

ARTIGOS



Identidade e Gênero

Representações Femininas nos programas televisivos *Bah!*

Mariana Nogueira HENRIQUES, *Universidade Federal de Santa Maria*

Flavi Ferreira LISBOA FILHO, *Universidade Federal de Santa Maria*

A presente pesquisa busca analisar os modos como são produzidos os sentidos sobre a mulher gaúcha, a partir dos especiais “*Bah! Um programa muito gaúcho*”, “*Bah! Eu Sou do Sul*” e “*Bah! Um fandango muito especial*”, exibidos em 20 de setembro de 2013 e 2014 e 19 de setembro de 2015, respectivamente, na RBSTV. Para isso, buscamos aporte na perspectiva teórica dos estudos culturais aliados aos estudos de gênero, considerando, ainda, o contexto cultural gaúcho em que as atrações se passam. Da pesquisa inferimos que os três principais sentidos: ocultamento, objetificação e masculinização formam uma identidade feminina estereotipada. Além disso, percebemos que os especiais atuam na intenção de perpetuar uma identidade hegemônica e masculina transmitindo uma falsa ideia de empoderamento feminino, na busca por gerar audiência e reconhecimento.

PALAVRAS-CHAVE: Identidade Feminina. Representação. Programa Televisivo Regional Bah. Estudos Culturais. Gênero.



Introdução: Enfrentamentos e Esquecimentos

O estado do Rio Grande do Sul, situado no extremo sul do país (que originalmente foi nomeado como Capitania de Rio Grande de São Pedro (1760), Capitania de São Pedro do Rio Grande do Sul (1807), Província de São Pedro do Rio Grande do Sul (1821) e Rio Grande do Sul (1889)), tem sua história marcada por constantes lutas de fronteira, terras e economia voltada à pecuária. Inicialmente, de acordo com Kühn (2011), seu território era povoado por indígenas e só começou a ser ocupado tardiamente, se comparado ao restante do Brasil, no século XVII, devido às constantes disputas entre Portugal e Espanha pelos limites territoriais. Desde então, foram diversos os conflitos que aqui aconteceram, como a Guerra Guaranítica (1750 - 1756), a Guerra de 1801, a Primeira Campanha da Cisplatina, em 1811, a Guerra da Cisplatina em 1825.

Dez anos depois, em 20 de setembro de 1835, eclodiu no estado a Revolução Farroupilha, liderada pela classe dominante da região, grandes fazendeiros e criadores de gado que estavam insatisfeitos com os tributos cobrados pelo império, que empobreciam a economia estadual. O confronto, com caráter republicano e separatista, foi a mais longa revolta brasileira, durando 10 anos. A batalha terminou em 1845, com a assinatura do Tratado do Poncho Verde e a derrota dos farroupilhas. Esta Revolução tem importância principal aqui, já que o objeto empírico desse estudo relaciona-se intimamente a ela. Além disso, 20 de setembro, dia do início do conflito, é a principal data comemorativa do estado, sendo, inclusive, feriado legal nesta ocasião. Mais tarde, em 1864, novamente o estado estava envolvido em um conflito internacional, a Guerra do Paraguai. Em 1893 deflagra-se a Revolução Federalista. Já no século XX, ocorre a Revolução de 1923. Dois anos depois, ligado ao Tenentismo, origina-se no estado a Coluna Prestes, que teve como consequência a Revolução de 1930.

Essa breve e resumida retomada histórica ajuda a contextualizar e compreender o cenário que se criou no Rio Grande do Sul, já que muito dessa história serviu de base para a instauração de uma sociedade patriarcal, militarizada, latifundiária e pecuarista, em que, de acordo com Pesavento (1991), as características mais valorizadas eram a força, a coragem e a destreza. Era preciso estar preparado para enfrentar o inimigo, para cuidar dos rebanhos de gado e cavalgar longas distâncias; a população estava permanentemente armada, pronta para defender seus



interesses. Foram essas as características, que posteriormente, por volta dos anos 1940, seriam retomadas para criar uma identidade gaúcha estereotipada.

Com essa inspiração histórica, no ano de 1948 foi criado o primeiro CTG, o 35, em Porto Alegre¹, como um local exclusivamente de homens e com o objetivo de perpetuar costumes e tradições gaúchas. Dessa forma, o personagem gaúcho construído pelo MTG é de um homem guerreiro, batalhador, trabalhador, orgulhoso, idealista, viril, com princípios, ética, moral, garra e força. As mulheres, nessa representação, ficaram em segundo plano e, mesmo em situações em que é exaltada como heroína, ela apresenta atributos próprios da figura masculina. Ou seja, no Rio Grande do Sul, os valores, as representações e os significados construídos em torno da cultura regional tomam o masculino como referência.

Essa figura incorporou-se ao imaginário social, carregando, ao longo das décadas, diversos estereótipos que formaram um sujeito e que, por consequência, forjou uma representação desta identidade, tornando-a hegemônica. Essa construção foi estruturada com base em elementos e valores dominantes que perpassam as várias épocas da história e ainda hoje se fazem presentes em nossa sociedade. Ocorre, porém, que nessa referida representação, a mulher foi excluída da história, perdeu a voz e a ação. Pesavento (1991, p.59) afirma que “a historiografia oficial gaúcha compunha a imagem de um passado essencialmente masculino, linear e heroico, adequado a uma sociedade em que os homens ditavam as leis e ocupavam os cargos de mando”. Na maior parte das representações históricas, a mulher não aparece ou aparece como a dona do lar. Assim, baseado nesse contexto histórico e nas problemáticas acerca da representação da identidade gaúcha e na ausência da figura feminina nesse cenário, buscamos, aqui, estudar a representação televisiva da identidade feminina gaúcha através de três programas especiais exibidos na RBS TV² em 20 de setembro de 2013 e 2014 e 19 de setembro de 2015, *Bah! Um programa muito gaúcho*, *Bah! Eu sou do Sul* e *Bah! Um fandango muito especial*, respectivamente.

1 O primeiro Centro de Tradições Gaúchas foi o 35 CTG, fundado em 24 de abril de 1948 por Paixão Côrtes e o “Grupo dos Oito”, a partir da criação do Departamento de Tradições Gaúchas do Colégio Júlio de Castilhos, em Porto Alegre, no ano anterior.

2 Rede Brasil Sul de Televisão, maior rede de televisão regional brasileira, emissora afiliada à Rede Globo.



Estudos Culturais e Gênero: Contrariando Modelos Dominantes

Essa mesma preocupação, de dar voz e valorizar aqueles que estavam à margem dos modelos dominantes, foi o que incentivou o surgimento dos estudos culturais. Em um período pós 2^a Guerra Mundial, de grande crise política e econômica, em que a Europa passava por grandes transformações, temas como cultura, indústria, arte, democracia começavam permear os meios de comunicação, já que há uma grande ênfase na chamada indústria cultural. Nesse momento, em que se percebem as grandes desigualdades sociais e culturais causadas pelo capitalismo industrial, na Inglaterra emergem os estudos culturais, com viés político, tentando compreender a cultura através dos movimentos sociais da época. Ou seja, acreditando que a cultura não pode ser explicada e determinada apenas por uma dimensão econômica, já que a sociedade é um todo complexo e que são vários os fatores que a compõe. Assim, dizemos que os processos culturais estão intimamente conectados às relações sociais de classe, sexo e etnia, sendo um local de diferenças e lutas sociais.

Os estudos culturais se tornaram, então, uma crítica que questiona o estabelecimento de hierarquias entre formas e práticas culturais, convencionadas a partir de oposições como alta/baixa, superior/inferior, entre outras binariedades (ESCOSTEGUY, 2001). Percebemos, então, que entre os objetivos do campo está a ideia de revelar os discursos marginais, não oficiais, ou daqueles que propriamente não têm voz (BAPTISTA, 2005). Evidentemente, nesse contexto, emergem os estudos de gênero e de identidade feminina. A preocupação com esses debates, entretanto, ganhou força apenas nos anos 1970, quando se incorporam às questões trabalhadas, os estudos feministas, com questionamentos referentes à identidade e seu não determinismo apenas por aspectos culturais, mas também, de gênero.

Os primeiros estudos da temática, porém, não problematizavam questões relativas ao feminino e utilizavam a categoria gênero somente para indicar a distinção entre os sexos, não considerando, contudo, os outros elementos sociais, políticos e culturais que auxiliam na construção do sujeito, que só terão relevância posteriormente, nos anos 1990, quando, então, surgem as preocupações com as pluralidades. É nessa realidade que Butler (2015) afirma que ser mulher ou homem não significa que isso seja tudo que essa pessoa possa ser, já que em um



único ser coexistem elementos de diferentes contextos em que ele se insere: históricos, de classe, de raça, étnico, regionais e identitários. Ou seja, “resulta que se tornou impossível separar a noção de gênero das interseções políticas e culturais em que invariavelmente ela é produzida e mantida” (BUTLER, 2015, p. 21).

Enquanto sexo contém uma implicação biológica, insuficiente para determinar comportamentos “masculinos” ou “femininos”, o gênero é social e cultural, ou seja, é construído, assimilado, figurado e instituído socialmente (BUTLER, 2015). Porém, ocorre que desde pequenos somos “acostumados” a fazer distinções entre o feminino e o masculino, e, que ao longo do tempo, além de criar uma binariedade homem/mulher, vão definir o “feminino” como inferior ao “masculino”, e, a partir disso, são transformadas em desigualdades hierárquicas através de discursos masculinos sobre a mulher. Característica essa, bastante visível no cenário gaúcho e em sua representação masculinizada. Porém, o problema deste binarismo reside na exclusão de outras possibilidades de interpretação e na escolha de uma posição dominante para ser a representante da figura da mulher, como se esta fosse um consenso social, definindo o que é ser homem ou mulher de modo antagônico, atribuindo valores a cada um.

É neste contexto que, mais atualmente, Butler (2015) questiona o reducionismo usual do conceito de gênero, por ser um (re)produtor de uma falsa noção de estabilidade, que só serviria para reafirmar os pensamentos binários, não alterando a ordem vigente, através da repetição de atos, gestos e símbolos já culturalmente associados ao masculino e feminino, criando, segundo a autora, uma heterossexualidade compulsória. Sendo assim, sugere que os debates sobre gênero, mesmo que ainda inseridos em um dualismo, devem servir como forma de desestabilizar as identidades hegemônicas a partir de discursos e práticas subversivas às ordens vigentes. É nesse cenário dualístico, com intuítos desestabilizantes, que inserimos nossa pesquisa.

Percurso Metodológico

A partir desse contexto apresentado e acordando com as propostas de Butler (2015) é que escolhemos buscar, dentro de uma representação de identidade gaúcha, quais são os sentidos atuais construídos em torno da figura da mulher, por isso a escolha de um produto midiático recente, que, em uma primeira vista, chamava atenção



para a presença feminina. Sabemos que apenas eleger as mulheres como apresentadoras principais não seria suficiente para afirmar que o programa valoriza e dá visibilidade a elas. Porém, partindo de um histórico de apagamentos, desvalorização, esquecimentos e submissão, aliado a uma crescente participação delas no mundo contemporâneo, inegavelmente, ter mulheres a frente de uma atração que cultua a identidade hegemônica (masculina) do estado, chama atenção de modo significativo.

Torna-se necessário, então, pensarmos para além do que está sendo posto em cena, já que o silêncio, isto é, aquilo que não é dito e mostrado, por vezes, significa tanto ou mais do que o que está sendo representado (Orlandi, 1997). Sendo assim, mesmo ao ter as mulheres em evidência (física) nos programas, ainda é preciso buscar os sentidos que isso suscita, o que está dito e o não dito em suas representações, já que para dizer uma coisa é preciso não dizer outra, e é este “não dizer” que constitui nossa realidade. Afirmando e reafirmando algo - uma identidade -, ocultamos outros sentidos possíveis, porém, de alguma forma, indesejáveis.

Para isso, utilizamos, então, como método, a análise cultural de Williams (1979) associada à análise textual proposta por Casetti e Chio (1999), que, devido a sua abrangência, auxilia a responder os questionamentos propostos, já que valoriza o material simbólico (signos, símbolos e figuras) dos programas, sem deixar de considerar os elementos estruturais. Assim, não busca por unidades isoladas, mas pretende compreender as relações entre essas unidades e os seus significados, possibilitando ir além do próprio texto, problematizando atitudes e valores de quem os cria, revelando o modo como algo é proposto e apresentado a uma audiência. Com base nisso, pretendemos analisar os programas a partir de alguns aspectos principais, que dizem respeito a sua organização, dando foco, aqui, para as categorias de **apresentadores e apresentadoras** e **textos verbais**, observados a partir do contexto cultural em que os especiais se inserem.

Principais Resultados

Produzidos pelo canal de televisão aberta, RBS TV, para as comemorações da Revolução Farroupilha, os especiais *Bah! Um programa muito gaúcho*, *Bah! Eu sou do Sul* e *Bah! Um fandango muito especial* buscaram representar o gaúcho através de suas



características culturais hegemônicas: a dança, a música, a culinária, as vestimentas e as linguagens. Além disso, é importante salientar a preponderância feminina na apresentação e condução dos programas analisados, que são transmitidos de dois locais comumente associados à figura masculina, do CTG e do Acampamento Farroupilha, espaços onde as mulheres não eram aceitas ou onde as “mulheres de família” não deviam estar. Na primeira edição, o especial foi apresentado por Carla Fachim e Shana Müller, na segunda, por Cristina Ranzolin e Rodaika Dienstbach e na terceira, novamente por Shana Müller e Neto Fagundes. As duas primeiras edições contaram com a presença de Neto Fagundes como um terceiro apresentador, estando em segundo plano em relação às mulheres. Aqui, nosso foco recai nas apresentadoras.

a) Sujeitos

Na primeira e na terceira edição do programa *Bah!*, está Shana Müller. Nascida em Montenegro – RS, cantora tradicionalista e também a primeira mulher a apresentar o *Galpão Crioulo*, a partir do ano de 2012. Essa participação, de acordo com Bortoluzzi et al. (2013, p.7) “representa a ação da atual mulher gaúcha, que busca autonomia enquanto sujeito social”. Junto a ela, na primeira edição está Carla Fachim, que, por sua vez, não apresenta vinculação direta com o regionalismo gaúcho. Há mais de 18 anos na rede, sua participação também dá credibilidade ao especial, trazendo, porém, uma perspectiva nova, mais contemporânea na representação da identidade gaúcha.

Na segunda edição de *Bah!*, ambas apresentadoras são distantes do meio tradicionalista, porém, têm uma imagem forte e representativa na condução de seus programas. Cristina Ranzolin, de 49 anos, nascida em Porto Alegre, é uma das principais apresentadoras da RBS TV. Dessa forma, sua imagem e nome já são reconhecidos no meio, o que facilita com que *Bah! Eu sou do Sul*, seja aceito pelo público. Rodaika Dienstbach, jornalista, de 40 anos, nascida em São Leopoldo, insere-se no programa na tentativa de atrair uma audiência mais jovem, já que tem sua imagem intimamente relacionada a este público.

Elemento que merece destaque são os trajes utilizados pelas apresentadoras, já que nenhuma delas utiliza o tradicional vestido de prenda. Mais próximo a isto, na primeira e terceira edição Shana Müller usa um traje característico da mulher do peão das vacarias (1850-1920) (LISBOA FILHO, 2009) (Figura 1), que mesmo que destoe das vestes



tidas como típicas da mulher, pelo MTG, são mantidas referências que remetem ao vestido de prenda. Essas vestimentas receberam a força da imagem da artista sendo bem aceitas por um público que busca adaptar o tradicionalismo ao meio urbano, configurando uma nova imagem para a prenda contemporânea. Já a jornalista Carla Fachim, utiliza elementos da indumentária masculina, veste uma calça e colete marrons, com uma camisa e lenço no pescoço, o que poderia ser considerada uma versão moderna, urbana e feminina do típico traje masculino, principalmente em épocas atuais, onde o agronegócio ganha espaço frente à pecuária, tendo várias mulheres conduzindo as empresas e negócios. (Figura 2).

Figura 1: Vestimentas Shana Müller. Fonte: Bah! Um programa muito gaúcho



Figura 2: Vestimentas Carla Fachim. Fonte: Bah! Um programa muito gaúcho





Este mesmo padrão de vestimentas é utilizado na segunda edição, por Cristina Ranzolin (Figura 3), que veste uma camisa branca com colete marrom e lenço no pescoço, também remetendo aos trajes masculinos. Completando esta veste, usa calça *jeans* justa com uma bota, trazendo elementos mais contemporâneos ao vestuário tradicional do gaúcho. Rodaika Dienstbach está vestida com calça *jeans*, blusa preta, e diversos acessórios como colares e anéis, suas vestimentas são as que mais se diferem do que é considerado típico gaúcho. O elemento que, em sua roupa, faz referência a esses trajes é a utilização de um xale estampado e com franjas, vestimenta muitas vezes usada por prendas, como uma espécie de agasalho (Figura 3).

Figura 3: Vestimentas Rodaika e Cristina Ranzolin. Fonte: Bah! Eu sou do Sul



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



b) Texto

É perceptível no discurso dos três especiais a tentativa de mostrar o estado e a cultura gaúcha como um local plural e diversificado. Porém, na prática, não é o que ocorre. Em nenhum momento dos programas é valorizada outra cultura que não a tradicionalista. Todos e todas aquelas que participaram da formação do estado e até da Revolução Farroupilha, feito tão aclamado em *Bah!* são deixados em segundo plano quando não, ocultados. Nos três programas as mulheres do Rio Grande do Sul não são exaltadas, sua importância não é valorizada. Elas não estão completamente excluídas do discurso, porém, quando aparecem, enquadram-se dentro do estereótipo hegemônico da mulher gaúcha, sempre como apoio ao homem.

No primeiro programa, ao chamar a coreografia “O tempo e o Vento”, Shana Müller destaca a “figura de mulheres valentes e bravas, como Ana e Bibiana Terra”, porém, em todas as outras situações a figura feminina sempre remete a imagem da prenda. É apresentada como uma mulher idealizada, que deve ser bela, que se interessa por “assuntos de mulheres”, como moda e que naturalmente não saberia montar a cavalo da mesma forma que os homens. Um dos convidados declara que “com uma loira bonita como você [Carla Fachim] já saio dançando e atropelando na festa”. Esse mesmo viés de pensamento repete-se no terceiro *Bah!*, quando um dos convidados afirma que “as prendas e as gurias, coisa mais linda! É a melhor parte do baile, essa mulherada linda que tem aqui no Rio Grande”. Perspectiva essa que carrega consigo certa objetificação da mulher, traduz a ideia de uma “mulher enfeite”, que está lá para adornar os bailes e alegrar os peões.

Outro aspecto interessante a ser observado é quando, no segundo *Bah!*, Rodaika apresenta uma reportagem sobre customização de vestimentas, em um “desafio gaudério-fashion”. Fica implícito em seu discurso que esse tema tem tudo a ver com as mulheres, ou seja, um assunto relacionado ao mundo feminino. Além disso, outro ponto a ser destacado é quando Cristina Ranzolin questiona se Neto Fagundes sabe montar a cavalo e ele responde que não. Nesse momento ela afirma que “eu esperava ouvir isso da Rodaika e não do Neto”. Em uma lógica simples, Neto Fagundes, por ser homem deveria saber montar e Rodaika não.

Todas essas falas e recortes de texto se juntam em um cenário muito mais amplo, dando sentido ao discurso apresentado no programa.



As valorações, implícitas ou explícitas são carregadas de pensamentos, ideologias, visões de mundo e ideias estereotipadas e hegemônicas. Mesmo com a tentativa de ser plural, alguns desses aspectos ainda estão extremamente arraigados nos discursos utilizados.

Considerações Finais

Buscando compreender os sentidos construídos sobre a mulher nos especiais *Bah! Um programa muito gaúcho*, *Bah! Eu sou do Sul* e *Bah! Um fandango muito especial*, nossa pesquisa precisou recorrer a fatos e momentos históricos para conhecermos as raízes de nosso objeto/problema e ao contexto social e cultural para tentarmos elucidar quais as relações desses com a formação dessa identidade.

Percebemos, então, que desde a escolha das apresentadoras já se tem um direcionamento para a imagem que se quer difundir: são quatro mulheres reconhecidas em seus núcleos na emissora, Shana Müller, Carla Fachim, Cristina Ranzolin e Rodaika Dienstbach. Delas Shana Müller é a mais próxima ao tradicionalismo, enquanto que as demais buscam atrair públicos diferenciados, de acordo com sua área de atuação dentro da programação da RBS TV.

Observamos, ainda, três sentidos principais relacionados a imagem das mulheres no programa. Foram eles, ocultamento, objetificação e masculinização. Constatamos o ocultamento quando os programas utilizam-se, majoritariamente, do estereótipo do gaúcho, abrindo pouco ou nenhum espaço para debate e problematização de representações diferentes daquelas dominantes. A objetificação é perceptível na perpetuação do imaginário da prenda como enfeite, da mulher delicada e bela que deve ser exibida ao lado de um homem forte e viril. A masculinização se verifica a partir da figura e posturas, falas e comportamentos das apresentadoras, na tentativa de marcar um lugar de fala, e uma posição de poder semelhante às possuídas, até então, pelos homens.

Neste viés, podemos pensar nos programas *Bah!* a partir de uma visão mais simplista com base na figura das apresentadoras à frente da atração que, em meio a um contexto tradicionalista, emergem como mulheres urbanas, independentes e capazes de comandar o “clubinho masculino”, dentro de um galpão, atuando através de uma (pseudo) ideia de empoderamento feminino. Porém, observando mais atentamente



percebemos a fragilidade dessa afirmação. Assim, ao buscar evidenciar o protagonismo das mulheres, colocando-as em postos masculinos e de comando, a emissora e o programa cumprem apenas uma tarefa mercadológica, na tentativa de ganhar audiência, atingir um público masculino admirador dessas personagens e gerar identificação com as mulheres que, através dessa falsa ideia de empoderamento, se veem representadas através de uma imagem de fortaleza e independência. Por outro lado, esse falso protagonismo encobre inúmeras situações problemáticas, transmitindo a ideia de que se valoriza e representa toda a população feminina, sem levar em conta sua diversidade e pluralidade.

Por fim, destacamos, por outra via, que os programas *Bah!* não têm a finalidade de colocar em discussões novas representações, porém, por menor que sejam suas atuações nesse contexto, auxiliam na atualização da representação da mulher e na propagação dessa “nova/velha” identidade. Além disso, os especiais inserem-se dentro de um espaço cultural e midiático em que já se veem algumas aberturas que poderão, futuramente, levar a novas abordagens e alterações nesse modo de representar. Se, de acordo com Butler (2015) o espaço midiático é um local de repetições, a abertura a novas possibilidades deve ser situada na perspectiva de variedade de repetições, para, então, provocar a subversão e quebra dos padrões vigentes, o que irá refletir, também, nas próximas representações midiáticas. A mídia, neste contexto em que circulam significações, torna-se importante no sentido de apresentar possibilidades de novas conceituações e inferências nas identidades já consolidadas.

Referências

BAPTISTA, Maria Manuel. Estereotipia e representação social: uma abordagem psico-sociológica. In: BAKER, Anthony David. **A Persistência dos estereótipos**. Aveiro: Universidade de Aveiro, 2005. Disponível em: <<http://mariammanuelbaptista.com/pdf/EstereotipiaeRepresentacaoSocial.pdf>> Acesso em 17 de jul. de 2015.

BORTOLUZZI, Cristiane Greiwe. et al. Do tradicional à customização: a representação feminina do programa televisivo Galpão Crioulo. In: VI Encuentro Panamericano de Comunicacion, 2013, Córdoba. **Anais**. Córdoba: CONAPAM, 2013. Disponível em: <<http://www.eci.unc.edu.ar/archivos/companam/ponencias/>>



Producci%C3%B3n%20discursiva/-Unlicensed-Producci%C3%B3n-discursiva-y-medios-de-comunicaci%C3%B3n.-Bortoluzzi.pdf > Acesso em: 17 de abril de 2015.

BUTLER, Judith. **Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade**. Rio de Janeiro: Editora Civilização Brasileira, 2015.

CASSETTI, Francesco; CHIO, Frederico di. **Análisis de la televisión: instrumentos, métodos y prácticas de investigación**. Barcelona: Paidós, 1999.

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

KÜHN, Fabio. **Breve história do Rio Grande do Sul**. Porto Alegre: Leitura XXI, 2001.

LISBOA FILHO, Flavi Ferreira. **Mídia regional: gauchidade e formato televisual no Galpão Crioulo**. 2009. 236 p. Tese, Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação, Universidade do Vale dos Sinos, São Leopoldo, 2009

ORLANDI, Eni. **As formas do silêncio: no movimento dos sentidos**. Campinas: Unicamp, 1997.

PESAVENTO, Sandra. Jatahy. Mulheres e história: a inserção da mulher no contexto cultural de uma região fronteiriça. **Revista de Literatura Brasileira**, Florianópolis, n.23, p. 54-72, 1991.

WILLIAMS, Raymond. **Marxismo e literatura**. Rio de Janeiro, Zahar, 1979.



Identity and Gender: Women's Representations on the *Bah!* TV show

ABSTRACT: The present research pursues to analyze the means how are produced the senses about the gaucho women as of special programs “Bah! Um programa muito gaúcho”, “Bah! Eu Sou do Sul” and “Bah! Um fandango muito especial”, exhibited on September the 20th 2013 and 2014 and on September the 19th 2015, respectively, on RBS TV. Thereunto, we search the contribution in the theoretical perspective of the cultural studies associated to the gender studies, considering, also, the gaucho cultural context in which the attractions it happen. In this research we infer from this that the stereotyped feminine identity formed by three senses: concealment, objectification and masculinization. Moreover, we perceive that the special programs act on the intention of perpetuating a hegemonic and masculine identity conveying a false idea of female empowerment, in the pursuit to generate audience and recognition.

KEYWORDS: Female Identity. Representation. Bah Regional Television Show. Cultural Studies. Gender.

Mariana Nogueira Henriques

Doutoranda em Comunicação na linha de Mídia e Identidades contemporâneas pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria. Mestre em Comunicação pela mesma instituição. Bacharel em Comunicação Social - Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Maria. Integrante do grupo de pesquisa Estudos Culturais e Audiovisualidades. Tem experiência em pesquisas na área dos Estudos Culturais, representação, gênero, identidade feminina e gauchidade.

Flavi Ferreira Lisboa Filho

Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFSM. Doutor em Ciências da Comunicação, pelo Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos. Pesquisador líder do Grupo de Pesquisa Estudos Culturais e Audiovisualidades. Tem experiência no desenvolvimento de projetos de pesquisa e extensão na área de Comunicação e Estudos Culturais.