

Logos 19 - Sexo, gênero e mídia



**Sexo, gênero
e mídia**

19

Ano 10 - n.º 19 - 21.º Semestre / 2003 ISSN 0104-9933

LOGOS

19

Sexo, gênero e mídia

FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
UERJ

CATALOGAÇÃO NA FONTE
UERJ/REDE SIRIUS/PROTAT

L832 Logos: comunicação e universidade. - Vol. 1, n. 1 (1990) - . -
Rio de Janeiro: UERJ, Faculdade de Comunicação
Social, 1990 -

Semestral

ISSN 0104-9933

1. Comunicação - Periódicos. 2. Teoria da informação -
Periódicos. 3. Comunicação e cultura - Periódicos. 4. Sociologia
- Periódicos. I. Universidade do Estado do Rio de Janeiro.
Faculdade de Comunicação Social.

CDU 007

**UNIVERSIDADE DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE EDUCAÇÃO E HUMANIDADES
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**

Reitora

NILCÉA FREIRE

Vice-reitor

CELSO PEREIRA DE SÁ

Sub-reitor de Graduação

ISAC JOÃO DE VASCONCELLOS

Sub-reitora de Pós-Graduação e Pesquisa

MARIA ANDRÉA RIOS LOYOLA

Sub-reitor de Extensão e Cultura

ANDRÉ LUIZ DE FIGUEIREDO LÁZARO

Diretor do Centro de Educação e Humanidades

LINCOLN TAVARES SILVA

Faculdade de Comunicação Social

Diretor: PAULO SÉRGIO MAGALHÃES MACHADO

Vice-diretor: RONALDO HELAL

Chefe do Departamento de Jornalismo

JOÃO PEDRO DIAS VIEIRA

Chefe do Departamento de Relações Públicas

DENISE DA COSTA OLIVEIRA SIQUEIRA

Chefe do Departamento de Teoria da Comunicação

MÁRCIO SOUZA GONÇALVES

LOGOS 19 - Ano 10, n. 19, 2º semestre de 2003

Logos: Comunicação & Universidade (ISSN 0104-9933) é uma publicação acadêmica semestral da Faculdade de Comunicação Social da UERJ e de seu Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGC) que reúne artigos inéditos de pesquisadores nacionais e internacionais enfocando o universo interdisciplinar da comunicação em suas múltiplas formas, objetos, teorias e metodologias. A revista destaca a cada número uma temática central, foco dos artigos principais, mas também abre espaço para trabalhos de pesquisa dos campos das ciências humanas e sociais considerados relevantes pelos Conselhos Editorial e Científico. Os artigos recebidos são avaliados por membros dos conselhos e selecionados para publicação. Pequenos ajustes podem ser feitos du-

rante o processo de edição e revisão dos textos aceitos. Maiores modificações serão solicitadas aos autores. Não serão aceitos artigos fora do formato e tamanho indicados nas orientações editoriais e que não venham acompanhados pelos resumos em português, inglês e espanhol.

Editores: João Luís de Araújo Maia e Denise da Costa Oliveira Siqueira
Conselhos Editorial e Científico: Ricardo Ferreira Freitas (Presidente do Conselho Editorial), Luiz Felipe Baêta Neves (Presidente do Conselho Científico), Danielle Rocha Pitta (UFPE), Denise Oliveira Siqueira (UERJ), Fátima Quintas (pesquisadora da Fundação Gilberto Freyre), Henri Pierre Jeudi (pesquisador do CNRS-França), Ismar Soares (USP), João Maia (UERJ), Luis Custódio da Silva (UFPB), Hérís Arnt (UERJ), Michel Maffesoli (Paris V- Sorbonne), Nelly de Camargo (USP), Nízia Villaça (UFRJ), Patrick Tacussel (Univ. Montpellier), Patrick Wattier (Univ. Strasbourg), Paulo Pinheiro (UniRio), Robert Shields (Carleton University/Canadá), Ronaldo Helal (UERJ) e Rosa Lucila de Freitas (UFL).

Projeto Gráfico: Fabiana Antonini e Sonia Souza (LED - Laboratório de Editoração Eletrônica/FCS/UERJ)

Capa: Adriana Melo

Diagramação: José Carlos Braga (COMUNS), Fabiana Antonini e Rita Alcântara (LED).

Revisão: Luciana Lorensonne, Marcelo F. Rodrigues (COMUNS) e Denise da Costa Oliveira Siqueira

Endereço para correspondência: Universidade do Estado do Rio de Janeiro - Faculdade de Comunicação Social - PPGC - Mestrado em Comunicação - Revista *Logos*

A/C Prof^a Dr^a. Denise Oliveira Siqueira e Prof. Dr. João Maia
Rua São Francisco Xavier, 524/10º andar, sala 10129, Bloco F

Rio de Janeiro - RJ - Brasil

Tel.: (21) 2587-7829

E-mail: logos@uerj.br

Sumário

Apresentação

Sexo, gênero e mídia

Márcio Souza Gonçalves

7

Artigos

Sexualidade, gênero e imagem

**Telenovela é coisa de mulher? Uma etnografia
da audiência masculina nas telenovelas brasileiras**

10

Roberta Manuela Barrós de Andrade

**O textual/sexual nos programas televisivos:
as tele-consultas médicas**

30

Graciela Natansohn

A estratégia discursiva de *Madame Satã*

50

Wilton Garcia

**Um homem, uma mulher e um monstro:
gênero na ilustração de RPG**

64

Eliane Bettocchi

Sexo e novas tecnologias

Esferas públicas feministas na Internet

88

Lara Haje

**Sexualidade, tecnologia e identidade
na era da comunicação total**

106

Fátima Régis

Márcio Souza Gonçalves

O corpo na mídia impressa e radiofônica
**Corporeidade discursiva na imprensa feminina:
um estudo de editoriais** 124
Adriana Braga

**Sexualidade feminina e produção de sentido
nas narrativas radiofônicas** 144
Maria Inês Detsi de Andrade Santos

Gênero e pesquisa
**A temática das relações de gênero nos
estudos de comunicação** 162
Ana Carolina D. Escosteguy
Bárbara Nassif
Cristina Vanuzzi
Mariana Pires
Pedro Henrique Reis

Resenha

Os abismos da suspeita 188
Miguel Angel de Barrenechea

Orientação editorial 196

Apresentação

Sexo, gênero e mídia

O sexo - e de modo mais geral todo o campo da sexualidade - ocupa um lugar central no conjunto da cultura ocidental, tendo sido vivido, imaginado, sentido e experimentado de modos bem diversos ao longo da história.

Da pederastia grega ao “bare backing”, do amor cortês aos namoros virtuais, para citar apenas dois exemplos, uma vasta galeria de sentidos tem tomado possível os relacionamentos inter-humanos mas também o relacionamento de cada um com seu próprio corpo, suas fantasias, seus desejos.

Esses diversos sentidos - que atravessam o campo da sexualidade - bem como sua produção e circulação remetem diretamente para a comunicação e suas circunstâncias históricas. Assim, por exemplo, o amor cortês é indissociável da literatura da corte enquanto modo ou fenômeno de comunicação; o amor virtual é indissociável das novas tecnologias de comunicação, especialmente a Internet e assim por diante.

O gênero, enquanto construção cultural, depende igualmente dos processos de comunicação para se constituir, se inserindo, de modo amplo, no campo maior da identidade.

Dessa necessária ligação do sexo e do gênero aos processos de comunicação decorre que *sexo, gênero e mídia* (em seu sentido mais amplo) formam uma tríade coesa e fortemente amarrada.

Tendo sempre existido, a relação entre os três termos no momento atual se mostra bastante singular, precisamente em razão da presença maciça e dos desenvolvimentos cada vez mais rápidos da comunicação eletrônica. A mediatização

avassaladora de nossa sociedade implica numa articulação cada vez mais íntima entre mídia (num sentido restrito: mídia de massa ou digital) e o par sexo-gênero.

Nossas percepções e vivências ligadas ao campo semântico da sexualidade não dependem mais apenas da língua e da literatura, por exemplo, mas se ligam acentuadamente a mídias eletrônicas.

Daí a discussão tão contemporânea dos limites entre o humano e o maquínico.

Uma investigação do modo como se produzem sentidos no campo da sexualidade em sua articulação com a mídia se coloca, assim, como tarefa importante.

Essa investigação se refere, evidentemente, a uma variedade de meios: os tradicionais de massa, a TV, o cinema, os jornais, o rádio etc. mas também podemos pensar na Internet e nos telefones celulares.

Os mecanismos de poder em ação em nosso tempo são bastante sutis (o que não exclui a persistência da violência e da coerção físicas) e passam em grande parte pela produção de identidades através dos meios de comunicação de massa e digitais. Analisar o modo como a mídia e o campo do sexo se articulam é, deste modo, direta ou indiretamente, analisar algumas das maneiras segundo as quais o poder age no momento contemporâneo no mais íntimo de todos nós.

Os textos que se seguem promovem, cada um a seu modo, uma investigação específica dentro do vasto campo da articulação entre sexo, gênero e mídia.

Márcio Souza Gonçalves