnologia e questiona o porquê da mulher brasileira, representante de mais de 50% de ingresso nas

universidades e na diplomação, estar em postos menos qualificados ou ganhando menos.

Não se pode compreender a divisão sexual do trabalho profissional sem compreender a divisão do trabalho sexual doméstico e, para além dele, a divisão sexual do poder e do saber. Se existe o interesse de mulheres em termos de acesso a posições de poder, de mando e de responsabilidades, aí se vê que há ainda uma minoria ínfima de mulheres que partilham deste círculo mais elevado do saber e do poder, embora na esfera do trabalho profissional haja cada vez mais possibilidade de inscrição de mulheres em atividades mais remuneradas ou mais qualificadas (HIRATA, 2004, p. 148).

Para Françoise Héritier (1996), em todas as sociedades a diferença entre os sexos é traduzida numa linguagem hierarquizada e binária; na sociedade ocidental há o domínio gritantemente masculino e a subordinação feminina é evidente nos âmbitos político, econômico e simbólico. Para ela, o discurso negativo pontua as mulheres como pouco criativas nas atividades intelectuais, mas sinaliza que estamos “rumo a uma nova relação das categorias do masculino e do feminino” (p. 15).

Deborah Tannen é especialista na análise de conversas entre gêneros no ambiente de trabalho e caracteriza as mulheres como solidárias e atuantes na missão de criar intimidade entre as pessoas que trabalham juntas. Os homens, pelo contrário, prefeririam a independência e a autonomia entre si. Estas generalizações são questionáveis e reforçam o binarismo homem/mulher, porém Eckert e McConnell-Ginet concordam com esta visão de Tannen. Nas sociedades industriais ocidentais, descrevem Eckert e McConnell-Ginet, a norma é que as mulheres promovam sentimentos positivos ao seu redor e os homens foquem em si mesmos:

*women are (or should be) interested in connections to others and in promoting warm feelings all the way around (positive 'affect'). And men are normatively disinterested in other people and in feelings. Men are supposed to focus instead on their individual aims and accomplishments, what they can do on their own* (2003, p. 141).

Muitas mulheres dizem que no exercício de sua profissão suas contribuições durante as reuniões de trabalho são ignoradas até que algum homem as repita como se fossem de autoria dele. “*And many women continue to exercise their influence mainly*

*out of public view, allowing others to think that they have few ideas of their own*" (ECKERT E MCCONNELL-GINET, 2003, p. 121).

Será que estes ambientes ásperos de desvantagem para as mulheres podem ser driblados? Segundo Brownmiller, no relacionamento com homens no ambiente de trabalho, a mulher, mesmo sendo assertiva e tendo uma performance de sucesso profissional, altera seu tom de voz para um modo menos conflituoso e mais conciliador quando se dirige aos homens. A mulher faz isso para "*the command has been softened, the power relationship disguised, the male ego left intact*" (1984, p. 118), para dissimular seu poder.

A jornalista diz que o comando de uma situação pode ser hostil, mas a mulher, ao formulá-lo, mantém a polidez. Susan Brownmiller dá como exemplo de ordem suave a construção lingüística: "*Would you do me a favor and...?*" (1984, p. 119). Ser autoritária não é uma característica esperada da mulher, e nem que ela tenha uma visão racional dos fatos, nem poder de influência e de convicção.

## 2.5 O GÊNERO E A PRÁTICA DA COMUNICAÇÃO – E DO SILÊNCIO

A pesquisa da psicóloga Carol Gilligan mostra que homens e mulheres acreditam que estão falando a mesma linguagem, quando, na verdade, usam as mesmas palavras para significados diferentes "para codificar experiências díspares do eu e dos relacionamentos sociais" (1982, p. 185). Este desparelhamento na linguagem - sugere a autora - pode ser a causa de limitações na comunicação nos relacionamentos.

O mesmo se dá com o sorriso. Tannen observa que as mulheres tendem a sorrir mais do que homens (1996, p. 126) porque das mulheres se espera que sorriam com mais freqüência do que se espera dos homens. Isto não quer dizer que toda mulher sorri, nem que todo homem não sorri. E, além do mais, se a mulher sorrir pouco, ela é vista como uma pessoa antipática e severa, já os homens que não sorriem não encontram reações negativas.

*Many workplaces require a very different "economy of affect", the phrase used by Bonnie McElhinny (1995) in talking about her work with women who have entered the traditionally masculine realm of policework. "I don't smile much*

*anymore*”, reported one woman (ECKERT e MCCONNELL-GINET, 2003, p. 179).

Ao contrário do que relatam muitos trabalhos sobre linguagem e gênero com o foco na linha da “dominação”, as pesquisas de Tannen mostram que nenhuma estratégia expressa exclusivamente a dominação ou a submissão na conversação, ou seja, são contextuais. A interrupção da fala pode ser um suporte para as conversas; enquanto que o silêncio e a divagação podem ser recursos lingüísticos usados para controlar. O poder que uma pessoa exerce sobre a outra não precisa necessariamente de palavras, pois o que não é dito - o silêncio - também aprisiona. É o contexto interacional, os estilos individuais dos participantes e a interação entre estes estilos, diz Tannen, que resultam no equilíbrio do poder.

No que se refere à postura social de homens e mulheres, Tannen considera que onde eles vêem hierarquia, elas percebem rede de conexões. Em entrevista à revista *Época* na edição de 2 de maio de 2003<sup>25</sup> ela afirma:

Podemos dizer que os homens, em geral, se vêem como um indivíduo dentro de uma ordem social hierárquica, em que ele pode estar por cima ou por baixo. Nesse mundo, as conversas são negociações nas quais as pessoas tentam conquistar e manter posições de superioridade sobre as outras. A vida, então, seria uma disputa, a luta para preservar a independência e evitar o fracasso. Já a maioria das mulheres se enxerga como um indivíduo numa rede de conexões. As conversas são negociações por proximidade, em que as pessoas tentam obter confirmações de suas opiniões para chegar a consensos. Elas tentam se proteger de outros que tentam colocá-las de lado (TANNEN, 2003).

Agindo assim, entende a pesquisadora, as mulheres preservam a intimidade e evitam o isolamento. Em maio de 2006, quando o livro “Você vai sair assim? – Como entender a relação entre mães e filhas” estava para ser lançado no Brasil, Tannen participou de uma edição especial sobre as mulheres da Revista *Veja* e declarou: “Para

---

<sup>25</sup> Entrevista concedida ao repórter Alexandre Mansur, da Revista *Época*, na edição número 263, de 2 de maio de 2003, disponível em <http://revistaepoca.globo.com/Epoca/0,6993,EPT546336-1666-1,00.html>.

as mulheres, a conversa funciona como uma cola que mantém as relações unidas. E isso é arriscado. Quanto mais se fala, maior a possibilidade de dizer algo errado”.<sup>26</sup>

Em “*Gender and Discourse*”, Tannen coloca uma lupa sobre a linguagem e o gênero e através de análises das conversas entre estudantes que se consideram amigos entre si. Ela selecionou quatro grupos de estudantes (meninos e meninas desde o *second grade* e homens e mulheres até 25 anos) e dissecou seus comportamentos lingüísticos. As mulheres e as meninas que participaram da pesquisa demonstraram facilidade em sentar em um local para conversar com outras pessoas, encontrar temas para conversar e detalhar estes temas. Em comparação aos homens, elas não ficaram mexendo o corpo durante a conversa e mantiveram o olhar relaxado. As mulheres escolheram os tópicos com mais facilidade que os homens, elegendo poucos temas, mas que têm um foco em seus interesses pessoais. Elas também foram mais detalhistas nas conversas sobre estes temas escolhidos. Enquanto conversavam, mulheres e as meninas alinharam postura e olhar. Os homens e os meninos, não. Mas, apesar de não se alinharem entre si, estavam realmente envolvidos na conversa. Eles também não ficaram no mesmo tema por tanto tempo quanto as mulheres: falaram pouco e sobre vários temas.

Susan Brownmiller (1984) afirma que homens e mulheres conversam sobre assuntos diferentes: esportes, negócios e mulheres são temas dominantes na conversa masculina. E se um homem resolve “contar vantagem” em relação aos outros, esta atitude seria considerada normal entre eles, segundo a pesquisadora. Os homens são rápidos ao afirmar que as conversas que têm entre si são discussões sérias, enquanto que as conversas femininas seriam baseadas em fofocas e romances. De acordo com Brownmiller, as mulheres, porém, abrem suas vidas particulares umas às outras e acusam os homens de “fechados” e não gostar de conversar. Estas generalizações de Brownmiller também reforçam a fixidez dos gêneros.

Os tópicos escolhidos como temas de conversas refletem as preocupações e as visões de mundo de cada um. Eckert e McConnell-Ginet afirmam que os vocabulários e os discursos de temas como o esporte, por exemplo, são construídos como masculinos.

---

<sup>26</sup> Entrevista concedida à Revista Veja, na edição especial “Mulher”, de maio de 2006. Disponível em [http://veja.abril.com.br/especiais/mulher\\_2006/p\\_046.html](http://veja.abril.com.br/especiais/mulher_2006/p_046.html).

As autoras criticam a exigência de uma fala mais refinada das mulheres porque um pressuposto destes contrasta com a prática da classe trabalhadora – tanto de mulheres como de homens (2003, p. 298).

O discurso feminino está carregado das próprias experiências, emoções e sentimentos pessoais. E os homens sabem disso, diz Susan Brownmiller. O homem heterossexual considera os temas femininos e os temas gays embebidos de emoção e paixão, triviais, instáveis e fracos. A fala feminina soa emocional e insegura para um ouvido crítico, analisa Brownmiller, porque há tons de indecisão nas sílabas, mascaramento do significado da sentença e variação na frequência do som.

A interrupção da fala é freqüente durante as conversas informais, principalmente quando é um diálogo entre várias pessoas. O sociólogo Erving Goffman (1981) percebeu que em situações assim, uma pessoa pode fazer uma colocação para que o outro, que falaria em seguida, o deixe terminar seu raciocínio antes que o assunto mude. Esta atitude, de acordo com Goffman, é um exemplo de falta de atenção ao que está sendo dito (p. 28).

A interrupção acontece quando durante uma conversa um dos interlocutores impede que os outros falem. A interrupção nos diálogos entre homens e mulheres é analisada por muitos outros estudiosos do comportamento sociolinguístico entre gêneros. Um dos primeiros estudos de diferença de linguagem de gênero foi feito por Don Zimmermann e Candace West em 1975<sup>27</sup>. Eles contribuíram para esta discussão fazendo a distinção entre interrupção e sobreposição. Para eles, a sobreposição ocorre quando o segundo interlocutor começa a falar antes do primeiro terminar. Neste caso, normalmente há uma fala simultânea com a sobreposição de algumas sílabas (as finais da sentença de uma pessoa com as iniciais da frase da outra pessoa).

Tannen (1996) afirma que a interrupção pode ser um suporte para as conversas, mas habitualmente é um meio de controle social, um exercício de poder e dominação. Há um estereótipo de que a mulher fala muito e interrompe o homem, porém, estudos recentes em gênero e linguagem vêm mostrando que o homem interrompe a mulher mais do que ela o interrompe. Estes estudos revelam que a interrupção é uma

---

<sup>27</sup> Autores citados por Eckert e McConnel-Ginet no livro “*Language and gender*”.

hostilidade: quem interrompe é visto como um agressor; e quem está sendo interrompido é tachado de vítima.

Em uma publicação de 1994, Brownmiller tinha chegado à conclusão de que são os homens que normalmente interrompem as mulheres, porém, são elas que permitem que seu discurso seja interrompido. Aqui é necessário lembrar que tanto Brownmiller como Tannen, Eckert e McConnell-Ginet baseiam seus estudos na cultura norte-americana.

Neste contexto de linguagem e socialização, as razões para que os homens interrompam a fala das mulheres são muitas, segundo Brownmiller. Os garotos desde cedo são incentivados a argumentar, treinados a ter uma atitude mais agressiva ao falar e o que eles falam é valorizado como algo significativo. *“But the more to the point, boys grow up assuming they have valuable information to impart”* (1984, p. 121). Já as garotas crescem ouvindo que para a mulher é mais adequado escutar mais do que falar. *“By tradition girls were instructed by their mothers and advised by their teen magazines that the most appreciated quality in a young lady is her ability to listen, to play dumb on dates and to act impressed in male company”* (idem). Além destas razões comportamentais, outra explicação para que o homem consiga interromper a fala da mulher é que os homens têm, biologicamente, voz mais forte, com tom autoritário.

As pesquisas feitas na década de 90 relatam as dificuldades que as mulheres têm de serem ouvidas quando interagem com homens. Tannen alerta, entretanto, que a interrupção não se concretiza quando uma pessoa tenta interromper a outra, mas esta continua a falar. Ou seja, quando um interlocutor tenta “cortar” a fala do outro, mas não consegue, a interrupção não se efetivou. A interrupção só se concretiza no momento em que o primeiro emissor para de falar. Por outras palavras, a interrupção acontece quando o interlocutor cede.

Eckert e McConnell-Ginet (2003) relatam ser comum ouvir que os homens interrompem a conversação mais do que mulheres e que elas, por sua vez, se deixam interromper mais do que eles. A justificativa, nessa visão baseada em senso comum, é de que os homens, por serem agressivos e competitivos, exercem mais poder na sociedade. Por outro lado, ainda com base nessa visão popular, a mulher seria pacificadora e cooperativa.

Mesmo assim, as autoras dizem que interrupção e sobreposição são estratégias de comunicação muito usadas pelas mulheres em conversas informais e que quem tem mais poder numa conversa é a pessoa que – independente do gênero - não é interrompida enquanto fala. E a interrupção pode não somente sugerir a dominação, mas a necessidade de estabelecer a dominação.

Assim como as palavras podem estar carregadas de significados de dominação, elas podem também estar plenas de silêncio. Falar do – e escrever sobre o – silêncio não é uma tarefa fácil porque o silêncio não é diretamente visível nem facilmente observável. Porém, está sempre ali, cheio – em oposição a vazio - presente entre uma fala e outra e seu significado é variável, mutável. O silêncio não é sempre ou somente uma ausência da expressão. O silêncio tem significados, ele está entre as palavras, atravessa as palavras e significa por si mesmo. O discurso é, entre outras coisas, ausência do silêncio, e na ação recíproca entre o discurso e o silêncio, cada um molda o outro. O silêncio, em situações sociais, nunca é neutro. E o seu significado depende de sua história discursiva, segundo Eckert e McConnell-Ginet (2003, p. 119).

Nesta linha de pensamento também está Eni Puccinelli Orlandi (1995). Ela diz que o silêncio é fundante, ou seja, que ele está entre as palavras, atravessa as palavras, sinaliza que o sentido sempre pode ser diferente daquele que se quis atribuir, e indica que o mais importante não é dito (p. 14).

Distinguimos entre a) o silêncio fundador, aquele que existe nas palavras, que significa o não-dito e que dá espaço de recuo significativo, produzindo as condições para significar e b) a política do silêncio que se subdivide em b1) silêncio constitutivo, o que nos indica que para dizer é preciso não-dizer (uma palavra apaga necessariamente as “outras” palavras) e b2) o silêncio local, que se refere à censura propriamente (aquilo que é proibido dizer em uma certa conjuntura) (ORLANDI, 1995, pp. 23-24).

Para Orlandi (1995), a nossa forma de relacionamento com as pessoas, as coisas e o mundo depende da nossa forma de significar. E os significados estão tanto na fala como no silêncio. Mas a autora adverte que “estar no sentido com as palavras e estar no sentido em silêncio são modos absolutamente diferentes entre si” (1995, p. 24).

Orlandi analisa a relação entre a fala e o silêncio: “A fala divide o silêncio. Organiza-o. O silêncio é disperso, e a fala é voltada para a unicidade e as entidades discretas. Formas. Segmentos visíveis e funcionais que tornam a significação *calculável*” (p. 34). Aqui é importante fazer a distinção entre o silêncio e o implícito. No implícito, se deixa entender algo que não foi dito e o que não foi dito remete-se ao dito. Já o silêncio não se remete ao que foi dito, o silêncio significa por si mesmo. “O sentido do silêncio não deriva do sentido das palavras” (p. 68).

Dependendo de como são usadas, as palavras se transformam em argumento, outro tipo de recurso lingüístico, uma estratégia que aparece sob muitas formas em um discurso. “*Men argue, women quarrel or bicker*”, brincam Eckert e McConnell-Ginet (2003, p. 101) ao explicitar a divisão de gênero na interpretação deste recurso. É uma generalização, mas segundo as autoras, isso aconteceria porque a mulher tem dificuldade de conversar com o homem em um grau puramente intelectual e insere emoções no discurso. Outra diferença entre a linguagem feminina e a masculina é o uso de expressões curtas de concordância depois de ouvir o que o interlocutor disse. Estas expressões são chamadas na língua inglesa de “*backchanneling*”<sup>28</sup>. Apesar de muitos estudos sociolingüísticos apontarem que a mulher usa mais este tipo de recurso na fala, as pesquisadoras argumentam que tanto homens como mulheres fazem uso, porém, de formas diferentes. As mulheres usam “ah-aha” e “sim” como respostas sucintas ao interlocutor para sinalizar que estão atentas à conversa. Já os homens usam estas mesmas expressões em sinal de concordância (ECKERT e MCCONNELL-GINET, 2003, pp. 110-111).

Espera-se das mulheres – dizem Eckert e McConnell-Ginet – que sejam mais refinadas do que os homens. Uma das explicações para a cortesia feminina é que, desde cedo, as meninas são orientadas a se policiar neste sentido, exercitando o lado colaborativo e afetivo do ser humano. As mulheres são facilitadoras de conversação pelo comportamento agradável e cooperativo e esta habilidade social é eficaz, segundo

---

<sup>28</sup> *Backchanneling*, na lingüística, é a prática de fazer comentários positivos, tais como o “ah-hah” ou “sim” ao interlocutor, para incentivar a fluência da conversa ou para concordar com o que se está escutando.

as pesquisadoras, em contextos sociais particulares (2003, p. 172), mas ineficazes em ambientes em que o discurso que prevalece é o da fala masculina.

Eckert e McConnell-Ginet alertam que é preciso ter cuidado ao interpretar os testes aplicados em pesquisas de gênero porque os homens e as mulheres respondem diferentemente a situações de teste: os homens podem sentir que seja esperado deles falar de forma detalhada e por um longo tempo enquanto que as mulheres podem perceber que seja esperado que elas não falem tanto (p. 115). Uma pesquisa de Carole Edelsky (1981) parece retratar uma situação freqüente: ao analisar as conversas em encontros formais e informais entre estudantes homens e mulheres, ela concluiu que tanto homens quanto mulheres participaram em parcelas iguais nos encontros informais, quando o palco era dividido e havia muitas pessoas conversando simultaneamente. Por outro lado, quando os encontros foram mais protocolares e formais, a participação das mulheres foi menos significativa que a dos homens (EDELISKY, 1981, p. 112).

Ainda nesta linha polêmica sobre “quem fala mais: o homem ou a mulher?”, Deborah James and Janice Drakich (1993) fizeram uma pesquisa baseada em 56 estudos de conversas entre homens e mulheres adultos. O levantamento mostrou que, em geral, os homens falam mais do que as mulheres, mas que, dependendo do tipo de situação, ora as mulheres falam mais, ora os homens. Os resultados: em 34 pesquisas, os homens foram mais falantes; em dois estudos as mulheres falaram mais do que eles; em 16 estudos não houve diferença de quantidade de fala; e nos quatro estudos restantes às vezes o homem falou mais, às vezes a mulher falou mais. Fizeram parte deste levantamento pesquisas que se distribuem em três tipos de interações: conversa orientada, conversa formal e conversa informal. Os homens falaram mais que as mulheres nas conversas orientadas e nas formais. (ECKERT e MCCONNELL-GINET, 2003, p. 115).

Este acanhamento das mulheres também foi observado por Penelope Eckert em uma pesquisa com estudantes pré-adolescentes em sala de aula. Ela concluiu que não se pode dizer que as meninas são mais confiáveis academicamente do que os meninos, mas elas são menos imprudentes porque a ordem social tolera menos incompetência delas (2003, p. 117).

As mulheres usam uma forma indireta de se expressar usando os verbos no futuro do pretérito. Enquanto a maioria dos homens diz “eu quero isto”, a maior parte das mulheres fala “eu gostaria de ter isto”. Para Eckert e McConnell-Ginet, isso acontece por causa do posicionamento da mulher na sociedade e esta maneira indireta de falar pode até ser considerada defensiva.

No Brasil, a imagem da mulher “faladeira” aparece em um estudo de gênero em programas populares de rádio de Fortaleza feito por Maria Inês Detsi de Andrade Santos: “a maioria das mulheres que povoam os relatos radiofônicos está mais próxima daquele modelo fundado no pensamento misógeno (...) e são astuciosas, curiosas, fofoqueiras, traiçoeiras e faladeiras” (2004, p. 129). No contexto norte-americano, Eckert e McConnell-Ginet afirmam que as mulheres fracassam em seus discursos por usarem “vícios” de ênfase, a fim de conseguir convencimento, o que é considerado um fracasso implícito por elas. Uma pesquisa de Carole Edelsky, de 1979, mostra que a entonação de final de frase em queda sugere que a mulher é autocentrada, enquanto que uma entonação em alta mostra sociabilidade. Eckert e McConnell-Ginet dizem também que freqüentemente as mulheres são acusadas de, ao se posicionar, não terem tanto compromisso formal com o que conteúdo de seus discursos, o que aparentemente tornaria explícita uma fraqueza ou diminuiria a força de suas pronúncias (2003, p. 183).

Os movimentos da conversação podem coagir as pessoas em seus papéis de gênero quando modelados pelo gênero dos participantes. Como exemplo de coação, Eckert e McConnell-Ginet citam as reações a elogios. As mulheres são mais freqüentemente elogiadas pela sua aparência enquanto que os homens são mais elogiados por suas realizações (2003, p. 78). E um elogio – dizem as autoras - requer uma resposta polida, mesmo quando não é um comentário bem-vindo (como um elogio malicioso com intenções pouco claras).

O elogio<sup>29</sup> é um elemento tipicamente feminino, segundo Deborah Tannen, porque causa um efeito positivo de solidariedade entre as pessoas de um grupo. As mulheres tanto elogiam mais do que os homens como também são mais elogiadas, quantifica Tannen. Para a mulher, a prática do elogio é um hábito rotineiro. O elogio é

---

<sup>29</sup> Aqui, o termo elogio compreende a cortesia, a polidez e até certa formalidade.

uma das convenções de comportamento social que diferem entre os gêneros. Um homem, na presença de mulheres, se comporta de maneira diferente de quando está entre público do mesmo gênero. Estas convenções de comportamentos são fruto do *habitus*.

Pierre Bourdieu usa o termo *habitus*<sup>30</sup> para se referir à disposição que uma pessoa desenvolve como resultado de sua experiência acumulada em lugar específico da sociedade. Para ele, o *habitus* é uma subjetividade sociabilizada. Dependendo onde a pessoa se insere na sociedade, ela vai experimentar diferentes coisas, conhecer diferentes pessoas e desenvolver diferentes conhecimentos, participando de diferentes discursos. O conceito de *habitus* habilita a pensar o processo de constituição das identidades sociais no espaço contemporâneo.

Já Eckert e McConnell-Ginet dizem que quando se comenta um determinado discurso de gênero, há a referência a particulares idéias sobre gênero em um segmento da sociedade (p. 42). Algumas comunidades de prática, por exemplo, podem desenvolver maneiras de falar diferente de outras e a influência lingüística pode se espalhar dentro e entre os discursos da comunidade pelo *habitus* de cada comunidade.

É neste sentido que Eckert e McConnell-Ginet afirmam que os recursos lingüísticos, além de influenciarem o fluxo da conversa e a condução das idéias, colaboram com o *habitus*, com o tipo de apresentação social e com a projeção de atitude de cada um. Elas dizem que a linguagem é usada pelas pessoas para “se colorirem”, ou seja, que os processos do pensamento são influenciados pela ideologia do gênero e que os recursos lingüísticos são ferramentas que colaboram para a socialização das pessoas. Para as autoras – ao contrário do que pensa Mikhail Bakhtin – a fala seria um adorno e ajudaria na transmissão de sinais que indicam a personalidade de uma pessoa ou a sua “máscara”.

O gênero permeia os recursos lingüísticos de muitas maneiras: pelo ritmo, pelo padrão gramatical, pela escolha do vocabulário, pela pronúncia, pelo tom e o *pitch* da voz e pela entonação das palavras. O ritmo e a entonação são elementos que carregam

---

<sup>30</sup> *Habitus* é uma palavra latina que traduz a noção grega utilizada por Aristóteles - *hexis* - para definir características adquiridas em um processo de aprendizagem pelo corpo e pela alma. Anteriormente também foi usada por Émile Durkheim para designar um estado geral dos indivíduos. Bourdieu aprofundou o conceito a partir de seus estudos etnográficos.

fortes significados de gênero e são também objetos da estereotipia de gênero. Todos estes elementos “denunciam” o gênero de quem fala e além disso sinalizam, segundo Eckert e McConnell-Ginet, a acomodação do interlocutor - ou a obediência - ao gênero de outras pessoas que interagem na situação de fala.

Portanto, para estudar linguagem e gênero é preciso interpretar estes recursos. E a tensão entre as teóricas do feminismo da diferença e do pensamento pós-estruturalista contribuem para a análise dos programas de rádio escolhidos como objeto de estudo deste trabalho, na medida em que as duas correntes ajudam na percepção das reproduções do gênero nos discursos.

### 3 COMUNICAÇÃO E GÊNERO: HOMENS E MULHERES NO RADIOJORNALISMO

Há algumas décadas, as construções de gênero são analisadas na tentativa de explicar a dominação masculina e a conseqüente subordinação feminina nas sociedades. Um dos meios em que se tornam evidentes essas relações de poder e sujeição é a linguagem, por ser um sistema altamente estruturado de significados, no qual as questões de gênero estão postas, de forma implícita ou explícita, conforme o caso. As questões de gênero estão presentes na prática comunicativa entre homens e mulheres. É com base na linguagem, em particular a “voz”, que o presente estudo se apóia, para mostrar o desempenho feminino e masculino em programas de rádio.

A “voz”, nesse contexto, é entendida de duas maneiras. Uma é no seu significado literal; outra, no seu sentido figurativo, como discurso, envolvendo uma forma de exprimir experiências particulares, estilos de comunicação e de interação femininos e masculinos.

A aceitação que os ouvintes dão ao discurso de um locutor é condicionada por diversas variáveis determinadas socialmente, entre elas, o gênero. Maria Inês Detsi de Andrade Santos, em um estudo das representações sociais de gênero no rádio, mostra que:

Quando o locutor fala aos ouvintes, ele exerce um poder que lhe é conferido socialmente, apresentando, através da sua fala, pontos de vista de classe, sexo, idade, etnia, etc., utilizando-se de discursos produzidos por contextos estruturados desigualmente e permeados por relações de poder (SANTOS, 2004, p. 169).

Embora a temática de gênero esteja presente na credibilidade conferida socialmente aos locutores, em sua análise de dois programas populares com as maiores audiências em Fortaleza, Santos observa que as relações de poder envolvendo gênero não são auto-evidentes, explícitas. Pelo contrário, as questões de gênero são compostas por posições sociodiscursivas complexas, muitas vezes contraditórias e ambíguas. No trabalho publicado em livro em 2004, com o título “Gênero e Comunicação: o masculino e o feminino em programas populares de rádio”, Santos diz que

as representações de gênero guardam contradições, ambigüidades e especificidades, tanto porque provêm de contextos sociodiscursivos diversos e heterogêneos, como porque são ressignificadas e traduzidas através de linguagens que modificam essas representações, reforçando ou desidentificando estigmas, invertendo hierarquias, borrando as fronteiras que delimitam os vários modelos de masculinidade e de feminilidade (...) (p. 168).

No caso dos debates transmitidos ao vivo pela Rádio CBN que são analisados nesta pesquisa são convidadas quatro pessoas especialistas em determinado tema a cada programa e a mediação é feita por uma jornalista. É da reunião das idéias destas pessoas e da interação entre elas, por meio de debate, que o conteúdo chega até o ouvinte.

A teoria de Marilyn Strathern (2006) destaca a unificação das vozes no discurso transmitido durante conversas em grupo. De acordo com a visão da antropóloga, reunir pessoas em um grupo pode significar a unificação delas em uma só:

Em certo sentido, o plural e o singular são “a mesma coisa”, são homólogos entre si. Quer dizer: unir muitas pessoas é exatamente como unificar uma. A unidade de um certo número de pessoas, conceitualizada como um grupo ou um conjunto, é alcançada através da eliminação do que as diferencia, e isso é exatamente o que ocorre também quando uma pessoa é individualizada (p. 42).

Esta pesquisa analisa os discursos que são transmitidos ao ouvinte a partir da interação de especialistas homens e mulheres, que debatem um determinado assunto a cada programa. Apesar de haver uma orientação da produção do programa sobre a condução dos temas escolhidos, cada um dos participantes, homem ou mulher, usa suas ferramentas lingüísticas próprias, expressando-se de forma pessoal e produzindo, quando reunidos, um discurso multifacetado e rico em variações lingüísticas, resultante da interação comunicativa.

Cada pessoa escolhe e usa os artigos lexicais, as marcações gramaticais de gênero, as construções sintáticas, as metáforas, as marcações de discurso, a entonação e também as variáveis segmentais, de acordo com Eckert e McConnell-Ginet (2003, p. 305). Estes elementos lingüísticos, assim como todas as outras escolhas estilísticas, moldam o discurso. São escolhas pessoais lançadas no mundo social e que acabam servindo de elemento de conexão entre as pessoas (p. 332). Estas escolhas

individuais da linguagem podem produzir um discurso final único, como sugere Strathern.

A conversação é o elemento de interação crucial na análise do resultado discursivo dos debates porque força os interlocutores a apresentarem suas posições. Como afirma Santos, “É pelo discurso que melhor se compreende a relação entre linguagem/pensamento/mundo” (2004, p. 17). É pela conversação que defendem seus argumentos, questionam ou complementam posições de outros debatedores, concordam ou discordam sobre pontos de vista. O impacto das palavras de alguém em um debate, ainda mais quando público, como no caso do rádio, não depende somente de como estas palavras são ditas, mas das reações lingüísticas, emotivas ou afetivas de quem as recebe, sejam eles ouvintes ou outros debatedores. É a partir da conversação como base da interação comunicativa que é feita a análise dos discursos dos participantes de edições de um programa de rádio, o CBN Debate.

### 3.1 A VOZ E A CONFIABILIDADE DO CONTEÚDO

A escolha dos apresentadores e repórteres dos programas de jornalismo no rádio é crucial para a identificação do ouvinte com o programa. A relação com o ouvinte não depende somente do conteúdo das notícias escolhidas, mas da forma como este conteúdo é transmitido. O apresentador insere no contexto, pela fala, suas percepções de mundo. Essa transmissão de visão de mundo se dá principalmente pela ênfase e emoção com que faz as narrações. É com a voz que o profissional vai possibilitar ao ouvinte captar emoções além do que está escrito no texto. O receptor percebe o que está nas entrelinhas do texto.

O ideal em um programa com quatro convidados é que haja um número igualitário entre os gêneros. As pesquisadoras Eckert e McConnell-Ginet (2003) chamam a atenção para o equilíbrio entre gêneros quando está em jogo a construção de um discurso público. Em suas palavras: “*The gender balance in formal institutions has a profound effect on who constructs official discourse – who designs the world*” (p. 93).

A fonoaudióloga Cida Stier (2005) diz que a voz traduz o que somos, que pela voz é possível identificar a segurança pessoal, o preparo profissional e a atitude de cada um. O jornalista e professor Clóvis Barros Filho (2005), ao estudar o processo de socialização da voz, afirma que “o uso da voz obedece (...) a mecanismos de transmissão de valores e de normas necessárias à integração dos indivíduos, para que possam ocupar posições em seus universos sociais” (p. 32). Por mais que o profissional privilegie a técnica de narração, a sua voz transmite seus valores pessoais. Portanto, a escolha do jornalista que terá o microfone nas mãos influencia a mensagem que o ouvinte vai receber pelas ondas do rádio.

Barros Filho (2005) explica porque é impossível separar a voz do contexto social:

a compreensão do uso vocal de um agente engajado num campo (...) depende da identificação da posição que ele ocupa neste campo, do lugar de onde ele fala. (...) Assim, isolar uma manifestação vocal da sua situação de produção, do espaço social e das posições sociais em relação às quais se manifesta é não ter entendido nada sobre voz em vida, em funcionamento, em dinâmica. Esse ponto de vista relacional permite corrigir equívocos nominalistas que fazem crer na existência de uma posição social (um papel, um posto, uma função, um cargo, um emprego de voz, etc.) por ela mesma, independentemente das posições que lhe são complementares e que definem reflexivamente seus limites no espaço (p. 34).

É pela voz que o participante de um programa de rádio ao vivo vai poder repassar seu conteúdo e sua intenção ao ouvinte. E para que tenha sucesso, precisa combinar técnica e emoção. A fonoaudióloga Maria Lúcia Torres (2005) estabelece a plasticidade e a habilidade vocais como elementos fundamentais para que o repórter consiga transmitir credibilidade à notícia narrada. O ideal é o equilíbrio entre o domínio da técnica vocal e da expressão emocional. “O repórter precisa ser capaz de fazer a interpretação da notícia para obter a credibilidade do telespectador, modulando a voz e sendo flexível na narração” (p. 126). Para a transmissão de credibilidade, Milton Jung (2004) diz que é preciso que

todos os elementos da comunicação, verbal e não-verbal, atuem no mesmo sentido e com harmonia. Um texto de qualidade e conteúdo identificado com o público; voz apropriada para a situação; articulação dos sons sempre precisa, ampla e sem exageros; e o corpo se expressando de maneira espontânea dão expressividade e tornam o discurso sedutor (p. 123).

Os primeiros dez segundos da narração são cruciais para o ouvinte decidir se vai continuar ouvindo a notícia ou trocará de estação. A fala do repórter vai passar credibilidade ao ouvinte se ele conseguir combinar três fatores: precisão na apuração dos fatos, técnica vocal e emoção. Cada tipo de assunto exige diferente interpretação. A narração não pode ser a mesma para falar do aumento de impostos ou do lançamento de uma comédia teatral porque a fala tem que se adaptar ao conteúdo exposto. “A expressividade é uma característica inerente à fala, segundo Fónagy (1983), que relata que devemos considerar: a atitude, a modalidade e a emoção do falante” (COTES, 2005, p. 52).

Goffman (1981) explica que os radialistas são pressionados a direcionar a fala como se fosse dirigida a um único ouvinte. Goffman distingue quem ouve rádio e TV dos que são ouvintes das conversas sociais, apesar de serem chamados da mesma maneira: ouvintes. Ainda hoje, uma das técnicas da boa narração da notícia é imaginar que se está falando para cada ouvinte individualmente, fazendo com que o ouvinte sinta que aquela notícia foi apurada e está sendo contada exclusivamente para ele. Portanto, o repórter está narrando, ao mesmo tempo, para uma massa de milhares de pessoas e para cada uma delas exclusivamente. Esta sensação que o ouvinte tem da interpretação individualizada faz com ele infira credibilidade à notícia (TORRES, 2005, p. 127). Jung (2004) diz que o comunicador que sabe reconhecer seu ouvinte “conversa com ele em um mesmo nível”, fornecendo informação a este ouvinte de maneira que seja compreendida, usando uma linguagem na mesma condição sociocultural do ouvinte (p. 121).

Enquanto que o discurso que chega pelos meios de comunicação não é dirigido a um grupo visível (e sim a um público imaginário), a fala, em uma conversa social, estimula mutuamente quem ouve e quem está falando pela proximidade. No rádio, diz Goffman, o segredo da fala é produzir um efeito espontâneo com a fluência das palavras, sem parecer forçado e embutindo personalidade “*under conditions that lay speakers would be unable to manage*” (p. 198).

### 3.2 A VOZ DOS REPÓRTERES E A ADEQUAÇÃO À NOTÍCIA

A voz é um dos instrumentos de trabalho dos jornalistas e a fala no ar deve ser natural e coloquial. Diferentemente do que muitos acreditam, a maioria dos narradores profissionais não nasceu com o dom da narração. Uma fala natural também se aprende com técnica. A interpretação de um texto no ar precisa de elementos técnicos para que a intenção do profissional da voz seja compreendida pelo ouvinte. Ritmos repetitivos, pausas inadequadas e instabilidades dos tons vocais atrapalham a comunicação. Uma fala eficiente transmite credibilidade ao conteúdo. A jornalista Magaly Prado, autora do livro “Produção de rádio: um manual prático”, relembra quais eram as exigências vocais para os locutores de rádio no passado: “Quanto mais grossa a voz, melhor para o homem que desejava ser locutor. Para a mulher não era exigência; no entanto, as vozes muito finas eram rejeitadas e as mulheres de voz grave sempre tiveram um charme a mais” (p. 91). No radiojornalismo moderno não se exige mais a voz impostada de antigamente:

O importante é ter uma boa dicção, articular bem as palavras, saber pronunciá-las corretamente, inclusive as estrangeiras. É preciso também ter um compasso, uma espécie de balanço adequado ao falar, ou seja, não pode ser muito rápido, que ninguém agüenta, e nem devagar demais, que todos dormem. Uma voz equilibrada consegue dosar o tempo certo para a locução (PRADO, 2006, p. 91).

Cada um tem uma voz diferente. Além de levar em consideração a constituição do aparelho fonador, muitos dos pesquisadores especialistas em voz acreditam que a voz é construída no meio social. A intensidade, o ritmo, a frequência, a extensão vocal e a articulação fazem com que a expressão seja única. “A construção de uma voz é não intencional e ocorre ao longo de uma trajetória – que não é uma simples somatória de experiências – no qual seus pontos iniciais são definidores dos subseqüentes” (BARROS FILHO, 2005, p. 41). Para a fonoaudióloga Claudia Cotes (2005), ao falar estamos mostrando atitude (que é uma intenção racional) e emoção, que ela classifica como intenção psíquica.

Muito além de transmitir o conteúdo, a voz revela o que o indivíduo é. Há também uma relação direta entre a voz e a auto-imagem. A voz revela o nível de confiança, as angústias, alegrias e todos os sentimentos essenciais. A voz muda de acordo com as situações, e cada mudança expressa a forma como o homem se posiciona diante do outro durante a comunicação (STIER, COSTA NETO, 2005, p. 181).

Milton Jung (2004) afirma que “nunca somos naturais diante do microfone” porque o microfone simboliza uma esfera pública e agimos de maneiras diferentes na vida privada e na vida pública. “Para falar ao público, cumpre-se um ritual que dá sentido ao discurso, torna a comunicação eficaz e procura seduzir. Se alguém parecer natural, isso é obra do exercício diário da profissão” (p. 71). Para cada situação social há uma modulação da voz e na transmissão de notícias há uma modulação para cada tema noticiado. O profissional precisa ter a habilidade de adequar a sua intenção vocal ao conteúdo semântico da notícia e ao estilo do jornal em que trabalha (TORRES, 2005, p. 122).

A fonoaudióloga Ana Cristina Côrtes Gama (2005) é autora de um trabalho que investigou, por meio de análise acústica, os ajustes vocais que os repórteres fazem ao interpretar notícias de estilos diferentes. Outro objetivo da pesquisa era verificar se a escolha do estilo pelo repórter era reconhecida pelo receptor (no caso, telespectadores). Gama analisou os seguintes estilos: descontraído, neutro e sério. E concluiu que o telespectador é sensível às mudanças de estilos e que dependendo do ajuste vocal do narrador, o receptor faz a inferência de estilos diferentes. A autora aconselha que “modificar a narração de acordo com a notícia a ser transmitida facilita a compreensão, mantendo o interesse e a atenção do telespectador” (p. 107).

Para Torres, esta identificação vocal que o ouvinte faz no ato da audição da intenção do jornalista é inconsciente. Clóvis de Barros Filho (2005), autor de uma análise sobre a construção social da voz, reforça esta idéia ao enfatizar que não há necessidade de um policiamento externo para que determinada voz se associe no momento de uma específica situação.

Os jornalistas de rádio e televisão são treinados para usar características vocais diferentes ao transmitir uma notícia, dependendo do conteúdo do texto. Estas características dependem da intenção do repórter, de que emoções ele quer passar ao ouvinte. Torres aponta que o ouvinte identifica esta intenção vocal pelas características

vocais diferenciadas. Barros Filho explica que, ao ouvir uma voz, o receptor a enquadra entre um repertório vocal que ele possui e que foi construído ao longo das percepções vocais que assimilou durante a sua vida.

O ouvinte atribui sentido ao que ouve a partir de seu próprio repertório. E isso se dá, segundo Barros Filho, pelo contraste entre o que está ouvindo e o que tem de conhecimento e é disponibilizado no instante desta audição. É uma reação imediata entre os referenciais vocais próprios e o novo que se ouve, uma vez que tudo o que é ouvido já está referenciado e possui um significado. No momento em que o novo chega há uma aproximação semântica com as referências. E o contrário também é possível: o novo se distancia do referencial pessoal do ouvinte. Marshall McLuhan (1969) ao identificar as tendências do jornalismo moderno, discutindo o quanto o homem interpreta o mundo a partir de seus próprios princípios, alerta que o ouvido não é tão seletivo quanto parece, já que as pessoas assimilam de maneira automática o que escutam, formando imagens a partir de suas próprias vivências.

Barros Filho mostra que a voz (como se fala) integrada ao conteúdo da mensagem (o que se fala), forma uma unidade, e o ouvinte atribui sentido a esta unidade. E a estes dois elementos da comunicação, como o que se fala, Barros Filho acrescenta um terceiro elemento: quem fala. Ao enunciador de uma mensagem, defende o autor, associa-se à posição social que ele ocupa: “o uso autorizado da voz reproduz e objetiva uma certa relação de forças, uma certa distribuição de poder” (p. 36). Por um lado, sabe-se que a voz transmite conteúdos e emoções que não estão nas linhas do texto lido. Por outro, sabe-se que o ouvinte pode assimilar esse conteúdo com diferentes intensidades, dependendo do autor da fala.

A fluência do narrador também “prende” o ouvinte até o final da notícia ou de um programa inteiro. Isto acontece porque, não havendo pausas longas na fala, não se permite ao ouvinte desviar a atenção. Goffman alerta para as conseqüências da pausa e da hesitação na fala, classificando-as de “negativas” em um discurso por inferir em quem está falando um sentimento de indecisão ou de falta de autocontrole (p. 214).

### 3.3 A VOZ E O GÊNERO DOS REPÓRTERES

A fonoaudióloga Maria Lúcia Torres fez uma pesquisa com a participação de dez repórteres do gênero masculino e 17 do feminino. Foram selecionados dois tipos de conteúdos de textos: uma nota editorial (com conteúdo mais sério) e outra nota esportiva (com conteúdo mais leve). A autora queria saber se o ouvinte conseguiria identificar a intenção do narrador (editorial ou esportiva). Os profissionais gravaram textos curtos de quatro situações de narração: uma nota com conteúdo e intenção editorial, uma nota de conteúdo e intenção esportiva, uma nota de conteúdo editorial com uma intenção esportiva, e a última nota com conteúdo esportivo e intenção editorial. As análises das gravações (108 no total) foram feitas por fonoaudiólogas<sup>31</sup> convidadas para a pesquisa.

Torres concluiu que o gênero do (a) narrador (a) influenciou na assimilação da sua intenção vocal pelos ouvintes dos textos apresentados. As gravações femininas obtiveram maiores graus de assimilação de intenção nos quatro tipos de combinações conteúdo-intenção. As fonoaudiólogas que ouviram as gravações concluíram que as repórteres mulheres tiveram “mais facilidade do que os homens para interpretar um texto com conteúdo diferente da intenção vocal” (p. 126).

Entretanto, a pesquisa de Stier (2001) baseia-se em uma premissa contrária. Ela parte da idéia de que para a mulher é mais difícil adequar a voz ao que o mercado profissional exige. Stier dedica-se há cerca de quinze anos à pesquisa da voz de repórteres de emissoras de televisão do Paraná. Ressalta-se que a técnica vocal usada no trabalho jornalístico em televisão é a mesma para o rádio, por isso os trabalhos de Stier também são significativos para a área radiofônica. Como conta Jung (2004), “apesar da voz ser primordial no rádio, foi com a televisão que se iniciaram as consultorias de fonoaudiologia” (p. 123). Em sua pesquisa de mestrado intitulada “Estudo comparativo da voz e da narração em situações de *off* e de passagem de repórteres de televisão, do sexo feminino em início de carreira”, Stier (2001) avaliou a

---

<sup>31</sup> Não se sabe se o resultado desta pesquisa teria sido diferente se a análise tivesse sido feita também com a participação de profissionais da fonoaudiologia do gênero masculino.

voz de 30 repórteres, com idades entre 19 e 30 anos, de uma rede de emissoras de televisão do Paraná.

Especialista em terapia vocal para jornalistas, Stier percebe que os repórteres homens têm mais facilidade de desenvolvimento da voz profissional. No caso das mulheres, as mais experientes têm vantagens de narração em relação às profissionais em início de carreira. Quando a mulher faz um discurso, explica Brownmiller, a voz é lançada para a extremidade superior da escala natural, o nível de decibel se reduz e a ressonância da vogal se dissolve (p. 116).

Uma das observações resultantes da pesquisa de Stier é que as repórteres iniciantes apresentam características vocais diferentes às das jornalistas mais experientes. Entretanto, essas características são semelhantes entre si, quando não orientadas por um fonoaudiólogo. Elas tentam falar de uma maneira – que não é a habitual – para se mostrarem mais convincentes, deixando a voz mais grave do que é e o resultado fica artificial. Porém, este é um fenômeno comum. Aparentar a voz mais grave é um dos primeiros recursos adotados pelas jovens jornalistas que trabalham em rádio e televisão. “A voz grave é desejável por estar associada à idéia de que, no homem, confere autoridade e masculinidade e, na mulher, sofisticação e credibilidade”, diz Maria Lúcia Torres (2005, p. 128).

Das 30 profissionais que foram avaliadas neste estudo de Stier, 56,7% consideram que, no ar, a voz deve ser “firme”, 30% disseram que a voz deve ser “clara”, 23,3% elegeram o atributo “agradável” e 26,7% acharam que a voz deve parecer “natural”. A pesquisa de Stier concluiu, portanto, que firmeza, clareza, agradabilidade e naturalidade são as principais características que uma voz deve ter para transmitir credibilidade à notícia narrada no ar.

Em outro estudo mais recente, Stier e Costa Neto (2005) se aprofundaram em analisar a expressividade da fala no jornalismo de televisão. Para eles, a credibilidade do conteúdo da notícia vem do desempenho da voz, que “deve estar em harmonia com o que está sendo dito” (p. 181). Mostramos anteriormente, a partir da pesquisa de mestrado de Stier (2001), que as jornalistas que ocupam as funções de apresentadoras e repórteres de televisão deixam a voz mais grave intuitivamente, enfatizando as palavras exageradamente e que isso não acontece com os colegas do gênero

masculino. Ênfases erradas fazem com que o ouvinte não perceba a real intenção daquela narrativa. Isso acontece, segundo os pesquisadores, quando a repórter tem voz aguda e decide enfatizar todas as palavras da frase.

Há muitas possibilidades de se ler um texto. Para passar credibilidade e prender o ouvinte, deve-se escolher a narração adequada para cada tipo de notícia. Os textos sobre esporte, por exemplo, costumam ser lidos com mais ritmo, agilidade e energia, aproximando-se do próprio ritmo da atividade esportiva. Entretanto, as notícias de economia têm locução mais lenta e enfática. A fonoaudióloga Maria Cristina de Menezes Borrego (2005) enfatiza que, apesar das variantes na leitura de uma notícia,

só há um jeito de ser convincente e prender a atenção do ouvinte: quando a expressividade e a naturalidade estão presentes na comunicação pois, só assim, a locução consegue traduzir com precisão a verdadeira mensagem que se deseja trocar com o outro (p.159).

É a credibilidade que faz o ouvinte de uma rádio ou o telespectador escolher ouvir ou assistir a um determinado programa jornalístico em detrimento dos concorrentes. A transmissão de credibilidade na fala dos repórteres e apresentadores é determinante para o sucesso da comunicação com o público. Leny Kyrillos (2003), uma das maiores pesquisadoras da voz de repórteres de televisão no Brasil, afirma que “a voz deve ser estável, bem colocada e ao mesmo tempo transmitir o conteúdo da notícia, de maneira clara e com credibilidade” (p. 113).

Neste campo, os estudos mais avançados estão no telejornalismo. Apesar da imagem contribuir para a identificação do público com o trabalho profissional apresentado, é possível aplicar no radiojornalismo as reflexões e respostas das pesquisas feitas no ambiente televisivo. É o caso do trabalho desenvolvido em 2003 por Adriana Panico e Sergio Fukusima (2003). Eles fizeram um estudo para mapear a percepção do ouvinte em relação aos aspectos psicológicos que conferem confiabilidade à voz de locutores homens e mulheres. A pesquisa estava direcionada aos telejornais, mas como todo o julgamento foi feito a partir das vozes gravadas em CD, sem o uso da imagem, os resultados podem ser também pensados para o rádio.

Nesta pesquisa, os autores substituíram a palavra credibilidade por confiabilidade por acharem que o participante entenderia melhor o significado de confiabilidade. Para Panico e Fukusima, as emoções da voz dependem das diferenças na sua intensidade, altura e entonação. E o desafio que se colocaram era perceber se são estas diferenças as responsáveis pela maior ou menor credibilidade de uma fala.

A primeira etapa deste estudo definiu os aspectos psicológicos de uma voz confiável. Para os entrevistados escolhidos (profissionais da voz), a confiabilidade está em ter uma voz “convincente, clara, firme, limpa, expressiva e autêntica” (p. 50). Depois, na outra etapa, cinco repórteres homens e cinco repórteres mulheres gravaram as mesmas frases em CDs. As gravações foram editadas aos pares, em faixas diferentes, com todas as combinações possíveis entre as dez locuções. Estes áudios foram apresentados a 17 universitários, instruídos a escolher em cada par a voz mais confiável, e, além disso, dar nota de 1 a 10 para a voz escolhida em relação às que ficaram nas outras posições subseqüentes.

As estratégias de julgamento dos participantes da pesquisa foram diferentes para vozes femininas e masculinas. As respostas para as vozes masculinas foram mais consistentes:

O aspecto confiabilidade teve correlações significativas somente para as vozes masculinas. As vozes apontadas como de maior confiabilidade, por ordem de maior significância, foram as com maior percentual de fala (menos pausas ou pausas mais curtas); maior percentual de tempo sem voz; as com intensidade média mais alta; as com tempo de locução menor; as com frequência fundamental média menor e as com intensidade máxima maior (p. 55).

A justificativa para esta diferença na avaliação entra as vozes femininas e as masculinas, segundo os pesquisadores, estaria na correlação que cada um faz das vozes femininas com a voz da sua própria mãe e esta bagagem emocional teria interferido no julgamento. Já as vozes masculinas não teriam sofrido esta influência. Os autores baseiam-se nos conceitos de Walden *et al.* (1978), de que

as preferências para vozes são construídas por experiências vividas desde muito cedo no desenvolvimento do bebê, considerando inclusive o período pré-natal, e que informações auditivas da voz como frequência, intensidade e estrutura temporal informam afeto (p. 55).

O resultado dos testes de Panico e Fukusima com os universitários mostra que uma das vozes femininas (a segunda mais aguda entre as vozes expostas) foi campeã de confiabilidade entre os participantes da pesquisa. E outra voz feminina (a mais grave dentre as femininas) ficou com o segundo lugar em confiabilidade. Após a análise dos resultados, os autores concluíram que foram determinantes para o julgamento de confiabilidade das vozes: a frequência baixa, a intensidade elevada e o tempo da locução e a forma das pausas dentro deste tempo. Portanto, para que uma notícia transmita credibilidade, deve ser dita em um ritmo dinâmico e com pausas breves. No caso específico das vozes masculinas, os locutores devem buscar tons mais graves. Já para as vozes femininas, “mesmo uma voz mais aguda é apontada como uma voz confiável” (p. 57).

A transmissão de credibilidade pela voz é, portanto, um dos objetivos do profissional que trabalha com as notícias no rádio. A jornalista Magaly Prado (2006), ao dar dicas de como ter uma boa locução em programas jornalísticos no rádio, problematiza a sensualidade, uma forma que muitas mulheres (não todas) usam “estrategicamente” na voz:

Existem mulheres que acham que devem ter a voz de travesseiro para agradar os ouvintes. Não percebem que a função de locutoras é outra, que não existe a necessidade de fazer um tipo com voz melosa, e que a idéia não é seduzir o ouvinte. Não precisa imitar a voz masculina. Se tiver uma voz sensual, apenas não deve forçá-la (p. 95).

É mais comum ouvirmos uma voz profissional feminina sedutora nos anúncios dos vãos do sistema oficial dos aeroportos e das paradas de ônibus do transporte coletivo e em gravações de espera telefônica de empresas. Mas também há locutoras, principalmente em rádios musicais FMs, que utilizam esta característica ao anunciar o nome das músicas e seus autores. A mulher ter uma voz sedutora corresponde a certas expectativas e gostos (provavelmente masculinos) e o mesmo não se espera da voz masculina, que deve transmitir coerência e firmeza.

#### **4 AS ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO DE MULHERES E HOMENS NO PROGRAMA CBN DEBATE**

O formato do debate jornalístico se popularizou no Brasil na década de 80 na televisão. Nesta época, surgiram diversos programas que reuniam especialistas em mesas de discussão. A fórmula do programa se mostrou eficiente e é vista hoje em programas de rádio, TV e até em transcrições em revistas e jornais.

Quando o objetivo do programa é gerar polêmica a partir de idéias contrárias na mesa, o programa caracteriza-se como um debate. Se o objetivo é abordar assuntos amenos, o programa passa a ser chamado de mesa-redonda. O formato é o mesmo, o que muda é o objetivo do programa. O debate é mediado por um apresentador e deve ter, no mínimo, dois convidados com posições antagônicas justamente para que surjam opiniões divergentes e discussões de idéias. Nos dois casos, há a figura do mediador central, que faz a condução da temática escolhida e da participação de cada convidado.

O programa CBN Debate foi criado em maio de 1995, na semana de instalação da Rádio CBN em Curitiba. Há mais de 13 anos, todo sábado pela manhã, das 10h às 12h, um tema é colocado em discussão e quatro especialistas são convidados a ir até o estúdio da emissora para participar. Inicialmente, o programa discutia temas polêmicos, mas nos últimos anos são pautados temas de comportamento e utilidade pública. Apesar desta mudança, o programa mantém a denominação de “debate”.

O ouvinte também é convidado a participar por e-mail e telefone; e a sua opinião é lida pelo âncora. O ouvinte normalmente é identificado pelo nome o bairro de onde fala. Percebe-se que a maior parte dos ouvintes está interessada em contribuir para as discussões do estúdio com relatos de situações pessoais. Normalmente o ouvinte conta algo que aconteceu na sua vida e que tem relação com o tema debatido. Também é comum o ouvinte se posicionar contra ou a favor a opinião de algum convidado. Mas há outros motivos que levam os ouvintes a participar de um programa de rádio. Santos (2004) acredita que há o “desejo de aproveitar a oportunidade para estabelecer uma convivência que está mais próxima do lúdico e da intimidade, características das relações pautadas na sociabilidade” (p. 62). A participação do ouvinte é essencial no rádio para que se saiba quem está ouvindo os programas.

Naquele momento, pelo menos, quando o receptor sai do seu papel passivo e se dispõe a participar do programa, dando uma opinião, fazendo uma reclamação, ele está se revelando, mostrando sua identidade, ajudando a escrever uma parte do programa e, de certa forma, dando pistas ao radialista de quem ele é, o que quer e de que forma pode ser interpelado em momentos posteriores (NUNES, 1998, p.48 *apud* SANTOS, 2004, pp. 80-81).

O programa é transmitido ao vivo e é dividido em quatro blocos de cerca de 25 minutos, separados entre si por intervalos comerciais. Os temas são escolhidos no início de cada semana pela produção do programa de acordo com os fatos que se mostram mais relevantes no noticiário naquele momento ou que sejam de interesse da população. Segundo a jornalista Roberta Canetti, atual produtora e âncora do CBN Debate,

“a proposta é abordar com mais profundidade assuntos do cotidiano, que interessem à maioria dos ouvintes. Os critérios são a proximidade do tema com a realidade do público alvo, a atualidade e a possibilidade de ampliar a discussão abordando assuntos correlatos em duas horas de programa” (CANETTI, 2008).

A partir do tema é feita a escolha dos possíveis participantes, que precisam ter, além de domínio do conteúdo do assunto eleito para aquele programa, habilidade em se comunicar no rádio. Prado (2006) diz que a escolha dos convidados é uma tarefa árdua para o produtor do programa: “ele deve levar em conta o comportamento de cada um, ou seja, não se coloca na mesma mesa pessoas com estilo parecido, fica monótono. (...) O ideal é balancear com pessoas de jeitos variados para que o debate transcorra de forma dinâmica” (p. 22). Canetti (2008) conta que

“alguns participantes são escolhidos pelo conhecimento que têm do assunto (especialistas), através de indicações da equipe e contatos da equipe, de pesquisas na internet e nas universidades locais. Outros pela habilidade em falar e expressar suas idéias. Neste caso, são pessoas que já participaram de programas da CBN ou profissionais que dão palestras e cursos com frequência”.

Jung (2004) afirma que “encontrar quem fale bem e com conhecimento de causa é garimpar em mina de ouro e o mapa, nesse caso, é uma agenda selecionada e

criterosa” (p. 103). Ao chegar no estúdio, cada convidado recebe uma folha com orientações sobre a sua participação no programa com o seguinte texto:

O debate tem duas horas: são quatro blocos de meia hora.

Falas longas devem ser evitadas para não cansar o ouvinte e para dar dinamismo ao debate. O tempo máximo de cada participação não deve passar de 2 minutos.

Há uma ordem prevista para a participação dos convidados. A ordem pode ser quebrada, contanto que no final todos participem de maneira igualitária.

No centro da mesa há uma lâmpada exposta de maneira visível. Ela fica acesa sempre que os microfones estiverem ligados. Preste atenção às orientações do apresentador.

Cada um dos quatro blocos do programa tem uma breve abertura feita pelo mediador. Conversas paralelas devem ser evitadas nestes momentos.

Para ser ouvido de maneira clara é necessário falar sempre perto do microfone.

Maria Inês Detsi de Andrade Santos (2004), ao analisar o trabalho de locutores de programas populares em Fortaleza, conclui que o locutor acumula um capital cultural que “não só o qualifica como um ‘especialista’ cujas palavras se tornam ‘palavras de ordem’, como também lhe possibilita o exercício de um certo poder” (p. 50). Isso acontece porque a maioria dos ouvintes, pela familiaridade que aquele locutor representa ao estar com freqüência “dentro” da sua casa, confia no que o locutor fala. O mesmo acontece com os convidados dos programas de debates. Muitos costumam ir a vários programas ao longo do ano e desenvolvem uma identificação com o ouvinte. Ao se levar em consideração que a comunicação é considerada eficaz quando

a influência da fonte produz um estado de convicção no receptor, induzindo-o, inclusive, a decisões. De qualquer forma, produzindo-se ou não estados de convicção, o que se visa nos processos de comunicação é a um máximo de dados informativos, paralelamente a um máximo de fidelidade (PENNA, 1970, pp. 82-83).

Pode-se deduzir que em um programa de rádio há muitas chances da comunicação ser eficaz. Mas, como bem lembra Santos (2004), há diferenças no uso da palavra entre as pessoas que estão em um estúdio de rádio. Com base em Pierre Bourdieu, Santos diz que:

Tem profissionais de estúdio, tem profissionais da palavra e do estúdio e, diante deles, amadores em situação desfavorável em relação aos outros, tanto por não possuir um controle sobre técnicas de instrumentos de comunicação, quanto por não ter controle da situação, já que cabe ao locutor dirigir o diálogo, dispensar ou apressar o interlocutor, quanto considerar necessário (p. 65).

#### 4.1 SINOPSES DOS PROGRAMAS

Para esta pesquisa, foram escolhidos cinco programas exibidos ao longo de 2007. O primeiro critério utilizado para a escolha dos programas foi a variedade de tema. Por isso há dois temas relacionados à saúde: um mais “leve”, como a busca pela **boa forma**, e outro mais “pesado”, no caso a **depressão**. Um tema sobre educação (**indisciplina escolar**), um sobre o cotidiano e o planejamento da cidade (**trânsito**) e o quinto sobre cidadania (**direitos do consumidor**). O segundo critério foi que todos os programas tivessem a participação de dois homens e duas mulheres. Segundo Canetti, nem sempre é possível manter esta igualdade de gênero, conforme descreve:

“a produção procura convidar dois homens e duas mulheres, para que o debate seja mais equilibrado. Mas a tendência é que o debate tenha mais homens. Mesmo procurando duas pessoas de cada sexo (intencional) por vezes o debate tem três homens. O motivo é que, ao procurar indicações das universidades, referências na internet e indicações de outros profissionais, há sempre mais sugestões de nomes masculinos para quase todos os temas, exceto educação” (CANETTI, 2008).

Apesar desta orientação da produção do programa, dos 34 debates realizados na emissora em 2007, 16 tiveram participação igualitária de gênero. Nos outros 18 debates havia mais homens do que mulheres ou somente homens.

As falas dos programas escolhidos foram transcritas integralmente, respeitando os estilos de linguagem de cada participante, as pausas, as hesitações e as emoções que transpareceram. Para ficar mais didático, as análises dos discursos destes cinco programas vão ser apresentadas em categorias. Estas categorias de análise recebem denominações que exemplificam uma característica comunicacional dos participantes. Não é a intenção deste trabalho criar e nominar estas categorias, porém, fez-se necessária esta tipificação para fins didáticos.

A seguir, as sinopses dos temas dos debates escolhidos, os participantes e as respectivas datas e textos lidos na abertura dos programas pela âncora Roberta Canetti. Os nomes dos participantes dos cinco programas foram substituídos por nomes fictícios para preservar suas identidades.

#### 4.1.1 Indisciplina escolar

O debate que discutiu a indisciplina escolar, exibido no dia 16 de junho de 2007, teve como convidados a psicóloga Ana, o neuropediatra João, a advogada Marta e o psicopedagogo Pedro. Na abertura, a âncora Roberta Canetti explicou o tema aos ouvintes: “Nas escolas os professores enfrentam crianças desrespeitosas e sem limites. A indisciplina escolar é o tema do CBN debate de hoje”. Este debate tratou do processo educacional infantil e das respostas das crianças a ele. As discussões foram acaloradas nos quatro blocos, especialmente no último, quando os convidados nem conseguem esperar sua vez de falar e fizeram os comentários atropelados. Os debatedores perfizeram caminhos lógicos para discutir o tema e na maior parte do tempo foram claros e objetivos em relação às suas defesas. O neuropediatra João, primeiro a falar, disse que os psicólogos são coniventes com a conduta da culpa irremediável dos pais, da má educação. Pensar que todo o problema de comportamento é frito da má educação exclui, por desconhecimento, a possibilidade de uma doença neurológica, um fator biológico que pode reger o comportamento atípico de algumas crianças. O neuropediatra usou um bom tempo do debate para explicar o distúrbio de conduta.

Para o psicopedagogo Pedro a formação dos professores é um problema pontual nas escolas e isso contribuiria para a indisciplina. A psicóloga Ana continuou, costurando a argumentação: os educadores estariam confundindo, freqüentemente, a vontade da criança e do adolescente de se expressar com grosseria. Segundo ela, o adolescente não se encaixa no estereótipo da rebeldia quando, na verdade, está se esforçando para se comunicar.

Aumentando a amplitude da análise, o psicopedagogo Pedro chamou a questão que norteou o debate daqui para frente: o modelo educacional. Para Pedro, os profissionais da saúde e da educação ainda guardam traços das primeiras pesquisas

científicas realizadas com crianças, quando, em necropsias, se descobriu que o cérebro delas era igual ao de um adulto. A criança e o adolescente, então, são tratados como “mini-adultos” e sentenciados a um esforço de repetir e copiar. O desrespeito à individualidade, que é um requerimento para o bom desenvolvimento social, estaria diretamente ligado à indisciplina na escola. “Está havendo um problema realmente pedagógico e não de disciplina”, disparou o psicopedagogo.

Por aí, a professora e consultora educacional Marta estabeleceu um critério dialético para a discussão, que foi mantido nos quatro blocos do programa. Ela sobrepôs a idéia de Pedro com o argumento da “desresponsabilização da família, da terceirização da educação”. Os pais, que pela falta de tempo com os filhos vivem com medo das criaturas que estão formando, seriam também responsáveis pelo comportamento dos filhos na escola.

A psicóloga Ana reiterou a falência das relações educativas entre os pais e os filhos e também o engessamento dos profissionais da educação frente às relações comerciais que permeiam a educação atualmente.

Os três educadores aprofundaram o tema do processo disciplinar das escolas, considerando-o geralmente ineficaz. João, então, levantou mais uma vez a questão das doenças neurológicas e ofereceu uma explicação não muito fácil sobre os problemas mais comuns em crianças. Em seu discurso, ele revelou acreditar em um modelo funcionalista para a educação moderna e devolveu a palavra aos colegas justamente no ponto anterior em que a tomou.

Os convidados descreveram com muita propriedade as conseqüências da ultrarrápida modernização tecnológica e da ultralenta modernização da educação. Uma escola do século 20 estaria competindo com TVs de plasma, tocadores de MP3 e outras bugigangas modernas. O que esses intelectuais sugeriram para solucionar o problema da indisciplina foi uma mudança ampla no sistema educacional, o que se faria com um ensino contextualizado e sempre atendo à saúde física dos alunos.

#### 4.1.2 Trânsito de Curitiba

O tema do trânsito de Curitiba foi ao ar no dia 15 de setembro de 2007 com a participação de dois professores universitários, de instituições de ensino diferentes, que estudam o tema, Sandra e Roberto; do advogado Joaquim e da representante do órgão público que gerencia o trânsito em Curitiba, Nair. A apresentação do tema, lida no começo do debate por Roberta Canetti, foi a seguinte:

“O trânsito perigoso, irritante, é descrito como algo impessoal. Mas os carros são apenas as máquinas. Falar do trânsito é falar de pessoas, motoristas despreparados, cansados, distraídos, inconseqüentes, competitivos, nervosos. São eles os responsáveis pelos acidentes, brigas de trânsito, e, não rara as vezes, pelos congestionamentos também. Na véspera da Semana Nacional do Trânsito, a CBN Curitiba debate o comportamento do motorista e os riscos da imprudência ao volante” (CANETTI, 2007).

O programa teve como gancho<sup>32</sup> a Semana Nacional de Trânsito, discutindo o comportamento dos motoristas e os riscos da imprudência ao volante. A psicóloga Sandra sintetizou o problema em uma paródia: “o mau motorista é sempre o outro”.

Definir o que se caracteriza por bom ou mau comportamento no trânsito tomou os esforços dos convidados no primeiro bloco. Foram salientadas questões como a obediência às leis de trânsito e, principalmente, a relação que os motoristas têm com o veículo e com o espaço urbano. O caos no trânsito seria apenas uma parte de um complexo maior: o despreparo generalizado para viver em sociedade. Quem sustentou esta tese foi Nair.

O individualismo estaria também presente no trânsito. Segundo Nair, o carro é visto como uma arma, não como um meio de transporte. A solução proposta por ela foi a educação. A educação no trânsito não se limitaria às aulas para o teste nos órgãos competentes, aos conteúdos especializados, normas, placas, capacidades físicas e psicológicas mínimas, mas a todo processo de aprendizado, na escola mesmo, com a alfabetização e a contextualização. E a família também teria sua contribuição.

---

<sup>32</sup> Fato jornalístico que serve de motivo para o enfoque de determinado assunto no programa.

Antes da educação formal construir o conhecimento básico para a formação de um bom cidadão - provavelmente um bom motorista -, caberia à família recomendar comportamentos aceitáveis para a vida em sociedade. Os modelos de pressa e de premiação também contribuiriam para o trânsito não-civilizado. O sonho de um jovem pode ser ouvir esta frase: “Se você passar no vestibular, vai ganhar um carro”.

Uma das razões principais das alterações no trânsito, segundo os convidados, seria o aumento do crédito no país. O acesso à compra de motocicletas e carros por um número cada vez maior de pessoas faz as vias incharem enquanto que a quantidade de veículos do transporte coletivo permanece a mesma.

O arquiteto Roberto e o advogado Joaquim evocaram mais uma vez o individualismo e fizeram um recorte: o perfil do curitibano. O trânsito em Curitiba estamparia a competitividade do curitibano. A pressa, segundo eles, seria para trancar o outro carro e não para chegar mais rápido ao destino. Os motoristas de cidades com o tráfego bem mais intenso já teriam desenvolvido posturas mais solidárias, mas o curitibano não. Para os debatedores, quem compra um carro em Curitiba acha que está comprando também 20m<sup>2</sup> da rua e leva para fora de casa a liberdade que deveria ter apenas dentro dela. Quem continuou esta temática foi Nair, que arrematou contornando a hostilidade, a disputa por direitos que nem existem: o outro não é obrigado a andar mais rápido se quem está atrasado sou eu.

“A pressa é falta de planejamento”, pontuou Sandra. Os veículos seriam utilizados como um instrumento de otimização do descolamento e do tempo. E, nesse contexto, há a intolerância ao imprevisto, essa seria a justificativa para a violência entre os motoristas, quando na verdade, na maior parte dos casos, se trata de algo simples de resolver: reações inadequadas à gravidade dos imprevistos. Tão inadequadas quanto seriam as reclamações e sugestões de mudanças no funcionamento do tráfego na cidade. Os cidadãos mantêm sempre desenvolvido um senso de insatisfação. Se a via é pequena dizem que “tem que aumentar”, quando a prefeitura decide aumentar reclamam que “essa cidade só tem obra”.

Mais confuso que o motorista, só a legislação, reclamaram os debatedores. O Código de Trânsito Brasileiro deixaria muito a desejar na otimização do fluxo – porque o que o motorista quer é sair de um lugar e chegar em outro. Se isso puder ser feito sem

esperas intermináveis ou desenhos urbanos inviáveis, parte do problema, aquele que não está ligado à educação, estaria resolvido. Os próprios limites de velocidade e os critérios para a perda de pontuação na habilitação estariam incompatíveis com o dia a dia das ruas.

Foram abordadas ainda neste debate as campanhas institucionais, que ao longo dos anos se mostram ineficientes, a disparidade entre as diversas esferas do poder que regulam o trânsito, os jovens ao volante e um câncer social, o álcool associado à direção.

#### 4.1.3 Boa forma

O debate sobre boa forma foi apresentado no dia 22 de setembro de 2007 e teve como convidados o fisioterapeuta Felipe, a psicóloga Claudete, o endocrinologista Leonardo e a nutricionista Paula. Na abertura do programa, o texto de Roberta Canetti:

“Com o fim do inverno e das roupas de frio, as pessoas voltam a prestar atenção no corpo. E quem relaxou com a aparência durante o ano todo agora tem pressa em ficar em forma para o verão. Neste sábado, a CBN Curitiba debate os riscos do emagrecimento rápido e como alcançar e manter o peso ideal com saúde. Você pode participar com perguntas, opiniões e sugestões” (CANETTI, 2007).

O programa tratou da cultura da boa forma: as exigências de um mundo cada vez mais comprometido com o imediatismo e que dita a postura do belo, geralmente sem preocupações com a saúde. Os convidados, todos profissionais da área da saúde, não se limitaram a uma repetição das informações amplamente discutidas nos meios de comunicação sobre os perigos do emagrecimento rápido ou do excesso de atividades físicas, mas também enveredaram por algumas discussões técnicas. O repertório deles ofereceu uma perspectiva biológica e comportamental dos fatos: os padrões biológicos e os comportamentos presumíveis.

A jornalista Roberta Canetti desenhou, logo no início, a rota da discussão e apresentou os debatedores. O primeiro a falar foi o endocrinologista Leonardo. Ele

apresentou o primeiro argumento válido da discussão: as ofertas da vida moderna, a facilidade de conseguir e consumir alimentos, em particular.

No início ficou claro que o programa se propôs a levantar questões de interesse público e provocar os especialistas que estão no estúdio. E também deixar que eles se provoquem.

Certa confusão apareceu por conta da falta de um personagem padrão. Aliás, poucos personagens ilustraram este debate. E os convidados, que às vezes pareciam se contrapor um ao outro, na verdade falavam de casos e pessoas diferentes. Foi o caso dos desencontros da psicóloga Claudete e do endocrinologista Leonardo. Ainda no primeiro bloco, ambos pontuaram a questão da necessidade por comida com pontos de vista aparentemente desconexos. Ela defendeu a condição psicológica, os fatores psicológicos, criticou o refúgio nos medicamentos; ao passo que ele salientou as questões biológicas, as doenças.

Depois foi a vez de discutir os regimes e os medicamentos, apontados como os grandes vilões do emagrecimento imediato. Essa preocupação com os medicamentos foi a primeira a aparecer, seguida da reclamação da ditadura da beleza exposta pelos meios de comunicação – simplificados pela palavra “mídia”.

Mas de onde vem a necessidade social da magreza? Com essa pergunta as raízes do problema parecem ser desenterradas. Os modelos, geralmente associados às figuras familiares, são sugeridos como os mantenedores da cultura da comilança. Nas casas, a comida em frente à TV, as premiações com sobremesa, as guloseimas, são sublinhadas como a má educação alimentar. Quem arrematou os comentários e costurou uma definição clara foi a nutricionista Paula.

O fisiologista Felipe contribuiu com uma explicação realista sobre as atividades e exercícios físicos. Ele confrontou a cultura da academia de ginástica e disse que se a pessoa não tem prazer em ir para a academia, não deve ir mesmo. Mas pontuou que deve ser encontrada outra atividade prazerosa para esta pessoa.

#### 4.1.4 Depressão

O programa sobre depressão teve como convidados o psiquiatra Claudio, a geriatra Isabela, o neurocirurgião Ricardo e a psicoterapeuta Elisa e foi exibido no dia 29 de setembro de 2007. O texto de introdução foi: “A depressão: uma doença cada vez mais comum que afeta os relacionamentos, a saúde, a família e a carreira. Como identificar, como tratar e superar esse mal da atualidade?” (CANETTI, 2007).

Nas saudações entre os convidados e para os ouvintes, a médica Isabela colocou que a depressão atinge, hoje, 38% da população brasileira – portanto, um tema de muita relevância. A depressão é um problema de saúde pública: metade dos afastamentos legítimos do trabalho por mais de 30 dias é causada pela doença. Há, então, um forte apelo ao desenvolvimento de políticas sociais com relação à depressão.

A primeira questão debatida foi a relação quase sempre indissolúvel entre o tratamento psicoterapêutico e o químico. A Organização Mundial da Saúde aceita que alguns quadros depressivos sejam tratados somente com um desses recursos – e este dado rebateu uma proposição de Isabela. Ela defende uma relação obrigatória entre os dois itens. Além disso, para ela “o paciente depressivo não está enfermo, ele é um enfermo”.

O psiquiatra Claudio fala o que se pode denominar de depressão, nomeando os sintomas. A idéia foi complementada pela psicóloga Elisa. Também foi salientado o principal objetivo do paciente depressivo: jamais interromper o tratamento.

Eles falaram, então, de um problema corriqueiro enfrentando pelo doente, o preconceito. O depressivo geralmente é visto com maus olhos, como alguém desinteressado voluntariamente. Foi feita uma alusão a Sartre e Simone de Beauvoir sobre o senso comum no qual o trabalho e outras atividades seriam suficientes para curar um depressivo. Claudio defendeu um criterioso estudo do histórico do paciente antes de um diagnóstico final, mas se a resposta for positiva, então os amigos, a família e os companheiros de trabalho teriam que cooperar para a melhora do doente, e o preconceito não é uma boa forma de fazer isso.

Médicos mal preparados, pressa nos atendimentos e preocupação com rendimento foram denunciados quando o assunto é diagnóstico. Os testes com

remédios, ao contrário do que pensam os pacientes, são necessários nos tratamentos. Atualmente existem nove famílias de antidepressivos, ou repositores neurológicos, e aproximadamente 25 tipos de antidepressivos disponíveis. Os especialistas sugeriram paciência para não repelir o tratamento.

Há também uma preocupação dos pacientes com relação ao que a bula descreve como efeito colateral, o que leva o paciente a desistir do tratamento com medo de ter alguma reação. Isabela defendeu que o médico seja um estudioso na farmacologia e Claudio arrematou explorando a interdependência das doenças psíquicas, já que um transtorno normalmente não vem sozinho.

No final do programa entrou em cena a questão espiritual. Não se deve esquecer o somático, o inconsciente, esta preocupação depende do indivíduo, de seu repertório, e de como as relações que estabelece com essa espiritualidade e o inconsciente coletivo podem acrescentar valores.

#### 4.1.5 Direito do consumidor

A advogada do órgão público responsável pelo direito do consumidor Sara, o advogado Oscar, a psicóloga Rose e o economista Renato foram os especialistas convidados para o último programa escolhido para esta pesquisa, sobre os direitos do consumidor, que foi ao ar ao vivo no dia 6 de outubro de 2007 e teve a seguinte abertura com texto e na voz de Roberta Canetti:

“O consumidor no Brasil é tratado por vezes com descaso e desrespeito. As empresas se valem da falta de informação e os brasileiros sobre seus direitos para tirar vantagem. Basta refletir sobre os contratos recheados de cláusulas abusivas e os avisos de que a empresa não se responsabiliza, pode encerrar a promoção, alterar o serviço a qualquer tempo. Atendimento ruim, juros e taxas, falta de qualidade dos produtos e serviços, propaganda enganosa. Como enfrentar os abusos contra o consumidor e fazer valer o seu direito? É o que vamos debater a partir de agora. O ouvinte da CBN Curitiba pode participar da discussão, tirar dúvidas com os especialistas, contar suas experiências e contribuir com opiniões e sugestões” (CANETTI, 2007).

O tema de programa foi de extrema relevância pública: os direitos do consumidor em uma sociedade organizada pelas relações de compra e venda; e na qual os

compradores são geralmente tratados com descaso por não conhecerem seus direitos e, quando conhecem, tentam se valer deles para tirar vantagens. Do outro lado, as empresas que se aproveitam dessa carência generalizada de informações para aumentar seus lucros.

Pela consolidação do Código de Defesa do Consumidor na década de 90, as questões referentes à lei se tornaram freqüentes nos meios de comunicação, o que, lentamente, começou a mudar a mentalidade de quem compra produtos ou serviços. Mas ainda há um longo caminho de informação e conscientização pela frente.

A psicóloga Rose convidou os demais debatedores a refletir sobre a sensação de desrespeito e o que acontece com os consumidores que se sentem ofendidos na relação de consumo. Ela sinalizou que com a digitalização da sociedade, a resposta do consumidor a esse desrespeito está mudando porque ele pode entrar na Internet e reclamar e ainda iniciar correntes por e-mail que disseminem a história problemática, difamando a empresa. A fala da psicóloga foi amparada pela advogada Sara que disse que o Código é uma “lei adolescente”, ou seja, ainda precisa amadurecer para ser representativa. A primeira proposição inovadora do programa veio com o advogado Oscar: a idéia do consumo sustentável.

Para o economista Renato, quatro bases seriam necessárias para o estabelecimento desse consumo sustentável: a política da concorrência, a fiscalização do poder público, a proteção aos contratos assumidos e a emissão responsável de moeda, para controle da inflação. Ele lembrou que o próprio governo é um prestador de serviços e que a população paga por eles.

Com o aumento da oferta de crédito às pessoas físicas haveria um descontrole no consumo. Associado à publicidade maciça e à falta de educação básica, o consumidor estaria à mercê do capitalismo extravagante, que não condiz com a realidade vivida no Brasil. Fatalmente, o endividamento se torna um problema real para ele, mas aí não há muito que se possa fazer.

Surgiu então na conversa uma razão biológica que justificaria essa necessidade desenfreada pelo consumo: a sensação de prazer. A virtualização da moeda – cartões de débito, crédito, vales – leva o consumidor à falta de controle nos gastos.

A educação contínua é proposta como a única proteção a longo prazo contra o capitalismo. A culpa, então, desse endividamento ou do desrespeito praticado pelos fornecedores, seria também do consumidor. Quando o economista Renato propôs essa idéia, ele provocou uma grande polêmica entre os outros convidados.

Oscar e Sara partiram para uma defesa sistemática do consumidor, enfatizando a vitimização do consumidor. E então a discussão se aqueceu em torno da pergunta: o que é definitivo na hora de consumir: a razão ou a emoção? E como o receptor de tantas informações – compre, compre – reage a esse estímulo? A publicidade foi apontada como uma das causadoras deste efeito.

As letras pequenas em anúncios, os contratos duvidosos e um arsenal de dispositivos legais para manter uma relação segura de compra e venda, na qual sempre o maior acaba esmagando o menor, foram os temas discutidos com seus respectivos contrapontos.

Foram citados os campeões em reclamações nos órgãos de proteção ao consumidor – a telefonia fixa, em primeiro lugar quase imbatível; seguido em segundo lugar da telefonia celular. Os bancos também foram citados como um grande problema nessas relações de consumo, tanto pela oferta exagerada de crédito, quanto pelos juros e taxas que consomem o holerite do trabalhador.

Este debate teve muitas participações dos ouvintes através de telefonemas e e-mails, tornando o programa uma espécie de balcão de informações.

#### 4.2 OS ESTILOS E AS ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO

A literatura de linguagem e gênero esmiuçada nos capítulos anteriores sugere que os homens costumam interromper mais as mulheres durante as conversas; que as mulheres tendem a sorrir mais do que os homens; que homens e mulheres têm preferências por assuntos distintos para conversar, etc. A partir de agora, o objetivo desta pesquisa é analisar, a partir das estratégias de comunicação percebidas nos programas, as escolhas destes recursos e seus usos por homens e mulheres, além da interação comunicacional entre os gêneros. A pergunta inicial é: será que os homens e as mulheres usam os mesmos tipos de estratégias para se comunicar no rádio?

Para responder a esta e outras perguntas, os cinco debates foram ouvidos cerca de uma dezena de vezes cada um. Conforme a audição evoluía, foram sendo destacadas as características dos recursos de comunicação dos convidados; e as estratégias que chamaram a atenção passaram a ser nomeadas. Foram 19 estratégias de comunicação identificadas durante as conversas dos programas escolhidos para este trabalho, separadas nas seguintes categorias de análise (criadas especificamente para esta pesquisa):

- Interrupção da fala do outro
- Uso da palavra no diminutivo
- Declaração de vínculo pessoal
- Uso da polidez
- Uso do verbo no futuro do pretérito
- Argumento de autoridade
- Referência ao âncora
- Referência aos colegas
- Uso do elogio
- O artifício da risada
- Estratégia da humildade
- Referências de gênero
- Discurso impaciente
- Ironia
- Alteração de discurso
- Desconsideração de mal-entendido
- Provocação
- Defesa de posicionamento durante um conflito
- A estratégia da insistência

A classificação desses recursos segue uma sistemática própria, conforme foram sendo identificados nos cinco debates analisados. O foco da análise foi a interação entre homens e mulheres ao debater os assuntos propostos no CBN Debate, não

sendo a classificação das estratégias discursivas objeto da dissertação. Também não são citados 100% das falas e dos diálogos destacados porque muitos foram coincidentes em suas características.

#### 4.2.1 Interrupção da fala do outro

Em um programa de rádio ao vivo, em que a fala é o elemento da comunicação que chega até o ouvinte, a compreensão do conteúdo é dificultada quando um participante começa a falar junto com o outro. Na situação de sobreposição, uma voz pode sobressair-se sobre a outra e o ouvinte pode não conseguir entender o que está sendo dito. A jornalista Magaly Prado (2006) tem experiência na produção de programas de rádio e diz que em um programa de debate “é muito comum, com a empolgação do que está sendo discutido, vários falarem ao mesmo tempo. Novamente o apresentador precisa de sangue frio para falar mais alto e interromper todos, colocando ordem no estúdio” (p. 23).

Em relação à dinâmica do debate, a apresentadora do “CBN Debate”, Roberta Canetti (2007) conta: “em alguns programas os convidados esperam que eu direcione a pergunta. Em outros, eles complementam a fala dos colegas por conta e é preciso mais atenção para que o debate tenha participação semelhante de todos os convidados”.

Como visto anteriormente nesta pesquisa, em uma conversa informal em que participam diversas pessoas, a interrupção da fala é freqüente. A partir do momento em que algo é dito, o conteúdo deste discurso desperta no receptor o desejo de também colocar seu conteúdo, seja concordando, complementando, exemplificando ou discordando do que está sendo dito. De qualquer maneira, independente do objetivo, a interrupção é um recurso de comunicação.

Entende-se por interrupção a situação em que durante uma conversa um dos interlocutores impede que os outros falem. É preciso que o outro desista, pare de falar e ceda para que a interrupção do discurso aconteça. A pesquisadora Deborah Tannen (1996) entende a interrupção como um meio de controle social pelo poder e dominação, ou seja, está com o poder quem consegue fazer com que o outro pare de falar e seu próprio discurso prevaleça.

Adiante, um exemplo para ilustrar uma situação de interrupção durante o debate sobre indisciplina escolar. A advogada Marta, a partir de um certo ponto da sua fala, passou a fazer referências constantes ao psicopedagogo Pedro, como se ele fosse o único receptor da sua fala:

Marta: “Olha, Pedro, eles chegam a pegar uma caneta vermelha (...) E a criança fica com todo esse lado emocional, meu Deus, olha, ela começa a ficar acuada, aí o que que gera, Pedro? A indisciplina, a indisciplina! (...) Isso eu trabalho muito, acho que o professor Pedro concorda com esse posicionamento que eu tenho na área da educação. Hoje o professor não tem autoridade dentro da sala, ele até tem, mas ele tem medo de utilizar a autoridade de professor que ele detém, o poder que ele nunca vai perder, né. Por quê? Porque se ele usar esse poder o aluno chega em casa conta para o pai ou para a mãe, a mãe vem até a escola, o pai vem até a escola e o pai diz: ‘olha, você parte pro constrangimento, expôs meu filho ao ridículo na frente dos outros alunos’, tirou da sala é uma humilhação”.

Pedro: “Tirou da sala é uma humilhação”.

Marta: “Tirou da sala é uma humilhação (...) só que esse ato indisciplinar, às vezes, ele se transforma no quê, Pedro? Num ato infracional. Ele começa a praticar um ato infracional, e aí quando nos temos um aluno que pratica vários atos inflacionais o que acontece? Ações judiciais, mídia... E a escola tem 20, 30 anos no mercado começa a aparecer na mídia aí, como uma escola o quê?”

Pedro: “É, esse é um problema sério”.

Percebe-se que os dois estavam em sintonia, dialogando, um repetiu as frases do outro, e os demais convidados do programa apenas ouviam. Até que o neuropediatra João decidiu interromper o diálogo entre Marta e Pedro. Ele disse: “Deixa, deixa...” A âncora percebeu que João queria falar e passou a palavra a ele dizendo o nome dele: “João”. E ele conseguiu terminar a frase que tinha iniciado: “Deixa eu criar polêmica aqui”.

Neste momento, veio a reação de Pedro, que perguntou com um tom de humor: “Mas o que é isso?” Pedro sutilmente reclamou da tentativa de interrupção de João. E João respondeu rapidamente com uma pergunta: “Isto é ou não é um debate, né?” Esta pergunta provocou risos em todos os convidados. Enquanto todos riam, Marta respondeu à pergunta a João: “Com certeza!” E então João conseguiu colocar sua fala: “Bom, então, olha só, primeiro eu quero retomar os aspectos biológicos e os aspectos

disfuncionais, que ocasionam um processo do estudo do comportamento”. João, portanto, conseguiu interromper.

Neste mesmo programa, alguns minutos adiante, João estava com a palavra quando Ana tentou interromper, mas não conseguiu. Ana disse: “Mas professor João, e quando o próprio pai, a própria mãe chama o filho de incompetente?” João mostrou-se irritado por ela tentar “cortar” seu raciocínio e deu a negativa: “Não”. Sem se importar com o incômodo do colega, Ana continuou falando: “E ainda chega na escola...”

Neste ponto, Pedro entrou no diálogo: “E é comum, é comum...” João rebateu irritado: “Mas é a sociedade!” E Ana continuou sua fala: “E ainda chega na escola e diz que o professor é incompetente”. João retrucou: “Mas até hoje se diz que uma criança que vai mal na escola é burra, meu Deus do céu!” e Ana diminuiu o tom de voz e falou: “Pois é...”. João disse em tom autoritário: “Isso não é burrice! Isso é: perdas ou diminuições de algumas específicas inteligências, mas vai buscar dentro da escola as outras inteligências, inteligência cinestésica, a inteligência pictórica”. Ana concordou dizendo “sim”. E João continuou a explicar agitado e com voz firme: “A inteligência oral, essas crianças que vão muito mal na escola botam elas pra fazer um discurso, elas fazem um discurso de, sei lá, duas horas, brilhante”. Pedro interveio novamente com a frase: “É exigir que o Barishnikov vá bem em matemática”. Com a proximidade do intervalo comercial, a âncora do programa interrompeu a discussão.

No exemplo acima, o neuropediatra João dominou a conversa, mesmo com as tentativas de interrupção da colega de mesa. No bloco seguinte deste mesmo programa, foi a fala da advogada Marta que prevaleceu e João tentou interrompê-la, mas ela não deixou.

Marta: “Concordando com a metodologia, com a proposta pedagógica que já foi aprovada pelo Conselho Estadual, pela secretaria, pelo núcleo, então quando ele chega, ele não chega, né, escola, ele é obrigado a colocar na escola X ou Y, ele aceita aquele contrato só que ele não lê o contrato, e a primeira...”

João: “Isso na escola privada”.

Marta: “Na privada tá, mas já vamos falar da pública. E na privada, como o professor disse. (...) Então, nós temos um contrato, nós temos uma cláusula. Detalhe: existe um regimento escolar onde nós temos direitos e deveres dessa criança. Agora, eu já estou indo para o lado jurídico mesmo. Me desculpe, professor Pedro, João e Ana...”

João: “Não, não, é a tua função aqui”.

Marta: “Estou indo para o lado jurídico, estou pensando naquela mãe que chega e diz: ‘eu vou processar a escola!’ Vai processar, vírgula! (...) Essa escola tem que olhar para o pai ou para mãe e dizer: ‘Vá! Porque eu estou documentada, eu tenho todo um trabalho. Quando eu solicito à sua... à família, que pega essa criança e encaminha essa criança para um neuropediatra ou para uma psicóloga... ele faz isso?’ Ele faz isso, professor João? Ele faz isso, professor Pedro? Faz isso, Ana? Não!”

João: “Hoje já mais um pouquinho”.

Marta: “Um pouquinho João, um pouquinho”.

João: “Mas tem uma reação. O neuropediatra.... parece que vai ter tumor no cérebro”.

Marta: “João, é isso”.

Pedro: “É bom nem mandar para o neuropediatra. Vai que descobre...”

Todos riram da colocação de Pedro e Marta conseguiu concluir seu raciocínio: “Ele não procura auxílio, psicólogo é para louco e aí ele não traz. ‘Ah, mas meu filho é hiperativo’. O que é isso? A hiperatividade agora é festa, é moda, assim como o MP3, MP4, é moda”. Marta não deixou que a interrompessem.

Pedro chegou a pedir para deixarem ele falar, e a apresentadora concedeu a ele a palavra. A partir deste momento, Marta também falou enquanto Pedro esteve colocando sua idéia, mostrando-se relutante em ter que ouvir mais do que falar. Marta, que no debate foi apresentada como advogada e representante das escolas, passou a concordar com Pedro. Neste diálogo a seguir, todas as palavras de Marta foram ditas enquanto Pedro falava, portanto, o ouvinte do programa escutou duas vozes ao mesmo tempo, o que pode ter causado alguma dificuldade de entendimento. Houve sobreposição de vozes:

Pedro: “Deixa eu pegar um pouquinho ao contrário agora. A gente já criticou bastante esse tipo de pai, esse perfil de pai. Agora, a gente tem um outro perfil que é o pai adequado, família adequada...”

Marta: “Sim”.

Pedro: “...que tá fazendo o máximo, tá dando certo, tá funcionando, tá dando certo, mas pôs o filho na escola errada”.

Marta: “Olha, isso!”

Pedro: “Quer dizer, errada entre aspas, né, errada no seguinte sentido: a escola que está cobrando, cobra caro, mas daí faz o seguinte, não atualiza seus professores, os professores estão desatualizados...”

Marta: “Concordo plenamente”.

Pedro: “Eles não estão acompanhando a educação, as descobertas da educação, a função da educação, e aí usam regras do passado de disciplina...”

Marta: “Ótimo!”

Pedro: “...E são regras extremamente coercivas...”

Marta: “E não trabalham essas regras. Ótimo, ótimo!”

Pedro: “Não trabalham as regras, exatamente, aí o que vai acontecer com essa criança? A criança fica lá dentro se sentindo pressionada parecendo um passarinho dentro de uma gaiola, e aí ela não tem outra coisa a não ser reagir contra isso”.

Marta: “Com certeza, sou totalmente contra esse tipo de escola”.

Pedro: “Claro, temos que ser mesmo! Aí essa reação da criança acaba aparecendo indisciplina, então, deixa eu falar um pouquinho do conceito da disciplina, né”.

Pedro pediu para falar sobre disciplina e conseguiu, tomando para si a palavra por alguns minutos. Neste exemplo acima, o psicopedagogo não se deixou interromper, apesar das várias tentativas da advogada.

No programa sobre trânsito, dois convidados homens estavam conversando. Primeiro Roberto falou, fez referência ao outro homem durante seu discurso, aí o que foi citado o interrompeu e conseguiu falar o que queria; o primeiro emissor retomou sua fala e citou uma terceira convidada mulher. Depois que ele terminou de falar, ela começou sua frase dizendo: “Mas é justamente”. E foi interrompida pelo advogado que começou a falar junto com ela e ela imediatamente ficou quieta. Ele disse: “É a questão da necessidade do carro”. Neste ponto ele fez uma pequena pausa e emendou: “Vamos ser cavalheiros com a Nair”. Imediatamente a âncora começou a rir e a participante mulher conseguiu falar o que queria; “Não, é que eu só ia complementar o que o Roberto falou, que é justamente é isso que a gente pensa, tem outras medidas”.

Neste diálogo sobre trânsito, houve mais tarde uma tentativa frustrada da âncora de interromper a fala da psicóloga:

Sandra: “O que é uma pena...”

[Roberta faz menção de que iria dizer alguma coisa]

Sandra: “Você vai interromper?”

Roberta: “Pode falar, Sandra”.

Sandra: “O que é uma pena quando a gente tem uma legislação nacional, né, que regule a matéria. É o caso do excesso de velocidade. A gente tinha um código de trânsito definindo limites de velocidade, conforme o tipo de via”.

Eckert e McConnell-Ginet (2003) dizem que tem mais poder numa conversa quem não é interrompido enquanto fala. No caso de um programa de debate com quatro convidados que dominam o assunto, mas que são de áreas diferentes do conhecimento, este poder pode se alterar entre os participantes dependendo do viés da discussão, já que há momentos em que a variante do assunto é dominada por um e dali a pouco a temática muda e o especialista é o outro.

A literatura aponta que a interrupção é uma forma de dominação e poder. Entretanto, nesta pesquisa encontrou-se um exemplo de tentativa de interrupção que teve um efeito positivo em quem teve a fala interrompida. O professor Roberto, no debate sobre trânsito, estava falando que quem compra um carro imagina que ganhou de presente 20m<sup>2</sup> de área pública, o que não é verdade. O advogado Joaquim interrompeu com a fala: “e que se deslocam”. A âncora riu e o professor continuou seu discurso aproveitando a complementação de Joaquim: “e se deslocam a qualquer lugar que queiram ir, e se estaciona em qualquer lugar, e isso não é verdade”.

Abaixo, uma tabela ilustrativa de interrupções consolidadas, separadas por programa e gênero de quem interrompeu e de quem foi interrompido. Por isso há quatro variáveis: homem que conseguiu interromper a fala de outro homem, homem que interrompeu a fala de uma mulher, mulher que interrompeu homem e mulher que conseguiu interromper o discurso de outra mulher. Foram contabilizadas somente as interrupções que tiveram êxito e não as tentativas de interrupções que fracassaram:

	Homem interrompeu homem	Homem interrompeu mulher	Mulher interrompeu homem	Mulher interrompeu mulher
Direitos do consumidor	1	0	0	0
Boa forma	0	1	1	0
Trânsito de Curitiba	0	1	0	1
Indisciplina escolar	1	4	1	0
Depressão	0	5	1	1

Com base nestes dados, parece que se confirma o que apareceu nos estudos norte-americanos relatados neste trabalho: os homens conseguem interromper mais o discurso de outra pessoa do que as mulheres. E mais: os homens têm mais êxito ao interromper a fala de mulheres.

Quando um interlocutor consegue interromper o discurso do outro, o que foi interrompido tem duas opções: parar de falar e tornar-se ouvinte ou tentar retomar seu discurso quando houver uma brecha para isso. Nos debates analisados encontram-se vários exemplos de resgate da fala, como por exemplo: “eu quero só complementar”, “deixa eu só registrar o que o ouvinte falou”, “mas olha só, deixa eu comentar uma coisa”, “eu só queria colocar uma coisa que eu achei importante”, “eu queria só fazer, aproveitar essa tua deixa, pra colocar uma preocupação, principalmente um alerta aos pais, né”, “deixa eu começar com, completar o que os colegas estavam falando”, “só queria complementar” e “eu vou ser obrigado a dar uma opinião aqui”.

Mas também há quem percebeu que outro convidado estava para se manifestar e demonstrou gentileza ao sugerir que a outra pessoa passasse a falar. No programa sobre depressão, o psiquiatra disse: “Acabei passando aqui, acho que Isabela queria falar. Quer falar, Isabela?” Sim, ela queria falar e iniciou seu discurso a partir deste momento.

Não há uma regra específica para a quantidade de vezes ou o tempo que cada debatedor deve falar. A apresentadora do programa tenta fazer rodadas durante os blocos em que todos participem da mesma maneira, incentivando-os a interagir com os

demais convidados e a responder as perguntas dos ouvintes. Porém, como prevalece o bom senso jornalístico (quando se valoriza a fala ou o tema de maior interesse para o público do programa), há várias possibilidades desta participação igualitária não ocorrer. Se uma pessoa está falando e a outra, que supostamente não estaria na vez de falar, sente que poderia complementar ou criticar o que está sendo dito, ela normalmente pede a palavra (ou, muitas vezes, começa a falar em cima de quem está no microfone sem ter um sinal de permissão do âncora para isso).

Outro motivo para que aconteçam participações desiguais é o debate estar interessante na polarização entre dois pontos de vista de dois debatedores e os demais ficarem de fora da conversa. Há ainda uma terceira possibilidade: o próprio desejo do participante de não se manifestar em todas as rodadas e o debate ficar focado em três pessoas – e não quatro.

A apresentadora conduz o programa levando em consideração o ouvinte, tentando extrair dos convidados participações de interesse público e que prendam a atenção de quem está acompanhando a discussão pelo rádio. Sabe-se que o ouvinte de rádio faz outras atividades enquanto escuta a programação, portanto, o conteúdo tem que ser interessante para quem o está acompanhando e o apresentador tem maleabilidade para interferir nas falas e alterar a ordem de participação de cada um. A apresentadora do CBN Debate, Roberta Canetti, explica que

“na abertura do programa as participações são direcionadas e as falas têm tempos parecidos. No decorrer do debate, há participantes que falam mais e pedem a palavra mais vezes. Para que um ou dois convidados não ‘dominem’ a discussão, é preciso sinalizar e interromper, passando a palavra ao convidado que ainda não comentou o tópico em discussão. Não existe debate em que alguns convidados se destaquem e outros fiquem mais ‘apagados’. Como âncora, procuro encorajar os mais ‘calados’ a falar e sou mais ‘firme’ com os tagarelas” (CANETTI, 2008).

No debate sobre os direitos dos consumidores, os dois participantes homens usaram recursos para a recuperação da vez de falar. Oscar disse em dois momentos distintos do programa: “eu também fui citado agora e tenho direito à resposta” e “deixa eu só complementar, Renato”. Mais adiante, o economista Renato falou: “Oscar, me

permita mais uma frase aqui”. Em todos estes casos eles conseguiram dar a opinião desejada.

Outra estratégia para se conseguir a fala é a vitimização. Neste exemplo a seguir, este mesmo economista se colocou em uma posição de vítima para comover a âncora e fazer com que ela passasse a palavra para ele. E conseguiu; ele disse esta frase com um tom de compaixão: “Eu fui citado tantas vezes, Roberta, me permita cortar aqui, falar algumas coisas”.

O curioso neste exemplo é que este economista, na maior parte do seu discurso ao longo do programa, foi duro na defesa de suas idéias. E, neste momento em que quis o direito de falar, se fez de vítima de uma situação e convenceu a âncora a lhe passar a palavra. Foi uma estratégia que deu certo.

Também chamou a atenção um exemplo de tomada excessiva da fala em um dos programas. Principalmente porque foi um homem que se destacou por falar muito mais que os demais convidados.

O programa CBN Debate tem quatro blocos de cerca de 25 minutos cada bloco, divididos entre si por *breaks* comerciais. O ideal é que cada debatedor consiga falar pelo menos uma vez por bloco. Como são quatro convidados, são cerca de seis minutos por pessoa. No debate sobre indisciplina escolar, o neuropediatra João falou sozinho por 12 minutos e 30 segundos sem ser interrompido e no final do seu discurso disse: “depois eu falo um pouquinho... eu não... eu não sei se eu mexi com a coisinha aí”. Levando em consideração esta frase final, entende-se que ele não percebeu que falou por mais de 12 minutos, tomando para si praticamente metade do tempo de um bloco do programa.

Apesar do senso comum indicar que a mulher é mais falante do que o homem no contexto público, a literatura aponta que na maioria das pesquisas descritas os homens são mais falantes. Nos cinco programas jornalísticos de rádio estudados para esta pesquisa acadêmica, chegou-se à constatação de que sim, os homens falam mais do que as mulheres.

Neste quadro qualitativo a seguir não há a contabilização de tempo de cada fala feminina ou masculina, apesar de que certamente os homens dos cinco programas falaram praticamente o dobro de tempo do que as mulheres. Neste quadro está

sinalizado o número de vezes que cada gênero se manifestou (excluindo a apresentadora do programa). A metodologia para esta contagem foi a seguinte: um registro para cada vez que a palavra estava com um debatedor.

	Homens	Mulheres
Direitos do consumidor	102	57
Boa forma	33	25
Trânsito de Curitiba	82	76
Indisciplina escolar	129	84
Depressão	29	24

Há esta grande diferença de números de participações entre um programa e outro porque cada programa, apesar da mesma formatação, o mesmo tempo e a mesma apresentadora, tem uma dinâmica de interação própria entre os participantes. No debate sobre a indisciplina escolar, os diálogos foram mais curtos e o programa ficou dinâmico. Já no programa sobre a depressão, os debatedores explicavam suas idéias por um período mais longo de tempo e havia uma demora maior para que um passasse a palavra ao outro.

Conclui-se, portanto, que os homens – em todos os programas – estiveram com a palavra mais vezes do que as mulheres.

#### 4.2.2 O uso da palavra no diminutivo

Quando Robin Lakoff pesquisou a linguagem da mulher americana na década de 70, ela listou alguns traços comuns na fala, como o uso de eufemismos e diminutivos, a amplificação de frases, a frase na ordem indireta, a afirmação em forma de pergunta e a colocação de uma pergunta no final da frase para obter a concordância de quem a está ouvindo (a lista de Lakoff está citada na página 52 desta pesquisa). Apesar da polêmica que causa até hoje por reforçar a subordinação feminina pela linguagem, este levantamento trouxe elementos de análise dos discursos para os estudos posteriores.

Contrariando um dos resultados dos estudos de Lakoff – talvez por causa da diferença nos contextos das pesquisas, já que Lakoff se baseou na língua inglesa – no caso dos cinco programas analisados nesta pesquisa, o uso de palavras no diminutivo foi mais freqüente na fala masculina do que na feminina. E com razões de uso diferenciadas.

Um exemplo feminino: quando a psicóloga Elisa fez a sua apresentação inicial no debate sobre depressão ela falou “vamos ver se nessa manhã de sábado nós conseguimos ajudar um pouquinho com algumas informações e algumas trocas”. Aqui, ela usou o diminutivo de “pouco” em um contexto em que se coloca numa posição de humildade, principalmente por ser a sua primeira fala no programa.

O uso das palavras no diminutivo, principalmente em um meio público como o rádio, indica também polidez. Em dois momentos durante este mesmo programa, um convidado usou palavras no diminutivo com a intenção de conseguir para si a vez da fala, que estava com outro debatedor. Claudio disse: “eu gostaria de fazer algum comentariozinho” e, mais tarde, “eu gostaria de ilustrar um pouquinho”. Outro debatedor, no mesmo programa, usou o diminutivo para amenizar uma crítica a outro convidado: “eu acho que tá distorcendo um pouquinho”. Isto é, ele quis dizer que a fala do outro estava distorcida, mas amenizando a crítica com o uso da palavra “pouquinho”.

#### 4.2.3 Declaração de vínculo pessoal

No rádio, principalmente nas emissoras AMs em que o clima é mais descontraído do que nas FMs, é muito comum que os locutores e os convidados iniciem suas falas chamando a todos (inclusive os anônimos ouvintes) de “amigos”. Nas transmissões de partidas de futebol é corriqueiro ouvir frases como “boa noite amigos ouvintes” e “um abraço carinhoso a todos os nossos ouvintes”.

Demonstrar intimidade com o interlocutor é uma estratégia de comunicação para pré-estabelecer uma relação de cordialidade e também demonstra simpatia de quem a usa. Este recurso é muito comum no dia a dia, principalmente quando quem puxa a conversa sabe que o tema vai ser “espinhoso”. Então, ao se lembrar previamente que há amizade e afeto entre ambos, o interlocutor fique menos árduo em seu discurso. A declaração de vínculo pessoal é uma espécie de amenização do “terreno”.

Na tentativa de ganhar a simpatia prévia dos demais colegas da mesa de debate e também para mostrar ao público ouvinte que se sentia confortável em estar participando do programa com aquelas pessoas, a geriatra Isabela – no programa sobre depressão – disse na sua primeira fala: “é um prazer estar novamente aqui na CBN e é um prazer duplo estar entre amigos. Tanto estar com a Dra. Elisa, com o Dr. Claudio, com o Dr. Ricardo – amigos de mais de 30 anos”.

Ao lembrar, para si, para os outros convidados e para os ouvintes que estava entre amigos, Isabela pré-estabeleceu uma boa vontade, o que acabou resultando em um clima de cordialidade entre os debatedores, que se manteve durante todo o programa. Assim, ela manifestou sua intenção de que, em princípio, a conversa fosse amena, sem provocações, polêmicas, ou conflitos de opiniões. Houve uma demonstração de que entre ela e os outros debatedores existia uma relação íntima, pessoal, que transcendia a esfera pública.

Este recurso foi mais usado pelas mulheres nos cinco programas de debate da CBN escolhidos. Em todos os casos, isso aconteceu no começo dos programas durante as primeiras falas, em que cada um se apresenta e coloca a primeira opinião sobre o tema do dia.

#### 4.2.4 Uso da polidez

O uso da polidez é um recurso de comunicação que demonstra colaboração e afeto. A polidez é vista também como sinônimo de educação e de atenção ao outro. Inclusive, uma frase com um significado ofensivo pode ter seu efeito amenizado se for dita com polidez.

No debate sobre os direitos do consumidor, se estabeleceu desde as primeiras falas um tratamento cerimonioso entre os convidados, tanto das mulheres quanto dos homens. Mas esta cortesia inicial se transformou, ao longo do programa, com o decorrer da conversa e o aparecimento das divergências de opiniões, em animosidade. Mesmo assim, percebeu-se uma animosidade polida.

Foram inúmeras discordâncias entre os debatedores e o clima de tensão foi freqüente. Mas mesmo quando os participantes discordaram em algum ponto, eles

mantiveram a solenidade do tratamento formal e cortês. Nota-se que foi este tratamento inicial cerimonioso que deu o “tom” de polidez ao programa mesmo nas situações de conflito.

Em sua primeira participação, a advogada Sara resolveu tratar os colegas por títulos acadêmicos: “bom dia, bom dia ouvintes, bom dia aos componentes da mesa, doutora Rose, mestre Oscar, professor Renato”. Na seqüência, o professor e advogado Oscar devolveu a mesura, referindo-se à advogada como “doutora”, não porque ela possuía título acadêmico de doutorado, mas como se ouve no senso comum cotidiano (médicos, dentistas, delegados e advogados são chamados de doutores): “bom dia ouvintes, bom dia colegas de debate, já passado algum tempo, como disse a doutora Sara (...)”.

Em vários momentos tensos deste debate, o economista e professor referiu-se à advogada com tom de irritação, mas a chamando de “doutora Sara”. E ela, muitas vezes brava, fez o mesmo, referindo-se a ele como “professor Renato”. Portanto, as palavras usadas foram as mesmas nas duas situações, mas o tom da voz foi totalmente outro, mudando a expressão emocional e o significado das palavras.

A polidez também é um recurso usado quando se quer discordar de algo, mas sem ofender o outro. Um traço comum nos discursos discordantes tanto femininos como masculinos nestes programas de rádio foi a polidez – ou seja, divergência sem grosseria. E não se percebeu uma dificuldade feminina – como a literatura aponta – em discordar da opinião de outras pessoas publicamente. As mulheres parecem ter se sentido à vontade para discordar no ar das idéias apresentadas pelos homens nos programas de rádio. Há exemplos, inclusive, de discordância citando o nome do autor da idéia criticada.

Nestes dois exemplos selecionados a seguir, a polidez amenizou a discordância de idéias entre os convidados. A psicóloga Rose, no debate sobre direitos do consumidor, disse: “nesse ponto eu vou discordar um pouco do Renato, de que a questão é muito racional”. Nesta frase, a demonstração da polidez da psicóloga está no uso da expressão “um pouco”.

No debate sobre trânsito, o advogado Joaquim disse: “a Sandra falou a questão do bom senso, na verdade o bom senso ele ocorre enquanto o outro pensa como você,

na hora que há discordância, aí você continua tendo bom senso, e o outro pára de ter. Eu falaria mais em senso comum”. Aqui, a polidez se expressou na forma didática e objetiva pela qual o debatedor explicou sua discordância. Ao mesmo tempo, ao usar o futuro do pretérito (falaria), ele abriu a possibilidade de discutir sua posição, não a colocando como uma verdade absoluta.

Quando a polidez é abandonada no discurso em que há a intenção de irritar ou ofender o interlocutor, as palavras amenas são substituídas por expressões rudes. O uso de palavras rudes em um programa de rádio, em que o discurso é público, demonstra um certo descontrole social, que pode ser oriundo de irritação, desejo de ofender ou necessidade de imposição da opinião. E algumas vezes a grosseria não é percebida no que é dito, na palavra em si, mas sim em como é dito. O elemento tosco da fala acaba se manifestando na subjetividade do discurso, pelo tom de voz e impostação das palavras.

Neste diálogo a seguir do CBN Debate sobre os direitos do consumidor entre dois especialistas (o economista e a advogada), o economista usou o adjetivo “estúpido” em um tom de irritação para qualificar o consumidor e o financiador e a advogada não entrou nesta mesma linha. Pelo contrário, ela sugeriu que ele repensasse seus conceitos. Percebe-se que os dois estavam exaltados e falando rápido e mais alto do que o habitual:

Sara: “Em relação a assuntos financeiros, vocês falam dos bancos né, de bancos, financeiras e afins. O consumidor que compra o produto, voltando àquela frase que não precisa com dinheiro que não tem, paga duas parcelas do carro financiado em 72 vezes, porque hoje você vê financiamento em 72 vezes. Quer dizer, o carro tá destruído, já acabou, e você tá pagando carnê, né. Por quê? Porque é fácil comprar. O sujeito ganha R\$ 800,00, ele faz uma prestação de R\$ 500,00 com uma facilidade assim, impressionante... quer dizer... como é que uma pessoa que tem que apresentar renda para fazer... um comprovante de renda para fazer um financiamento desse porte, ela apresenta o comprovante de renda de R\$ 800,00 e faz um financiamento de R\$ 500,00 sobra R\$ 300,00 pra comer, enfim, né, para aquelas outras necessidades básicas que nós temos. É evidente que na terceira parcela ele não consegue arcar com o financiamento, ou seja, aí nós vemos o quê, professor Renato? A perversidade do sistema, quer dizer, o fornecedor concebe o financiamento provoca o super endividamento, cobra juros escorchantes, retoma o carro, ainda revende este carro num leilão, ou sei lá de que outra forma, e apresenta uma conta para o consumidor”.

Renato: “Mas aí há dois estúpidos, né: um sujeito que ganha R\$ 800,00 e compra um carro para ganhar R\$ 500,00... Primeiro, o estúpido é o financiador, o banco, porque sabe que não vai pagar. Segundo é o próprio cidadão. Agora, existe seguro contra estupidez? Isso aí...”

Sara: “O professor já tem que rever seus conceitos, professor. Me desculpe”.

Renato: “Não é questão de conceito...”

[Risos femininos]

No final desta discussão, talvez para “quebrar” o clima de hostilidade, as outras duas ocupantes mulheres da mesa que não participavam desta conversa (a apresentadora e a psicóloga) começaram a rir. (A risada vai ser analisada no próximo tópico deste capítulo).

O uso das palavras “estúpido” e “estupidez” mudou o rumo do debate a partir do momento em que as palavras foram pronunciadas. É como se houvesse uma autorização velada para o uso de palavras mais fortes. O advogado, mais adiante, criticou o economista que usou estas palavras. O diálogo se manteve tenso. As palavras do economista Renato, tentando explicar seu posicionamento:

“Isso está no meu campo de livre arbítrio de liberdade, se eu sou um gastador inveterado e gasto o que eu não tenho. Isso não é culpa do estado. Isso que eu quis colocar: quando um terceiro vai fazer mal a mim, um fornecedor, um fabricante, aí sim entra a proteção da lei, proteção dos contratos, e todos órgãos que estão aí para defender o consumidor do mal provocado por terceiro. O problema é que eu quero deixar essa mensagem: achar que por trás de cada problema individual existe uma solução estatal é um erro e eu tô falando para o ouvinte achar que o estado... Aliás, nós temos essa mania de achar que o estado, que o governo é um pai que deve se responsabilizar por nós. Nós é que somos culpados pela grande maioria dos problemas que temos porque usamos mal a liberdade e a seqüência dela e a responsabilidade individual” (RENATO).

A âncora iria passar a palavra à advogada Sara, mas o advogado Oscar interveio e pediu a palavra. Ao invés de “estúpido”, ele usou a palavra “incapaz”.

Roberta: “Sara. Ah... ok”.

Oscar: “Mas o incapaz não consegue celebrar o quanto é válido”.

Renato: “Me permita de novo Roberta, a sociedade olha, a Roberta é jornalista e advogada, sabe disso, né? É claro que os loucos, as crianças, os inválidos, aqueles que tem retardo mental, esses são os incapazes juridicamente... aí a sociedade tem que protegê-los de tudo, estou falando das pessoas tidas como normais, entre aspas”.

(...)

Oscar: “Mas a gente pode pensar preventivamente, né. É importante ver que o sistema exige do fornecedor a informação, é dever do fornecedor informar, e é direito do consumidor ser informado. Então, quando esse consumidor, não quero dizer aqui que a gente tem que tratar o consumidor como se ele fosse incapaz como se ele fosse um debilóide, absolutamente, mas quando o fornecedor está concebendo este crédito é dever dele informar qual comprometimento desse crédito na renda do consumidor, e, preventivamente evitar que aconteça problema futuro”.

Percebe-se que o advogado ficou visivelmente incomodado quando o economista mudou o tom da discussão e a deixou mais rude. O advogado criticou indiretamente o economista, que estava usando palavras grosseiras. Isto pode indicar que expressões rudes e agressivas incomodam homens e mulheres.

Viu-se anteriormente, na literatura, que se espera das mulheres que sejam mais refinadas e polidas do que homens e, realmente, em nenhum dos cinco programas escolhidos para esta pesquisa percebeu-se expressões rudes vindas de uma mulher. Eckert e McConnell-Ginet (2003) dizem que em contextos sociais particulares o comportamento agradável e cooperativo das mulheres facilita a comunicação (p. 172). Neste exemplo analisado acima no programa sobre os direitos do consumidor, a advogada que participava da discussão não entrou no mesmo terreno das palavras rudes. Ela manteve-se polida e conseguiu concluir a sua idéia.

#### 4.2.5 Uso de verbos no futuro do pretérito

No mapeamento de todas as falas dos cinco debates, chamou a atenção o constante uso dos verbos no futuro do pretérito. Explicando a regra gramatical, a grosso modo, o verbo no futuro do pretérito é usado para um futuro que só vai acontecer se outra condição for (ou fosse) satisfeita. É uma hipótese, uma incerteza; ou seja, para que algo aconteça no futuro, é preciso que algo tenha acontecido antes. Por exemplo, a

frase "se tivesse dinheiro, não trabalharia" significa que eu gostaria de não ter de trabalhar nunca mais, porém a falta de dinheiro me impede.

Eckert e McConnell-Ginet relatam que as mulheres usam o verbo no futuro do pretérito como uma forma indireta de expressão e apontam que o motivo é o posicionamento defensivo da mulher na sociedade. Este tempo verbal é usado também em pedidos gentis, com polidez. Por exemplo, quando se diz "eu gostaria de falar", subentende-se que só falarei se você concordar com isso. São nestes dois sentidos que o futuro do pretérito é usado pela maioria dos participantes dos programas.

Os números aqui são meramente ilustrativos, já que esta é uma pesquisa qualitativa, porém demonstram que não há uma diferença exorbitante no uso deste recurso entre as falas masculinas e femininas. Durante os cinco programas "CBN Debate", os verbos foram flexionados para o futuro do pretérito com a conotação de incerteza ou de gentileza 15 vezes pelos debatedores homens e 12 vezes entre as mulheres, sem incluir as participações da âncora do programa, que foram contabilizadas à parte (dez vezes). A maioria das frases com o uso do futuro do pretérito teve os verbos gostar, querer e ser.

No debate sobre direitos do consumidor, Rose disse: "eu queria falar um pouquinho, né, de alguns meios de expressão que podem ajudar essa consumidora e qualquer outro, que é a nova fronteira da Internet. Eu queria falar um pouquinho disso porque eu acho muito importante". No debate sobre depressão, Claudio falou: "eu gostaria de fazer algum comentáriozinho porque é sempre, é presente essa questão de qual é a causa da depressão". Neste mesmo programa, Elisa fez a sua despedida na última fala dizendo: "primeiramente eu gostaria de agradecer a você, Roberta, essa oportunidade de estar aqui, e aos nossos ouvintes também". No debate sobre boa forma, Felipe disse: "então, eu diria pra você que merece um cuidado especial também a atividade física, né".

#### 4.2.6 Argumento de autoridade

O argumento de autoridade é um recurso de comunicação usado para legitimar o conteúdo de um discurso, um argumento baseado na opinião de um especialista

naquele assunto abordado. Um especialista é citado na fala para justificar as idéias de quem está falando. Nem sempre leva ao falseamento da verdade, porém é o que acaba ocorrendo geralmente. Muitas vezes é perfeitamente coerente. Os argumentos de autoridade resultam desta necessidade de apoio nas idéias dos especialistas para legitimar a sua própria fala.

Uma das características deste recurso é enaltecer o especialista citado para passar mais credibilidade e respeito. Por isso, é comum o uso da palavra “doutor (a)”, como se percebe nos exemplos a seguir.

Nos debates analisados encontram-se dois tipos deste recurso: a citação de especialistas que estão presentes na mesa e a citação de pessoas renomadas. O economista Renato, que participou do programa sobre direitos do consumidor, foi quem mais usou o recurso do argumento de autoridade nestes dois sentidos. Os homens, aliás, foram os que mais usaram este recurso, em comparação às mulheres. Ao defender que o governo não deve ser paternalista, Renato citou o economista e filósofo escocês: “o Adam Smith, que é o pai da macroeconomia, que escreveu a obra Riqueza das nações, de 1776, dizia o seguinte: ‘não é da bondade do padeiro e do açougueiro que devemos esperar o nosso jantar, mas sim da defesa que eles fazem do seu próprio interesse’”. Ainda com a intenção de defender esta mesma idéia, o economista citou um participante do programa: “uma parte da responsabilidade é do governo do estado, mas a grande parte é nossa, é do indivíduo de cada um, e aí eu concordo com o doutor Oscar, professor e advogado, que o consumidor tem que se educar”. Um pouco mais adiante, ao discutir com a advogada Sara, uma das especialistas da mesa, citou o mesmo colega: “o doutor Oscar nos falou: temos uma lei fantástica, o novo código do consumidor, quando a publicidade faz isso ela é ilegal”.

Passaram-se alguns minutos e Sara, visivelmente irritada, fez referência ao mesmo especialista citado por Renato:

“(...) mas peraí, o professor Oscar tá falando aqui para mim, mas e a discriminação como é que fica? E estou sendo discriminada e eu quero que a minha conta corrente seja imediatamente disponibilizada, eu não quero conta corrente com limite, eu quero um talão de cheque para eu poder (...)” (SARA).

Portanto, o mesmo professor Oscar é citado pelos dois participantes que travaram uma discussão, cada um usando as falas dele a seu próprio favor.

No debate sobre boa forma há um fisioterapeuta, uma nutricionista, uma psicóloga e um endocrinologista. O médico é o mais citado como argumento de autoridade pelos demais. O fisioterapeuta disse: “nós estamos aqui falando com o doutor Leonardo, até pra complementar essa reflexão... já se sabe... alguns estudos que as empresas quando vão contratar funcionários (...)”. A psicóloga também fez referência ao médico quando disse: “mas veja, eu tô falando dos corpos mais magros, eu não tô falando do ideal de magreza que a gente vive atualmente, que nem entraria, eu acho, IMC de 20 a 25, que o doutor estava nos explicando”. O “doutor” nesta frase é o endocrinologista, colega de debate.

#### 4.2.7 Referência ao âncora

Num programa jornalístico com o formato de debate, como colocado anteriormente, há a figura de um mediador que é a referência central de comando do programa. Nos casos dos debates escolhidos, todos tiveram como âncora a jornalista Roberta Canetti. Citar a apresentadora durante a fala demonstrou a intenção de fortalecer o que estava sendo dito na tentativa de ter o aval desta figura local de poder. Este recurso não deveria ser comum em programas de rádio porque os participantes sabem que estão presentes para prestar um serviço de informação ao ouvinte, portanto, o principal interlocutor é o ouvinte e não o apresentador nem os demais convidados.

Mas o uso é freqüente. Em seis intervenções durante o debate sobre os direitos do consumidor, o economista Renato usou este recurso: “olha Roberta, eu começaria dizendo o seguinte (...)”, “e uma quarta forma de defender o consumidor é governo emitir moeda, porque a pior exploração sobre o consumidor, Roberta, é o consumidor é a inflação”, “a liberdade, Roberta, é algo fantástico na vida, mas ela deve ser seguida de um outro princípio de vida: responsabilidade individual”, “eu quero deixar nesse comentário, Roberta, a seguinte questão: não podemos transferir para o governo e para o estado a responsabilidade que é nossa”, “me permita de novo, Roberta, a sociedade

olha, a Roberta é jornalista e advogada, sabe disso, né?”, “agora, Roberta, eu discordo é da seguinte tese (...)”.

Além destes citados, outro exemplo foi encontrado no debate sobre indisciplina escolar, quando o psicopedagogo Pedro comentou: “você sabe, Roberta, que a família tá tendo esta demanda, ela tá terceirizando a disciplina, inclusive ela verbaliza isso”. O recomendado em um programa jornalístico no rádio é que o convidado falasse “você sabe, ouvinte, que...”

Fazendo um comparativo de gênero nesta categoria de análise, nota-se que nenhuma mulher usou deste recurso de comunicação em seus discursos nos cinco programas observados.

#### 4.2.8 Referência aos colegas de debate

Referir-se ao âncora do programa é uma estratégia de comunicação para reforçar e endossar as idéias ditas porque o âncora é a figura de autoridade daquela situação. Percebe-se que há também a necessidade do participante do programa de rádio de se conectar verbalmente com os colegas da mesa de debate. Por isso, é freqüente um participante fazer referência ao outro durante seu discurso. Ao observar as conversas durante os programas foram percebidos quatro motivos diferentes para o uso deste recurso: necessidade de aval do outro, elogio ao colega, reconhecimento da autoria da idéia citada e complementação da idéia.

No debate sobre o trânsito de Curitiba, o advogado Joaquim quis a concordância do professor Roberto sobre uma afirmação e comentou isso durante sua fala:

“Eu falo como ciclista que utiliza atualmente a ciclovia, apesar de conscientemente saber, na minha opinião, na opinião de pessoas que utilizam também, quando bem utilizada dentro dos critérios de quem usa... eu não sei se o Roberto vai discordar de mim aqui, ele tá concordando com a cabeça... é mais seguro” (JOAQUIM).

Por outro lado, percebem-se situações em que um faz referência ao outro para ressaltar e destacar positivamente as idéias dos colegas, para elogiar. A geriatra Isabela, no programa sobre depressão, disse: “Então, a medicação que hoje nós temos,

os nove grupos que muito bem colocou o Claudio aqui, (...)". Outro exemplo vem da fala de Claudio: "vem de encontro ao que o Ricardo alertou e é importante, um aspecto prático (...)"

No programa sobre os direitos do consumidor, Sara falou: "o consumidor deveria reclamar. É como você estava falando, professor Renato, no intervalo. As pessoas vêm lá no seu extrato um real". No programa sobre indisciplina escolar, a psicóloga Ana disse: "realmente eu concordo exatamente com o que o João falou, a escola não se adequou aos novos tempos de estar querendo um modelo novo, com um projeto antigo, né". No programa sobre trânsito, Nair disse: "É na verdade o que você falou da escola Sandra, por exemplo, nós temos notado (...)"

Há uma orientação na Rádio CBN Curitiba para que o apresentador do debate informe constantemente ao ouvinte quem está falando para que o ouvinte associe a voz ao nome da pessoa. Então, é comum que um convidado comece a falar e o âncora faça uma sobreposição com o nome de quem está com a palavra. Isso se faz necessário porque a voz é a principal identidade do convidado durante o programa e, apesar de cada voz ser única, o ouvinte pode se confundir e trocar as identidades das vozes.

Quando há um sentimento de aproximação de idéias entre dois debatedores, um convidado passa a fazer referências constantes ao que o outro disse ou a citar o outro para reforçar sua própria fala. É como se quisessem dizer aos outros componentes da mesa e aos ouvintes: "eu penso assim, fulano também concorda, então meu pensamento faz sentido, tenho razão nestes aspectos do tema". Há um exemplo deste estilo de expressão no programa sobre a indisciplina escolar, entre a advogada e o psicopedagogo parte deste diálogo foi reproduzida anteriormente em outra categoria de análise, mas sua repetição faz-se necessária neste novo contexto:

Marta: "Eu acho que o professor Pedro, que tem uma experiência muito maior do que a minha na escola, na área da educação, eles chegam a querer interferir na proposta".

Pedro: "Acontece isso mesmo".

Marta: "E, chega na orientadora pedagógica e diz: 'Olha, o meu filho hoje não pode participar de um evento, meu filho está proibido de fazer isso', até de participar da aula de educação física, que é uma questão obrigatória, 'não quero porque ele gosta, então eu tenho que tirar o que ele gosta'. Aí, vamos

falar um pouco da perda de autoridade do professor. O que nós tínhamos antigamente? Nós tínhamos o mestre e o discípulo, na minha época, acho que na época do professor Pedro, nós nunca chegaríamos na frente de um professor e diríamos: 'olha, meu pai paga seu salário', ouviu Pedro, 'meu pai paga e você fique quietinho', e hoje tem isso e o que que eu vejo hoje nos professores, quando eu converso com os professores eles estão acuados porque primeiro se eu chegar..."

Pedro: "Olha, Marta, se eu recebesse uma bronca da professora e eu falasse pro meu pai, eu recebia outra bronca".

Marta: "Com certeza".

Pedro: "Hoje, hoje o que acontece: o aluno leva uma bronca do professor, o pai vem lá discutir 'você falou com meu filho'".

Marta: "'Você falou com meu filho eu vou te processar'. Olha, Pedro, eles chegam a pegar uma caneta vermelha, porque quando você tem um caderno em casa quem é que tem autonomia e quem é que deve assinar esse caderno, olhar os erros do aluno? É o professor daquela matéria, né, mas tem pessoas que chegam ao cúmulo de pegar uma caneta vermelha e circular o caderno da criança... expõe essa criança, esse adolescente, ao vexame dos colegas. Porque quando ele abre aquele caderno dentro da sala o caderno está todo rabiscado com a letra do pai, da mãe, da avó... isso acontece hoje, gente, isso acontece! E a criança fica com todo esse lado emocional, meu Deus, olha, ela começa a ficar acuada, aí o que que gera, Pedro? A indisciplina, a indisciplina! Aí o professor está perdendo a autoridade dele... Isso eu trabalho muito, acho que o professor Pedro concorda com esse posicionamento que eu tenho na área da educação. Hoje, o professor não tem autoridade dentro da sala, ele até tem, mas ele tem medo de utilizar a autoridade de professor que ele detém, o poder que ele nunca vai perder, né. Por quê? Porque se ele usar esse poder o aluno chega em casa conta para o pai ou para a mãe, a mãe vem até a escola, o pai vem até a escola e o pai diz: 'olha, você parte pro constrangimento, expôs meu filho ao ridículo na frente dos outros alunos', tirou da sala é uma humilhação".

Pedro: "Tirou da sala é uma humilhação".

Marta: "Tirou da sala é uma humilhação. É uma humilhação não gente! Nós temos medidas socioeducativas, o estatuto do adolescente, ele fala medidas socioeducativas, o que é uma medida socioeducativa hoje? É quando o aluno está indisciplinado, o direito individual dele está se sobrepondo ao coletivo, e isso tá acontecendo muito, o professor qual é a medida socioeducativa daquela escola que está prevista em regimento, ou no manual do aluno, ou no informativo que foi enviado pra escola? É retirar o aluno da sala, ele não vai ser suspenso da escola porque isso nós também não podemos fazer perante a lei, mas ele vai ficar dentro da escola realizando uma medida socioeducativa, ele vai ficar com uma outra pessoa realizando todo aquele trabalho fora da sala, pra ele, pra que ele perceba que ele praticou um ato indisciplinar, só que esse ato indisciplinar às vezes ele se transforma no que, Pedro? Num ato infracional. Ele começa a praticar um ato infracional, e aí quando nos temos um aluno que pratica vários atos inflacionais o que acontece? Ações judiciais, mídia... E a escola tem 20, 30 anos no mercado começa a aparecer na mídia aí como uma escola o quê?"

Pedro: "É esse é um problema sério".

O risco de uma dupla se formar entre os participantes do programa é deles conversarem somente entre si e esquecerem de que estão na mesa para dialogar também com os outros convidados e, principalmente, com o ouvinte. No caso deste programa citado acima, o neuropediatra João decidiu interferir no diálogo entre a advogada e o psicopedagogo, como foi mencionado em outra categoria de análise.

Quando duas ou mais pessoas concordam com uma idéia ocorre uma harmonia entre elas e este acordo mútuo faz com que um complemente a fala do outro. No programa sobre o trânsito de Curitiba, dois debatedores – o advogado e a representante da Prefeitura – discordaram na maior parte do tempo; mas, em determinado momento, eles concordaram que quando há um fluxo grande de carros em direção às praias do Paraná, por exemplo, o melhor é esperar para sair de casa em um momento de menos congestionamento. Um complementou a informação que estava sendo abordada pelo outro e vice-versa.

Joaquim: “A semana passada... isso foi típico no deslocamento de feriadão para o Litoral e até mesmo para o interior. Eu mesmo queria sair na sexta-feira de manhã para ir para a praia, e de repente ouço no rádio: ‘olha, nesse momento tantos mil veículos passando, engarrafamento tá no Mercadorama na saída da rodovia’. Eu falei ‘pô, então, o que eu prefiro fazer? Eu prefiro ir pra uma lanchonete, fazer um lanche, pegar a bicicleta aqui, ou ler uma revista e voltar para casa, qualquer coisa diferente de estar lá’. Vamos dizer que naturalmente, ainda sabendo que muitas vezes você vai enfrentar isso, você quer, ‘não quando eu chegar lá meu espaço vai estar garantido e eu vou conseguir furar todo mundo’, não você não vai conseguir! Então, muitas vezes você segura um pouco o seu arrojo de querer enfrentar, porque a informação faz com que você segure um pouco essa coisa, e você eventualmente perde algumas horas de sol, mas não algumas horas de sol na praia! De sol em cima da sua cabeça no carro sofrendo ficando nervoso, o carro eventualmente apresentando algum problema, e daí você... vamos dizer... dilata um pouco mais esse horário né, de forma que se você demorar umas duas ou três horas a mais, você vai demorar menos tempo para chegar, não vai estar tão estressado, não vai estar enfrentado esse, esse, engarrafamento”.

Nair: “Mas muitas vezes também...”

Roberta: “Nair”.

Nair: “Isso acontece com... quando há um acidente, né”.

Joaquim: “Ah, sem dúvida!”

Nair: “Porque você vê dezenas de acidentes e às vezes nem é de grandes proporções, mas o pessoal passa devagar porque quer ver o que aconteceu”.

Joaquim: “Quer participar fazendo um outro acidente!”

Nair: “De que forma aconteceu.... Exatamente”.

Joaquim: “Solidariza-se com aquele”.

Nair: “Isso acontece também, aí você passa por ali, e diz ‘nossa, nem era nada né’, na verdade uma batidinha qualquer...”

Joaquim: “Aliás, diga-se de passagem....”

Nair: “Causa um grande engarrafamento”.

Joaquim: “Nair, um assunto que eu sempre comento: o ‘não era nada’. Deixar bem claro para as pessoas: o acidente comprovadamente sem vítima, a pessoa tem a obrigação de retirar os carros envolvidos para não prejudicar o fluxo de trânsito”.

No debate sobre depressão, Claudio disse: “É, seguindo o que o Ricardo falou, a depressão tem que ser entendida como uma doença importante”; e em outro momento: “E por último, uma coisa que a Elisa citou, os quadros depressivos graves, eles classicamente concorrem com o maior índice de suicídio que existe na humanidade, né”. Mais adiante, é Elisa quem se refere a outro colega: “Então, o Claudio estava colocando os sintomas, né, mais visíveis, mais aparentes (...)” Outro exemplo neste mesmo programa veio de Leonardo: “Um outro comentário, em relação ao que a Paula falou, na primeira pergunta tua desse bloco (...)”.

E Sandra, no programa sobre trânsito, disse: “É por vários motivos, e um deles, né, me parece que é pegando um gancho, né, no que o Joaquim estava comentando a legislação (...)”. No programa sobre educação Ana fez referência a João: “Que é o que o João até colocou também, que se a mãe busca uma orientação, é porque de fato ela também está desorientada, né, não é só o filho”.

Como explicou a produtora e apresentadora Roberta Canetti, quando é feita a produção de um programa com um tema de comportamento humano ou saúde, são convidados especialistas que tenham contribuições diversas entre si, para que o ouvinte tenha uma visão geral do assunto escolhido e assim haja uma construção coletiva do conhecimento. No debate sobre a conquista da boa forma física, foram convidados um endocrinologista, uma psicóloga, um fisioterapeuta e uma nutricionista. Cada um com uma visão correspondente à sua área de atuação. Neste caso, ficou evidente que cada um limitou-se a dar a colaboração referente ao seu conteúdo de

domínio e, quando ultrapassava os limites da sua área, encaminhava a palavra a outro colega do programa.

Quando a apresentadora fez esta pergunta:

“às vezes a comida parece um prêmio para algumas pessoas. Eu já ouvi muitas vezes, a pessoa sabe que tá precisando emagrecer, tá tentando seguir uma dieta determinada, mas ‘ah, eu mereço aquele doce ou... eu mereço comer assim’. Como é que vocês vêem isso? (CANETTI)”

Houve um breve silêncio após a pergunta dela e a nutricionista tomou a iniciativa de responder, mas em seguida sugeriu que a psicóloga falasse também:

“É... eu vejo assim... como as mães, né, normalmente isso já vem uma coisa de criação, de cultura, já vem lá da nossa base da infância. Trocar essa premiação. Eu acho que gente tem que, é... até a Isabela pode colocar melhor do que eu... mas, né... como na prática da clínica a gente entende que é legal, também, dá uma recompensa, mas essa recompensa pode ser um bom passeio ou alguma, né, um outro... uma outra atividade que te dê prazer e não ser essa compensação pela alimentação” (PAULA).

A apresentadora aceitou a sugestão da nutricionista que tinha acabado de falar e passou a palavra para a psicóloga Claudete, que, por sua vez, falou um pouco e disse que os outros debatedores podiam responder melhor do que ela:

“Eu acho que a gente tem que entender a obesidade, né, o excesso de peso, como uma coisa bem ampla, assim. A gente pode falar de... de um excesso de peso mundial, né, como um fenômeno mundial, né. Isso não é só nos Estados Unidos, não é só no... nos países desenvolvidos. Mundialmente, né... a população ela tá engordando, ela tá com excesso de peso. A gente costuma falar até nos países orientais hoje desse excesso de peso. Como um fenômeno mesmo, né. Talvez do capitalismo tardio. Eu acho que nem é talvez, eu acho que como um fenômeno do capitalismo tardio. E claro que a gente tem que abordar as questões mais objetivas que dizem respeito à própria industrialização dos alimentos, sem dúvida, né. Talvez os professores aqui presentes possam até falar um pouco melhor disso” (CLAUDETE).

O endocrinologista começou seu discurso e, no final, pediu para que a nutricionista complementasse:

“Vamos começar pelos regimes, mas existem outros lados, além do regime, que são medicamentos aí absurdos, que eu gostaria de comentar depois, que são vendidos na internet também... Mas, a, a... Outro dia, pra dar uma aula eu precisei fazer uma pesquisa e entrei num site, que era o site da amazon.com e coloquei lá livros e dietas. Eu encontrei mais de seis mil títulos, então existem aí um absurdo de livros que tratam de dietas emagrecedoras. A maior parte delas totalmente absurdas. Nós estamos aqui com uma nutricionista que pode depois, com mais propriedade, falar sobre isso” (LEONARDO).

A nutricionista complementou e fez referência ao endocrinologista duas vezes:

“(...) Então, tanto a internet, quanto essas publicações, como o Dr. Leonardo colocou, né, diversas publicações sobre isso, eu entendo que o nosso trabalho, né, no contato com o paciente, ele tem que ser de uma forma que resolva esses problemas, porque essas dietas da moda, essas dietas radicais, elas privam o organismo de vários nutrientes que se a pessoa faz um, dois dias de uma alimentação mais rigorosa não vai gerar, não vai acarretar um grande dano. (...) Como o Dr. Leonardo colocou, o problema, né, ‘ah quero perder peso’, a gente sempre brinca, você não vai fazer um regime, uma dieta, você tem que se cuidar e esse cuidado é pra sempre, é uma coisa que tem começo, mas não tem fim tem que ser diariamente é como escovar os dentes, higiene pessoal, todas outras coisas. Então, é um cuidado diário, e é por amor, é por cuidado a si, e não por uma... que seja uma coisa pontual” (PAULA).

Este exemplo acima é interessante porque mostra uma seqüência de convidados fazendo referência aos outros.

Na análise dos debates, percebe-se também que algumas vezes os participantes esquecem que estão conversando também com o ouvinte e passam a falar entre si, como se o ouvinte não estivesse participando da discussão. No programa sobre educação, o psicopedagogo Pedro referiu-se ao neuropediatra: “Uma das maiores reclamações, sabe João, dos professores universitários, eles estão dizendo assim (...)”.

O recomendando pela produção do programa é que os participantes cite-se uns aos outros usando o terceiro tempo verbal “fulana falou” ou “como disse o beltrano” mesmo estando um ao lado do outro na mesa, porque desta maneira o ouvinte consegue saber de quem está se falando. Como aconteceu quando Claudio referiu-se a Elisa no debate da depressão: “Tem o aspecto genético, a Elisa falou de famílias com pessoas depressivas”. Outro exemplo deste mesmo debate, na fala do neurocirurgião Ricardo: “O que nós vemos na prática diária é realmente isso que a Elisa falou sobre o abandono da medicação”.

No debate sobre o consumidor, o advogado Oscar fez referência ao colega economista neste momento: “e aí eu concordo plenamente com aquilo que o senhor veio sustentando ao longo desse debate”. Quem é este “senhor” a que ele se refere? O advogado estava dialogando com o economista e quem estava prestando atenção na conversa conseguiu entender quem falava com quem; mas muitas pessoas fazem outras atividades enquanto ouvem rádio e se distraem, perdendo o ponto de referência do discurso.

Na contagem geral do cinco debates, os homens citaram seus colegas de mesa 28 vezes. As mulheres fizeram citações de colegas por 18 vezes.

#### 4.2.9 Uso do elogio

Deborah Tannen (1996) afirma que o elogio é um recurso de linguagem tipicamente feminino e tem o poder de incitar a solidariedade entre as pessoas de um grupo. Tannen diz que para a mulher a prática do elogio é um hábito rotineiro. O elogio, segundo a autora, faz parte da convenção de comportamento social, que difere entre os gêneros. Um homem, por exemplo, quando está na presença de mulheres, tem uma convenção de comportamento diferente de quando está entre público do mesmo gênero que o seu.

Nos programas analisados nesta pesquisa, constatou-se que todos os elogios colocados foram no sentido de valorizar a fala de outro participante, chamando a atenção para algo considerado importante que tinha sido dito anteriormente. Aqui, confirmou-se a teoria de Tannen: as mulheres elogiaram mais do que os homens. Além disso, elogiaram tanto as colegas mulheres quanto os colegas homens.

Observou-se que quem elogiou primeiro no programa desencadeou um processo de troca de gentilezas dos demais em seu favor. Este foi o caso da geriatra Isabela, que no debate sobre depressão foi a participante que elogiou com mais entusiasmo os colegas da mesa e estabeleceu a troca de elogios entre eles com frases como: “na realidade, os colegas aqui estão abrilhantando todas as opções de entendimento por parte de nossos ouvintes” e “a fala do doutor Ricardo é uma fala única”. Neste mesmo programa, mais tarde, Isabela foi alvo do elogio dos colegas. A psicóloga Elisa disse:

“foi muito bem colocado, [aqui se refere ao que Isabela falou antes] nós somos um todo”. E Claudio: “isso a Isabela colocou já anteriormente muito bem aqui no nosso debate”.

Ou seja: gentileza gera gentileza. Eckert e McConnell-Ginet (2003) dizem que a típica reação a um elogio é uma resposta polida, mesmo quando o elogio não agrada o receptor. Não seria de “bom tom” reagir com indelicadeza a um elogio, mesmo que não o considerasse bem-vindo (p. 78). Apesar de no rádio não termos a imagem dos participantes do programa para poder fazer uma análise visual dos diálogos, nesta pesquisa não foi identificado nenhum exemplo de elogio malicioso ou com má-intenção, que pudesse ser rejeitado por quem o recebeu.

O programa sobre boa forma teve dois exemplos de elogios entre os debatedores. Claudete disse: “eu achei importante o que Felipe colocou, com relação aos modelos, né”. Outra participante, Paula, disse: “o que o Dr. Leonardo colocou, dos quatro fatores que desencadeia, então na parte da alimentação, ele colocou uma coisa bastante importante que não é somente a quantidade, mas sim a qualidade”.

#### 4.2.10 O artifício da risada

A maioria dos programas mantém um ambiente cordial e de descontração entre os participantes. Por isso é comum que surjam risadas (ou até gargalhadas) generalizadas quando algo engraçado é dito. Porém, a risada também aparece (menos espalhafatosa) quando o clima está tenso. É aí o riso pode ser provocativo – com intenção de irritar o outro – ou nervoso, como uma reação nervosa ao ambiente tenso.

Como visto em outro tópico anterior, no debate sobre os direitos do consumidor o economista Renato e a advogada do órgão de defesa do consumidor, Sara, mostraram opiniões divergentes em vários momentos. Em um destes momentos de discussão, apareceu uma risada irônica dela. Quando ela terminou esta pergunta: “E só lembrando aí que as multas, professor, o senhor que não acredita [no efeito educativo das multas], né?” Ela riu sozinha e depois de soltar a risada, continuou a frase: “As multas variam de duzentos a três milhões de reais, caso haja alguma prática que infrinja as regras do consumidor”. Quem acompanhou o debate todo percebeu que esta risada foi

provocativa porque anteriormente o economista tinha feito menção às punições do Código de Defesa do Consumidor.

Houve um outro momento deste programa em que ouviram-se somente risadas femininas – aqui neste exemplo classificadas como risadas nervosas com o objetivo de descontrair o ambiente tenso formado entre a advogada e o economista.

Veio das mulheres a maioria das manifestações de risos dos programas estudados. A metodologia desta contagem foi a seguinte: considerou-se o gênero de quem iniciou o processo do riso. Como se sabe, é comum que quando alguém começa a rir os outros também embarquem no riso. Somente neste programa sobre o consumidor, foram seis manifestações femininas de risos contra nenhuma masculina. No debate sobre trânsito foram 11 episódios de risadas femininas e dois episódios de risadas masculinas.

O sorriso é uma risada sem ruídos e tem conotação de alegria e gentileza. Em um ambiente de pesquisa norte-americano, Tannen (1996) quantificou que as mulheres sorriem mais do que homens (p. 126) e que isto é o esperado na sociedade. Uma mulher que não sorri, segundo Tannen, é vista como antipática e severa.

Usar o humor como uma estratégia de comunicação também tem riscos. Como se viu, quando há um clima de descontração no programa, os quatro convidados normalmente sentem-se à vontade para fazer brincadeiras e gracejos entre si. Mas também acontece da brincadeira de um constranger o outro. Foi o que houve no programa sobre indisciplina escolar, quando um dos participantes recorreu, descontraidamente, ao humor, mas acabou constrangendo a participante que havia chegado atrasada ao debate e não estava no clima.

Três debatedores estavam conversando no início do programa e a advogada representante das escolas estava atrasada. Quando a apresentadora perguntou à advogada, que tinha acabado de sentar-se em frente ao microfone: “concorda com que Pedro acaba de dizer, Marta?”, a advogada respondeu “concordo, concordo, além do que o professor falou”. Foi então que o neuropediatra João fez a brincadeira: “tem que concordar, tô aqui do ladinho”. Neste momento todos riram e ele emendou “ai dela!”. Até este ponto pairava um clima de descontração no ar.

Depois disso, a advogada, em tom sério, resolveu explicar seu ponto de vista em relação ao que havia sido perguntado. Porém, após a brincadeira do neuropediatra, ela declarou que havia um vínculo de proximidade entre eles, até para se sentir mais à vontade: “além do mais, eu e o Pedro já nos conhecemos, né, Pedro”. Neste momento ela recorreu à declaração de vínculo com o outro participante provavelmente para sentir-se mais segura.

E só então ela expressou sua opinião, mas ainda excitante, questionando se o outro colega de mesa concordaria com ela: “na verdade eu ainda acho, acrescentando um pouco mais do que o professor Pedro falou, não sei se ele concorda comigo, que essa criança que nós temos hoje, é uma criança totalmente diferente da criança do passado, mas a família também é uma família totalmente diferente”. Portanto, o efeito do humor não foi positivo na advogada.

O uso do humor como um recurso de comunicação é arriscado porque precisa de sintonia emocional entre os envolvidos. No rádio, como não há a imagem, é a voz que acusa se a brincadeira foi bem aceita ou não. No caso da advogada Marta, a voz dela pareceu tímida após a brincadeira.

#### 4.2.11 Estratégia da humildade

A modéstia é uma estratégia de comunicação para abrir caminho para a circulação das idéias porque não cria uma expectativa prévia no ouvinte de que algo muito importante será dito. No CBN Debate sobre a depressão, por exemplo, a geriatra Isabela usou esta estratégia por dois momentos. Ela disse: “eu sou apenas uma repórter da medicina, como todos nós aqui estamos” e “é sempre um prazer estar aqui na CBN, de alguma forma, humildemente colaborando para que as pessoas que nos escutam possam ter um pouquinho mais de si”.

A escolha dos profissionais convidados para um programa de radiojornalismo considera o conhecimento de cada um em relação ao tema e a capacidade de comunicação para transmitir este conhecimento. Preferencialmente, reúnem-se especialistas com opiniões divergentes e/ou complementares para enriquecer a discussão. É pela diversidade que o conhecimento se constrói mais heterogêneo e rico em um programa de rádio, portanto, é possível que um convidado não responda à

pergunta quando acha que outro colega poderia responder melhor e passe a palavra a este colega, principalmente se o programa estiver com uma roupagem descontraída. A humildade também se manifesta em casos assim, em que há o reconhecimento de que o conhecimento do outro pode ser mais útil ao ouvinte em determinado aspecto.

No programa sobre trânsito em Curitiba, o advogado Joaquim palpitou sobre o comportamento dos motoristas e fez a referência de que a psicóloga poderia explorar melhor este viés: “Talvez a dificuldade, a Sandra vai falar melhor do que eu, mas eu acho que a dificuldade de conseguir impor sua própria vontade provoca o descontrole”. Este exemplo só não é perfeito para ilustrar o que foi explicado acima porque o advogado continuou seu discurso com elementos psicológicos sem passar a palavra à psicóloga mencionada por ele.

Porém, não é uma regra um convidado passar a palavra para outro quando sente que há alguém mais especializado do que ele na mesa. No debate sobre os direitos do consumidor foram convidados um economista que foi diretor de banco, um advogado especialista no Código de Defesa do Consumidor, uma psicóloga que estuda o comportamento do consumidor e a advogada do órgão público que faz a fiscalização legal. Todos, portanto, aptos a falar com conhecimento do tema escolhido, cada um na sua área. Este foi um programa tenso, o mais agressivo entre os cinco analisados nesta pesquisa. A vontade de expressão das idéias individuais foi tão marcante que cada debatedor aproveitou ao máximo quando conseguiu a vez de se pronunciar e não houve nenhum caso de registro de uma frase de humildade referindo-se à melhor capacidade do outro para comentar o tema.

Entre todos os programas listados nesta pesquisa, a estratégia da humildade na comunicação foi usada em três situações por convidadas mulheres e em uma por um convidado homem. Este recurso – nestes casos mais feminino do que masculino – pode ser relacionado com a polidez da fala feminina, já que, como foi visto anteriormente e usando uma expressão corriqueira, espera-se da mulher que não “conte vantagem” em relação ao que sabe.

#### 4.2.12 Referências de gênero

Independente do tema abordado nos programas é comum surgir entre os convidados referência às diferenças de gênero. Assim como é comum ouvirmos em conversas de esquina frases como “lugar de mulher é na cozinha”, “mulher boa esquentar a barriga no fogão e esfria na pia”, “vamos ver quem é o homem da casa”, etc., também surgem comentários nesta linha em programas de rádio em que a tônica é o bate-papo e a descontração. O rádio tem esta característica de se aproximar da realidade do ouvinte para que o conteúdo seja compreendido. É o que se chama de “tom coloquial”: falar com coloquialidade no microfone, como se tivesse conversando com um amigo, porém cuidando um pouco mais da linguagem e sem usar gírias.

No programa sobre depressão, o neurocirurgião Ricardo contou que recorreu a uma receita de bolo para explicar a uma mulher a importância do medicamento no tratamento de saúde. Ele citou um exemplo de consultório dizendo ser uma brincadeira para facilitar o entendimento de uma mulher sobre a relevância do paciente tomar a medicação:

“Então, é... eu faço uma analogia, assim, principalmente quando é uma mulher que vai ao consultório, é... fácil da pessoa entender sobre como o medicamento tem que ter um nível sanguíneo pra passar a ter ação, né. Eu brinco assim, se a pessoa sabe fazer bolo. ‘Então a senhora vai fazer um bolo, então a senhora pega, bate a massa, etc., põe na forma, põe no forminho e liga o fogão... o que é que vai acontecer? Ah!... é, não vai crescer o bolo porque o fogão não tava aquecido’. Exatamente. Então o medicamento tem que ter um nível sanguíneo, quer dizer, um tempo de aquecimento pra fazer efeito” (RICARDO).

O endocrinologista Leonardo, no programa sobre a boa forma física, recorreu a um exemplo que ele considerou de hábito domiciliar – de rotina caseira de casais – para tentar explicar porque os homens engordam após o casamento. Nesta história criada pelo endocrinologista, é o homem quem chega em casa na expectativa de ter comida pronta e a mulher é a responsável pela alimentação:

“É, eu acredito que seja por mudança de vida, né. Se a gente for pegar um modelo, por exemplo, do namorado ou do noivo, né, ele vai à noite na casa da noiva, ele sai, ele se mexe. E quando ele casa ele muda completamente essa

atitude, né. Então, começa por aí, ele já fica mais em casa, ele não sai à noite. Então, eu acho que essa diminuição de atividade física já é um contribuinte. Um outro aspecto eu acho que começa com a lua de mel. A lua de mel já pressupõe uma viagem, os dois vão a um bom hotel, fazem boas refeições, vão comer bem, etc. E acabam incorporando esse hábito e trazendo, né. À noite o marido chega em casa, a mulher não tá, não sabe cozinhar ainda direito, então ela encomenda uma pizza, *fast food* é um lanchinho da noite, então, eu acho que essa mudança de hábito é que faz com que haja o aumento de peso” (LEONARDO).

No programa que discutiu o trânsito de Curitiba surgiu, pela participação de um ouvinte via e-mail, a comparação entre as características da motorista mulher em relação ao motorista homem. Se ouvimos em todos os cantos do Brasil comparações preconceituosas do tipo “mulher ao volante, perigo constante”, não é de se estranhar que discursos assim cheguem a um programa de rádio. O que se pode analisar em relação ao meio de comunicação jornalístico é como que uma afirmação é tratada pelos convidados do programa.

A âncora Roberta leu o e-mail do ouvinte ao vivo:

“Em relação de permitir alguém de entrar na sua frente no trânsito, sem que se tenha que acenar, mandar beijinho, pedir, implorar, mandar um memorando com assinatura reconhecida em cartório. Eu percebo que as mulheres ao volante são as mais resistentes a permitir que alguém lhe tome à frente, mesmo depois que essa pessoa tenha ficado parada por dois minutos por causa do sinal, com o pisca ligado sinalizando que quer sair. Quando o sinal abre, o trânsito volta a se movimentar, elas aceleram rapidamente para não ter que permitir o acesso é fato” (OUVINTE).

A apresentadora terminou de ler a opinião deste ouvinte e passou a palavra à psicóloga especialista em comportamento no trânsito, Sandra, que primeiro riu e depois disse:

“Se ele diz que é, é porque ele já vivenciou isso. A gente seria um bom indicador em fazer uma pesquisa, né, para ver se realmente... porque não é a primeira vez que a gente escuta reclamação em relação ao comportamento das mulheres. Eu acho que do mesmo jeito que tem mulher que não deixa, e tem homem que também não deixa. Então, não sei, né, quão relevante é essa diferença, né” (SANDRA).

E a conversa continuou entre os participantes com base na opinião deste ouvinte. O advogado Joaquim comentou o que costuma fazer nestes casos:

“Eu prefiro usar aquele velho princípio do cavalheirismo, né, e deixar realmente que vão primeiro as damas e a gente aguarda um pouquinho, até para evitar um conflito nesse caso muito mais desgastante, né. Então, é melhor realmente acho que até ao contrário não só querer entrar na frente, mas desde que vá com tranquilidade certamente virá um homem, depois, que a gente vai poder entrar na frente” (JOAQUIM).

O programa passou a falar de outras características dos motoristas curitibanos e o mesmo ouvinte escreveu outro e-mail complementando o que tinha enviado anteriormente. A apresentadora leu o e-mail dele para todos:

“Não, é fato mesmo que as mulheres não dão a vez e não é uma questão de cavalheirismo isso. Ele diz que na maioria das vezes conseguimos entrar logo depois porque vem alguém atrás e permite a entrada. E que pela sineta ele identifica que a da frente que não deixa passar é uma mulher e que foi o homem que o deixou passar” (OUVINTE).

Assim que a apresentadora terminou de ler o e-mail, ouviram-se risos das mulheres presentes na mesa de debate. Infelizmente para esta pesquisa, porém, não foi possível perceber se as mulheres iriam fazer algum tipo de comentário contrário (ou não) ao que estava sendo dito porque a apresentadora chamou o intervalo comercial ao terminar a leitura do e-mail<sup>33</sup>.

Um outro exemplo de referência de gênero durante um programa CBN Debate está no programa sobre a boa forma, desta vez vindo de uma mulher. Para explicar a obsessão pela magreza, a psicóloga Claudete citou as diferenças dos imaginários feminino e masculino em relação ao tema:

---

<sup>33</sup> O rigor com os intervalos comerciais interrompeu boas discussões em vários momentos dos programas analisados neste trabalho acadêmico. Na Rede CBN é regra que seja feito um *break* comercial a cada meia hora. Portanto, como o programa começa após o *break* das 10h, há intervalos às 10h30, 11h e 11h30 que interrompem o andamento das discussões. Por outro lado, o *break* pode interromper um discurso monótono ou desgastado e é a oportunidade do âncora de dar uma guinada do tema do debate ou passar a palavra a outro convidado no próximo bloco, após a volta dos comerciais. Outra possibilidade que se verifica com a proximidade com o intervalo é os convidados serem mais sucintos em suas falas para que tenham tempo de concluir o raciocínio antes do *break*.

“Eu tô falando desse ideal de magreza do século XX, principalmente pra agora, que veio com modelos como, por exemplo, a Kate Moss, associados a uma magreza excessiva, e associado a uma estética bonita, principalmente pra mulher. Eu acho que a gente tem que colocar isso. Claro que agora, principalmente no século XXI, a gente vive também o imperativo de magreza com relação aos homens, mas sempre associados principalmente à feminilidade, a feminino, à mulher muito magra, associada a uma mulher de sucesso, uma mulher desejável. E isso não necessariamente pro imaginário masculino, mas no imaginário feminino quanto mais magra a mulher seria mais desejada. Se a gente for ver o imaginário masculino, ele talvez se distancie muito disso. Os homens preferem normalmente a mulher cinco quilos mais gorda, né, do que a mulher realmente diz que seria o ideal dela. Isso é dado de pesquisa. Então, se você pergunta pra uma mulher, o que é o corpo ideal, ela acha que o corpo ideal é cinco quilos a menos do que a média dos homens acham. Então, o ideal de magreza, como alguma coisa associada ao feminino, associado à passarela, associado à moda, é algo muito recente que a gente tem que imaginar do século XX para agora, né, nós estamos no século XXI, é como um ideal a ser vendido” (CLAUDETE).

Dos cinco programas analisados nesta pesquisa, apenas a geriatra Isabela (do debate sobre depressão) fez a flexão de algumas palavras para o masculino e feminino, como neste trecho da sua fala: “Os pacientes que compreendem de si, eles tratam esse quadro depressivo por um ou dois anos, eles passam depois a ter o ajuste químico da reposição diminuída, você passa a ouvi-los assim: ‘doutor – ou doutora – eu não quero mais ter aquilo’”. Neste caso é possível indagar se “doutora” foi usado pela geriatra por ser ela uma “doutora” ou se ela tem o hábito de fazer a flexão de gênero. Repara-se também o uso no início da frase de “os pacientes” e não “os pacientes e as pacientes”.

Ainda é raro ouvir a flexão de substantivos e adjetivos para o feminino em programa de rádio. Normalmente, quando um convidado vai exemplificar alguma situação é usado exemplo masculino. A não ser que seja usado como sujeito “a gente” ou “a pessoa”, daí a concordância naturalmente fica no feminino por serem palavras femininas.

No debate sobre depressão houve um exemplo de referência de uma mulher em relação a uma característica feminina no senso comum: a mulher fala mais do que o homem. A psicoterapeuta Elisa disse: “Nós, as mulheres, somos mais falantes e isso já é o feminino no debate”. Esta frase foi seguida de risos dela e dos outros componentes da mesa. Provavelmente, ela fez este comentário porque tanto ela como a outra colega mulher estavam com a palavra há alguns minutos enquanto os dois participantes homens ouviam os discursos delas sem se manifestar.

#### 4.2.13 Discurso impaciente

Como cada programa tem duas horas de duração, muitas vezes os especialistas repetiram o que haviam falado anteriormente. E, em alguns momentos, fizeram esta repetição com um tom de irritação por ter que novamente voltar àquele ponto da discussão. É como se o pai tivesse proibido o filho de mexer em tal objeto e o filho foi lá e mexeu e o pai, irritado, explicou novamente o motivo da proibição e disse: “eu já tinha te falado tal coisa”. É este o tom do que se classifica aqui de “impaciente”.

No rádio, o discurso é mais volátil do que em um jornal impresso. Isso acontece porque as palavras são ditas e, se o ouvinte não estava prestando atenção naquele momento, ele não tem como recuperar o que foi dito. Já no meio impresso basta voltar a ler o parágrafo anterior. Com a volatilidade do discurso, não é considerado um problema no programa jornalístico de rádio se a mesma fala for lembrada mais adiante. O que fica destoante do contexto de um programa que se propõem a debater temas de interesse do ouvinte é o convidado perder a paciência por ter que repetir um conteúdo.

A seguir, os três exemplos desta categoria de análise encontrados nos programas, todos em falas masculinas. Claudio, participante do programa sobre depressão falou: “se lembrarem, lá no começo eu disse que a depressão é um caráter diferente do normal da pessoa”. No debate sobre direito do consumidor, o economista Renato fez comentários como estes, com tom de irritação na voz: “mas isso é o que eu tô dizendo desde o começo, o problema é quando o estado quer exorbitar da lei” e “por isso que eu falei da concorrência, a melhor coisa contra um fornecedor relapso, desonesto, enganoso é a competição porque pela competição o consumidor tem a possibilidade de buscar um outro fornecedor”. Em nenhum dos cinco debates este recurso foi usado por uma mulher.

#### 4.2.14 Ironia

A ironia é uma estratégia de expressão para se dizer o contrário do que se pensa ou sente; ou para abrir um espaço para a ambigüidade e a contradição. No debate

sobre o trânsito de Curitiba, há um exemplo de ironia no diálogo entre a representante da Prefeitura de Curitiba e o advogado especialista em trânsito. A âncora fez uma pergunta à diretora do órgão municipal: “Nair, como você percebe essa questão da intolerância ao imprevisto quando há obras, quando há acidentes, o comportamento dos motoristas, queixas, e reclamações?” Ela começou a responder: “É, nós temos realmente muitas queixas...” quando o advogado tentou interromper com uma frase irônica: “Curitiba quase não tem obras, né?”, e a diretora continuou falando:

“É, nós estamos... exatamente, a cidade, a cidade, como diz o prefeito, né, está um canteiro de obras e realmente isso é muito bom porque mostra que nós estamos trabalhando, nós estamos fazendo obras para a circulação viária, né, principalmente para o transporte coletivo” (NAIR).

A frase da tentativa de interrupção do advogado foi irônica porque a cidade, na data da exibição do programa, estava realmente com muitas obras atrapalhando a fluidez no trânsito.

Percebeu-se ironia em falas femininas e masculinas dos programas escolhidos para análise.

#### 4.2.15 Alteração de discurso

Uma estratégia para se manter na conversa é alterar o discurso vigente, caso não esteja agradando aos demais interlocutores. O advogado especialista em trânsito, Joaquim, no debate sobre o trânsito de Curitiba, estava explicando que o carro atualmente não é mais um bem de luxo – e sim de necessidade de se locomover para estudar e trabalhar.

“Hoje o carro é um exemplo do celular, é uma necessidade entre aspas, né, ou seja, ela faz parte do dia-a-dia das expectativas e não mais é algo, vamos dizer, uma conquista elitizada. E para as pessoas é algo normal, é uma questão de necessidade aquele presente dos 18 anos, não é mais para se diferenciar dos colegas, e sim para tornar possível a vida profissional, pessoal, escolar dele” (JOAQUIM).

Esta idéia foi imediatamente criticada por outro convidado do programa, o professor e urbanista Roberto:

“Então, eu vou comentar algumas coisas que o Joaquim disse. Primeiro, essa necessidade do jovem ter um carro. Na verdade, isso é um cuidado que a gente tem que ter. Porque com essa idéia de que o jovem precisa de carro, que precisa trabalhar, precisa ir para a escola e tal, isso é mentira. A gente sempre foi à escola, sempre trabalhou e estudou sem ter o carro e a gente colocar que é uma necessidade do jovem, quase que a gente sem querer, involuntariamente, está entrando no discurso do marketing da indústria automobilística” (ROBERTO).

Roberto estava terminando sua fala quando o advogado disse junto: “A sociedade fala que é uma necessidade”. Ou seja, o advogado não confirmou mais a sua posição inicial de que o carro não é mais um artigo de luxo e sim uma necessidade para se trabalhar e estudar. Ele alterou o seu discurso afirmando que é a sociedade que empurra o carro para o jovem como se fosse algo vital. Foi a partir daí que o advogado mudou o conteúdo do discurso e passou a fazer coro às falas do professor. Roberto continuou: “É justamente! Então, olha: ‘o jovem precisa de carro, ele precisa trabalhar’”.

O advogado Joaquim novamente perguntou em cima do professor com um tom de brincadeira: “Como é que eu vivi até hoje sem celular?” Roberto continuou: “Aliás, eu vivo. Justamente eu vivi até hoje, aliás, eu vim para a entrevista de bicicleta. Então, não precisa de carro, mas a gente enfia na cabeça do jovem pelo marketing, pela sociedade que precisa. Mas não precisa de carro”. Todos os participantes deram risada e o programa continuou sem que esta discussão específica sobre o uso do carro voltasse à mesa.

Talvez esta guinada na fala do advogado em relação à necessidade do uso de carro nem tenha sido percebida pelos ouvintes devido à volatilidade da fala no rádio. Porém, ao prestar atenção no diálogo, percebe-se que ele estava indo por uma linha de raciocínio e mudou o rumo quando o professor Roberto interferiu com outra posição diferente da dele.

#### 4.2.16 Desconsideração de mal-entendido

O dia-a-dia está recheado de exemplos de mal-entendidos na comunicação. São desentendimentos pelo o que foi dito, como foi dito, pelo o que não foi falado ou pelo o que se entendeu do discurso. No formato do CBN Debate sempre há quatro convidados que sentam ao redor de uma mesa e ficam próximos uns aos outros. Mesmo assim, a proximidade física não impede que haja espaço para os mal-entendidos. Embora não possam ser consideradas exatamente um recurso de linguagem, idéias mal compreendidas pelos debatedores dificultam a comunicação e tendem a ser explicadas na seqüência do debate.

Um exemplo aconteceu no programa sobre a indisciplina das crianças na escola. A advogada de escolas fez uma proposta inovadora, que não foi bem compreendida pelos outros participantes. Mas este desentendimento só ficou claro para a proponente no final do programa, cerca de uma hora depois do momento em que ela fez a exposição da idéia. Marta contou que algumas escolas estão entregando livros especializados em educação para os pais cujos filhos demonstram algum desconforto na escola. Nas palavras dela:

“(...) eu gostaria que a Ana, que o professor Pedro e o professor João, né, pensem nesse assunto: com esse pai, essa mãe que trabalha fora, o que vocês acham, e isso está dando certo em algumas escolas que eu estou trabalhando, nós providenciarmos literaturas adequadas para cada caso que nós tivermos. Então, se nós temos uma mãe que rabisca o livro da criança, que rabisca o material da criança e deixa essa criança desmotivada, claro, ela fica desmotivada: ‘eu sou culpada, minha mãe diz que eu sou incompetente, eu sou burra’, como o professor João disse, levar essa literatura semanalmente ou quinzenalmente, numa sexta-feira retire uma literatura, né, manda para esse pai, essa mãe. E solicitam que eles leiam, é um trabalho difícil porque hoje ninguém mais quer ler, então seria por aí” (MARTA).

Depois de um tempo dialogando sobre outros aspectos da indisciplina, o neuropediatra retomou a idéia da advogada sobre a entrega de livros aos pais. Mas ele entendeu que estes livros de orientação iriam para os alunos – e não para os pais. Seguiu-se este diálogo:

João: “Bom, deixa eu complementar um pouquinho sobre injustiça. (...) por exemplo, Marta, você quando levanta a questão da literatura, de ter que ler né. Eu, 20% de pessoas disléxicas, né, (...) então o que acontece, ler é o ato de eu agregar a informação, certo?”

Marta: “Sim”.

João: “Agora, a criança dislêxia é mais ou menos como eu tive que pegar a criança cadeirante e dizer assim “olha: correr é fundamental para a criança fazer a vida, andar é fundamental para a vida”, então, a partir de hoje eu vou fazer os cadeirantes andarem. Não, os cadeirantes não vão andar, vão fazer coisas, eu tenho que adaptar um processo pra que ele consiga andar. Qual é o processo que eu tenho, por exemplo? É... por exemplo, nós estamos vivendo experiência. E eu falo sempre das experiências da televisão, que apresentam fatores literários de forma audiovisual que são muito mais possíveis para uma criança disléxica, claro uma criança que eu tenho que fazer este diagnóstico não tem jeito, e este diagnóstico não é um diagnóstico só da escola, eu acho que a professora tem mais capacidade que um médico em meia hora de fazer um diagnóstico de dislexia, tá. Mas junto um médico com a professora vão ter realmente um diagnóstico de dislexia, e tem que ter um processo adaptativo na escola pra essas crianças, eu não posso massacrar... é injusto eu dizer que essa criança tem que ler, é injusto eu pegar uma criança de sexta série, sétima série, e dizer pra ela que ela é disgráfica e ela tem que fazer caligrafia para melhorar”.

(...)

Marta: “Concordo”.

E somente neste momento da conversa Marta percebeu que o neuropediatra não tinha entendido o que ela havia falado: “Mas professor, quando eu falei leitura... é para os pais que não vêm pra escola, a gente faz uma reunião de pais e eles não vêm”. E ele falou com um tom de surpresa na voz: “Há, essa leitura é...” Ela complementou: “É para os pais”.

Finalmente o mal-entendido foi desfeito. A advogada estava sugerindo leituras didáticas aos pais e não aos alunos. Mas, mesmo com o esclarecimento, o neuropediatra ignorou este novo elemento e manteve as críticas à opinião da advogada em relação à reclamação dela de que os pais não comparecem às reuniões na escola e, por isso, poderiam fazer leituras em casa. Usando uma expressão corriqueira, diria-se que ele “não deu o braço a torcer”. O diálogo continuou tenso:

João: “Mas olha só, eu vou te dizer uma coisa, eu tenho na clínica um encontro chamado grupo de afinidades, encontro de casais. Deixa eu só fechar isso, encontro de casais... eu vou falar rapidinho. Eu faço isso há sete anos. Nos

primeiros quatro anos eu tive três casais, dois casais, quatro casais. Hoje depois de sete anos, sistematicamente todo o mês, hoje eu tenho lista de espera de pessoas que querem fazer parte, então não é só ‘ah os pais não vão’”.

Marta: “Posso entrar nessa lista?”

João: “Essa conversa fiada de que os pais não vão... você tem que criar cultura. Cultura é um processo que demora que depende de uma estrutura de continuidade, depende de rotina”.

Quando João disse “conversa fiada de que os pais não vão”, ele estava se referindo ao que Marta disse no começo deste diálogo. Ela havia contado que os pais são chamados para as reuniões pedagógicas nas escolas, mas não comparecem. Ela sentiu a irritação dele e foi irônica quando fez a pergunta “posso entrar nessa lista?” referindo-se à lista de espera de casais que querem participar de encontros organizados pelo neuropediatra.

Neste exemplo, chama a atenção que o tom de indignação da voz do neuropediatra em relação à idéia da advogada das escolas de entregar os livros para as crianças (que foi o que ele entendeu inicialmente) se manteve mesmo depois que o mal-entendido foi esclarecido. Quando ele começou a relatar sobre os encontros de casais que promove, a irritação se manteve. Não é possível saber se a advogada iria retrucar esta fala agressiva dele porque a apresentadora do programa chamou o *break* comercial na seqüência e na volta o tema mudou.

Ignorar o esclarecimento de um mal-entendido é um recurso de comunicação. Nesta estratégia, o especialista manteve a posição inicial da discussão sem rever sua fala ou sem considerar que havia interpretado mal o que havia sido dito.

#### 4.2.17 Provocação

Este mal-entendido exemplificado anteriormente entre a advogada Marta e o neuropediatra João repercutiu na interação comunicacional de ambos a partir daquele episódio, que aconteceu no terceiro bloco do programa. No bloco seguinte (o último), João fez uma provocação a Marta quando ela disse: “Agora mais uma polêmica...eu sei... eu vou ser bem rápida”. E ele perguntou, provocativo: “Polêmica 15 para o meio-

dia?”, referindo-se ao horário, 11h45, faltando 15 minutos para o programa terminar. Uma interpretação ousada e superficial do que ele quis dizer é: “sou veterano neste programa, já participei dezenas de vezes e agora não é hora de iniciar nenhuma discussão, o programa está terminando e temos que apresentar conclusões aos ouvintes”.

Depois desta provocação dele, todos os participantes riram e outro convidado, o psicopedagogo Pedro, emendou “polêmica rápida é legal”, e todos riram novamente.

A provocação é uma ferramenta de comunicação que demonstra desafio de quem usa este recurso em relação ao interlocutor. Dependendo do tom da voz e do conteúdo, esta provocação passa de desafio a insulto. A linha entre desafio e insulto é tênue. Percebe-se que a advogada entendeu a provocação do neuropediatra como desafio e a respondeu com humor. Como “prêmio” por se sair bem desta situação teve o apoio do psicopedagogo.

A polêmica que Marta quis fomentar foi sobre a idade de ingresso das crianças no ensino fundamental. Ela disse:

“Primeiro de março é a data corte do ensino fundamental de nove anos e para uma criança, até quando ela completa seis anos, ela entra no ensino fundamental de nove anos, mais um ano, pegamos a base... Opa! Meu filho tem cinco anos e completa dia três de março, eu exijo que ele vá pro ensino fundamental do primeiro ano. Eu vou pagar um ano a mais de escola, isso foi posto. Agora, eu pergunto para o professor João e para a Ana e para o Pedro, que é diretor de escola, o que ele faz: uma criança que tem cinco anos aqui no Paraná, tá, a polêmica está aqui, que vai completar seis anos em outubro e hoje está na sua escola com cinco anos no 1º ano do ensino fundamental de nove anos, hã?” (MARTA).

O psicopedagogo Pedro respondeu: “Bom, isso dá um debate bom, né” e todos riram. Marta insistiu no questionamento: “Ah! Aí é que eu quero saber!” e o neuropediatra João iniciou seu discurso: “Inclusive, eu tô propondo na Assembléia Legislativa...”, mas foi interrompido pela advogada: “Aí é o que eu quero saber, aí vem uma liminar que diz: tem que colocar. Peraí, eu tenho que colocar isso no ar porque existe Conselho Nacional de Educação, Conselho Estadual de Educação, gente o que é isso?”

O neuropediatra João errou o nome da Marta, chamando-a de Ana, que também estava na mesa de debate. Ele disse com tom áspero na voz: “Então, vou te dizer uma coisa, Ana, só uma coisa neurologicamente: uma criança é capaz de alfabetizar entre seis e oito anos”. E a partir daí os dois ficaram exaltados e passaram a discutir, sendo que em vários momentos um não esperou o outro terminar a frase e falou em sobreposição:

Marta: “Seis e oito, não cinco!”

João: “O que acontece, como colocar todas as crianças de seis anos...”

Marta: “Seis e oito!”

João: “... tem entrada a isso é regra. Assim, eu propus para a Assembléia o seguinte: Vamos criar uma lei obrigando todas as meninas menstruarem com 13 anos. É tão louco...”

Marta: “É louco!”

João: “...quanto colocar realmente uma criança a dizer que ela tem a capacidade do aprendizado...”

Marta: “Com cinco?”

João: “Com cinco, com três, quatro, e tem crianças com quatro que já lê e interpreta”.

Marta: “Concordo, mas tem crianças que não...”

João: “Agora, tem crianças que só vão ler e interpretar com sete, oito anos”.

Marta: “Nós temos uma diversidade”.

João: “Por que essa criança na terceira série, quando ela não lê e não interpreta?”

Marta: “E aí eu pergunto, onde está a diversidade?”

A apresentadora interveio e interrompeu o diálogo entre a advogada e o neuropediatra, já que o programa estava acabando, e passou a palavra para o psicopedagogo: “Pedro, você tem dois minutos pra...”, ele complementa a frase dela: “Pra encerrar?” e ela explicou: “Pra defender toda a polêmica do outro lado”. Ele respondeu: “Pois é”. João entrou na conversa dizendo: “Dois minutos desse debate,

mais o próximo debate da semana que vem”. O psicopedagogo fez uma explanação rápida sobre o assunto e o programa terminou.

Os homens mostraram-se mais provocativos do que as mulheres nos programas selecionados, usando também um outro tipo de recurso de comunicação nesta mesma linha: o alerta de que vai fazer uma provocação. Uma tática usada por quem deseja falar algo provocativo ou contrário à linha de pensamento que está sendo seguida, talvez para amenizar o efeito do que vai ser dito, é avisar de que adiante virá uma provocação em relação ao que estava sendo dito ou a quem estava com a palavra.

O debate sobre os direitos do consumidor foi o que teve mais controvérsia entre os discursos dos convidados dentre os cinco debates. O conflito se deu principalmente entre o economista e a advogada do órgão público. Durante o programa, o economista disse as seguintes frases: “eu quero jogar um pouco de pimenta nessa conversa” e “Sara, me permita botar mais uma pimenta” com um tom provocativo na voz. Primeiro ele avisou que iria provocar e depois fez a provocação, discordando do que estava sendo dito por ela. A reação dela foi de irritação. Ela ficou brava e respondeu com tom agressivo na primeira oportunidade que teve para falar.

#### 4.2.18 Defesa de posicionamento durante um conflito

A discussão de um tema se dá quando há a discordância, questionamento, defesa ou impugnação de elementos referentes ao assunto em questão. É uma estratégia de comunicação defender sua idéia quando confrontado. O contrário seria não sustentar com razões e argumentos a sua posição, deixando que o interlocutor a interprete como quiser.

No exemplo a seguir, no debate sobre a indisciplina escolar, dois convidados divergiram sobre a necessidade de gostar – ou não – do trabalho que faz. O neuropediatra João foi quem iniciou este assunto, dialogando consigo mesmo na interpretação do personagem de um pai. Ele ficou alterado com o tema logo de início, demonstrando irritação durante sua própria fala, sem que ninguém ainda tivesse se manifestado sobre o tema:

“Você tá preocupado com o quê? ‘Ah eu tô preocupado que a minha tia falou que o sobrinho dela é muito melhor aluno do que meu filho, e isso me machuca muito’ Ah! Vai amadurecer primeiro! A felicidade do teu filho é o que tá valendo, a felicidade de ir pra escola... por que que a gente tem esse mundo que detesta não ir pra escola, mas detesta estudar, por quê? Porque os estudos estão além do processo do que ele é realmente com uma feitura de prazer. A criança, e nós, por exemplo, eu tenho certeza que nós quatro aqui, nós cinco, desculpe Roberta, adoramos o que fazemos. Podemos até não ganhar muito dinheiro, mas adoramos o que fazemos” (JOÃO).

A psicóloga Ana complementou: “Somos apaixonados, amamos”. E João continuou seu raciocínio: “Agora, como é que eu posso colocar uma criança em uma escola que não adora o que faz? Não vai, não vai produzir”. Ana conseguiu interromper quando iniciou a frase: “Mas a gente tem que entender também que...” e a âncora lhe passou a palavra:

“Nós temos aí mais de 80% da população que trabalha e não trabalha naquilo que ama, o que a gente vai pensar disso? Nós podemos escolher nossas profissões, mas nós temos uma realidade social hoje, que nem sempre a realidade das pessoas que podem escolher” (ANA).

João começou a falar junto com ela: “Eu acredito que quando você não ama você acaba apropriando uma nota fiscal falsa” e a discussão se intensificou.

Ana: “Aí você tem que aprender, você tem que começar a aprender também, muitas vezes, independente, aí, a lidar com a frustração, que é um outro item aí que tem aí nessa cestinha de ovos que a gente está trabalhando. Que é aprender a lidar com a frustração”.

João: “E com as injustiças”.

Ana: “E nem sempre a vida sai do jeito que a gente imagina, mas nós temos que ser bons com os elementos que nos são dados. Então, se a gente começar a colocar também na cabeça do jovem o tempo todo que ele tem que fazer o que ele ama... Claro! Se ele pode, ótimo! Mas nem sempre o caminho vai ser assim”.

João: “Não, tem que tornar adorável o que ele faz, não que ele tem que amar o que ele faz! “

Ana: “Então, eu acho que ele tem que aprender a lidar com esses elementos muitas vezes frustrantes, porque a frustração faz parte de uma composição de pessoa madura, né, e a partir disso a gente trabalhar com esses elementos. Porque o que eu escuto é o adolescente chegando, ‘ah eu tô aqui é pra

escolher o que eu quero porque eu quero fazer o que eu gosto', e esquece que muitas vezes dentro do que eu gosto tem muitos 'quês' do que eu não gosto, e daí, assim, quando se esbarram com isso eles realmente... 'ai, tô frustrado, estou desmotivado', a motivação também passa por a gente aprender a tirar lições das coisas que nem sempre são agradáveis. Ser autor da nossa história implica em nós sabermos aprender com nossos tropeços, com nossas quedas, e com nossos desejos contrariados. Então, tem que cuidar muito com isso, senão a gente fica numa política de 'podemos tudo'. E quando nem sempre a gente consegue tudo o que deseja, como fazer? "

A discussão entre a psicóloga e o neuropediatra foi interrompida por outra convidada que colocou outro assunto para ser conversado. Porém, alguns minutos depois, o psicopedagogo Pedro resolve retomar o tema que estava sendo discutido para dar a sua opinião. Ele disse:

"Eu tenho duas coisas para colocar bem sinteticamente. A primeira delas é: chega de prazer! A escola caiu na armadilha de psicologia pós-anos 60, que é da liberdade do prazer, não sei o quê em busca do prazer, e caiu na armadilha de achar que tudo tem que dar prazer na escola, 'ah, a educação que não dá prazer, tá errado'. Isso é um erro, um equívoco muito grande, e é um equívoco também a gente achar que depois na vida profissional tudo que a gente fizer tem que dar prazer. Vamos dizer isso para a faxineira de banheiro do hospital, por exemplo, né, 'ah, tem que dar prazer em fazer isso'. Tem que pôr a mão naquele vaso sanitário e limpar não vão dar prazer coisa nenhuma. Só que se ela tiver a consciência de que aquele trabalho está evitando doença, diminuindo a contaminação hospitalar e tal, a consciência, o que ela vai ter? Ela vai ter uma sensação de realização muito grande, nós temos que trabalhar mais o conceito de realização na escola do que conceito de prazer" (PEDRO).

Este assunto não teve mais continuidade porque a apresentadora passou a palavra para outro convidado, que preferiu falar de outro aspecto da indisciplina escolar. O que se percebeu neste exemplo é que tanto a voz masculina quanto a feminina usaram com o mesmo empenho este recurso comunicacional de defesa do ponto de vista.

Outro exemplo de defesa de posicionamento durante uma discussão está no programa sobre a perseguição à boa forma, só que com a diferença de que neste programa os envolvidos na discussão não alteraram o tom de voz. Eles mantiveram a conversa na coloquialidade e polidez, apesar da discordância. A polêmica, desta vez, girou em torno dos alimentos que não são saudáveis, mas que são consumidos em exagero pelas pessoas. Faz muito mal exceder-se de vez em quando?

O endocrinologista levantou a questão: “As comodidades da vida moderna e as ofertas de alimento que fazem com que as pessoas acabem comendo além do que devem, acabem se exercitando aquém do que devem, né”. O fisioterapeuta Felipe concordou:

“Eu acho que é reflexo da nossa cultura imediatista, né. Nós temos uma cultura do ‘pra já’, ‘pra ontem’, e as pessoas não se preocupam, se planejar, se cuidar a longo prazo. Então, o que conta pra a maioria da população ainda é o imediatismo, né. Como nós temos o consumo de alimentos imediatos, aquela coisa de almoçar rápido e jantar rápido, né. Não se alimentar de manhã perfeitamente, porque não tem tempo, né. Nós temos uma correria danada. Então, é necessário que também o corpo seja cuidado a curto prazo, imediato. Isso é reflexo da nossa cultura do século XXI, né” (FELIPE).

Alguns minutos depois, a nutricionista Paula contemporizou, falando que a vida está agitada mesmo:

“Hoje em dia, né, teve muita modificação, nos últimos tempos teve muita modificação no estilo de vida, as distâncias ficaram maiores, né, a carga de trabalho, né. Então, o tempo ficou mais curto mesmo. E realmente pra ter uma alimentação balanceada, eu não tenho como negar, precisa tempo, precisa uma organização, mas é possível. Com bastante disciplina e organização - e algumas dicas - a gente consegue ter uma alimentação saudável, balanceada, ainda em tempos de sobrecarga de trabalho e várias tarefas” (PAULA).

A apresentadora passou a palavra à psicóloga Claudete, que discordou do que Paula disse em relação à agitação da vida moderna:

“Então, o cuidado de si, né, que tá embutido nessa idéia do emagrecimento, da estética e da cultura da estética, da cultura da imagem, que eu acho que é alguma coisa que a gente pode refletir talvez de uma forma mais aprofundada. Quer dizer, o que é essa falta de tempo pra cuidar de si? E ao mesmo tempo a gente tem tempo pra trabalhar, a gente tem tempo pra... pra consumir, mas a gente não tem tempo pra cuidar de si mesmo. (...) Então, nesse sentido, acredito que eu possa contribuir para esse outro lado, né. (...) Eu, nos shoppings, eu vejo assim: os pais levando os filhos pros *fast*, pro tipo de alimentação, e eu fico pensando assim: ‘será que por algum momento, isso é questionado, isso é refletido junto com as crianças? A questão da batata frita, ou das gorduras ali?’. Nada, que dizer, a criança gosta, muitas vezes, quem introduziu esse gosto, pra criança, né? Até porque é o mais rápido, é a refeição mais rápida. Então, acho que acaba tendo uma serie de concessões pela própria comodidade dos pais, né. Pelo próprio... próprio fato de: ‘ah não, porque

ele gosta e é rápido e não dá trabalho fazer, então leva pra comer' e também essa questão da companhia em si, né" (CLAUDETE).

O endocrinologista Leonardo criticou o que a psicóloga Claudete falou sobre batata frita e o que o fisioterapeuta Felipe falou sobre a cerveja no final de semana:

"É, deixa eu só, terminar o meu raciocínio, Claudete. Agora o que a gente não pode confundir também, e isso é uma coisa muito particular, né, Felipe, que algum alimento, seja ele qual for, que um alimento muito gorduroso, por exemplo, num final de semana, que você leva uma criança num shopping, ou leva num desses lugares onde ofertam esse tipo de comida, eu acho que também a gente não pode cometer um erro nesse exagero, ser radical ao ponto de: 'não, meu filho não vai comer batata frita, por exemplo, não vai comer hambúrguer.', ' não vou tomar cerveja, por que cerveja me faz mal' ou ' não vou comer um churrasco porque tem gordura na carne'. Eu acho que isso é muito radical, nos dias de hoje, né. Nós temos que estar consciente que, não é necessário, mas que é importante até pro bem-estar, que a gente se encontre em volta da mesa, comendo uma carne um pouco gordurosa, tomando cerveja. Isso também, emocionalmente, faz bem pra qualquer um, né. O que a gente não pode fazer é ter isso como hábito né. Isso várias vezes na semana ou várias vezes durante um dia, acho que isso é o grande mal, agora você ter esporadicamente um encontro, um encontro em volta da mesa, e... exagerar, né, cometer alguns erros absurdos, em cima da comida, eu acho, particularmente um pouco saudável, né. Pra você ter esse momento de você descarregar um pouco o que você acumulou a semana inteira, que nem, ninguém é perfeito, né. Você tem dar um grito aí, comer alguma coisa ruim mesmo, pra você poder se sentir um pouco melhor. Acho que isso faz bem também emocionalmente pras pessoas" (LEONARDO).

A âncora decidiu não passar a palavra para os dois convidados que foram citados, mas sim para a quarta participante, a nutricionista Paula, que concordou com a posição do endocrinologista:

"Eu concordo com você que com radicalismo a gente não consegue muita coisa, né. Ainda mais em relação a essa alimentação, volta até um pouco naquela questão que eu tava falando do alimento, né. Todo símbolo que tá atrelado ao alimento, é... volta na questão do cafezinho, então o churrasco como que você vai pedir pra uma família: 'não vamos mais fazer churrasco'. Não existe isso, isso não é compatível com a realidade. A mesma coisa: 'meu filho não vai comer batata frita'. E a escola? E os amigos? Ele vai acabar sendo até segregado por conta disso. Então se a gente trabalha de uma forma com moderação, de repente elege um dia da semana né, pra ter uma alimentação mais... priorizar mesmo... O que que eu quero comer? O que que é mais importante? Eu acho muito assim, né, que a Claudete tava colocando da seleção dos alimentos, né. Então, assim, realmente, 'ah, eu adoro um alimento. Mas realmente, eu gosto muito dele, ele...' Qual que é o meu custo-benefício?

Vai fazer bem? Se vale a pena eu engordar ou eu comer um alimento que não é saudável? O quanto isso, quanto ele representa pra mim? E manter, né. O fim de semana, um dia ou outro, ou tem um aniversário, um evento no dia da semana, não é isso que vai fazer mal pra ele. O que vai fazer mal é aquela repetição, a frequência, que aquilo vire um hábito, não vire o esporádico. E ainda, voltando na questão que a gente tava conversando, falando aqui dos pais modelos. É... Tanto por exercício, né. Pra atividade física a gente percebe às vezes alguns pais assim, como que você não vai querer que o seu filho não ganhe peso, se o lazer que você faz é só lazer passivo, né? Ou é ficar na frente de um vídeo game ou na frente de uma internet, e a mesma coisa na alimentação, como que você vai cobrar do seu filho, que... ‘ah meu filho não come fruta’, ‘meu filho não come hortaliças’, ‘não come verduras’. E a mãe come? E o pai come? Como que você vai cobrar que teu filho tenha uma alimentação saudável se quem faz a compra, que é responsável pelo abastecimento da casa permite, cai na concessão também, permite que entre pra dentro de casa alguns alimentos que não são coerentes com o discurso. Eu sempre, né, coloco pros pacientes também: não vá no mercado com fome, por que tudo que tiver na sua frente você vai querer colocar no teu carrinho. E a partir do momento que você colocou no teu carrinho, passou no caixa, ele vai pra tua casa, e cedo ou tarde você vai consumir aquele alimento. Então, se você não quer, não vá no momento que você tá com fome, fique firme na tua decisão. Porque se você levar pra casa, cedo ou tarde ele vai ser consumido” (PAULA).

A apresentadora devolveu a palavra ao endocrinologista, que disse: “concordo plenamente, filho é espelho de pai e mãe, né. Então, se você não dá o exemplo, não espere que eles não vão te seguir. Então isso é fundamental”. Ele complementou esta fala com mais algumas colocações sobre o assunto e a apresentadora encerrou o bloco do programa e chamou o intervalo comercial. Percebem-se constantes discordâncias entre eles, mas todas com cortesia.

Neste mesmo programa sobre a boa forma, em outro bloco, houve outra discussão polida entre os participantes. A psicóloga criticou o uso de medicamentos como uma fonte para sentir-se feliz:

“Essa exacerbação da indústria farmacêutica, e também de uma medicina mais imediata, né, que coloca aqui, se você não tá bem, se você tá com mal-estar, então você consome um produto, consome um químico, consome um remédio, enfim, pra você ficar bem. Então, você, assim, com você não precisa mais se entristecer, né. Porque tá aí o antidepressivo imediato, e as pessoas acabam até questionando porque se entristecer, numa sociedade onde a gente vive falando que o legal é ser alegre, né. O legal é ser feliz. Então, você vai lá e consome o antidepressivo, eu acho que também tem essa questão com relação o corpo. (...) Acho que também a gente tem todo um, a complexidade do assunto, eu acho que passa por aí né, em de muito também, de uma idéia que a pessoa vai conseguir o alívio imediato, por intermédio do consumo de alguma outra coisa. E aí entram também os remédios” (CLAUDETE).

A apresentadora passou a palavra ao endocrinologista Leonardo, que começou seu discurso concordando com a posição da Claudete, mas disse sutilmente que o pensamento dela foi simplista. Depois, fez referência a outra colocação dela e a criticou também, porém, com polidez. Ele defendeu o uso de medicamentos em alguns casos:

“É, eu queria fazer dois comentários em cima do que foi colocado aqui, né. Um deles em relação ao que a Claudete colocou, do preenchimento da comida. Então, realmente existe o aspecto de você se preencher com comida, de você se compensar com comida, isso é absolutamente correto. Mas o mecanismo de fome e saciedade é uma coisa muito mais complexa do que só isso, né. Então, esse é um lado da questão. Hoje a gente sabe que existe uma série de hormônios e a cada três, quatro meses, tem sido descrito um novo hormônio, né. Que são hormônios envolvidos nesse mecanismo, conforme a necessidade, e a gente percebe, que tem pessoas que tem alteração nesses hormônios e essa é a razão delas serem obesas. Existe um endocrinologista que tem uma frase curiosa, ele diz que: “é obeso quem pode, não quem quer”. Mostrando que este pode, realmente, esse coisa da genética, então não é só o lado psicológico. Então, não dá pra gente atribuir: “a pessoa é gorda, só porque ela tá comendo em função de stress e de preenchimento”. Não, existem outros mecanismos que coloque, que são importantes nisso. E uma outra coisa que eu queria comentar em relação a essa última colocação da Isabela, sobre esse lado, que eu posso com alimentação, que eu posso com a atividade física combater o stress e combater uma série de doenças. Realmente eu posso, né. Mas não é muito fácil isso. Eu tenho um exemplo, por exemplo, no consultório, eu como endocrinologista, eu trato muito de diabetes, diabete tipo dois, e a gente sabe que a diabete tipo dois tá ligado à obesidade, tá ligado à alimentação, tá ligado a hábitos sedentários, e que se esse paciente fazer atividade física, se ele perder peso, de repente ele não precisa nem a medicação, né. Só que ele não faz a dieta, não faz exercício, eu tenho que usar a medicação. Então, é um lado, né. É muito fácil se dizer: “não, faça exercício, coma saudável, pra você tá bem”. Ótimo, né. Mas é muito difícil você atingir esse objetivo” (LEONARDO).

Quando ele terminou de falar a âncora chamou o intervalo comercial e o tema não foi retomado mais tarde.

#### 4.2.19 A estratégia da insistência

A insistência é um recurso de comunicação usado quando o orador sente a necessidade de perseverar no que diz, normalmente porque há um ou mais interlocutores duvidando do seu discurso ou o desafiando. É inegável que a insistência

tem uma conotação de poder. Nos cinco programas analisados não se percebeu uma diferença de gênero no uso desta estratégia: homens e mulheres foram insistentes. O que se pode afirmar é que se de um lado alguém insistia em uma idéia, do outro havia um debatedor obstinado a também colocar sua posição. E talvez por coincidência – ou não – só foram registrados diálogos com insistências entre homens e mulheres (uma teimosia entre gêneros?); e não entre somente homens ou somente mulheres.

O programa que discutiu os direitos do consumidor foi o que teve mais pontos de insistência de posições entre os participantes – e foi entre um homem e uma mulher. De um lado o economista e ex-presidente de banco e de outro a advogada que representa os consumidores no órgão federal criado para este fim. Os dois insistiram em suas posições e idéias, mesmo quando o outro tentou escapar do conflito. Obstinação, o tom na voz dela é uma mistura de emoções: apreensão, provocação, assertividade, indignação e agressividade. Na voz dele há indignação, impaciência e irritação. O trecho selecionado é longo para que se percebam as nuances de insistência do diálogo deles:

Sara: “Justo. Não é? Agora eu pergunto para o senhor, professor, veja só, professor Renato. O senhor fala que o consumidor, ele faz escolhas porque ele quer, mas num banco, por exemplo, o seu José da Silva quer abrir conta em um banco, ele tem uma renda de um salário mínimo. O senhor acha que qualquer banco abre conta para ele?”

Renato: “Normalmente”.

Sara: “Honestamente?”

Renato: “Eu fui vice-presidente de banco, o problema dos bancos é o seguinte, os bancos pegam dinheiro da sociedade e tem que emprestar, porque o banco é um intermediador de dinheiro. O banco tem três clientes possíveis pro governo, as empresas, e as pessoas, 66% das pessoas captadas pelos bancos Brasileiros, no Chile, por exemplo, é 24%. Os bancos no Brasil nunca gostaram de emprestar dinheiro para as pessoas, porque ele tinha um cliente cativo chamado governo, que durante quarenta anos gastou mais do que arrecadava e quando eu vou a um banco tomar um dinheiro emprestado para comprar um carro, estou concorrendo com o governo, que também quer o mesmo dinheiro. Então, os bancos não tinham interesse novamente. Os bancos brasileiros chegaram a essa situação por conta da falta de competição, que decorria do excesso da dívida do governo e cliente cativo, e da educação. Então, competição neles! Você sabe que é proibido banco estrangeiro abrir agência, se houvesse uma lei que permitisse que banco estrangeiro abrisse uma agência do Brasil, você ia ver como a situação mudava. Ausência de competição! O dia que o cliente for importante, no dia que o banco quando perder o cliente e vier a sofrer, como qualquer empresa que perca o cliente sabe que vai ter que tomar

prejuízo, o dia que o banco tiver que cativar, conquistar o cliente pela competição, essa situação vai melhorar. O problema meu é o seguinte: é achar que nós possamos apelar pela bondade humana, só existe uma coisa que resolve a eficiência: concorrência. E esse é o problema! E é claro que o sistema bancário brasileiro padece de competição, porque é sistema fechado, é proibida a competição estrangeira, tem banco de varejo, porque o governo é um cliente cativo”.

Sara: “Certo, mas veja: se não existisse o código do consumidor, veja”.

Renato: “Mas eu não sou contra o código”.

Sara: “Não, não, deixa eu só continuar com o raciocínio. Esse consumidor com o código do consumidor, ele tem direito à abertura de uma conta corrente, ele não tem nenhuma restrição de crédito, ele tem um comprovante de residência, ele tá empregado, quer dizer ele tem um comprovante de renda para apresentar, o banco pode recusar? Ele não tá pedindo limite, ele não tá pedindo empréstimo, eu tô falando em abertura de conta corrente. O banco pode recusar a prestar serviço para esse consumidor?”

Renato: “Deveria sim, não é obrigado. Como o padeiro não é obrigado a vender pão para você!”

Sara: “Por que que ele não é obrigado se eu vou pagar em dinheiro? Por que que o padeiro não é obrigado a vender? O código diz que é, e que não pode recusar um fornecimento”.

Renato: “Mas é aí que tá, detalhe, um banco diz o seguinte: eu, para abrir conta, ou o padeiro, para abrir a conta corrente para um sujeito que ganha salário mínimo? Preciso cobrar pelo serviço que esse camarada vai me dar.

Sara: “Mas ele vai pagar pelo serviço, ele não tá se recusando a pagar pelo serviço”.

Renato: “Mas, é aí que está o problema”.

Sara: “Então esse é o problema de não haver a lei”.

Renato: “O dia que houver a lei, Sara, o dia que houver competição os bancos vão correr atrás desse cliente, esse que é o problema, monopólio é assim”.

Sara: “Tudo bem, então na sua visão o problema se resolveria pela competição”.

Renato: “Claro”.

Sara: “Mas peraí, o professor Oscar tá falando aqui para mim: mas e a discriminação como é que fica? E estou sendo discriminada, e eu quero que a minha conta corrente seja imediatamente disponibilizada, eu não quero conta corrente com limite, eu quero um talão de cheque para eu poder...”

Renato: “Não pode ter um país civilizado em que a legislação obrigue um fornecedor a aceitar um determinado cliente, isso são relações livres, relações econômicas, o consumidor tem ‘n’ opções para escolher outro fornecedor”.

Sara: “Olha, relações livres talvez não numa cultura como a nossa, professor”.

Renato: “Mas vocês voltam ao mesmo ponto então, nós queremos aqui um ditador que vá cuidar da família de cada um de nós”.

Sara: “Não é um ditador, é um estado que, só um minutinho professor, é um estado que dê, minimamente...”

Renato: Deixa eu pronunciar, deixa eu terminar essa parte...

Sara: “... possa intervir nessas relações para proteger a parte mais frágil”.

Renato: “Para mim a questão é a seguinte: a legislação deve existir para proteger os contratos juridicamente perfeitos, pactuados livremente entre as partes. A lei não pode obrigar ninguém a pactuar com alguém, ele não pode obrigar que eu venda meu carro para você, a lei não pode obrigar que o padeiro venda para mim, se ele não gostar da minha cara porque eu entro sujo na padaria, o problema é o seguinte: são relações livres, são relações livres, no limite da lei. A lei não pode ir ao ponto que não lhe cabe, esse é que é o problema quando ela vai, ela se torne ineficaz, lei boa é lei simples, é lei que funciona”.

A apresentadora do programa interrompeu o embate passando a palavra para o outro advogado da mesa: “Professor Oscar, se você está sujo e feio, o padeiro pode se recusar a te vender o pão?” E o economista contemporizou: “ah, eu dei um exemplo ruim”. A apresentadora riu e o advogado fez sua colocação. A intervenção do advogado mudou o tom da discussão, deixando mais tranqüilo o clima entre os participantes. Alguns minutos depois, o economista e a advogada voltaram a insistir no assunto iniciado minutos antes e concluíram suas falas, referindo-se um ao outro ainda com um pouco de hostilidade:

Sara: “Eu espero que a sociedade evolua de um modo que as crianças aprendam na escola quais são os direitos básicos com o consumidor. Quer dizer, vá ao supermercado, ou que a escola se reformule de modo a educar esse pequeno consumidor, não é porque consome uma quantia importante, ele manda na vontade do pai por que ele quer aquele produto, ele quer, enfim, então que faça isso já na escola desde pequeno de uma forma consciente. Nós vamos chegar lá, professor, se Deus quiser! Mas enquanto isso vamos aí prestigiar as ferramentas que temos, uma delas é o Código de Defesa ao Consumidor e os órgãos que protegem o consumidor.”

Renato: “Mas a questão fundamental, Roberta, é o problema do conhecimento, da informação, que só vem com educação, com leitura, com estudo, com observação. (...) Por que até hoje nos currículos escolares na educação infantil, do fundamental, do ensino médio, não se colocou a promoção de tributos, de comércio, de contratos de finanças? Tudo isso vai abrigar o que a doutora Sara propõe. Porque ao consumidor não adianta só ensinar questões ligadas ao consumo, porque tudo isso está ligado a comércio, a contratos, a tributos, a

finanças, esse conjunto cobre isso. Isso deveria fazer parte da nossa educação desde o primeiro momento em que pisamos em qualquer banco escolar. E essa é uma intriga minha. Aliás, eu escrevi um livrinho por causa disso, quer dizer, coloco isso lá, então, por isso. E nesse ponto estamos todos de acordo. Porque senão formaremos um adulto ignorante e aí temos que ficar paternalisticamente tentando proteger esse adulto da sua própria ignorância, e isso é uma guerra meio perdida”.

Como se pode perceber, apesar do tom de hostilidade entre os dois, a insistência foi amenizada com a frase de conciliação do economista “e nesse ponto estamos todos de acordo” na última fala dele no final do programa.

## CONCLUSÃO

As mulheres têm o domínio do saber. Em tempos de pós-modernidade as mulheres ocupam os espaços de elaboração e transmissão da cultura, porém ainda se confrontam com os discursos estereotipados que são disseminados nos meios de comunicação de massa. Estes são terrenos de negociação e luta. Vimos que não é fácil para as mulheres garantir esse espaço, mas elas – e eu – estamos nos empenhando para nos expressar.

Esta pesquisa mapeou as estratégias de comunicação presentes nos discursos transmitidos ao ouvinte a partir da interação de especialistas homens e mulheres presentes nos cinco programas “CBN Debate” escolhidos. Os especialistas convidados usaram ferramentas lingüísticas próprias para falar sobre os assuntos propostos e juntos produziram um discurso resultante da interação comunicativa entre eles. Certamente cada ouvinte absorveu este conteúdo de uma maneira diferente, dependendo de seus próprios elementos lingüísticos e sua própria visão de mundo.

A imagem da mulher do século XXI é complexa e não são algumas poucas análises que vão conseguir defini-la. Porém, arrisco dizer que a mulher pós-moderna está decidida a quebrar os estereótipos e, para isso, estabelece estratégias para também conseguir mostrar seu conteúdo intelectual, sua visão de mundo. Constatei que há poucas diferenças nas estratégias usadas por homens e mulheres para se comunicar em um espaço público como o rádio. Os convidados dos programas são pessoas estimuladas a dar suas opiniões em público, são profissionais confiantes e que não temem – ou parecem não temer – a exposição pública. Vimos a auto-afirmação feminina em todos os programas observados.

Apesar desta dissertação ter trabalhado as falas públicas de apenas dez homens e dez mulheres (e, obviamente, 20 pessoas não são uma amostra estatisticamente viável para uma generalização), as conclusões retratam a interação comunicacional das mulheres e dos homens que estão em plena atividade profissional e aceitam expor suas idéias ao mundo, estando sujeitos às críticas externas. No recorte deste trabalho, o foco está em programas de rádio, mas podemos transpor esta situação para cenas cotidianas, como uma conversa informal na rua, uma aula na universidade, uma

discussão no trânsito ou um discurso numa conferência. As conversas são negociações em que tentamos nos fazer entender, divulgamos nosso posicionamento sobre quase tudo e até tentamos convencer os outros com nosso ponto de vista.

Esta é uma pesquisa de gênero e comunicação no rádio. Uma das primeiras perguntas que me fiz ao delinear o objeto de pesquisa, durante um confronto de idéias com um dos meus professores, foi: “será que o gênero do debatedor convidado do programa vai ser fundamental na análise das estratégias de comunicação?” Depois de muitos meses de trabalho digo que a resposta é “sim”. O gênero é o fio condutor desta dissertação. Em um mundo entendido como um conjunto de discursos em que se constróem sentidos, temos a pluralidade dos gêneros feminino e masculino e as manifestações de relações de poder entre os gêneros.

Vimos na literatura apresentada nesta dissertação que atualmente a idéia mais comum que se faz de um estudo de gênero é de ser um estudo da mulher. Joan Scott (1995) faz esta constatação. Nesta pesquisa, levei em consideração o alerta de Françoise Héritier, quando ela diz que é preciso ter cuidado em estudos de relações de gênero para não enfatizar demais um gênero em detrimento do outro, esquecendo assim das experiências de ambos. Ela defende que o indivíduo não pode ser pensado sozinho porque ele só existe em relação ao outro e a relação social passa a existir a partir da interação entre dois indivíduos. Esta também é a linha de pensamento da antropóloga britânica Marilyn Strathern (2006):

argumentar que o que acontece para as mulheres como mulheres é função do que acontece para os homens como homens não significa postular que os interesses das mulheres são relativos aos dos homens ou subsumidos por estes últimos, mas que nenhum deles pode ser entendido sem compreender a relação entre ambos (p. 70).

Portanto, pesquisar gênero não é somente falar sobre as diferenças. Penelope Eckert e Sally McConnell-Ginet afirmaram: “*Separating gender from the other aspects of social life cannot be accomplished with a blunt instrument – and often as not it cannot be accomplished with the sharpest scalpel either*” (2003, p. 90). O gênero também se manifesta nas similaridades entre homens e mulheres e é construído em uma

experiência de vida que integra a profissão, os *hobbies*, a raça, a classe, o status da família e todas as outras experiências que compõem a vida (p. 89).

Tentei, portanto, fugir de mais uma visão “essencialista” de gênero, evitando a oposição binária entre homens e mulheres. A escolha do conceito de língua como discurso reforçou o entendimento do papel dos especialistas que são convidados a participar dos programas de rádio analisados nesta pesquisa. Através da linguagem, que “nos possibilita interpretar as realidades que percebemos no mundo e assim elaborar nossas verdades sobre ele” (JORDÃO, 2007, p. 21), os especialistas passam suas visões de mundo para que os ouvintes tirem suas próprias conclusões e se apoderem de suas verdades.

Nesta pesquisa constatamos que homens e mulheres se expressam e usam recursos de comunicação semelhantes para se fazer entender, mas há também características próprias de cada gênero em algumas estratégias. Estas características são socialmente construídas. As semelhanças na linguagem contribuem, sem dúvida, para o entendimento entre homens e mulheres. E as diferenças ressaltam as características específicas de cada olhar de mundo.

Como bem explica Deborah Tannen, o paradoxo da comunicação está na circulação das mensagens contraditórias, no sentido de que o que é dito para igualar anula as diferenças ao mesmo tempo em que o que é dito para ressaltar as diferenças fere as semelhanças (1996, p. 29). O poder está nas palavras, no silêncio, no estilo de comunicação e nos recursos usados para se fazer entender. Neste jogo, marca ponto quem consegue elaborar e transmitir um pensamento com habilidades que garantam a fluidez e absorção do conteúdo pelo receptor.

Eni Puccinelli Orlandi diz que “o homem está ‘condenado’ a significar” (1995, p. 31). Tudo o que dizemos tem que fazer sentido e tem que ter algum significado. Vimos que há muito tempo as mulheres se empenham para serem ouvidas e para que suas palavras signifiquem. Para a mulher ter voz e ser ouvida ela se apropriou de um estilo de comunicação que já era de domínio masculino. Me surpreendi positivamente ao constatar que não poderia incluir nenhuma categoria de análise mais sentimental ou emocional nesta pesquisa porque simplesmente não houve clara demonstração de sentimento como uma estratégia de comunicação. Surgiram, sim, sinais de raiva,

indignação, alegria e empolgação durante as falas, mas como elementos complementares das estratégias. Mulheres e homens tiveram argumentações lógicas e demonstraram os sentimentos de uma maneira comedida. Será que é porque mostrar os sentimentos é sinal de fraqueza? Ouvi isso durante minha formação profissional e continuo ouvindo frases parecidas, com as quais particularmente não concordo.

Também ouvi muitas vezes que mulher não deixa o homem concluir uma frase, que fala em cima das palavras dele... Pelo contrário, este estudo mostra que são os homens que interrompem a fala das mulheres – o que é o mesmo que dizer que as mulheres se deixam interromper com mais facilidade do que os homens. Citei neste trabalho vários exemplos de como isto ocorreu nos debates de rádio.

Não há nenhum sinal de fraqueza nos discursos das mulheres que participaram dos programas, tanto homens quanto mulheres foram insistentes em suas colocações quando quiseram defender suas idéias. Mas de alguma maneira, em algumas situações, elas resolveram ceder ao serem interrompidas e deixaram que a palavra ficasse com um colega do programa.

As mulheres não falam mais do que os homens. Ponto final. Se esta pesquisa servir como um instrumento de divulgação somente desta constatação já me sinto gratificada. Não encontrei nenhuma pesquisa brasileira que tenha medido o tempo de fala de homens e mulheres. As pesquisas norte-americanas se baseiam em observações de conversas entre estudantes e apontam que o homem é mais falante – constatação desta pesquisa também. Aqui, não medi o tempo com precisão de cronômetro, mas contei toda intervenção masculina e feminina e os homens tiveram mais iniciativas de pedir a palavra e quando conseguiram falaram por mais tempo do que a mulher. Em outras palavras, os homens se inserem nas conversas com mais facilidade e conseguem ocupar mais tempo com seu conteúdo. Como escreve Orlandi, “todo sentido é capaz de silêncio” (p. 173) e há situações em que precisamos avaliar “o que é preciso não dizer para dizer” (p. 174).

No contexto desta pesquisa, as mulheres construíram algumas estratégias para serem ouvidas. Elas fizeram mais declarações de vínculo pessoal do que os homens, ou seja, pediram – indiretamente –, ao falar o nome das pessoas presentes e expor a relação de amizade ou coleguismo com esta pessoa, a atenção e o apoio dos

convidados dos programas. Apesar de não ter sido uma estratégia recorrente nas falas, a humildade, quando usada, foi mais freqüente nas falas das mulheres. Talvez por se tratar de mulheres reconhecidas em suas áreas profissionais e que estão acostumadas a dar entrevistas em meios de comunicação, a humildade foi usada como uma tática de polidez, para que não se passasse uma idéia de superioridade.

Neste mesmo sentido em que a mulher escolheu a humildade, o homem preferiu usar palavras nas formas diminutivas. Esta constatação me surpreendeu porque até então eu não percebia o uso do diminutivo pelos homens; somente pelas mulheres. Desde o mapeamento deste recurso nesta pesquisa, passei a observar mais atentamente as falas públicas masculinas e ouvi muitos sufixos “inho” e “inha” vindos dos homens. Como diz Susan Bordo, conforme viabilizamos outras formas de saber passamos a enxergar melhor nossa cultura.

Outra surpresa foi quando ao uso dos verbos no futuro do pretérito (gostaria, queria, diria, etc.) como uma estratégia indireta e polida de expressão. Eu também percebia somente nas mulheres esta flexão verbal. Porém, nos debates observados, o futuro do pretérito estava presente nas frases articuladas por homens e mulheres.

Três formas de expressão foram mais marcantes nas mulheres do que nos homens: o elogio, a risada e a polidez. Ao elogiar os (as) colegas presentes nos programas de debates no rádio ou os (as) ouvintes que participaram, as mulheres mostraram generosidade. Não verifiquei nenhum elogio “em vão”, daquele que é dito somente para agradar quem o está ouvindo. E as mulheres teceram elogios para ambos os gêneros.

As mulheres também riram mais do que os homens. Para chegar a esta afirmação precisei ouvir inúmeras vezes os trechos dos programas em que os risos se destacavam, porque como a apresentadora do programa é uma mulher, o riso dela poderia estar fazendo coro com os das convidadas e isto afetaria minha observação. Verifiquei, sim, que a apresentadora estava rindo junto com seus convidados; e que na maioria dos episódios de risos coletivos a risada feminina teve mais força. Ou seja, as mulheres riram mais vezes do que os homens e riram juntas. Talvez seja o efeito contagiante da risada. Daniel Goleman (2006), autor do livro “Inteligência Social”, diz:

“O riso pode ser a menor distância entre dois cérebros, uma forma de contágio que desenvolve um elo imediato” (p. 52).

A polidez feminina esteve presente nestes cinco programas de debates mesmo quando as discussões ficaram mais pesadas e as mulheres precisaram alterar o tom de voz para se fazer ouvir. Todas as vezes em que houve divergência de opinião nos debates, os tons das vozes se alteraram para mais alto do que o habitual. Nunca na minha experiência profissional presenciei gritos durante um programa de entrevistas em grupo. Por ser uma experiência pública, normalmente o comportamento do entrevistado é mais polido do que em situações mais intimistas. Nenhuma palavra rude ou grosseira foi pronunciada por uma mulher nos programas analisados nesta pesquisa.

Os homens usaram com mais frequência o recurso do argumento de autoridade, citando pessoas renomadas mundialmente e fazendo referência aos próprios colegas presentes nos debates ou à apresentadora do programa, a autoridade máxima naquela situação. Ao se apoiar em saberes publicamente reconhecidos, por um lado há o reconhecimento da autoria daquele saber, e por outro há a exibição de conhecimento adquirido. Ao citar durante suas falas os colegas de mesa, os homens demonstraram reconhecer o conhecimento de cada um e conseguiram mais atenção dos demais. Esta estratégia de comunicação é eficaz porque quando alguém ouve o outro falar o seu nome, imediatamente tem a atenção “fisgada” pela fala do outro.

Tanto homens como mulheres fizeram referências às diferenças de gênero, porém as mulheres citaram casos do seu próprio gênero, enquanto os homens fizeram colocações preconceituosas em relação a atividades que eles consideram femininas, como cozinhar para o marido. Os homens foram mais provocativos do que as mulheres durante as argumentações de suas idéias, mas não percebi a intenção de provocar quando os exemplos estereotipados da figura feminina surgiram. Pareceu que tais afirmações preconceituosas fazem parte do conteúdo interno do participante do programa que aflorou durante uma explicação relacionada à sua atividade profissional.

Acredito que o comportamento público em um programa de rádio verificado nesta pesquisa se reproduz no cotidiano entre gêneros, porém, é importante deixar claro que trabalhei com alguns estudos de caso e que não pretendi defender a possibilidade de generalizar a partir deles.

Considero relevante ressaltar que, mesmo na posição de pesquisadora, não há como negar minha condição feminina. Entretanto, busquei a isenção na leitura das obras escolhidas, na observação dos programas e na análise das falas. A formação jornalística me ajudou neste exercício de distanciamento. Tenho também o desejo e esperança de que esta pesquisa seja reconhecida pelo seu valor teórico geral e não como um conhecimento exclusivo para mulheres, somente porque foi feita por uma mulher.

Este é um campo de pesquisa a ser explorado. Ainda há pouco referencial teórico, principalmente produzido no Brasil ou traduzido para a língua portuguesa. Com este trabalho espero contribuir para as discussões de gênero nos meios de comunicação.

A escritora norte-americana Sylvia Plath termina o poema "*The Munich mannequins*", sobre as perfeitas, frias e sem cérebros manequins de Munique com o verso: "*Voicelssness. The snow has no voice*". Eu concluo esta pesquisa com a convicção de que as mulheres conseguem se comunicar com a própria voz, que não é uma "voz diferente" nem uma voz sem eco na neve. É uma voz clara e firme, como a chuva de final de tarde no verão brasileiro.

## GLOSSÁRIO DE TERMOS DO RADIOJORNALISMO

**Abertura** – Texto inicial do programa. No caso do CBN Debate, este texto normalmente apresenta o tema a ser debatido e os convidados (nome e função).

**Âncora** – Apresentador e editor do programa.

**Ao vivo** – No caso do uso nesta pesquisa é a transmissão do programa no momento em que acontece no estúdio da emissora.

**Bloco** – Parte de um programa. Os debates da Rádio CBN Curitiba têm quatro blocos de meia hora cada.

**Break** – Intervalo comercial entre os blocos do programa ou entre programas diferentes.

**Chamada** – Texto inserido nos *breaks* com o anúncio do tema do programa que vai ser apresentado. É como se fosse uma propaganda institucional do programa.

**Decupagem** – Transcrição para o papel das falas dos programas que vão ao ar.

**Encerramento** – Texto final do programa.

**Fonte** – Pessoa ou organização que fornece informações quem compõem a notícia.

**FM** – Sigla de Frequência Modulada (onda na faixa de 87,5 a 108 MHz).

**Gancho** – Fato jornalístico que serve de motivo para o enfoque de determinado assunto no programa.

**Pauta** – Roteiro dos assuntos jornalísticos escolhidos para determinado programa.

**Produção** – Trabalho de pesquisa de assuntos jornalísticos relevantes, escolha de quem pode falar sobre este assuntos (envolvidos diretamente ou especialistas que vão comentar) e marcação das entrevistas com estas pessoas.

**Rede** – Transmissão simultânea de uma programação por muitas emissoras. Esta transmissão pode ser total ou parcial.

**Repórter** – Profissional, normalmente jornalista, que apura e faz a redação dos fatos.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADELMAN, Miriam. O gênero na construção da subjetividade: entendendo a “diferença” em tempos pós-modernos... In: ADELMAN, Miriam; SILVESTRIN, Celsi B (organizadoras). **Coletânea Gênero plural**. Curitiba: Editora UFPR, 2002.

\_\_\_\_\_. **A voz e a escuta**: encontros e desencontros entre a teoria feminista e a sociologia contemporânea. Tese de doutorado na Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis: 2004.

BAKHTIN, Mikhail. **Marxismo e filosofia da linguagem**. São Paulo: Editora Hucitec, 2004.

BARROS FILHO, Clóvis. A construção social da voz. In: KYRILLOS, Leny (organizadora). **Expressividade** – da teoria à prática. Rio de Janeiro: Revinter, 2005.

BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Editora Perspectiva, 2005.

BORDO, Susan. **A feminista como o Outro**. Revista de Estudos Feministas [on line]. Florianópolis: UFSC. Volume 8, nº 1, jan/jun, 2000. Disponível em <http://portalfeminista.org.br/REF/PDF/v8n1/Bordo> .

BORREGO, Maria Cristina de Menezes. Expressividade no rádio. In: KYRILLOS, Leny (organizadora). **Expressividade** – da teoria à prática. Rio de Janeiro: Revinter, 2005.

BROWNMILLER, Susan. **Femininity**. New York: Linden Press/Simone & Schuster, 1984.

BUTLER, Judith. **Problemas de gênero**: feminismo e subversão da identidade. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

CANETTI, Roberta. Entrevista concedida, por e-mail, a Michelle Thomé em 20 de fevereiro de 2008.

CICOUREL, A. Teoria e método em pesquisa de campo. In: GUIMARÃES, A. (org.) **Desvendando máscaras sociais**. Rio de Janeiro: Livraria Francisco Alves Editora S.A, 1980.

COELHO, Nelly Novaes. **A emancipação da mulher e a imprensa feminina** (séc. XIX – séc. XX). São Paulo: Kaplus [on line], edição 28, 2001. Disponível em [www.kaplus.cosmo.com.br](http://www.kaplus.cosmo.com.br)

COTES, Cláudia. A expressividade no telejornalismo brasileiro. In: GAMA, Ana Cristina Côrtes; KYRILLOS, Leny; FEIJÓ, Deborah. **Fonoaudiologia e telejornalismo**. Rio de Janeiro: Revinter, 2005.

ECKERT, Penelope; MCCONNELL-GINET, Sally. **Language and gender**. Cambridge: Cambridge University Press, 2003.

ECO, Umberto. **Apocalípticos e integrados**. São Paulo: Editora Perspectiva, 1993.

ERGAS, Yasmine. O sujeito mulher. O feminismo dos anos 1960-1980. In: DUBY, Georges; PERROT, Michelle (organizadores). **História das mulheres no Ocidente**. Volume V: O século XX. Porto: Edições Afrontamento; São Paulo: Ebradil, 1991.

GILLIGAN, Carol. **Uma voz diferente**. Rio de Janeiro: Editora Rosa dos Tempos, 1982.

GOLDENBERG, Mirian; TOSCANO, Moema. **A revolução das mulheres** – um balanço do feminismo no Brasil. Rio de Janeiro: Revan, 1992.

KYRILLOS, Leny Rodrigues. Voz – conhecer para melhorar. In: KYRILLOS, Leny Rodrigues (organizadora). **Fonoaudiologia e telejornalismo**. Rio de Janeiro: Revinter, 2003.

FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**. São Paulo: Edições Loyola, 2006.

\_\_\_\_\_. **A arqueologia do saber**. Rio de Janeiro: Forense, 1986.

GOFFMAN, Erving. **Forms of talk**. Pennsylvania: University of Pennsylvania Press, 1981.

Goleman, Daniel. **Inteligência social**: o poder das relações humanas. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

GOMES, Isaltina Maria de Azevedo Mello. **Estética em revistas dirigidas ao público feminino** - aspectos textuais e discursivos. Brasília, Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2006.

Disponível em <http://reposcom.portcom.intercom.org.br/dspace/handle/1904/19770>.

GROSSI, Miriam. P. **Identidade de gênero e sexualidade**. Antropologia em Primeira Mão, Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina, Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social, 1998.

HALL, Stuart. **Da diáspora**: identidades e mediações culturais. Belo Horizonte: Editora UFMG: Representação da Unesco no Brasil, 2003.

HÉRITIER, Françoise. De Aristóteles aos Inuit – A construção provada do gênero; O sangue do guerreiro e o sangue das mulheres – controle e apropriação da fecundidade. In: **Masculino feminino**: o pensamento da diferença. Lisboa: Instituto Piaget, 1996.

HIGONNET, Anne. Mulheres, imagens e representações. In: DUBY, Georges; PERROT, Michelle (organizadores). **História das mulheres no Ocidente**. Volume V: O século XX. Porto: Edições Afrontamento, 1991.

HIRATA, Helena. **Tecnologia, formação profissional e relações de gênero no trabalho**. Revista Educação & Tecnologia [on-line]. Curitiba: Cefet-PR. Volume 6, nº 1, maio, 2004.

IBSEN, Henrik. **Casa de bonecas**. São Paulo: Editora Veredas, 2004.

JORDÃO, Clarissa Menezes. **As lentes do discurso**: letramento e criticidade no mundo digital. Campinas: Trab. Ling. Aplic., jan./jun. 2007

JUNG, Milton. **Jornalismo de rádio**. São Paulo: Contexto, 2004.

LAURETIS, Teresa de. A Tecnologia do Gênero. In: HOLANDA, Heloisa Buarque (org.). **Tendências e impasses** - O feminismo como crítica da cultura. Rio de Janeiro: Rocco, 1994.

MACHADO, Lia Zanotta. Feminismo, Academia e Interdisciplinaridade. In: COSTA, Albertina de Oliveira, BRUSCHINI, Cristina (orgs). **Uma questão de gênero**. São Paulo: Rosa dos Tempos, 1992.

MARINI, Marcelle. O lugar das mulheres na produção cultural. O exemplo da França. In: DUBY, Georges; PERROT, Michelle (organizadores). **História das mulheres no Ocidente**. Volume V: O século XX. Porto: Edições Afrontamento; São Paulo: Ebradil, 1991.

MAUGUE, Annelise. A nova Eva e o velho Adão: identidades sexuais em crise. In: DUBY, Georges; PERROT, Michelle (organizadores). **História das mulheres no Ocidente**. Volume IV: O século XIX. Porto: Edições Afrontamento, 1991.

MCLUHAN, Marshall; FIORE, Quentin. **O meio são as massa-gens**. Rio de Janeiro: Record, 1969.

MICHAUD, Stéphane. Idolatrias: representações artísticas e literárias. In: DUBY, Georges; PERROT, Michelle (organizadores) **História das mulheres no Ocidente**. Volume IV: O século XIX. Porto: Edições Afrontamento, 1991.

MILLS, W. C. Do artesanato intelectual. In: **A imaginação sociológica**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1965.

NASCIMENTO, Gladimir. Entrevista concedida, por e-mail, a Michelle Thomé em 4 de junho de 2008.

NICHOLSON, Linda. Interpretando o gênero. In: **Estudos feministas**. Florianópolis: CFH/CCE, UFSC, v. 8, n.2, 2000.

ORLANDI, Eni Puccinelli. **As formas do silêncio**: no movimento os sentidos. Campinas: Editora do Unicamp, 1995.

PANICO, Adriana Campos Balieiro; FUKUSIMA, Sergio Sheiji. Confiabilidade – traços acústicos que a caracterizam e como desenvolvê-los. In: KYRILLOS, Leny Rodrigues (organizadora). **Fonoaudiologia e telejornalismo**. Rio de Janeiro: Revinter, 2003.

PASSERINI, Luisa. Mulheres, consumo e cultura de massas. In: DUBY, Georges; PERROT, Michelle (organizadores). **História das mulheres no Ocidente**. Volume V: O século XX. Porto: Edições Afrontamento; São Paulo: Ebradil, 1991.

PENNA, Antônio Gomes. **Comunicação e linguagem**. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 1970.

PRADO, Magaly. **Produção de rádio: um manual prático**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

RAMIREZ, Martha Célia. Do centro à periferia: os diversos lugares da reprodução nas teorias de gênero. In: BUARQUE DE ALMEIDA, Heloisa; et al. **Gênero em matizes**. Bragança Paulista: Edusf, 2002.

RESENDE. Vander Vieira de. **A mensageira**: uma revista literária feminina no *fin de siècle*. Schvoong [on line], 2008. Disponível em <http://pt.shvoong.com/books/1753401-mensageira>.

SANTOS, Maria Inês Detsi de Andrade. **Gênero e comunicação**: o masculino e o feminino em programas populares de rádio. São Paulo: Annablume, 2004.

SCOTT, Joan. **Gênero uma categoria útil de análise histórica**. Revista Educação e Realidade: Gênero e Educação. Porto Alegre: V.20, n.2, jul/dez, 1995.

STIER, Maria Aparecida; COSTA NETO, Benedito. Expressividade – Falar com naturalidade e técnica no jornalismo de televisão. In: KYRILLOS, Leny (organizadora). **Expressividade** – da teoria à prática. Rio de Janeiro: Revinter, 2005.

STIER, Maria Aparecida. **Estudo comparativo da voz e da narração em situações de off e de passagem de repórteres de televisão, do sexo feminino em início de carreira**. Curitiba: Monografia (Mestrado em Distúrbios da Comunicação) – Universidade Tuiuti do Paraná, 2001.

\_\_\_\_\_. **A voz como dimensão da imagem do indivíduo**. Curitiba: Monografia – Faculdades Integradas Curitiba, 2006.

STRATHERN, Marilyn. **O gênero da dádiva**: problemas com as mulheres e problemas com a sociedade na Melanésia. Campinas: Editora Unicamp, 2006.

TANNEN, Deborah. **Gender and discourse**. New York: Oxford University Press, 1996.

\_\_\_\_\_. **Talking from 9 to 5**. New York: Harper Collins, 1994.

THÉBAUD, Françoise. Introdução. In: DUBY, Georges; PERROT, Michelle (organizadores). **História das mulheres no Ocidente**. Volume V: O século XX. Porto: Edições Afrontamento; São Paulo: Ebradil, 1991.

TORRES, Maria Lúcia. Intenção comunicativa do repórter de TV. In: GAMA, Ana Cristina Côrtes; KYRILLOS, Leny; FEIJÓ, Deborah. **Fonoaudiologia e telejornalismo**. Rio de Janeiro: Revinter, 2005.

WILLIAMS, Raymond. **Cultura e sociedade**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1969.

\_\_\_\_\_. **Cultura**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.

#### SITES CONSULTADOS

AGÊNCIA BRASIL. Disponível em

<http://www.agenciabrasil.gov.br/noticias/2007/08/29/materia.2007-08-29.6965420720/view>

Acesso em 30/08/2007.

KPLUS. Disponível em [www.kplus.com.br](http://www.kplus.com.br)

Acesso em 2/08/2008.

PENELOPE ECKERT. Disponível em <http://www.stanford.edu/~eckert/index.html>

Consultado em 31/12/2007.

REVISTA ÉPOCA. Disponível em

<http://revistaepoca.globo.com/Epoca/0,6993,EPT546336-1666-1,00.html>

Acesso em 18/08/2007.

REVISTA VEJA. Edição especial “Mulher” de maio de 2006. Disponível em

[http://veja.abril.com.br/especiais/mulher\\_2006/p\\_046.html](http://veja.abril.com.br/especiais/mulher_2006/p_046.html)

Acesso em 18/08/2007.

REVISTA VEJA. Edição especial “Mulher” de agosto de 2002. Disponível em

[http://veja.abril.com.br/especiais/mulher2/p\\_038.html](http://veja.abril.com.br/especiais/mulher2/p_038.html)

Acesso em 02/08/2008.

SHVOONG. Disponível em <http://pt.shvoong.com/books/1753401-mensageira>

Acesso em 02/08/2008.

TVE BRASIL. Disponível em

[http://www.tvebrasil.com.br/observatorio/arquivo/principal\\_050308.asp](http://www.tvebrasil.com.br/observatorio/arquivo/principal_050308.asp)

Acesso em 3/06/2008.

UBIRATAN LUSTOSA. Disponível em <http://www.ulustosa.com>

Acesso em 20/02/2008.

UNIVERSAL TEACHER. Disponível em

<http://www.universalteacher.org.uk/lang/gender.htm>

Acesso em 19/08/2007.

WIKIPEDIA. Disponível em [http://en.wikipedia.org/wiki/Mary\\_Marvin\\_Breckinridge](http://en.wikipedia.org/wiki/Mary_Marvin_Breckinridge)

Acesso em 21/02/2008.