

# Representações de mulheres no quadro *Mulheres Papáveis* do programa *Pânico na Band*

## *Women's representations in the "Mulheres Papáveis" on "Pânico na Band", a television program*

Aline Maria Ulrich Bloedow<sup>1</sup>  
Bianca Salazar Guizzo<sup>2</sup>

### Resumo

Nesse ensaio são problematizadas representações de mulheres participantes do quadro *Mulheres Papáveis*, do programa humorístico televisivo *Pânico na Band*, tomando-o aqui como uma Pedagogia Cultural, ou seja, como um artefato que educa e produz efeitos sobre os sujeitos. Tomamos como aportes teóricos os Estudos Culturais e os Estudos de Gênero de viés pós-estruturalista, valendo-nos também de algumas contribuições de Michael Foucault, Sírio Possenti e Slavutzky. Nesse sentido, colaborarão para esse estudo os conceitos de representação, gênero, discurso e humor. Consideramos que, através do humor, o quadro veiculado põe em circulação vários significados sobre como as mulheres são vistas na sociedade brasileira. Destacamos que o quadro veicula representações de mulheres objetos sexuais dos homens e de mulheres como mercadoria para o consumo masculino e que há condições de possibilidade em nossa sociedade para que isso aconteça. Salientamos a necessidade de problematizar as atuais pedagogias culturais junto aos estudantes nos variados níveis de ensino, dado o caráter educativo das mesmas.

**Palavras-chave:** Representação. Gênero. Discurso. Humor.

### Abstract

In this article, women's representations participating in the "Mulheres Papáveis" are problematized as an artifact that educates and produces effects on the subjects, i.e., the

---

<sup>1</sup> Mestranda em Educação do Programa de Pós-Graduação em Educação da Universidade Luterana do Brasil - PPGEDU/ULBRA, bolsista Fapergs/Capes, especialista em Psicopedagogia Institucional (UNICID), licenciada em Letras (ULBRA), professora da educação básica no Rio Grande do Sul.

<sup>2</sup> Professora adjunta do Programa de Pós-Graduação em Educação da Universidade Luterana do Brasil - PPGEDU/ULBRA. Doutora em Educação (UFRGS).  
Contato: bguizzo\_1@hotmail.com

television comedy program “Pânico na Band” is understood here as a Cultural Pedagogy. We take as theoretical studies Cultural Studies and Gender Studies post-structuralist, also by relying on some contributions from Michael Foucault, Sirio Possenti and Slavutzky. In this sense, cooperate in this study the concepts of representation, gender, discourse and mood, we believe that through humor the picture conveyed puts into circulation several meanings on how women are seen in Brazilian society. We emphasize that “Mulheres Papáveis” shows women as sexual objects of men and women as a commodity for male consumption, but there are conditions of possibility in our society that contribute for this kind of women representation. We emphasize the need to problematize the current cultural pedagogies with students in various levels of education, given the educational nature of the same.

**Keywords:** Representation. Gender. Discourse. Humor.

## Introdução

Nas sociedades contemporâneas, são muitos os artefatos que disputam o poder de educar e produzir efeitos sobre os sujeitos. Tais artefatos (dentre os quais damos destaque aos midiáticos) possibilitam discutir a respeito da constituição de nossas identidades. Os campos teóricos aqui adotados – os Estudos Culturais e os Estudos de Gênero, especialmente aqueles que se alinham à perspectiva pós-estruturalista de análise – consideram que nossas identidades são forjadas e formadas na cultura, pela disputa constante de poder. Dessa forma, tais perspectivas teóricas fornecem ferramentas para a análise de artefatos e acontecimentos que permeiam as arenas culturais e educacionais e que possuem grande relevância na produção de identidades.

No presente estudo, procuramos apresentar como determinadas representações de feminilidades, construídas e reiteradas diariamente através das mais diversas pedagogias culturais, ecoam e circulam como verdades no quadro “Mulheres Papáveis”, do programa humorístico televisivo *Pânico na Band*. Cabe ressaltar que a noção de pedagogia por nós utilizada não se limita às instituições de ensino; ela acontece em diversos espaços sociais e culturais nos quais saberes são construídos e experiências são interpretadas, daí o conceito de Pedagogia Cultural. Assim, os/as professores/as do século XXI não são simplesmente aqueles/as que atuam no sistema escolar, mas, como refere Giroux (1995, p. 156), eles/as também são “os/as agentes culturais hegemônicos que medeiam as culturas públicas da publicidade, [da televisão], das entrevistas de rádio, dos *shoppings centers* e dos conjuntos de cinemas” (acréscimo nosso).

## 1 Breve descrição do programa e do quadro

O programa *Pânico* vem sendo objeto de estudo acadêmico principalmente pelo viés da Comunicação. Conforme Rauth (2006) e Bonaccio e Silva (2010), o referido programa surgiu na rádio Jovem Pan, em 1993, criado por Emílio Surita e Antonio Augusto Amaral de Carvalho, presidente da Rádio Jovem Pan FM nesse período. Inicialmente voltado a adolescentes, a fim de discutir temas atuais, como gravidez na adolescência ou drogas, logo assumiu um caráter inusitado, descontraído, com falta de seriedade, sendo marcado por fazer os ouvintes que ligavam para a rádio (e demais participantes do programa) passarem por grandes constrangimentos. Continua sendo transmitido via rádio, na emissora Jovem Pan FM, de segunda a sexta, das 12h às 14h. Descrito como líder de audiência no Brasil durante anos, sempre traz humor, entrevistas, convidados e um ouvinte “Robert” (ouvinte que se inscreve para ser integrante do Pânico por um dia)<sup>3</sup>.

Ainda segundo Bonaccio e Silva (2010), em 28 de setembro de 2003, estreou na televisão, na RedeTV!, o *Pânico na TV*, exibido das 18h30 às 20h, aos domingos. Manteve parâmetro idêntico ao do rádio, continuando com Emílio Surita sendo o chefe da equipe, formada por Bola (Marcos Chiesa), Carioca (Márvio Lúcio), Mendigo (Carlos Alberto da Silva), Zé Fofinho (Vinícius Vieira), Ceará (Wellington Muniz), Japa (Marcos Aguenta), Repórter Vesgo (Rodrigo Scarpa) e pela ex-BBB (Big Brother Brasil), Sabrina Sato.

Já em 2012, após negociações entre a emissora Bandeirantes e a direção do *Pânico na TV*, em 1º de abril, estreou o *Pânico na Band*, que vem sendo exibido aos domingos, às 21h, obtendo a maior audiência da grade de programação da empresa (média de sete pontos na semana de 23 a 29/09/2013 em São Paulo) e alcançando liderança<sup>4</sup> em alguns domingos. A classificação etária atual é de 14 anos. Em 2013 e 2014, o comando do programa continua a cargo de Emílio Surita (o apresentador). Fazem parte da equipe<sup>5</sup> os seguintes humoristas e repórteres: Márvio Lúcio (Carioca), Wellington Muniz (Ceará), Rodrigo Scarpa

---

<sup>3</sup> Informações do site <<http://jovempanfm.virgula.uol.com.br/jovempan/programa.php?cod=4>>. Acesso em 14 out. 2013.

<sup>4</sup> De acordo com dados do IBOPE, divulgados nos sites <<http://www.ibope.com.br/pt-br/conhecimento/TabelasMidia/audienciadetvsp/Paginas/TOP-5-SÃO-PAULO-SEMANA-39.aspx>> e <<http://paniconaband.band.uol.com.br/blog-post/100000587130/Panico-na-Band-alcanca-primeiro-lugar-no-ibope.html>>. Acesso em 14 out. 2013.

<sup>5</sup> Informações sobre os integrantes do programa constam no site <[http://pt.wikipedia.org/wiki/P%C3%A2nico\\_na\\_Band](http://pt.wikipedia.org/wiki/P%C3%A2nico_na_Band)>. Acesso em 19 out. 2013.

de Castro (Vesgo), Amanda Ramalho (Amandinha), Eduardo Sterblitch (Edu), Guilherme Santana (Gui Santana), Evandro Santo (Christian Prior), Marcelo Picon (Bolinha), Marcelo Zangrandi (Marcelinho Ié Ié), Daniel Zukerman (O Impostor e Tucano Huck), Daniel Peixoto (Alfinete), Dionnes Lima (O Inconveniente 2), Eros Prado (O Inconveniente) e Pedro Moura (Pedrinho). As musas do programa são Sabrina Sato<sup>6</sup> – que deixou a emissora Bandeirantes em dezembro de 2013 – e Nicole Bahls; e as “panicats” são Renata Molinaro Silva (Renatinha), Ana Caroline Dias (Carol Dias) e Barbara Muniz (Babi Muniz). O programa caracteriza-se por ser destinado a jovens, apresentar reportagens exclusivas e esquetes de humor, fazer a cobertura de eventos e festas animadas.

No quadro “Mulheres Papáveis”, que foi ao ar em 13 de março de 2013, dois repórteres do programa – Rodrigo Scarpa (Vesgo) e Daniel Zukerman (Tucano Huck) – vão a uma praia do Rio de Janeiro para realizar a escolha das mulheres “papáveis”. Lá, eles entrevistam algumas mulheres, fazem brincadeiras, elas se apresentam como candidatas ao título de “Mulher Papável”, é feito um “conclave” por meio da votação de homens que frequentam a praia naquele momento e, por último, os repórteres soltam fumaça branca para as mulheres eleitas “papáveis” e fumaça preta para as consideradas “não papáveis”. Na mesma data, havia sido anunciado o resultado do Conclave da Igreja Católica para escolha do 266º Papa da Igreja Católica e atual chefe de estado do Vaticano, o Papa Francisco, Jorge Mario Bergoglio, sucedendo o Papa Bento XVI, que abdicou do papado em 28 de fevereiro de 2013.

## 2 O *corpus* e sua análise

Constituem o *corpus* dessa análise tanto o texto escrito (expresso na transcrição das falas das participantes e do elenco do programa) quanto o texto imagético (expresso nas capturas de tela feitas por nós). Organizamos a discussão tomando por base os trechos do quadro “Mulheres Papáveis”, na ordem em que foram ao ar.

---

<sup>6</sup> Informação do *site* <<http://ego.globo.com/televisao/noticia/2013/12/apos-dez-anos-sabrina-sato-deixa-o-panico-obrigada-sempre.html>>. Acesso em 24 jun. 2014.

## 2.1 O início do programa do dia 13 de março de 2013



www.google.com.br

EMÍLIO - Vamos começar esse programa de hoje, na semana do Papa, com “Mulheres Papáveis”. Alô! Alô! [assovios]

EMÍLIO - Sabrina, a Sabrina é um bom exemplo de mulher... A Sabrina é um bom exemplo de mulher papável! [risos de Emílio e foco da câmera para o corpo de Sabrina] Aqui está, você poderia chamar as nossas papáveis? [risos da Sabrina]

SABRINA - Gente, vamos agora conhecer as mulheres papáveis... [fortes risadas do Bola]

O início do quadro mostra a interação entre o apresentador-chefe do programa e sua colega, Sabrina Sato, permitindo-nos questionar quais representações femininas Emílio recria ao chamá-la de “um bom exemplo de mulher papável” e que autorização tem para isso, mediante a anuência e os risos tanto de Sabrina quanto de outros integrantes do programa e os aplausos da plateia. Cabe pontuar que se trata de um quadro humorístico, e essa condição de uso do humor possibilita a expressão de certos enunciados não adequados para muitas ocasiões, incluindo os considerados tabus, como Slavutzky (2014, p. 86) aponta: “um dos segredos do humor é que ele pode se aproximar do tabu. O tabu é proibido, algo que se deve evitar, ou ser tratado com cautela [...]”. Nesse caso, por se tratar de humor, não se poderia considerar a expressão “mulher papável”, referida à Sabrina Sato, no mínimo desrespeitosa, nem a brincadeira do quadro que envolve a religião católica. Slavutzky (2014, p. 34) afirma também que o humor permite uma “visão que escarnece até do sagrado, que mobiliza o amor, o ódio, o erotismo e a agressividade. Proporciona prazer a uns e aflige a outros na sua crítica”. Essa autorização que o humor tem para a livre expressão sobre

praticamente todos os assuntos vai de encontro ao que Foucault (1970, p. 02) afirma:

Suponho que em toda a sociedade a produção do discurso é simultaneamente controlada, selecionada, organizada e redistribuída por certo número de procedimentos que têm por papel exorcizar-lhe os poderes e os perigos, refrear-lhe o acontecimento aleatório, disfarçar a sua pesada, temível materialidade. É claro que sabemos, numa sociedade como a nossa, da existência de procedimentos de *exclusão*. O mais evidente, o mais familiar também, é o *interdito*. Temos consciência de que não temos o direito de dizer o que nos apetece, que não podemos falar de tudo em qualquer circunstância, que quem quer que seja, finalmente, não pode falar do que quer que seja.

A expressão “papável” vem acompanhada de conotação sexual, tendo em vista a maneira como foi enunciada, a focalização da imagem no corpo da apresentadora, os assovios e risos em geral. Essa significação se confirma na sequência do quadro, como será visto adiante neste texto. Emílio, na condição de masculinidade em que se apresenta e é reconhecido pelo público, emite uma opinião sobre Sabrina, reativando representações de feminino como objetos de consumo masculinos. Ao observar a reação de Sabrina, percebe-se que não é permitida a sua possível discordância quanto à adjetivação recebida, dentre outros motivos, pelo fato de se tratar de uma situação humorística e pela voz masculina que Emílio representa numa cultura marcada pelo gênero, como a brasileira. Aparece no quadro a lugarização marcada pelo gênero, entre Emílio e Sabrina, o que precisa ser posto em xeque, não reiterado. De acordo com Louro (2000, p. 16):

[...] o conceito de gênero deveria permitir a *desconstrução* da oposição binária masculino/feminino. [...] na nossa forma usual de compreender e analisar as sociedades empregamos um pensamento polarizado sobre os gêneros; ou seja, frequentemente, nós concebemos homem e mulher como polos opostos que se relacionam dentro de uma lógica invariável de dominação-submissão.

Mesmo após inúmeras conquistas dos movimentos feministas na sociedade brasileira, há ainda muitas distinções nas práticas cotidianas entre homens e mulheres. Conforme Possenti (2006, p. 148), atualmente, não

há muitas contestações ao afirmar que “a mulher mudou” ou que “a vida da mulher mudou”, notando-se que as principais mudanças ocorreram nos campos da sexualidade e profissional. Porém, “discursos antigos permanecem” e a publicidade e o humor talvez sejam duas áreas que mais colaboram para manter ou retomar posições antigas. Essa memória é posta novamente em circulação em situações como a do quadro em questão. Emílio é quem comanda o programa e é homem, por isso, teria “autoridade” para referir-se à colega daquela maneira.

Destacamos, ainda, a potencialidade da linguagem que constitui as mais diversas representações de tudo o que há, pois Emílio também dissera “[estamos] na semana do Papa”, referência que tenta, inicialmente e de certa forma, transferir o foco do quadro para o episódio do Conclave ocorrido naquela semana. Conforme Souza e Fonseca (2009, p. 601), “o enunciado não se encontra nos signos linguísticos, ele atravessa as situações discursivas, mostrando o funcionamento desse discurso cuja função enunciativa é a produção de um tipo específico de sujeito”.

## **2.2 O quadro “Mulheres papáveis” é o primeiro exibido naquele domingo**



REPÓRTER 1 - Ó Pai!

REPÓRTER 2 - Eterno, Inefável...

REPÓRTER 1 - Criador do universo...

REPÓRTER 1 - Tivemos a eleição do Papa...

REPÓRTER 2 - Papa Francisco... [vídeo do programa do Datena sobre a eleição do Papa]

REPÓRTER 1 – Teremos uma missão com todas as mulheres... Teremos a escolha das mulheres mais papáveis aqui do Rio de Janeiro.

REPÓRTER 2 - Se a fumaça for preta, a mulher não é papável. Se for branca, Pai!, Pai!, Pai!, ela é papável. E para nos ajudar nessa matéria, vou trazer uma pessoa que entende de mulheres mais do que nós: o Rei, Doctor Rey. [o imitador do Doctor Rey aparece dando cambalhotas, abaixa o calção mostrando seu bumbum, coberto pela tarja preta da edição de imagem, com música] [...] Está no ar “Mulheres Papáveis”.

No início do quadro, os repórteres estão em uma praia do Rio de Janeiro e aparecem com vestimentas semelhantes às utilizadas pelos cardeais durante o Conclave. Conforme informações da internet<sup>7</sup>, a cor vermelha, a dita púrpura cardinalícia, também é a cor do Senado Romano e lembra o sangue derramado por Cristo. Suas batinas, barrete e mozeta (capa curta) devem ser igualmente vermelhos durante o conclave, enquanto na vida comum a batina usada é preta com botões vermelhos. Vestindo o vermelho em todo o período de “sede vacante”, os cardeais representam a Igreja até a eleição de um novo Papa. Para os cardeais, a cor púrpura é fundamental, pois lhes permite aproximarem-se do Papa simbolicamente, que usa exclusivamente duas cores: branco (batina e solidéu) e vermelho (mozeta e sapatos).

Vesgo e Tucano Huck deixam clara a relação entre a matéria que estão fazendo e o episódio da escolha do novo Papa da Igreja Católica, ocorrida entre os dias 11 e 13 de março de 2013. Há, inclusive, um vídeo de alguns segundos sobre o assunto sendo mostrado enquanto eles falam. É uma característica do programa *Pânico na Band* valer-se dos mais variados acontecimentos nacionais ou internacionais para recriarem-nos como atrações humorísticas, o que vem ao encontro do que afirma Possenti (2009, p. 226): “os textos humorísticos exploram certos fatos e também outros textos, próximos e distantes, como o fazem também outros gêneros”.

Outro aspecto importante é o nome escolhido para o quadro: “Mulheres Papáveis”. Se focarmos apenas na apresentação feita pelos repórteres,

---

<sup>7</sup> Informações sobre as vestimentas dos cardeais: <<http://www.correiobrasiliense.com.br/app/noticia/especiais/novo-papa/2013/03/11/interna-novo-papa.354062/entenda-porque-a-corpupura-e-o-simbolo-do-poder-dos-cardeais.shtml>>. Acesso em: 23 jun 2014.



pensaríamos que estavam se referindo, intertextualmente, à escolha do novo Papa. Entretanto, lembrando-nos do que dissera o apresentador Emilio à Sabrina Sato, das risadas destes, dos assovios da plateia e da focalização das câmeras no corpo de Sabrina, e atentando para os fatos subsequentes da matéria, percebe-se a conotação sexual do termo “papáveis”, no sentido de, na relação sexual entre homem e mulher, o homem “papa/come” a mulher. Comparo esse entendimento do termo a outro que Possenti (2001, p. 73) discute em um de seus artigos, no qual afirma: “do ponto de vista gramatical, a maior parte das pessoas veria aqui um trocadilho, um duplo sentido [...] e é isto que faz as piadas interessantes, há muito mais”. Aponto que esse “muito mais” pode ser a situação de eleição (na praia) pela qual passarão essas mulheres. Isso as aproxima do que houve com os cardeais, mas, por outro lado, as distancia do episódio, pois mulheres nunca poderiam ser votadas como “papáveis”, no sentido de serem candidatas ao cargo de Papa – função restritamente masculina –, restando a elas ser escolhidas para outras funções. Para Possenti (2006 b, p. 56), “a palavra produz os efeitos de sentido que produz em decorrência do discurso a que pertence tipicamente”.

### 2.3 As nádegas de uma das mulheres estão sendo medidas



REPÓRTER 1 - [enquanto gira a mulher, segurando-a pela mão] Ê mundão louco, ê que mundão. Abençoe o mundão agora!

REPÓRTER 2 - [enquanto se abaixa para olhar de muito perto as nádegas da mulher] Meu Deus, ó Pai, Eterno e Inefável!

IMITADOR DO DOCTOR REY - [enquanto põe a fita métrica em torno das nádegas da mulher] Vamos medir, né?

REPÓRTER 1 - Olha o tamanho do bumbum...

REPÓRTER 2 - Vamos ver quanto cabe no baú...

IMITADOR DO DOCTOR REY – Isso não é uma bunda, é uma máquina de churros... [risadas de todos]

Nesse ponto da matéria humorística, fica evidente a ênfase na conotação sexual que o quadro pretende dar ao termo “mulheres papáveis”, através das caracterizações sobre a mulher – “Olha o tamanho do bumbum”, “Vamos ver quanto cabe no baú”, “Isso não é uma bunda, é uma máquina de churros” – e das ações dos entrevistadores. São dois repórteres mais o convidado especial, (imitador do) Doctor Rey – “uma pessoa que entende de mulher mais do que nós” –, que vão olhando, analisando, medindo algumas mulheres que estão na praia.

De acordo com Souza e Fonseca (2009, p. 597): “Como prática social, [o discurso] é constituído por e nas relações de poder-saber e, como efeito dessas relações, institui verdades sobre o ‘sujeito’, produzindo, assim, modos de existência.” Pontuamos que a abordagem de Vesgo, Tucano Huck e do imitador do Doctor Rey começa pela análise do corpo das mulheres, as quais não são sequer perguntadas sobre seus nomes. Essa identificação só ocorre posteriormente, quando as candidatas se apresentam para o público a fim de conquistarem os votos. Um dos modos de existência marcado nesses enunciados é o de mulher que vale pelo corpo que possui. O que os repórteres procuram são mulheres que se enquadram no padrão “mulheres papáveis”, provavelmente jovens e bonitas, com nádegas avantajadas, entre outros atributos que têm recebido destaque também em outras instâncias da publicidade e das mídias em geral, não só no Brasil, como aponta Lessa (2005, p. 91):

A banalização das imagens femininas expressas na “bundalização” da mídia demonstra um grande retrocesso nas conquistas sociais e políticas das mulheres, retrocesso que atinge a todos, homens e mulheres e, deverá, portanto, ser objeto de estudos e quem sabe intervenções, mesmo que isoladas, micropolíticas.

De fato, a atenção dos repórteres se volta para o corpo, principalmente para as nádegas das mulheres, vestidas com biquínis.

## 2.4 Uma mulher passa rapidamente e é chamada pelos repórteres



REPÓRTER 1 - Ah, não, por favor, você esqueceu, filha...

REPÓRTER 2 - Você esqueceu?

REPÓRTER 1 - Você esqueceu a bunda em casa, filha?

MULHER - Tirei a bunda pra lavar!

REPÓRTER 1 - Lavou e não trouxe de volta!

Nessa cena, a mulher é chamada de “filha” – novamente, o nome não é importante – e questionada se “esqueceu a bunda em casa”, numa referência a ela não se adequar ao padrão de mulheres “papáveis” que o quadro procura. A mulher amplia a brincadeira afirmando “tirei a bunda pra lavar”, o que pode significar resistência ao padrão que os repórteres lhe impuseram. Segundo Gomes (2007, p. 26), “o discurso vai além daquilo que traduz lutas ou sistemas de dominação, também é aquilo por que e pelo que se luta”. Há outro aspecto que se faz presente nesse quadro: a heteronormatividade, pois o foco é a relação homem-mulher. Para Louro (2000, p.16):

Desconstruir a polaridade rígida dos gêneros significaria problematizar tanto a oposição entre eles quanto a unidade interna de cada um. Implicaria observar que o polo masculino contém o feminino (de modo desviado, postergado reprimido) e vice-versa; implicaria também perceber que cada um desses polos é internamente fragmentado e dividido (afinal, não existe *a mulher*; mas várias e diferentes mulheres que não são idênticas entre si, que podem ou não ser solidárias, cúmplices ou opositoras).

Consideramos que não pode haver apenas uma forma de representar as mulheres, tampouco, no que diz respeito ao aspecto sexual, mulheres mais ou menos adequadas para relacionarem-se com os homens.

## 2.5 O “Conclave” é feito por meio da votação dos homens na praia



HOMEM - Essa é do Papa, essa eu papo!



HOMEM (sotaque espanhol) – Mulher gostosa, muito bom!



HOMEM – Essa não é papável, essa... banco de reserva!

Conforme Souza e Fonseca (2009, p. 597), “o discurso é uma prática que não tem a função de nomear pessoas e os objetos, mas de atribuir sentidos sobre as pessoas e o mundo”. O “Conclave” aparece como legitimador de um poder masculino em escolher as mulheres “papáveis” e como um reforço na constituição da representação desse padrão de mulher. As mulheres escolhidas foram caracterizadas como “Mulher gostosa, muito bom!” e “Essa é do Papa, essa eu papo”, ao passo que a não eleita foi considerada “Essa não é papável, essa... banco de reserva!”. Então, teríamos as mulheres de primeira opção e as de segunda opção.

De acordo com Gomes (2007, p. 25): “As representações se configuram em meio a embates nos quais determinados grupos sociais predominam e, conseqüentemente, estabelecem suas identidades, bem como determinam a de outros grupos sociais”. Nesse sentido, as afirmações de Louro (2000, p. 26) são esclarecedoras:

[...] privilegio o conceito de gênero não ligado ao desempenho de papéis masculinos ou femininos, mas sim ligado à produção de identidades -múltiplas e plurais- de mulheres e homens no interior de relações e práticas sociais (portanto, no interior de relações de poder). Estas relações e práticas não apenas constituem e instituem os sujeitos (esses vários *tipos* de homens e mulheres), mas também produzem as formas como as instituições sociais são organizadas e percebidas.

O conceito de gênero pretende colaborar na compreensão das práticas cotidianas que constituem, através da linguagem, múltiplas representações de sujeito – no caso, mulheres –, estabelecendo-se também variadas relações de poder entre os grupos sociais.

## 2.6 Os repórteres soltam a fumaça branca ou preta



REPÓRTER - Não é “papável”, óh...



### REPÓRTER - É branca, é branca do Brasil!

Na parte final do quadro, soltam fumaça preta para as mulheres não escolhidas pelos homens e fumaça branca para as eleitas, numa aproximação do procedimento realizado durante o conclave religioso. Além da fumaça, é posto no vídeo um círculo verde com a expressão “papável” e outro vermelho com o termo “não papável”. Eles lembram uma espécie de selo de qualidade, uma certificação de que outras mulheres que também possuam os atributos destacados naquele momento são adequadas para relacionarem-se com os homens, ao passo que às desprovidas das qualidades ali valorizadas resta ficar como segunda opção. Conforme Foucault (1970, p. 20), em análises como a que está sendo feita, é necessário:

[...] não ir do discurso até ao seu núcleo interior e escondido, até ao centro de um pensamento ou de uma significação que nele se manifestasse; mas, a partir do próprio discurso, do seu aparecimento e da sua regularidade, ir até às suas condições externas de possibilidade, até ao que dá lugar à série aleatória desses acontecimentos e que lhes fixa os limites.

Pode-se perceber que há condições de possibilidade nesse quadro humorístico e na sociedade brasileira para que tais representações de mulheres se constituam e para que discursos sobre padrões femininos continuem circulando nas mais variadas esferas: em programas de humor, em alguns segmentos da mídia, na publicidade, nas práticas cotidianas. Cabe ressaltar o que diz Gomes (2007, p. 26):

[...] o que chamamos de real é uma representação e é necessário que atentemos para as políticas de representação, para os significados das representações em determinados contextos

socioculturais e, fundamentalmente, para as relações de poder-saber que as sustentam.

Tendo em vista as já superadas discussões sobre o caráter persuasivo da mídia e que, possivelmente, quem assiste ao programa *Pânico na Band* o faz mais por deleite e certa sedução do que por alguma imposição, não temos nenhuma intenção de fazer uma avaliação moral de quadros de humor como “Mulheres Papáveis”, mas é necessário discutir sua atuação como uma pedagogia cultural sobre gênero. Nesse sentido, amparamo-nos no que afirma Louro (2000, p. 19):

As feministas passaram a afirmar que as formas como nos tornamos mulheres e homens, enfim, como nos tornamos sujeitos “de gênero” se constituem numa questão política e social e não somente numa questão ligada às histórias pessoais ou privadas. As nossas escolhas, a nossa sexualidade, a nossa vida familiar são informadas pelo social, têm sentido político e exercem efeitos que transcendem o âmbito privado. [...] A preocupação em examinar sujeitos e práticas sociais inscritos no interior de redes de poder é também central para os estudos culturais e para os outros campos do conhecimento.

Portanto, não seria arriscado à garantia dos direitos humanos de igualdade e respeito, tão buscados na contemporaneidade, esperar que os telespectadores em geral, especialmente o público estudante dos diferentes níveis de ensino do país, percebam por conta própria as lutas de poder presentes nas diferentes representações de mulheres exibidas nessa atração humorística? Pensamos que a escola não deve silenciar sobre questões como essa. A presente análise já constitui uma ação política que contribui para nossa formação como sujeitos “de gênero”.

## Considerações finais

O quadro humorístico *Mulheres papáveis* é pensado por nós como uma pedagogia cultural que contribui significativamente no processo de constituição identitária dos sujeitos que o assistem, ensinando aos jovens – e demais público – alguns modos de serem sujeitos de gênero. Ao percebermos que as mulheres são representadas no quadro humorístico analisado como objetos de desejo sexual dos homens, e ao sabermos que essa representação é constantemente acionada em nossa cultura, por outras instâncias como a publicidade, por exemplo, ao vincular o consumo de bebidas alcoólicas ao consumo do corpo feminino pelo

homem, dentre outras colagens que ocorrem, torna-se necessário questionar a produtividade dessas pedagogias nas sociedades contemporâneas.

O quadro humorístico analisado permite-nos apontar que a norma heterossexual prevalece em nossa sociedade. Essa pedagogia cultural ensina que os homens ocupam o topo de uma hierarquia de gênero, na qual cabe às mulheres o papel da submissão, agora sob a talvez nova roupagem do corpo sarado e “gostoso” como mercadoria disponível ao consumo masculino. Cabe ressaltar que as mulheres desconhecidas que aceitaram participar do quadro *Mulheres papáveis* não desistiram do mesmo, mas sim se dispuseram a participar (até o fim) do concurso proposto pelos repórteres, ainda que para isso tivessem suas nádegas medidas e amplamente focalizadas pela filmagem e fossem alvo de comentários que nós, pesquisadoras, consideramos inconvenientes e que foram proferidos pelos repórteres. Não estamos, de maneira alguma culpabilizando essas mulheres por terem se exposto, seria uma postura incoerente com a perspectiva de estudos que assumimos. Estamos, sim, apontando que elas não aproveitaram uma oportunidade de subverter a hegemonia heterossexual. Ao contrário, elas reiteraram a autorização que os sujeitos masculinos brasileiros supostamente têm de representar as mulheres como suas mercadorias.

Lembrando que as representações são construções culturais que se fixam em tempos e lugares específicos por meio de linguagens verbais, visuais, corporais etc., salientamos que contemporaneamente existem condições de possibilidade em nossa cultura para que representações de mulheres objeto de desejo sexuais dos homens e mulheres mercadoria para consumo masculino sejam acionadas e circulem a todo o momento em nossa sociedade, como por exemplo, a exacerbada valorização dos corpos sarados e gostosos pela mídia em geral e a possibilidade de ascensão financeira por meio da venda da sua imagem corporal, quando não do próprio corpo físico. Tais condições tornam-se ainda mais potencializadoras desses significados a respeito das mulheres quando encontram posturas ainda patriarcalistas e machistas no cotidiano. Portanto, são pertinentes as afirmações de Turner (1997, p. 52):

Nós nos tornamos membros de nossa cultura por meio das linguagens, adquirimos nosso senso de identidade pessoal com as linguagens, e é graças a elas que internalizamos os sistemas de valores que estruturam nossa vida. Não podemos sair do âmbito das linguagens para produzir um conjunto de significados pessoais totalmente independentes do sistema cultural.



Sendo assim, o que é falado e mostrado (e, da mesma forma, aquilo que deixa de ser falado e mostrado) na mídia, na escola e na família auxilia, de forma ampla, na constituição das identidades de meninos e meninas, de garotos e garotas, de homens e mulheres. Tal como argumentou Louro (1997, p. 67): “tão ou mais importante do [...] que é *dito* sobre os sujeitos parece ser o *não dito*, aquilo que é silenciado (destaques da autora)”. Porém, não podemos considerar que crianças e jovens sejam “[...] meros receptores, atingidos por instâncias externas e manipulados por estratégias alheias. Ao invés disso, os sujeitos estão implicados e são participantes ativos na construção de suas identidades” (LOURO, 2001, p. 25). As identidades infantis e juvenis são “formadas e transformadas continuamente em relação às formas pelas quais somos representados ou interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam” (HALL, 2000, p. 113).

Tendo em vista que tais pedagogias – como o quadro humorístico aqui analisado - se encarregam de estabelecer modelos e padrões e ensinam a ver, ser e viver a partir de significados que nesse mundo são produzidos e reforçados cotidianamente, faz-se necessário discuti-las principalmente no âmbito escolar (GIROUX e MCLAREN, 1998; CUNHA, 2007). Reconhecemos o poder que ainda é atribuído às escolas quando se trata dessa produção de identidades. Elas ocupam um espaço significativo na vida das pessoas, pelos conhecimentos que propaga, pelas condutas que ensina, pelos padrões que estipula, pelas vozes que silencia etc.

Bento (2008) argumenta que as escolas têm cumprido o papel de reprodutora de visões naturalizadas das relações sociais, porém, distintos debates que têm atravessado a sociedade brasileira têm sido levados para as salas de aula. E, além disso, já se percebe uma preocupação por parte de educadores/as, gestores e comunidades escolares em trazer para o cotidiano e para a dinâmica das salas de aula a reflexão sobre as formas como homens e mulheres são posicionados nas sociedades contemporâneas. Portanto, seria produtivo que as escolas pudessem problematizar e discutir aquilo que é mostrado em programas como o *Pânico na Band*, já que elas ainda se apresentam como importantes instâncias de aprendizagens. Pode-se considerá-las também como locais que reforçam e aprofundam aprendizagens construídas em outras instâncias sociais e culturais.

## Referências

BENTO, Berenice. *O que é transexualidade?* São Paulo: Brasiliense, 2008.

BONACCIO, Alex; SILVA, Carla Pollake da. Programa Pânico: a transposição da linguagem do Rádio para a TV. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUDESTE, 15., 2010, Vitória. *Anais...* Vitória. Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2010. p.1-20.

CUNHA, Susana Rangel Vieira da. Pedagogias de Imagens. In: DORNELLES, Leni Vieira (Org.). *Produzindo pedagogias interculturais na infância*. Petrópolis: Vozes, 2007.

FOUCAULT, Michel. *A ordem do discurso*. Disponível em: <www.filoesco.unb.br/foucault>. Acesso em: 22 jun. 2014.

GIROUX, Henry; McLAREN, Peter. Por uma pedagogia crítica da representação. In: SILVA, Tomaz Tadeu da; MOREIRA, Antônio Flávio (Orgs.). *Territórios contestados: o currículo e os novos mapas políticos e culturais*. 2 ed. Petrópolis: Vozes, 1998.

GIROUX, Henry. Praticando estudos culturais nas Faculdades de Educação. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (Org.). *Alienígenas na sala de aula: uma introdução aos Estudos Culturais em Educação*. 3 ed. Petrópolis: Vozes, 1995.

GOMES, João Carlos Amilibia. *As representações de feminino nas imagens dos livros didáticos de História - Ensino Médio*. 2007. 158f. Dissertação (Mestrado em Educação)- Universidade Luterana do Brasil, Canoas, 2007.

HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. 4 ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2000.

LOURO, Guacira. Pedagogias da Sexualidade. In: \_\_\_\_\_. (Org.). *O corpo educado: pedagogias da sexualidade*. Belo Horizonte: Autêntica, 2001. p. 7-34.

\_\_\_\_\_. *Currículo, gênero e sexualidade*. Porto: Porto Editora, 2000.

\_\_\_\_\_. *Gênero, sexualidade e educação: uma perspectiva pós-estruturalista*. Petrópolis: Vozes, 1997.

POSSENTI, Sírio. A linguagem politicamente correta no Brasil: uma língua de madeira? *Polifonia*, Cuiabá, v. 12, n. 2 p. 47-72, 2006.

\_\_\_\_\_. O humor é universal. *JoLIE*. 2009. Disponível em: <[http://www.uab.ro/jolie/2009\\_2/22\\_sirio\\_possenti.pdf](http://www.uab.ro/jolie/2009_2/22_sirio_possenti.pdf)>. Acesso em: 22 jun. 2014.

\_\_\_\_\_. O humor e a língua. *Ciência hoje*. v. 30, n.176. Disponível em: <<http://aescritanasentrelinhas.com.br/wp-content/uploads/2009/02/o-humor-e-a-lingua-texto.pdf>>. Acesso em: 22 jun. 2014.

\_\_\_\_\_. Uma representação humorística do feminino. *Estudos Linguísticos*, Campinas, v. 35, p. 1844-1851, 2006. Disponível em: <<http://www.gel.org.br/estudoslinguisticos/edicoesanteriores/4publica-estudos-2006/sistema06/604.pdf>>. Acesso em: 22 jun. 2014.

RAUTH, Carin Wagner. *Adolescentes curitibanos e a recepção do programa pânico*: um estudo de caso. 2006. 98f. Dissertação (Mestrado em Educação)-Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2006.

SOUZA, Maria Celeste Reis Fernandes de; FONSECA, Maria da conceição Ferreira. Discurso e “verdade”: a produção das relações entre mulheres, homens e matemática. *Estudos Feministas*, Florianópolis, v.17, n. 2, p. 595-613, maio/ago.2009.

TURNER, Graemer. *Cinema como prática social*. São Paulo: Summus, 1997.

**Data da submissão:** 01/02/15

**Data do aceite:** 03/04/15