Estudos de Recepção Sob a Ótica das Masculinidades: Uma Lacuna nas Pesquisas de Comunicação Brasileiras

Valquíria Michela John
Doutora em Comunicação e Informação (UFRGS), Mestra em Educação (UFSC) e e professora do curso de Jornalismo da Universidade do Vale do Itajaí (Univali). Pesquisadora do grupo Monitor de Mídia, integrante da Renoi - Rede Nacional de Observatórios de Imprensa. Integrante do Obitel - Observatório Ibero Americano de Ficção Televisiva.
E-mail: val@univali.br

Felipe da Costa
Mestrando em Jornalismo pelo POSJOR/UFSC, especialista em Gestão em Comunicação Empresarial e bacharel em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo, ambos pela Univali. Pesquisador do Monitor de Mídia e Membro da Rede Nacional de Observatórios de Imprensa (Renoi).
E-mail: contato@felipedacosta.com.br

Resumo: Este artigo discute parte do estado da arte sobre os estudos de recepção realizados no Brasil que articulam a problemática das relações de gênero, tendo como foco as discussões sobre masculinidades. Para tanto, realizamos uma pesquisa documental que compreende o decênio de 2000 a 2010 com foco nas teses e dissertações defendidas em programas de pós-graduação em comunicação no período, bem como nos artigos publicados no congresso anual da Intercom e no Encontro Anual da Compós. Os resultados apontam para a baixa presença das discussões que articulam gênero e recepção e para a ausência de estudos sobre masculinidades.

Palavras-chave: Relações de gênero; Estudos de recepção; Estado da Arte; Masculinidades; Pesquisa em Comunicação.

Abstract: This paper discusses part of the state of the art about Brazilian audience studies that articulate gender relations issues, focusing on the discussions about masculinities. Therefore, this documental research comprehends the decade from 2000 to 2010, focusing on the theses and dissertations of the Communication Graduate Programs on the period. We also analysed the papers published at Intercom annual congress and at Compós annual encounter. The results point to the low presence of the discussions that articulate gender and reception, also to the absence of studies about masculinities.

Keywords: Gender relations; Audiences studies; State of the art; Masculinities; Communication research.

Uma nota introdutória

Escosteguy (2008) aponta para a dificuldade em se fazer um "estado da arte" da pesquisa que envolva a temática das relações de gênero na Comunicação. Embora este artigo seja o resultado de um levantamento bibliográfico que se propõe a esse processo, naturalmente que não daríamos conta de mapear toda a produção nacional que articula a temática. Como em qualquer pesquisa, fizemos um recorte metodológico que visa a contribuir para o vislumbre de um panorama inicial e circunscrito da pesquisa que articula a problemática das relações de gênero aos estudos de recepção.

Tivemos como inspiração o estudo desenvolvido por Escosteguy (2008) e Escosteguy e Messa (2006) sobre a temática específica aqui discutida, bem como os estudos de Jacks, Menezes e Piedras (2008) e Jacks et al (2011), que se propõem a essa contribuição ao "estado da arte" da pesquisa em recepção no Brasil. Nossa análise debruça-se sobre os anos de 2000 a 2010, decênio seguinte ao analisado por Escosteguy e Messa (2006; 2008), mas, ao contrário das autoras,

não averiguamos toda a produção que articula gênero e comunicação e sim, especificamente, os estudos de recepção que articulam a temática.

Como recorte metodológico, partimos do corpus analisado por Jacks et al (2011) das teses e dissertações defendidas nos PPGs em Comunicação no período de 2000 a 2009 e incluímos os textos apresentados nos dois principais eventos da área da comunicação no Brasil – o congresso anual da Intercom e o Encontro Anual da Compós, realizados no período de 2000 a 2010. Ressaltamos, portanto, que se trata de uma contribuição para a ampliação de um panorama da pesquisa sobre o tema, mas que não tem a pretensão de ser "o" estado da arte.

O artigo ora apresentado tem como foco, portanto, os trabalhos encontrados no período descrito nesses três âmbitos: teses e dissertações, trabalhos apresentados no congresso anual da Intercom e no encontro anual da Compós. Na soma das três instâncias, o corpus aqui discutido tem a seguinte composição: 29 teses e/ou dissertações, 29 trabalhos apresentados no Intercom e sete trabalhos apresentados no Compós. A forma como chegamos a esses números está explicada nos tópicos a seguir.

Embora a reflexão aqui proposta se debruce sobre a temática das masculinidades nos estudos de recepção, consideramos importante, e necessário, primeiro apresentar um panorama dos estudos que articulam recepção e gênero de um modo geral, mesmo porque, como se verá a seguir, os trabalhos sobre masculinidades estão praticamente ausentes das pesquisas em recepção no Brasil, levando em conta, obviamente, o corpus aqui analisado.

Estudos de recepção e relações de gênero: panorama das teses e dissertações

Escosteguy e Messa (2006; 2008) enfatizam que uma das problemáticas para o estudo da correlação entre gênero e comunicação está no fato de esta ainda ser pouco explorada nas universidades brasileiras nos cursos de comunicação. Tendo como intervalo de análise o decênio de 1992 a 2002, as autoras realizaram um mapeamento da produção acadêmica tendo como foco as teses e dissertações defendidas nos PPGs da área nesse período. Elas dividem a produção em três momentos. No intervalo que vai de 1992 a 1996, o foco dos estudos identificados está na mensagem e, mesmo nesta a produção, é bastante escassa. "Das 754 teses e dissertações produzidas, apenas doze foram classificadas como estudos de gênero e de comunicação. Cinco priorizaram tal temática na mídia impressa e quatro na mídia audiovisual (ESCOSTEGUY E MESSA, 2006: 68)"[1].

[1] Conforme as autoras, as outras três pesquisas foram classificadas como *outros* "por não terem nenhum meio de comunicação como base" (ESCOSTEGUY E MESSA, 2006: 68).

As pesquisas que relacionam recepção às relações de gênero surgem, segundo as autoras, apenas em 1998, em dois trabalhos. Elas enfatizam que, apesar de ainda ser um número pequeno de trabalhos, no período de 1997 a 1999 ocorre "o lançamento do tema na pesquisa brasileira e o crescimento do número de trabalhos sobre gênero e comunicação. Das 835 teses e dissertações defendidas nos três anos especificados, 17 enfocam a temática de gênero - cinco a mais que no período anterior" (ESCOSTEGUY E MESSA, 2006: 70). Nesse mesmo período aparecerem duas pesquisas que enfatizam o masculino; nenhum deles, porém, no âmbito da recepção. Entretanto, consideramos importante destacar brevemente esses trabalhos por se inserirem na temática das masculinidades, foco deste artigo.

O primeiro, de Dario Girdano Caldas (USP, 1998), é intitulado O velho e o novo na moda masculina: o processo de difusão da inovação no segmento clássico. O autor parte do pressuposto que o "masculino clássico" é o segmento que incorpora mais lentamente a inovação e faz um estudo que se propõe a reconstruir a genealogia dessa tendência, chamada de "novo costume". O segundo, de Flailda Brito Garboggini Siqueira (USP, 1999), é um estudo sobre a representação masculina na publicidade televisiva dos anos 90, chamando-se O homem no espelho da publicidade: reflexão e refração da imagem masculina em comerciais de TV nos anos 90. Trata-se de uma análise dos elementos do

discurso publicitário, à luz da teoria semiótica. Retomando a metodologia greimasiana, a autora procura identificar uma tipologia de estereótipos de gênero utilizados nos comerciais mais representativos da década (ESCOSTEGUY E MESSA, 2006: 71-72).

No terceiro intervalo, que compreende os anos de 2000 a 2002, elas identificam que o foco dos estudos sobre comunicação e gênero reside na representação do feminino. Foram 1665 trabalhos desenvolvidos nesse período, dos quais 36 vinculam-se à temática de gênero.

No estudo realizado por Jacks, Menezes e Piedras (2008), referente às teses e dissertações desenvolvidas nos PPGs em Comunicação na década de 1990, no total de trabalhos desenvolvidos[2], 22 deles estabeleceram algum tipo de reflexão relacionando mulher e mídia, "sendo que dessas, apenas sete têm como objetos de estudo a recepção feminina"[3] (p. 186).

[2] CDe um total de 1769 teses e dissertações defendidas nos 11 PPGs em Comunicação nessa década, das quais apenas 45 eram estudos de recepção (JACKS, JOHN E SILVA, 2012).

[3] Foram seis dissertações e uma tese.

Os trabalhos de recepção que abordaram a perspectiva de gênero na década de 1990 o fizeram a partir das mulheres, porém, como apontam Jacks, Menezes e Piedras (2008) isso não significa que houve discussão ou problematização referente às relações de gênero. Ao contrário, o que elas destacam é que a pesquisa reforça as conclusões de Escosteguy de que a categoria gênero foi utilizada "para indicar apenas uma distinção sexual entre masculino e feminino" (ESCOSTEGUY, 2004, in JACKS, MENEZES E PIEDRAS, 2008: 199). Ou seja, as únicas sete pesquisas a trabalharem gênero e recepção nos anos 1990 não o fizeram a partir da problematização da construção social/cultural de gênero.

No intervalo entre 2000 e 2009[4] foram desenvolvidos 29 estudos de recepção que articulam de alguma forma a questão de gênero[5]. Quanto à abordagem empregada para o estudo da recepção, 21 desses são definidos como Socioculturais, cinco deles como Sociodiscursivos e três seguem a abordagem Comportamental. Todas as pesquisas com abordagem sociocultural estudam receptoras do sexo feminino. Duas pesquisas debruçam-se sobre o universo masculino, com abordagem sociodiscursiva e outra, de mesma abordagem, articula receptores dos sexos feminino e masculino.

[4] Nesse período, foram realizadas mais de cinco mil pesquisas nos mais de 40 PPGs em Comunicação. Desse total, porém, apenas 209 eram estudos com foco na recepção (JACKS, JOHN E SILVA, 2012).

[5] Esse levantamento deu-se com base no material da pesquisa coordenada por Nilda Jacks, que efetuou o estado da arte dos estudos de recepção realizados nos PPGs em Comunicação no Brasil no período de 2000 a 2010. Discussões sobre a pesquisa podem ser encontradas em JACKS et al (2011) e JACKS, JOHN E SILVA (2012).

Seguindo a proposição de Jacks, Menezes e Piedras (2008) e de Jacks et al (2011), na breve descrição que faremos a seguir do panorama "recepção e gênero" nas teses e dissertações defendidas entre 2000 e 2009, vamos nos ater à abordagem sociocultural. Os trabalhos que abordam o masculino serão discutidos no tópico específico sobre o tema.

No conjunto de 21 trabalhos com abordagem sociocultural, 16 estudam a recepção televisiva, mantendo o panorama da década anterior, cinco têm foco na telenovela, dois dos quais discutem a questão da homossexualidade feminina. Quatro trabalhos têm foco no conteúdo jornalístico televisivo. Entre os demais, há cinema, séries, *talk shows* e pesquisas que não indicam veículo e/ou programa analisado. Desse total, apenas três estudos são teses. A maior parte desses trabalhos não realiza uma efetiva discussão sobre gênero, ou ao menos não aprofunda no arcabouço teórico necessário para tal reflexão. Como este não é o foco deste artigo, destacamos apenas dois bons exemplos de trabalhos produzidos nesse período: a dissertação de Márcia Rejane Postiglioni Messa, intitulada *As mulheres só querem ser salvas: Sex and the City e o pós-feminismo* (MESSA, 2006) e a dissertação de Lirian Sifuentes, *Telenovela e mediações culturais na conformação da identidade feminina de jovens de classe popular* (SIFUENTES, 2009). Ambas, além de efetivamente problematizarem a questão de gênero, o fazem após exaustiva revisão do tema e oferecem importante contribuição à sistematização do conhecimento sobre o assunto.

Recepção e gênero nos congressos da Intercom e da Compós

Para a coleta dos trabalhos da Intercom, analisamos todos os 6326 artigos publicados nos anais do congresso entre 2000 e 2010[6]. A partir da leitura dos títulos, resumos e palavras-chave, coletamos os trabalhos, que conforme estes elementos apresentassem a discussão relacionando a comunicação às relações de gênero. Para a seleção dos textos adotamos os termos gênero, relações de gênero, feminino, feminismo, masculino, machismo, homossexualidade e heterossexualidade. O resultado foi a coleta total de 223 artigos. Destes, separamos os trabalhos sobre recepção[7]. Após uma revisão, chegamos ao total de 29 apresentações que articularam relações de gênero e estudos de recepção.

O volume dos trabalhos da Compós foi bem inferior, uma vez que analisamos somente os artigos apresentados no GP referente aos estudos de recepção[8]. Dos 100 trabalhos apresentados no evento no período, apenas sete foram selecionados com base nos mesmos critérios descritos acima.

TABELA 1: Artigos que articularam recepção à temática das relações de gênero

Ano	Intercom	Compós
2000	1	-
2001	1	-
2002	4	2
2003	2	1
2004	2	1
2005	2	1
2006	1	1
2007	4	-
2008	3	1
2009	5	-
2010	4	-

FONTE: Elaborado pelos autores

Podemos observar que é pequena a quantidade de estudos de recepção que levam a categoria gênero em consideração. Os números apontam que durante o período não houve um crescimento considerável no número de artigos de um ano para o outro em nenhum dos eventos, embora de 2007 a 2010 a Intercom tenha mantido uma média maior entre os anteriores, porém, isso se deve também ao fato do número de trabalhos apresentados ser maior.

Os artigos da Intercom têm a televisão como meio mais estudado (15). Destes, sete tinham como objeto as telenovelas. Características que repetem o panorama dos estudos de recepção com abordagem sociocultural desenvolvidos nas décadas de 1990 e 2000, como apontado por Jacks, Menezes e Piedras (2008), Jacks et al (2011) e Jacks, John e Silva (2012). Outros meios estudados nos artigos da Intercom, com menos evidência, são o rádio (5), as revistas (2) e o cinema (2) e a internet, com apenas um trabalho[9].

Já no congresso da Compós, os números são bem diferentes. Apenas dois trabalhos são relacionados à televisão e ambos discutem a telenovela. Dois trabalhos discutem a recepção da publicidade pelas mulheres, outras duas apresentações são de cunho teórico e uma tem como objeto a influência da mídia na formação de imagens do corpo feminino por crianças.

Entre os 29 trabalhos apresentados no Intercom, seis deles são teóricos. A maioria dos textos que relata o trabalho empírico entrevista apenas mulheres; num total de 20, apenas dois têm como informantes homens e mulheres e somente um estuda apenas homens. Entre os artigos da Compós, por sua vez, não há trabalho

[6] O trabalho inicial fazia parte de uma pesquisa financiada pelo artigo 170, do Governo do Estado de Santa Catarina, desenvolvido no âmbito do curso de Jornalismo da Univali.

[7] Como a pesquisa estava em andamento ao longo de 2012, os dados inicias foram apresentados por John e Costa (2012) e John (2012). Este artigo apresenta uma revisão na quantidade dos artigos.

[8] Atualmente nomeado como "Recepção: processos de interpretação, uso e consumo mediáticos"

[9] Importante lembrar que nem todos os textos apontam os meios.

que tenha como informantes homens, ou homens e mulheres. Dois deles são teóricos e cinco entrevistam somente mulheres.

Neste conjunto de trabalhos mantém-se o panorama apontado por Escosteguy (2006; 2008), a ainda restrita a articulação entre estudos de recepção e relações de gênero, aspecto ressaltado pela própria autora nos artigos apresentados no Intercom (ESCOSTEGUY, 2002) e na Compós (ESCOSTEGUY, 2003) e que integram a análise aqui realizada.

Podemos observar isso ao analisar as palavras-chave dos trabalhos da Intercom. Apenas seis dos 29 artigos selecionados possuem o termo "gênero", e um deles o termo "relações de gênero". Entre os trabalhos selecionados na Compós[10], nenhum deles usa gênero ou relações de gênero; apenas os dois artigos de Piedras (2006; 2008), que não tinha como propósito de pesquisa a questão de gênero bem explicitada em seus textos, tem "mulher" entre os indexadores. Ainda que não apareça nas palavras-chave, em 14 textos da Intercom há a discussão sobre gênero e, excluindo a reflexão desenvolvida por Escosteguy na Compós de 2003, não há essa discussão nos demais artigos[11].

[10] É importante explicitar que a maioria dos artigos da Compós não possui palavras-chave.

[11] Deixamos claro que entendemos por discussão sobre gênero os textos que efetivamente trazem arcabouço teórico relacionado ao tema para estabelecer esta reflexão.

Outro dado que confirma as preocupações de Escosteguy é que os estudos em geral ainda tomam gênero de maneira polarizada: ou se estuda o feminino, ou o masculino e, o mais problemático é que, na maioria das vezes, nos estudos de recepção, essa escolha não é explicitada. Não pretendemos aqui dizer que deva ser obrigatória essa articulação, mas, o que chama a atenção é que mesmo em artigos que discutem trabalhos empíricos, na maioria das vezes, as explicações/justificativas metodológicas para o estabelecimento de mulheres, por exemplo, como informantes, não foram apresentadas.

Reafirmamos que não se trata de reivindicar que todos os estudos de recepção, ou que todos os estudos que optam por informantes do sexo feminino articulem a problemática das relações de gênero, porém, que se façam explicitações metodológicas que deixem claro o porquê das escolhas dos informantes, como no texto de Piedras (2006). A autora não estabelece uma discussão sobre gênero, porém, deixa claro o motivo para a escolha de oito mulheres como sujeitos da pesquisa que realiza: "A opção de trabalhar apenas com mulheres se justifica pela necessidade de circunscrever a pesquisa a um universo mais restrito e, além disso, pela curiosidade de explorar qualitativamente dados quantitativos que apontam as mulheres como responsáveis por 70% do consumo brasileiro" (PIEDRAS, 2006: 6).

Estudo das Masculinidades – ainda uma lacuna

Segundo Giffin (2005), os estudos sobre masculinidades começaram a ganhar força no Brasil somente nas últimas décadas, e têm um vínculo, uma origem sobretudo na psicologia e na área da saúde, a partir de pesquisas que envolvem a sexualidade e a saúde reprodutiva. Ainda constituem uma temática tímida dentro das discussões sobre gênero, principalmente no que se refere a questão das identidades masculinas propriamente ditas. Essa análise é compartilhada por Medrado e Lyra (2008), que explicam que

> as produções sobre as masculinidades como objeto de estudo propriamente dito, por outro lado, têm início no final da década de 1980, a partir de trabalhos produzidos de maneira ainda pouco sistemática, com concentração em autores específicos e sem necessariamente se desdobrarem em uma discussão teórica, epistemológica, política e ética ampla e consistente sobre o tema (MEDRADO E LYRA, 2008: 809-810).

Os autores explicam que essa característica não é apenas brasileira e que, mesmo no conjunto dos demais países, só a partir da segunda metade da década de 1990 é que foram desenvolvidas publicações com a intenção de

organizar, sistematizar e difundir as produções sobre o tema e assim buscar maior aprofundamento e consistência. A principal contribuição veio, segundo os autores, de Robert (agora Rayween) Connell, Jeff Hearn e Michael Kimmel que, em 2005, publicaram o *Handbook of Studies on Men and Masculinities* com foco nas produção desenvolvidas entre 1995 e 2002. Nessa obra, os autores discutem o que denominam como o "desenvolvimento do campo de pesquisas sobre masculinidades" (MEDRADO E LYRA, 2008: 810). Conforme explicam Medrado e Lyra, o que os autores denominam como um "campo" está norteado por produções que apresentam objetos como:

> 1. a organização social das masculinidades em suas "inscrições e reproduções" locais e globais; 2. a compreensão do modo como os homens entendem e expressam "identidades de gênero"; 3. as masculinidades como produtos de interações sociais dos homens com outros homens e com mulheres, ou seja, as masculinidades como expressões da dimensão relacional de gênero (que apontam expressões, desafios e desigualdades); 4. a dimensão institucional das masculinidades, ou seja, o modo como as masculinidades são construídas em (e por) relações e dispositivos institucionais. (MEDRADO E LYRA, 2008: 810)

Piscitelli (1998) vê com bastante temor certas linhas e estudos focados na "masculinidade". Para a autora, é grande o risco de que se produzam estudos polarizados, que insistam em equívocos cometidos quando do estudo da "feminilidade". Sua crítica dirige-se aos chamados "*men's studies*", que costumam ter como características perspectivas analíticas essencialistas e parciais, tanto quanto já se produziu (e ainda se produz) em estudos sobre o feminino[12]. Ela enfatiza a importância de separar esses estudos essencialistas de uma série de trabalhos desenvolvidos a partir da segunda metade da década de 1980 que propõem "uma questão relevante, levantada em vários espaços da discussão sobre gênero, inclusive no debate especificamente feminista: a importância de perceber a diversidade de vozes masculinas" (PISCITELLI, 1998: 149). A proposição de Connell, considerado um dos pioneiros pela autora, "procurou desenvolver um modelo conceitual que, dando ênfase ao caráter político das relações de gênero, oferece ferramentas analíticas para expressar essa diversidade" (PISCITELLI, 1998: 149). A autora faz, porém, uma importante ressalva:

[12] A própria nomenclatura no singular é questionada por várias pesquisadoras. Muitos estudos nomeados como pós-feministas reivindicam a importância do uso do plural: feminismos, femininos, mulheres, de modo a evitar estudos "essencialistas".

> Estudar masculinidades centrando-se na sua associação aos homens coloca limitações para as análises numa perspectiva de gênero. Mas, não se trata apenas disso. As análises concretas realizadas seguindo a perspectiva de Connell, isto é, pensando nas relações entre masculinidades, hegemônica e subalternas, mostram nuanças no que se refere às masculinidades. Porém, eles evidenciam, ao mesmo tempo, a inexistência de uma complexificação equivalente no que se refere às feminilidades. E aqui entra em jogo o que considero "perverso". Sabendo dos riscos que uma ênfase em "feminilidades" apresenta em termos de uma perspectiva relacional, riscos exaustivamente debatidos nas discussões feministas, não posso deixar de considerar as "ciências da masculinidade" como um retrocesso[13]. (PISCITELLI, 1998: 150).

[13] Grifos nossos. Destacamos que autora se refere, sobretudo, e nesse ponto concordamos com ela, a estudos que entendem que falar de feminino é falar de mulheres e falar de masculino é falar de homens, reduzindo sexo e gênero a um único processo, quando sabemos que as identidades são complexas e que os atributos de gênero são sociais, históricos, culturais e nunca determinados biologicamente.

Entre as principais críticas aos estudos de gênero, independente de área, e nesse caso específico aos de masculinidades, a autora enfatiza a problemática dos estudos polarizados, que se debruçam exclusivamente sobre questões "femininas" e/ou "masculinas". Não se trata de dizer que todos os estudos devam, obrigatoriamente, ouvir homens e mulheres, o que para ela é recomendável e extremamente salutar para as discussões dos atributos de poder ligados às questões de gênero, mas principalmente que mesmo em estudos que tomam como informantes apenas um dos sexos não se façam análises essencialistas. Como afirma a autora:

> Nesse sentido, numa leitura de gênero, o importante é procurar explorar as complexidades tanto das construções de masculinidade quanto as de feminilidade, percebendo como essas construções são utilizadas como operadores metafóricos para o poder e a diferenciação em diversos aspectos do social (PISCITELLI, 1998: 150 - 151).

Portanto, ao abordarmos o estudo das masculinidades nas pesquisas de recepção não estamos reivindicando que se façam pesquisas exclusivas sobre ou com homens, mas que as identidades masculinas sejam tensionadas, problematizadas e articuladas à compreensão das práticas de recepção midiática. Do mesmo modo que entendemos que nem todo estudo de recepção que ouve receptoras mulheres precisa tensionar a categoria gênero, naturalmente que entendemos que nem todo estudo com homens deva fazê-lo, mas se isso emergir do campo, das falas e das práticas dos sujeitos, constitui sim uma discussão fundamental. Percebemos em muitos trabalhos que focam mulheres aspectos relacionados a essas relações de poder e a estereótipos de uma suposta identidade masculina, mas essas discussões raramente veem à tona.

> [...] considerar a masculinidade e os homens objetos específicos dos estudos da masculinidade acarreta consequências teóricas e políticas sérias. Politicamente, reforça o binarismo que tem sido fortemente criticado atualmente pelas teorias feministas e, mais recentemente, pelas teorias queer. Teoricamente, ao trabalhar a partir de uma divisão ingênua entre masculinidade e feminilidade, não incorpora as severas críticas das políticas de identidade, a complexificação do estudo da subjetividade e a centralidade das reflexões sobre as relações de poder que configuram os objetos que se relacionam diretamente a sexo, a gênero ou a ambos (PARRINI, apud MEDRADO E LYRA, 2008: 825).

Por outro lado, ao realizar este mapeamento, percebemos também que a opção por partir da problemática das identidades de gênero com o público masculino é rara e quando existe, pouco aprofundada, como se verá a seguir. Daí considerarmos que enquanto tema/objeto de pesquisa, essa discussão é ainda uma lacuna nos estudos de recepção. Sabemos que há vários estereótipos de gênero relacionados à produção e consumo dos produtos midiáticos; por exemplo, dizer que ver futebol na TV é coisa de homem ao passo que telenovela é coisa de mulher. Se há essas premissas em termos de senso comum, por que não trazê-las para o cerne da discussão da recepção? De certo modo, nas pesquisas de recepção sob a ótica das relações de gênero, aparentemente continuamos a trabalhar num modelo binarista, tão criticado por outras disciplinas, notadamente a Antropologia. Portanto, não reivindicamos esse binarismo ao apontarmos a lacuna, e sim a importância de que as questões e os atributos de gênero perpassem os estudos de recepção e de que o homem tem, de certo modo, sido tratado como ausente deste contexto. Aparentemente, continua-se a entender gênero como uma questão do "feminino", quando na verdade trata-se da relação inter e intra sexos.

Nesta etapa da pesquisa, percebemos, tal como os estudos anteriores citados ao longo deste texto, que a temática das relações de gênero é uma categoria de análise ainda pouco explorada e cheia de possibilidades para os estudos de recepção dos diferentes produtos dos meios de comunicação, principalmente quando se trata do homem como informante. É o que constatamos na análise de dois dos principais eventos científicos de comunicação do país e das teses e dissertações defendidas nos PPGs em comunicação no intervalo entre 2000 e 2009, já que dos 65 trabalhos que articulam estudos de recepção e gênero e que constituem o corpus aqui analisado, apenas quatro utilizam homens como informantes, três deles em teses e dissertações e um em congresso da Intercom[14].

Um desses trabalhos é o artigo apresentado no Intercom de 2008 *Lixo é coisa de homem? As questões de gênero na subcultura cinematográfica* (Castellano, 2008).

[14] Para além da questão do sexo do informante, nos demais textos analisados, em nenhum dos estudos com o público feminino foi encontrada a problematização, o tensionamento das identidades masculinas.

A autora tem como objetivo analisar de que forma as relações de gênero ocorrem no interior da comunidade de fãs de filmes *trash*. A pesquisadora faz uma análise da sociabilidade mantida pelos aficionados, por meio de netnografia, em comunidades *online* e uma observação participante em um cineclube do Rio de Janeiro.

Já no início do texto, Castellano (2008) relata sua observação participante no cineclube Phobus, que funciona a cada quinze dias no Sesc Tijucas: "Ao início da exibição, a sala comportava 17 pessoas, 14 homens e três mulheres, sendo, uma delas, eu. Na metade do curta-metragem, enquanto a maior parte da plateia gargalhava das piadas a respeito de um sexo oral bem-sucedido, as outras duas representantes do sexo feminino retiraram-se da sala" (CASTELLANO, 2008: 1).

A pesquisadora utiliza esta experiência como forma de ilustrar e demonstrar a importância de sua pesquisa. Segundo ela, a pergunta "lixo é coisa de homem?" está sempre à espreita de quem estuda filmes *trash*. É comum ser afirmado que sim, mas a abordagem geralmente para nesta constatação. Segundo Castellano (2008), autores que estudam as subculturas geralmente colocam a cultura de massa como feminina e o *trash* em oposição a ela. Com as entrevistas realizadas, ela confirma o desprezo dos fãs de filmes *trash* pelas produções hollywoodianas e, consequentemente, por seu público, que costuma ter na mulher a figura imaginada do público *mainstream*.

Outra questão importante levantada pela autora é que, na gênese das subculturas, as práticas de consumo ocorrem fora do ambiente doméstico, o que reforça a ideia de masculino que há por trás do ideal subcultural de que a mulher é associada ao ambiente privado, do lar, enquanto o homem é ligado ao público, à rua.

Castellano (2008) realiza uma netnografia em duas comunidades do Orkut: Trash, Gore e Terror e Geral e Filmes Trash Caseiros. A pesquisadora observa que nas duas comunidades a quantidade de mulheres é bem menor e que, mesmo assim, elas interagem bem menos que os homens.

Outro ponto analisado pela autora sobre as relações de gênero é o papel destinado às mulheres nesses filmes, que invariavelmente é o de gostosas peitudas perseguidas por facínoras. Catellano (2008) afirma então que fica bastante claro que a procura por uma outra sensibilidade estética fica restrita ao gosto cinematográfico, pois não só as meninas bonitas das comunidades são elogiadas, como as fotos de mulheres desnudas que são colocadas nas comunidades fazem muito sucesso. "Quando o assunto é mulher, mesmo para os fãs de lixo, beleza é, sim, fundamental. E essa não é uma peculiaridade dos fãs. Dentro do universo das produções de *trash* e terror a dicotomia belo/grotesco frequentemente lança mão da imagem feminina para compor o lado da beleza e da sensibilidade em contraposição ao monstruoso e assustador" (CASTELLANO, 2008: 13).

O mérito do estudo de Castellano está em uma abordagem diferenciada, sobretudo entre os estudos em recepção no país. Além de analisar um tema pouco abordado, como é o cinema *trash*, a pesquisadora não se contenta com as afirmações de que o estilo de filme é destinado a homens; assim, ela verifica as relações entre homens e mulheres, e mesmo que no artigo praticamente só demonstre os homens como informantes, a autora relaciona as falas desses sujeitos ao universo das relações de gênero, que obviamente envolvem homens e mulheres. Dessa forma, ela demonstra que trabalhar de forma não polarizada, não binária, não exige necessariamente trabalhar com receptores de ambos os sexos, mas estabelecer a discussão sobre gênero numa perspectiva de relações de poder e, inclusive, que identidades masculinas ou femininas não são necessariamente de homens e mulheres, respectivamente, e sim, construções sociais e culturais. Embora não traga o efetivo aprofundamento teórico nesse sentido, a autora apresenta um bom exemplo de articulação da temática de gênero aos estudos de recepção.

Entre as teses e dissertações, o trabalho de Furtado (2009)[15] tem como objeto de estudo a recepção dos discursos normativos das revistas *Men's Health* e *Nova*. Para o autor, os meios de comunicação influenciam os receptores sobre a maneira como eles pensam sobre si mesmos e se caracterizam sobre seu *self*. Utilizando da obra de Foucault, o autor diz que essa influência opera fundamentalmente por meio de normas e que, entretanto, não é impossível fugir delas utilizando da ética, uma dimensão livre da própria subjetividade. A pesquisa propõe-se a responder se existe, na recepção dos discursos das revistas *Men's Health* e *Nova*, a possibilidade desta dimensão. Para isso, analisa primeiramente seis edições de cada publicação para encontrar o fio condutor dos discursos, o que chama de fisiologia.

Em uma segunda parte realiza entrevista em profundidade com 21 pessoas de classe AB que já leram pelo menos uma vez as revistas, oito homens jovens (18-21 anos) e três adultos (30-43), para analisar a *Men's Health*, e oito mulheres jovens e duas adultas para a *Nova*. Nas entrevistas, busca identificar como os receptores enxergam sua vida sugerindo temas para o debate como prazeres efêmeros, relacionamentos estáveis, corpo saudável e corpo sedutor. Compara as respostas à fisiologia do discurso para descobrir se a relação consigo mesmo é produzida automaticamente, a partir de uma reflexão sobre si.

Apesar de o autor realizar o estudo de recepção com informantes do sexo masculino e feminino, o trabalho não discute gênero em sua base teórica. Furtado (2009) aponta comportamentos normativos como, por exemplo, a "pegação", que poderia ser discutido como um atributo da masculinidade, problematizado à luz das reflexões sobre relações de gênero, mas não o faz.

Os outros dois trabalhos analisados são de autoria da mesma pesquisadora, Ellis Regina Araújo da Silva. Em sua dissertação, intitulada *Transgressão e felicidade: uma abordagem da temática homossexual a partir das cartas dos leitores enviadas a revista G Magazine*[16], Silva (2003) busca compreender como a identidade homossexual aparece construída nas seções SOS, Carta do leitor, Contos, Procurado e Foi Assim na revista analisada.

O quadro teórico, segundo a autora, foi construído a partir das categorias identidade e homossexualidade. "Neste sentido, faz-se necessária a compreensão do conceito de identidade, o que traz a necessidade de examinar como os papéis de gênero têm interferido na conceitualização de uma identidade homossexual e de utilizar esse referencial teórico para tratar das cartas e das revistas" (SILVA, 2003: 14).

Utilizando da análise de conteúdo, a pesquisadora agrupou estatísticas sobre os sujeitos como: de onde eram, faixa etária, atributos físicos, etc. A segunda parte foi o exame do aspecto discursivo das cartas, do problema da constituição e expressão da identidade homossexual nas cartas da revista, com a utilização da análise do discurso francesa.

A mesma autora continua a estudar homossexuais masculinos em sua tese intitulada *Representações sociais e imagens em fotografia do corpo masculino em revistas gays* (SILVA, 2007). Desta vez, buscando compreender como o corpo é percebido e qual é o lugar de onde vêm os modos de narrar e fotografar assimilados por revistas destinadas ao público gay.

A autora analisa 927 fotografias de nu masculino em 30 edições das revistas *G Magazine* e *Sex Boys*, e realiza 88 entrevistas em que combina questionário e a técnica de associação livre[17]. Apoia-se na teoria das representações sociais, estudos de gênero e teoria *queer*.

De acordo com a autora, os "(...) homens gays se apresentam como detentores de representações sociais do corpo com significantes associados à masculinidade heterossexual. Neste aspecto, as fotografias existentes nas revistas resumem um discurso em direção à ideia de corpo 'magnífico e viril'" (SILVA, 2007: 5)[18].

[15] Trata-se de uma dissertação.

[16] Trabalho classificado como abordagem sociodiscursiva por Jacks et al (2011).

[17] O pesquisador pede para os entrevistados produzirem termos, expressões, adjetivos, etc., a partir de um termo indutor.

[18] Resultados da pesquisa foram coletados no resumo da tese, já que o arquivo disponível no sistema da universidade está incompleto.

Apesar dos trabalhos de Silva (2003; 2007) tratarem de homossexualidade, ambos trazem para o referencial teórico uma discussão sobre gênero. Na dissertação, a autora faz um capítulo sobre papel do gênero na construção da identidade homossexual, e na tese discute corpo e sexualidade, estabelecendo reflexões sobre masculino e feminino, sexo e identidade sexual.

São estes os únicos trabalhos que problematizam a recepção midiática a partir da identidade de gênero numa perspectivas dos atributos de masculinidades. Como se vê, é ao mesmo tempo uma lacuna e uma ampla possibilidade de objetos e temas a serem explorados norteados por essa premissa.

Considerações finais

Destacamos novamente que as análises e as afirmações que fizemos ao longo deste texto referem-se ao corpus citado. Sabemos que deste universo estão excluídos, por exemplo, livros e periódicos científicos da área da Comunicação, bem como sabemos que a articulação entre gênero e mídia também ocorre em outras disciplinas. Entretanto, conforme destacamos, não é nossa pretensão esgotar um assim chamado "o estado da arte" e sim trazer nossa reflexão como uma contribuição para a análise deste cenário, certamente bastante limitada. Entendemos, porém, como Jacks et al (2011), que focar nas teses e dissertações produzidas na área é o parâmetro mais significativo para o acompanhamento do desenvolvimento de uma disciplina, neste caso, a Comunicação. A opção por incluir dois importantes eventos da área busca, então, como objetivo secundário, verificar se essas produções estão ou não circulando num âmbito mais amplo. Constamos a coincidência de apenas três autores, presentes no corpus das teses e dissertações e que apresentaram trabalhos na Intercom e/ou Compós, o que pode sinalizar para uma problemática de falta de circulação de nossos estudos entre nossos próprios pares. Nossa intenção é continuar a desenvolver esta pesquisa e ampliar esta análise para os principais periódicos científicos da área, de modo a também ampliar essa reflexão sobre a divulgação científica do conhecimento produzido nos PPGs em comunicação em nosso país.

Referências bibliográficas

CASTELLANO, Mayka. Lixo é coisa de homem? As questões de gênero na subcultura cinematográfica. *In*: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 31, 2008, Natal. *Anais*... São Paulo: INTERCOM, 2008.

ESCOTESGUY, Ana Carolina. As relações de gênero nos estudos de recepção: notas sobre metodologias de pesquisa e suas repercussões teóricas. *In*: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 25, 2002, Natal. *Anais*... São Paulo: INTERCOM, 2002.

___. Notas para um estado da arte sobre os estudos brasileiros de recepção dos anos 90. *In*: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 12, 2003, Niterói. *Anais*... Belo Horizonte: COMPÓS, 2003.

___; MESSA, Márcia Rejane. Os estudos de gênero na pesquisa em comunicação no Brasil. *Contemporanea*.Vol.4. nº2, dezembro de 2006, p.65-82.

___ *Comunicação e gênero*: a aventura da pesquisa. Porto Alegre : EDIPUCRS, 2008.

FURTADO, Pedro Calabrez. *Ética e comunicação*: Prazeres fugazes, amores eternos, corpos sedutores e saudáveis na recepção dos discursos de Men's Health e Nova. 2009. 231 p. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Práticas de Consumo) – Escola Superior de Propaganda e Márketing, São Paulo, 2009.

GIFFIN, Karen. A inserção dos homens nos estudos de gênero: contribuições de um sujeito histórico. *Ciência e Saúde Coletiva*, 10 (1), 2005, pp. 47- 57.

JACKS, Nilda, et. al. Pesquisa sobre audiências midiáticas no Brasil: primórdios, consolidação e novos desafios. In: JACKS, Nilda; MARROQUIN, Amparo; VILLARROEL, Mónica; FERRANTE, Natália. *Análisis de recepción en América Latina*: un recuento histórico con perspectivas al futuro. Quito: Ciespal, 2011.

___; MENEZES, Daiane; PIEDRAS, Elisa. *Meios e audiências*: a emergência dos estudos de recepção no Brasil. Porto Alegre: Sulina, 2008.

___; JOHN, Valquíria Michela; SILVA, Lourdes Ana Pereira. Estudos de recepção no Brasil: panorama da última década. In: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 21, 2012, Juiz de Fora. *Anais*... Belo Horizonte: COMPÓS, 2012.

JOHN, Valquíria Michela. Estudos de Recepção e Relações de Gênero: análise dos trabalhos produzidos nos dois principais eventos da área da Comunicação na última década. *In*: 1ª Jornada Gaúcha de pesquisadores da recepção. 1, 2012, Porto Alegre. *Anais*... Porto Alegre: UFRGS, 2012.

___; COSTA, Felipe da. Relações de Gênero e Estudos de Recepção: análise dos trabalhos apresentados no Congresso Anual da Intercom ao longo da última década. *In*: Congresso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación, 11, 2012, Montevideo: ALAIC, 2012.

MEDRADO, Benedito; LYRA, Jorge. Por uma matriz feminista de gênero para os estudos sobre homens e masculinidades. *Estudos Feministas*, Florianópolis, 16(3): 424, setembro-dezembro de 2008, pp. 809-840.

PIEDRAS, Elisa. Sonho de consumo: a publicidade na intersecção entre o consumo material e o simbólico, pelo olhar do receptor. *In*: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 15, 2006, Bauru. *Anais*... Belo Horizonte: COMPÓS, 2006.

___. Recepção da publicidade no universo feminino: Hábitos de consumo dos meios e da publicidade, Usos da publicidade e Competências de leitura dos anúncios. *In*: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 17, 2008, Bauru. *Anais*... Belo Horizonte: COMPÓS, 2008.

PISCITELLI, Adriana. Gênero em perspectiva. *Cadernos Pagu* (11), 1998, pp.141-155.