



Edyr Batista de Oliveira Júnior

**MASCULINIDADES EM CENA: O MODO DE SER E DE PENSAR O
METROSSEXUAL A PARTIR DAS TELENÓVELAS**



Belém, Pará

2012



Edyr Batista de Oliveira Júnior

**MASCULINIDADES EM CENA: O MODO DE SER E DE PENSAR O
METROSSEXUAL A PARTIR DAS TELENÓVELAS**

Dissertação apresentada como requisito parcial
para obtenção do título de Mestre em
Antropologia pela Universidade Federal do Pará.

Orientadora: Prof^ª Dr^ª Cristina Donza Cancela.

Belém, Pará

2012

Dados Internacionais de Catalogação-na-Publicação (CIP)
(Biblioteca de Pós-Graduação do IFCH/UFPA, Belém-PA)

Oliveira Júnior, Edyr Batista de

Masculinidade em cena: o modo de ser e de pensar o metrossesual a partir das telenovelas / Edyr Batista de Oliveira Júnior ; orientadora, Cristina Donza Cancela. - 2012.

Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal do Pará. Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Programa de Pós-Graduação em Antropologia, Belém, 2012.

1. Beleza física (Estética). 2. Linguagem corporal. 3. Corpo humano - Comportamento. 4. Corpo humano - Aspectos sociais. 5. Masculinidade. 6. Telenovelas. I. Título.

CDD - 22. ed. 391.6

Masculinidades em cena: o modo de ser e de pensar o metrosssexual a partir das telenovelas

Edyr Batista de Oliveira Júnior

Comissão Examinadora

Cristina Donza Cancela, Dr^a (UFPA)
(Orientadora)

Heloisa Buarque de Almeida, Dr^a (USP)
(Examinadora Externa)

Ernani Pinheiro Chaves, Dr^o (UFPA)
(Examinador Interno)

Jane Felipe Beltrão, Dr^a (UFPA)
(Examinadora Interna)

Aprovado em: _____ de _____ de 2012.

Belém, Pará

2012

Em memória de meu avô, Altenor Silva.
Desde que eu era criança o via assistindo
a telenovelas.

AGRADECIMENTOS

Esta é uma parte que gosto muito de ler no trabalho dos outros. Considero muito interessante conhecer a importância de pessoas “anônimas” – para mim – na vida pessoal e científica dos produtores de conhecimento. Afinal, poucas vezes na sociedade temos a oportunidade de externalizar a importância de determinadas pessoas para a realização de nossos projetos. Assim, se você não gosta dessa parte, julga a mesma uma perda de tempo, pois o que você quer saber mesmo é sobre os resultados da pesquisa, aconselho desconsiderá-la e ir direto à página 14, na qual inicio a Introdução. Mas se, assim como eu, você se interessa por esta seção, convido-lhe a ler as linhas adiante e conhecer o nome de pessoas e Instituições que contribuíram, e muito, cada uma a sua maneira, para esta dissertação.

Agradeço a Deus, por ter sonhado meus sonhos e me ajudado desde sempre, principalmente ouvindo-me, mesmo quando eu me silenciava para os outros.

Aos meus pais, Edyr Oliveira e Marilene Alencar, e irmãs, Angélica Oliveira e Leiliane Souza, que me deram muito apoio, incentivo e que oraram por mim.

Aos meus amados irmãos e irmãs da Igreja Evangélica Assembleia de Deus, em Benevides, no Pará, onde me congrego, que oraram por mim e entenderam minhas ausências em cultos, ensaios e reuniões durante a produção desta dissertação.

À minha orientadora, Cristina Donza Cancela, a qual me ajudou muito quando da seleção do mestrado, mesmo estando de licença maternidade, e durante a produção deste trabalho. Obrigado pelos ensinamentos, observações, sugestões, incentivos... Muito do que aqui está é fruto de sua dedicação e trajetória acadêmica. Agradeço por sua amizade também!

Aos/Às meus/minhas professores/as que durante o tempo do mestrado, em suas disciplinas, me ensinaram muito mais que a arte de ser antropólogo, os/as quais faço questão de nominá-los/as: Cristina Cancela, Denise Schaan, Edna Alencar, Ernani Chaves, Flávio Silveira, Hilton Silva, Jane Beltrão e Márcia Bezerra.

À Cléo Ferreira e à dona Marina Gatinho que sempre me receberam muito bem quando ia à secretaria do PPGA solicitar-lhes algo.

À primeira turma do Programa de Pós-Graduação em Antropologia (PPGA), da qual faço parte, pela ajuda, compreensão e amizade. Obrigado Ariana Silva – primeira Mestre bioantropóloga formada no Brasil e pelo PPGA –, Cristiane Martins, Daiana Alves, Edith

Nascimento, Irislane Moraes, Luzia Ferreira, Eliana Rodrigues, Francilene Parente, Joseline Trindade, Luiza Lima, Mariana Cabral, Rosângela Brito e Wladirson Cardoso.

Aos amigos e amigas de perto, Robson Oliveira, Rafael Noletto, Manuela Vieira, Ney Gomes, Rhuan Lopes, Sanmarie Rigaud, Ângelo Lima e Clarisse Jacques que inúmeras vezes e de diferentes formas foram companheiros/as.

Aos amigos de longe – só geograficamente, porque estão bem pertinho no coração –, Tiago Pellim e Silas Barros, pelas ajudas técnicas e emocionais.

Aos/Às meus/minhas interlocutores/as que, gentilmente, conversaram comigo sobre telenovela, cuidado com o corpo e outros assuntos, o que me possibilitou refletir sobre essa expressão da masculinidade que é o metrossexual. Muito obrigado!

Obrigado ao PPGA que me forneceu as ferramentas e oportunidades necessárias para que eu pudesse trilhar mais essa caminhada acadêmica e profissional.

À Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes) pela bolsa que me possibilitou iniciar e concluir esta investigação científica sobre o modo de ser metrossexual.

A todas essas pessoas e Instituições citadas e, também, aqueles/as que, por falha minha, não tiveram seus nomes discriminados aqui, mas que fazem parte desta minha história, meu muito obrigado!

Masculinidades em cena: o modo de ser e de pensar o metrossexual a partir das telenovelas

RESUMO

Procurei analisar as percepções dos sujeitos sobre o modo de ser e de pensar o metrossexual a partir das telenovelas. O uso de personagens desse programa para a investigação foi importante, pois as telenovelas são produções que contribuem para a visualização de comportamentos e divulgação do “novo”, além de possuir grande entrada nos lares brasileiros. Por conta disso, realizei dezesseis entrevistas com cinco mulheres e onze homens, todos residentes em Belém do Pará, universitários ou formados em diferentes cursos, com a finalidade de mostrar como essas pessoas veem os personagens masculinos que são veiculados nos folhetins eletrônicos e se elas percebem personagens metrossexuais ou com características metrossexuais nas telenovelas. Investiguei, ainda, o que pensam alguns operadores da comunicação – escritores, autores, atores e acadêmicos que estudam o tema *telenovelas* – sobre a relação do público masculino com esse tipo de programação, por meio de entrevistas que eles concederam a algum meio de comunicação e/ou trabalhos acadêmicos dos mesmos. Além disso, discuti a construção do corpo do metrossexual e a corrente associação que se faz desse tipo masculino com a homossexualidade. Destarte, abordei as compreensões dos/as meus/minhas interlocutores/as sobre três personagens que utilizei em minhas entrevistas: Narciso (Vladimir Brichta), de *Belíssima* (2005), Tomás (Leonardo Miggiolin), de *Cobras e Lagartos* (2006) e Carlos (Carlos Casagrande), de *Viver a Vida* (2009), verificando as características que fazem os homens representados nesses papéis serem ou não reconhecidos como vaidosos. Ver-se-á que a ideia de um masculino despreocupado com o que veste, que passa sabonete nos cabelos para não gastar muito tempo na hora do banho com xampus e condicionadores, por exemplo, tem perdido espaço na cena contemporânea, pois os homens, a cada dia, externalizam, mais e mais, sua vaidade, contribuindo para a “fabricação” de corpos belos e desejados.

Palavras-chave: Metrossexual, Masculinidades, Corpo, Telenovelas.

Masculinities on spot: the mode of being and thinking the metrosexual character from the Brazilian soap operas

ABSTRACT

I tried to analyze the perceptions of subjects about the way of being and thinking the metrosexual character from Brazilian soap operas. The use of characters from this kind of program for research was important because soap operas are productions that contribute to the viewing of behaviors and dissemination of the "new", besides having great input in Brazilian homes. Because of this, I conducted sixteen interviews with five women and eleven men, all residing in Belém, Pará, undergraduate or graduated in order to show how these people see the male characters that are presented on electronic serials and if they perceive metrosexual characters or with metrosexual characteristics in Brazilian soap operas. I also investigated what some operators of communication - writers, authors, actors and academic writers who study *Brazilian soap operas* – think about the relation of the male audience with this type of program, through interviews they gave to some media and / or academic papers they wrote. Moreover, I discussed the construction of the metrosexual and the current association of this male type with homosexuality. Thus, I approached the comprehension of my interlocutors on three characters which I focused in my interviews: Narciso (Vladimir Brichta), from *Belíssima* (2005), Thomas (Leonardo Migliorin) from *Cobras e Lagartos* (2006) and Carlos (Carlos Casagrande), from *Viver a Vida* (2009), verifying the characteristics that make men represented in these roles recognized or not as vain. It will be possible to see that the idea of a male type unconcerned about what he wears, who uses soap to wash his hair not to spend much time with shampoos and conditioners, for example, has lost ground in the contemporary scene, once men, more and more, externalize their vanity, contributing to the "manufacture" of beautiful and desired bodies.

Keywords: Metrosexual, Masculinities, Body, Brazilian Soap Operas.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Logotipo de Cobras & Lagartos.....	95
Figura 2 – Logotipo de Belíssima.....	97
Figura 3 – Logotipo de Viver a Vida.....	98

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Perfil dos/as interlocutores/as	15
Quadro 2 – Local onde ouviu/ouve falar o termo “Metrossexual”	67
Quadro 3 – Características metrossexuais no personagem Tomás (Leonardo Miggiorin), de <i>Cobras & Lagartos</i> , apontadas pelos/as interlocutores/as entrevistados/as.....	100
Quadro 4 – Características metrossexuais no personagem Narciso (Vladimir Brichta), de <i>Belíssima</i> , apontadas pelos/as interlocutores/as entrevistados/as.....	101
Quadro 5 – Características metrossexuais no personagem Carlos (Carlos Casagrande), de <i>Viver a Vida</i> , apontadas pelos/as interlocutores/as entrevistados/as.	101

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Número de telenovelas, emissoras e horários assistidos pelas interlocutoras pesquisadas.....	37
Tabela 2 – Número de telenovelas, emissoras e horários assistidos pelos interlocutores pesquisados.....	45

SUMÁRIO

CONSIDERAÇÕES INICIAIS	14
I. IMAGENS E REPRESENTAÇÕES DAS MASCULINIDADES A PARTIR DAS TELENOVELAS	27
1. O QUE PENSAM AS MULHERES SOBRE OS HOMENS DA TELINHA?.....	37
2. O QUE PENSAM OS HOMENS SOBRE OS PERSONAGENS MASCULINOS?	44
3. O OLHAR DOS OPERADORES DA COMUNICAÇÃO SOBRE A RELAÇÃO PÚBLICO MASCULINO E TELENOVELA	54
II. MODOS DE SER E DE PENSAR O METROSSEXUAL.....	60
1. PENSANDO O(S) CORPO(S)	69
2. PERCEBENDO O METROSSEXUAL NAS TELENOVELAS	80
3. SER METROSSEXUAL É SER GAY?	86
III. “OUTRO/NOVO” HOMEM EM BELÍSSIMA, COBRAS & LAGARTOS E VIVER A VIDA.....	93
1. COBRAS & LAGARTOS	95
2. BELÍSSIMA.....	97
3. VIVER A VIDA	98
4. TOMÁS (LEONARDO MIGGIORIN), NARCISO (VLADIMIR BRICHTA) E CARLOS (CARLOS CASAGRANDE)	99
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	112
REFERÊNCIAS.....	116
SITES CONSULTADOS	124
APÊNDICE A: RELAÇÃO DOS/AS INTERLOCUTORES/AS E TIPO DE LAÇO SOCIAL....	125
APÊNDICE B: ROTEIRO DE ENTREVISTAS PARA AS TELESPECTADORAS.....	126
APÊNDICE C: ROTEIRO DE ENTREVISTAS PARA OS TELESPECTADORES	128
APÊNDICE D: TOMÁS (LEONARDO MIGGIORIN)	131
APÊNDICE E: NARCISO (VLADIMIR BRICHTA)	132
APÊNDICE F: CARLOS (CARLOS CASAGRANDE).....	133

APÊNDICE G: ALGUNS DADOS DAS TELENVELAS CITADAS NA DISSERTAÇÃO.... 134

Considerações Iniciais

Mídia e Gênero, dois abrangentes temas que sempre me interessaram. Dessa forma, minha trajetória acadêmica, sempre que possível, era traspassada por leituras, produção científica e participação em eventos que envolviam, de alguma maneira, esses assuntos.

Em virtude disso, no ano de 2009, apresentei Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), cujo título foi *Coisas de mulher? As telenovelas pela ótica masculina*, em que procurava responder questões tais: “Telenovela é coisa de mulher?”, “O que chama a atenção dos homens para esse produto midiático?”. Após mais esse rito de passagem, e comprovado que os homens, não tão declaradamente quanto as mulheres, assistem as histórias televisionadas e (re)significam o que veem, outras perguntas surgiram: “Como os personagens masculinos são representados pelos/pelas telespectadores/as?”, “De que maneira a vaidade masculina é percebida e (re)significada por homens e mulheres, moradores em Belém do Pará, que acompanham os folhetins eletrônicos?” e “Que práticas, valores e atitudes convencionados aos metrossexuais são atualizados pelos/as interlocutores/as em Belém do Pará?”

Deste modo, submeti ao Programa de Pós-Graduação em Antropologia (PPGA) um pré-projeto de dissertação em que me propus a investigar o modo de ser e de pensar o metrossexual a partir das telenovelas, pois as entendo como uma expressão cultural interessante para analisar o turbilhão de imagens apresentadas no século XXI.

Não podemos descartar a televisão, mais precisamente as telenovelas, como tendo influência na construção do ser homem e das masculinidades na contemporaneidade, pois as mesmas desempenham importante papel como fontes de conhecimento para a maioria da população, acionando imagens, trazendo experiências e construindo narrativas (Bourdieu 1997; Hamburger 1988; Martins e Santos 2009; Wanzeler e Jatene 2007; Oliveira Júnior 2009).

Sendo assim, procuro neste trabalho analisar a percepção dos sujeitos sobre o modo de ser metrossexual a partir das telenovelas: Que práticas, atitudes, valores e representações são associados ao metrossexual? Os telespectadores masculinos e femininos, de Belém do Pará, percebem em personagens de telenovelas características metrossexuais? De que forma os homens (re)elaboram essa “nova/outra” representação do masculino para o seu dia-a-dia, atualizando práticas, valores e atitudes associados ao metrossexual?

Realizei, em vista disso, 16 entrevistas no primeiro semestre de 2011 com base em um roteiro semi-estruturado¹. Optei por executar esse método da pesquisa qualitativa a fim de descobrir perspectivas diferentes sobre os temas aqui analisados (Minayo 2000; Gaskell 2005). Assim sendo, conversei com cinco mulheres e com 11 homens, todos residentes em Belém do Pará, universitários ou formados de diferentes cursos. Meus/minhas interlocutores/as têm em comum, portanto, morarem em Belém, o nível de escolaridade e a questão geracional, pois suas idades estão compreendidas entre 18 a 30 anos; e, os/as mesmos/as se diferenciam pelo gênero e pela vivência da sexualidade, conforme se pode observar no quadro abaixo:

Quadro 1 – Perfil dos/as interlocutores/as²

Nome	Idade	Cor da Pele	Orientação Sexual	Estado Civil	Profissão
Afrodite	30 anos	Negra	Heterossexual	“com união estável”	Pós-Graduanda em Antropologia
Apolo	22 anos	“Pardo”	“normalmente hetero”	Solteiro	Publicitário
Ártemis	20 anos	Branca	Heterossexual	Solteira	Graduanda de Jornalismo
Atena	19 anos	Negra	Heterossexual	Solteira	Graduanda de Direito
Cratos	18 anos	“Amarelo”	Gay	Solteiro	Graduando de Publicidade e

¹ Cf. Apêndices.

² Troquei o nome das pessoas com as quais conversei por de divindades gregas a fim de preservar suas identidades. É necessário dizer que, esses nomes não representam nenhuma característica dos/as meus/minhas interlocutores/as; pois os mesmos foram escolhidos, aleatoriamente, dentro do leque de possibilidades que a mitologia grega nos oferece. Também, não utilizo nomes de personagens de telenovelas, por exemplo, para não gerar no/a leitor/a qualquer confusão na hora de identificar a quem estou me referindo. Contudo, caso o/a leitor/a discorde das nomeações, fique a vontade para mudá-las, uma vez que isso não alterará em nada, os resultados finais desta pesquisa.

					Propaganda
Dionísio	22 anos	Negro	Gay	Casado	Graduando de Jornalismo
Hefesto	18 anos	“Pardo”	Gay	Solteiro	Graduando de Turismo
Hera	23 anos	“Parda”	Heterossexual	Solteira	Meteorologista
Hércules	21 anos	Negro	Heterossexual	Solteiro	Graduando de Jornalismo
Hipnos	24 anos	“Pardo”	Bissexual	Solteiro	Graduando de Direito
Maia	27 anos	Branca	Heterossexual	Solteira	Pós-Graduanda em Antropologia
Morfeu	22 anos	Negro	“hetero-gay”	Solteiro	Graduando de Ciências Sociais
Nomos	27 anos	Negro	Gay	Solteiro	Pós-Graduando em Antropologia
Perseu	30 anos	Branco	Não está se definindo em relação à sexualidade	Solteiro	Pós-Graduando em Psicologia
Poseidon	24 anos	Negro	Gay	Solteiro	Pós-Graduando em Antropologia
Zeus	20 anos	“Moreno”	Gay	Solteiro	Graduando de Direito

Essas entrevistas ocorreram majoritariamente na UFPA, devido às pessoas com quem dialoguei, em sua maioria, fazerem parte desse ambiente universitário. Dois interlocutores, no

entanto, tiveram suas entrevistas realizadas noutros lugares, justamente por não serem estudantes da UFPA: Hera, entrevistada em sua residência; e Cratos, o qual sugeriu um local próximo a sua casa onde, segundo ele, seria melhor para conversarmos. Cabe dizer, também, que dos 11 interlocutores, oito se declararam “vaidosos” e, desses, apenas Apolo, Cratos e Zeus autodenominaram-se de metrossexuais.

A escolha de meus/minhas interlocutores/as deu-se mediante meus laços sociais. Não considerei o fato de a pessoa se pensar ou ser vista como metrossexual; na verdade, o critério que utilizei, tanto para os homens quanto para as mulheres, foi de eles assistirem telenovelas – ou as terem assistido em algum momento de suas vidas. Contudo, isso não impediu que alguns deles se vissem enquanto metrossexuais, devido ao cuidado que têm com a aparência.

Inicialmente, realizei entrevistas com amigos – e uma amiga – que me indicaram possíveis interlocutores/as e a partir desses contatos fui construindo minha rede de entrevistados/as. Mark Granovetter, ao discorrer sobre a Nova Sociologia Econômica, retrata a questão das relações pessoais do indivíduo como importante para que o mesmo consiga, por exemplo, inserir-se no mercado de trabalho. Utilizei essa análise de Granovetter como metodologia para chegar aos/às meus/minhas interlocutores/as. Esse autor discute acerca da importância das relações imediatas do indivíduo (família, amigos, etc.) – o que ele chama de *laços fortes* – e das relações mais afastadas (os conhecidos), denominadas por ele de *laços fracos*. Para o teórico, seria este segundo o mais importante por nos colocar em contato com universos sociais distintos, pois as redes sociais criadas mediante os laços fortes e fracos contribuem para a facilitação da circulação de informações³.

Por intermédio de meus laços sociais, fortes e fracos, pude entrevistar pessoas das áreas de Ciências Sociais, Comunicação (Jornalismo e Publicidade e Propaganda), Direito, Turismo, Psicologia e Meteorologia, como pode ser observado no Quadro 1⁴.

Além disso, na “busca” dos/das entrevistados/as, uma ferramenta que muito me auxiliou foi o *Twitter*. Via *Direct Messages* (DM)⁵ pude contatar algumas pessoas para conversar, marcando dia, local e horários para nossos encontros. Zeus é um exemplo. Antes, apenas o “conhecia” virtualmente; mandei-lhe DM explicando que estava fazendo uma

³ Cf. Granovetter (1990, 2003) e Raud-Mattedi (2005).

⁴ Para saber o tipo de laço social que mantenho com meus/minhas interlocutores/as, cf. Apêndices.

⁵ *Direct Message* (DM) é uma possibilidade, no *Twitter*, de enviar mensagens diretas que somente o/a destinatário/a poderá ler.

pesquisa para minha dissertação; falei-lhe, rapidamente, sobre o que era e perguntei-lhe se poderíamos conversar; ao me dizer que sim, marcamos local, dia e horário.

Atualmente, um dos papéis das redes midiáticas sociais – para diferenciarmos das redes sociais de Granovetter – é de aproximar virtualmente pessoas que estão geograficamente distantes. Segundo Rebouças Neto e Rodrigues (2009), nove milhões de usuários do *Twitter* são brasileiros, 15% do total de internautas que visitam o *site*. Essa e outras mídias sociais contribuem para novas configurações das relações humanas, comunicação e sociabilidade. Ou seja, a partir do que Granovette denominou de laços fortes e laços fracos e com o auxílio da mídia social *Twitter*, fui montando meu grupo de interlocutores/as.

A dinâmica das entrevistas deu-se da seguinte forma: todas elas foram gravadas, mediante o consentimento dos/as interlocutores/as, partindo de um roteiro semi-estruturado. Mesmo este trabalho focando no gênero masculino, conversei com homens e mulheres a fim de perceber possíveis diferenças e aproximações em suas percepções; uma vez que, é de suma importância, aqui, entender de que modo as pessoas definem e pensam o metrossexual.

Mediante isso, foram elaborados dois roteiros: um para os interlocutores e outro para as interlocutoras. Nos roteiros dos homens e das mulheres havia perguntas como a frequência que meus/minhas entrevistados/as assistiam a telenovelas, que personagens chamavam mais a atenção desses/dessas telespectadores/as, como eles/elas viam os personagens masculinos e o que era para eles/elas ser metrossexual. O que diferenciava as entrevistas dos homens para as das mulheres era, por exemplo, a inclusão de tópicos referentes ao cuidado que eles tinham com a aparência, em que locais e com o quê eles costumavam gastar seus dinheiros e como eles se viam em relação à moda⁶.

Com relação aos homens, minha preocupação era não apenas centrar-me em suas percepções, mas, também, em possíveis atitudes por eles realizadas que caracterizassem práticas pensadas como próprias de um comportamento metrossexual. Dessa forma, utilizei imagens de personagens de telenovelas como um importante recurso para pensar os metrossexuais e provocar ainda mais a discussão nas entrevistas; além de, ao mesmo tempo, me permitir perceber de que modo esse recurso midiático acionava imagens, práticas e valores

⁶ Cf. Apêndices.

em torno da masculinidade. Sendo assim, a escolha da telenovela ocorreu em função desta ser um dos programas mais assistidos nos canais de televisão e de apresentar personagens masculinos com características mais ou menos aparentes, do que se convencionou denominar de metrosssexual.

Ao apresentar fotos do Tomás, de *Cobras & Lagartos* (2006), interpretado pelo ator Leonardo Miggiarin; Narciso, de *Belíssima* (2005), vivido pelo ator Vladimir Brichta e de Carlos, de *Viver a Vida* (2009), encenado pelo ator Carlos Casagrande durante as entrevistas, meus/minhas interlocutores/as falavam o que eles/elas achavam dos homens ali representados, ou seja, suas primeiras impressões.

Após essa etapa, eu partia para a leitura de uma breve descrição⁷ desses personagens contendo informações sobre o modo como eles se comportavam, o que eles gostavam, etc. e as pessoas com quem conversei, em seguida, confirmavam ou não, suas ideias iniciais sobre as imagens em questão. Considero importante dizer que, nessa parte da pesquisa muitos/as reconheciam os atores ali representados. A memória era acionada ora pelas imagens, ora durante a leitura do pequeno texto sobre os personagens, pois algumas pessoas quando não se lembravam deles, rememoravam, de alguma forma, os folhetins que os mesmos participaram⁸.

Além disso, ao apresentar essas imagens aos/às meus/minhas interlocutores/as não o fiz na ordem cronológica de transmissão das telenovelas que tais personagens apareceram, a qual seria: *Belíssima* (2005), *Cobras & Lagartos* (2006) e *Viver a Vida* (2009). Levei em consideração o grau de vaidade desses personagens. O primeiro foi o Tomás, por se autodeclarar metrosssexual na trama; Narciso foi o segundo, pois era muito vaidoso, mas não tanto quanto, pelo que parecia, como o personagem de Leonardo Miggiarin; por último, Carlos, frequentador assíduo de uma academia.

Vale dizer ainda que, utilizo esses três personagens, primeiro por que os mesmos foram transmitidos recentemente – o “mais antigo” é de 2005 –, contribuindo para a lembrança dos/as meus/minhas entrevistados/as; e, segundo, por levar em consideração que foi a partir de 2002 que o termo metrosssexual começou a aparecer tanto mídia quanto na

⁷ Essa descrição eram trechos retirados do *site* das telenovelas que esses personagens faziam parte e, também, de entrevistas concedidas pelos atores à meios de comunicação, no qual eles falaram sobre seus papéis nas tramas que participavam. Importante dizer que, preferi não criar uma narração própria sobre Narciso, Tomás e Carlos para evitar que minhas impressões sobre os mesmos fossem transmitidas. Cf. Apêndice.

⁸ Ao final deste trabalho, nos apêndices, procuro disponibilizar algumas informações sobre as telenovelas que aparecem nesta dissertação, para que o/a leitor/a possa conhecer ou rememorar as mesmas. Vale dizer que, não irei detalhar as tramas, apenas falarei, de modo geral, sobre elas.

academia. É quando o mesmo ganha (os) corpo(s), sintetizando certos sinais e valores para criar uma identidade metrosssexual.

Não que antes não existissem homens que tivessem os qualitativos que hoje se usa para esse tipo masculino, pois o termo é novo, mas o conceito não. A prática e a estética que ele envolve não são novos, apenas ganharam outros significados. Atualmente, existe uma espécie de modelo que, por exemplo, é atualizado pelas telenovelas – de uma maneira mais ou menos sistemática. Por isso, utilizo essas três telenovelas as quais são recentes e têm personagens com características que se convencionou para esse homem que usa creme antirrugas, faz depilação, frequenta academia... É importante dizer que, eu poderia usar outros personagens de outros folhetins, mas escolhi esses por identificá-los com características metrosssexuais e ao apresentar aos/às meus/minhas interlocutores/as eles/elas reconheceram nesses personagens tais características. Por fim, tive que fazer uma seleção entre tantas possibilidades.

Apesar dessa escolha que fiz, as pessoas com quem conversei eram livres para citar outros nomes que julgassem ser ou possuir alguma característica metrosssexual. Dessa forma, eles/elas (re)significavam e (re)interpretavam esse termo a partir de suas lembranças e experiências como telespectadores e indivíduos. Esses personagens, portanto, funcionaram como uma imagem provocativa para finalizar a discussão da questão do modo de ser e pensar o metrosssexual, com suas atitudes, valores e representações ligadas a mais essa forma de viver a masculinidade.

Essa etapa era muito interessante, porque muitas vezes as falas geradas pela observação das fotos, como outrora informei, eram modificadas quando da leitura da forma como esses personagens se comportavam, o que demonstra que as imagens, as paisagens, os corpos enquanto textos, para serem lidos precisam estar inseridos num contexto social mais amplo. Por exemplo, Afrodite após ver as fotos do personagem do Vladimir Brichta e ouvir algumas características desse personagem disse: “Engraçado, não é? Porque eu olhando aqui eu não diria que ele é metrosssexual. Mas, depois do que tu leste eu já falaria que ele é.” Isso foi recorrente em algumas entrevistas, como poderá ser visto no capítulo III. A imagem, portanto, diz muito de si. Contudo, ela pode revelar algo a mais quando há uma ação, um comportamento, uma técnica corporal complementando-a.

Antes de realizar as entrevistas, de ligar o gravador, sempre conversava com meus/minhas interlocutores/as. Repassava a eles o tema da minha pesquisa; dizia-lhes que se tratava de um trabalho sobre telenovela e masculinidade – não falava de imediato que versava por uma pesquisa sobre metrosssexual para que eles/elas pudessem descobrir ao longo de nossas conversas e para que as respostas não ficassem de imediato, muito direcionadas nesse sentido. Avisava-lhes, também, que os/as mesmos/as não seriam identificados no corpo do trabalho e que somente eu ouviria as gravações de áudio feitas; dessa forma eu procurava deixá-los/as mais tranquilos/as e à vontade.

Mesmo a maioria me dizendo que não se importava em ser identificados/as no trabalho, agi assim para evitar eventuais contratemplos. Dessa forma, não utilizei um *Termo de Consentimento* para as entrevistas, apenas Perseu solicitou o documento antes de iniciarmos nossa conversa; contudo, como se tratava de uma pessoa pertencente ao meu laço forte, reafirmei a ele sobre a questão da não-identificação e da escuta dos áudios, com que concordou e, assim, realizamos a entrevista sem problemas.

Também, referente à transcrição das falas dos/das interlocutores/as neste trabalho, adoto uma “sugestão” que Mariana Franco, em sua tese *Os Milton*, faz. Essa autora procurou corrigir alguns erros de fala de seus entrevistados sob a égide de que:

(...) quando temos nossas falas gravadas numa conferência editamos o texto corrigindo todos os erros de português que enxergamos, o mesmo não poderia ser aplicado a qualquer outra pessoa? Conservar erros de português para conservar uma fala original nada mais seria do que construir uma diferença (...) (Franco 2001:74).

Desta forma, procuro ser fiel às ideias e discursos de meus/minhas interlocutores/as, mas, quando necessário, para tornar o texto mais fluido, faço as devidas retificações e omissões como, por exemplo, o “né?” substituindo-o pelo “não é?” ou, quando o mesmo se configurar em um vício de linguagem, suprimindo-o.

No tocante a bibliografia levantada para este trabalho, tive acesso a pouquíssimos textos que analisavam personagens masculinos ou que consideravam a relação dos homens com as telenovelas, como nos trabalhos de Luiz da Silva e Márcia Gomes M. (2007) e Thaís Figueiredo (2008); por vezes, o que eu encontrava eram tópicos dentro de livros ou artigos: Hamburger (2005) e Luiz da Silva *et al.* (2006).

Resultado semelhante foi experienciado com o termo *metrosssexual*. Ao realizar uma pesquisa no banco de dados do *Scielo* não encontrei nenhuma produção acadêmica acerca do

tema. Só me foi possível encontrar alguns textos no *Google Acadêmico* e todos escritos por profissionais da Comunicação Social: Soraya Barreto-Januário (2009), Wilton Garcia (2004) e Leila Freitas (2011), são alguns dos autores encontrados. Ressalto, desse modo, a necessidade de sociólogos e antropólogos atentarem para o tema da vaidade masculina e produzirem suas reflexões sobre a mesma.

Além dos trabalhos supramencionados, também pude ler alguns livros que tratavam desse homem extremamente vaidoso: Wilton Garcia (2005, 2011), Michael Flocker (2004). Acredito que, dentre outros fatores, a escassez de produções acadêmicas ocorra devido ser este um termo recente. Dessa forma, “a emergência de mais estudos sobre o metrossexual deve ser uma preocupação das ciências humanas para pensar a masculinidade atual...” (Garcia 2011:181).

Essa fase de levantamento da literatura sobre o que se pretende pesquisar é uma etapa importante da escrita antropológica. Antes de lançar-se ao campo de investigação o pesquisador primeiramente se “abastece” das teorias, de leituras que o auxiliarão, por exemplo, nos contatos com os interlocutores e no quê esse pesquisador irá “buscar” em campo.

Não se pode ter as respostas quando não se sabe quais as perguntas. Por conseguinte, a primeira exigência para que se possa realizar uma pesquisa de campo é um treinamento rigoroso em teoria antropológica, que dê as condições de saber o quê e como observar, e o que é teoricamente significativo (Evans-Pritchard 2005:243).

Semelhantemente, Roberto Cardoso de Oliveira (1998) adverte-nos para a importância do olhar e do ouvir para a pesquisa antropológica. Essas “faculdades do entendimento” são treinadas, domesticadas, disciplinadas “pelo esquema conceitual da disciplina formadora de nossa maneira de ver a realidade” (p. 19).

Antes de conversar com meus/minhas interlocutores/as foi necessário realizar, primeiramente, leituras para me familiarizar um pouco mais com os temas centrais de minha pesquisa. Agindo assim, tive ciência, mais claramente, do quê e de como conversar com aqueles/as que aceitaram falar comigo. Claro – é necessário que se diga –, mesmo o/a pesquisador/a se preparando teoricamente, o campo não é algo exato, ou seja, aspectos novos/outros acontecem e é necessário estarmos atentos a eles, pois os mesmos também são dados importantes para a pesquisa. É o que Bronislaw Malinowski chamou de *imponderáveis da vida real*:

...há uma série de fenômenos de suma importância que de forma alguma podem ser registrados apenas com o auxílio de questionários ou documentos estatísticos, mas devem ser observados em sua plena realidade. A esses fenômenos podemos dar o nome de os *imponderáveis da vida real*. Pertencem a essa classe de fenômenos: a rotina do trabalho diário do nativo; os detalhes de seus cuidados corporais; o modo como prepara a comida e se alimenta; o tom das conversas e da vida social ao redor das fogueiras; a existência de hostilidade ou de fortes laços de amizade, as simpatias ou aversões momentâneas entre as pessoas; a maneira sutil, porém inconfundível, como a vaidade e a ambição pessoal se refletem no comportamento de um indivíduo e nas reações emocionais daqueles que o cercam. Todos esses fatos podem e devem ser formulados cientificamente e registrados; (...) (Malinowski 1976:33).

O estar atento no campo durante as conversas com os/as interlocutores/as também é exemplificado por Laura Moutinho quando de sua pesquisa sobre relacionamentos afetivo-sexuais entre “brancos” e “negros” no Brasil:

Certa vez, por exemplo, procurei “forçar” um pouco mais uma jovem entrevistada em relação às suas expectativas e vivências eróticas... ela ficou “vermelha-como-um-pimentão” e eu... também! Desviei a conversa e tudo transcorreu tranqüilamente, porém, creio que meus próprios limites afloraram ali. A vergonha dela acabou por me constranger.

De certa forma, por lidar com questões tão delicadas e, às vezes, difíceis de serem verbalizadas e revividas procurei ter o cuidado de perceber os limites dos meus entrevistados: suas eventuais ameaças de choro ou mesmo narrativas doídas sobre momentos que vivenciaram. Há muito de subjetivo nessa experiência, entretanto, procurei não forçar muito quando sentia que por algum motivo meu entrevistado não desejava seguir o caminho que estava propondo e percebi em alguns momentos, como disse anteriormente, que meus próprios limites se impuseram” (Moutinho 2004:272-273).

É necessário dizer que esse tipo de percepção não é captado pelo gravador ou, como disse Malinowski, por “questionários ou documentos estatísticos”. Dessa forma, é importante, enquanto pesquisadores/as, estarmos atentos a esses sinais e, quando possível, anotarmos em nosso diário de campo, pois isso faz parte da escrita etnográfica e contará na hora de escrevermos nosso trabalho final.

As leituras pré-campo – se me permitem chamar assim – auxiliaram-me a tornar um pouco mais familiar o até então exótico mundo dos homens extremamente vaidosos e a relação dos produtos da mídia, em especial as telenovelas, com as masculinidades. Destarte, pude atentar-me às técnicas corporais de meus interlocutores, ao modo como eles se apresentavam, como se encontrava o ambiente da entrevista, etc.

Ao contrário do que se possa pensar, esses são dados importantes de se registrar para uma (re)visitação da experiência do “*being there*”, os quais auxiliarão no “*being here*”, ou seja, no ato final de escrever. Decerto, devemos ter em mente, que outros fatores também contribuirão para a produção textual final, pois às análises dos dados juntam-se as conversas e

discussões em sala de aula, os eventos acadêmicos que participamos, os textos que lemos no pós-campo, etc.

Desse modo, um dos aspectos das entrevistas que muito me chamou a atenção foram algumas respostas em relação à sexualidade. Ao perguntar sobre esse assunto aos homens obtive algumas “revelações”, por parte de Dionísio, Apolo e Morfeu. Dizendo-me que essa pergunta sobre a sexualidade era difícil e rindo um pouco nesse momento também, Dionísio declarou-me que era gay e, inclusive, casado. Nessa parte da entrevista, passado esse breve momento de riso – que, acredito, ocorreu devido em certo período da graduação, Dionísio e eu termos cursado uma disciplina juntos e responder essa questão o “revelaria” a mim –, ele falava naturalmente e com o mesmo tom de voz durante toda a nossa conversa, não se importando com algumas pessoas que às vezes passavam próximo a nós, pois conversamos no corredor de um dos Institutos da UFPA, sentados em cadeiras que se encontravam nesse prédio.

Com Apolo o caso foi inverso. A entrevista com esse interlocutor também ocorreu em um corredor de um dos Institutos da Universidade, mas diferente do espaço da conversa com o Dionísio, esse estava menos movimentado. Eu tinha poucos contatos com ele, apesar de tê-lo como “amigo” em algumas redes sociais, como o *Facebook* e no *Messenger* – um programa de mensagens instantâneas criado pela *Microsoft Corporation*. Foi em raras conversas com ele nesses meios de comunicação/interação que soube que o mesmo era gay, porém, não assumido; contudo, no dia da entrevista, Apolo respondeu-me, em meio a risos, que não possuía uma identidade ainda, mas depois, gaguejando ou procurando as melhores palavras, complementou que era “normalmente hetero”. Nesse breve momento, o senti meio constrangido e/ou envergonhado; contudo, continuou a conversa comigo, sempre bem animado e sorridente.

Atribuo essa maneira do Apolo falar sobre sua sexualidade a dois fatores: 1º) por ele ter ciência de que, outrora, me dissera vivenciar outra condição sexual; e, 2º) por não ser “declaradamente” gay, isto é, por estar no “armário”⁹. Por conta disso, sua resposta “automática” era de se identificar como heterossexual, daí o uso da palavra “normalmente”.

⁹ Neste caso, é quando a pessoa “esconde” sua atração amorosa/sexual por pessoas do mesmo gênero. Dessa forma, o “armário” é um mecanismo de regulação do que a nossa sociedade considera como relacionamento amoroso/sexual aceitável. Cf. Eve Sedgwick (2007).

A entrevista com Morfeu foi uma das mais interessantes. Dentro de uma das salas de aula do setor Básico (UFPA), o mesmo se autodeclarou “hetero-gay”. A razão de se ver assim estava no fato de não se reconhecer com um perfil de “masculinidade oficial”, pois tinha, como disse, “algumas frescuras”, tais quais: dar-se melhor com as mulheres do que com os homens; gostar de assuntos que fugiam ao padrão da masculinidade, como literatura e romances; ter uma forma de abordar uma mulher diferente da do “machão que chega e vai logo puxando, tendendo a encarar as mulheres como parceiras em potencial” e ele não.

É importante dizer que, todas as conversas com os/as interlocutores/as aconteceram em um clima bem amigável e descontraído. Não houve conflitos durante a realização das mesmas, até com aqueles com os quais mantive um contato pessoalmente apenas no dia das entrevistas, pois os mesmos foram indicados/as por amigos/as que temos em comum, como no caso do Hipnos que me fora recomendado por uma amiga e do Hefesto, o qual fora indicado por Cratos, proporcionando não estritamente um ambiente de coleta de dados, mas uma “situação de interação”, como nos fala Minayo (2000), típico da metodologia de entrevista.

Esse meio favorável de colaboração podia ser percebido pela observação e análise do modo como meus interlocutores se comportavam durante nossas conversas¹⁰. Por mais que eles/elas comessem as entrevistas um tanto nervosos/as, por não saberem que assuntos eu poderia acionar para ouvir suas opiniões, no decorrer das mesmas percebia alguns sinais corporais que me possibilitavam continuar com a interação. Por exemplo, o balançar nervoso das pernas, o apertar das próprias mãos, que em muitos/as era comum nos minutos iniciais da entrevista, dava lugar ao sorriso e mesmo, por parte de alguns/mas, a elogios à beleza dos atores que eu mostrava numa segunda parte da conversa.

Com exceção de Hipnos, os demais com quem conversei mantêm algum contato regular comigo, seja por meio das mídias sociais ou em encontros casuais pelos corredores da UFPA. No entanto, tenho como entrar em contato com todos/as que participaram como interlocutores/as neste trabalho. Isso demonstra que a rede formada vai além do momento da

¹⁰ Pude prestar mais atenção ao modo dos meus interlocutores se portarem durante nossas conversas a partir da leitura dos textos de Mauss (1974), quando ele fala sobre “As técnicas Corporais”, e de Malinowski (1976:33), quando esse pesquisador chama a atenção para a observância no campo de os “imponderáveis da vida real”. Em virtude disso, procurei atentar para os gestos de mãos e expressões faciais, por exemplo, das pessoas que entrevistei e, assim, relacionar com o que diziam e a maneira como diziam.

pesquisa, ela se estende a outros setores da vida social e pode ser acionada de diferentes formas e em diversos momentos.

Sendo assim, a estrutura deste trabalho é composta de três capítulos. O primeiro trata da representação do homem nas telenovelas. Meus/minhas interlocutores/as puderam falar sobre como eles/elas veem os tipos masculinos que são transmitidos atualmente nos folhetins eletrônicos. Além disso, procuro analisar como os operadores da comunicação – escritores, autores, atores, acadêmicos que estudam o tema *telenovela* – percebem a relação entre o público masculino e os folhetins eletrônicos.

No capítulo segundo analiso o corpo do metrosssexual, trabalhando o mesmo como algo “fabricado”, como um modelo a ser seguido por aqueles que se identificam com esse “outro/novo” homem. Destarte, discuto os cuidados que meus interlocutores dizem ter com seus corpos e apresento a percepção que meus/minhas entrevistados/as têm a respeito da presença, ou não, dos personagens metrosssexuais nas telenovelas. Finalizo essa parte do trabalho discorrendo sobre a relação metrosssexual e homossexualidade apontada pelas pessoas com as quais conversei.

Finalmente, no capítulo três, trabalho a impressão que os/as meus/minhas entrevistados/as têm dos personagens que utilizo aqui como sendo/tendo características metrosssexuais, os quais são: Tomás, de *Cobras & Lagartos* (2006), interpretado por Leonardo Miggiolin; Narciso, de *Belíssima* (2005), papel de Vladimir Brichta e Carlos, de *Viver a Vida* (2009), vivido por Carlos Casagrande. Da mesma forma, procuro situar o/a leitor/a que, porventura, não tenha assistido ou não se recorde dessas telenovelas, contando um pouco da trama que envolve esses personagens.

Desse modo, busco analisar esse recente tema para as Ciências Sociais, que é o metrosssexual, utilizando elementos de um dos programas mais assistidos na sociedade brasileira, as telenovelas, a fim de contribuir com a desmistificação do homem que não se cuida e com a percepção das masculinidades que estão em cena na contemporaneidade.

I. IMAGENS E REPRESENTAÇÕES DAS MASCULINIDADES A PARTIR DAS TELENÓVELAS

As telenóvelas desde o seu início tiveram o estereótipo de ser um programa voltado ao universo feminino, pois as mesmas sempre atraíram as mulheres.

As mulheres, (...), são o público-alvo de novelas – conclusão corroborada por pesquisadores de mercado, dados de audiência, trabalhos etnográficos, literatura acadêmica e levantamento junto a rádios, televisões e revistas especializadas nesse gênero televisivo (Hamburger 2005:148).

Esse tipo de programação herda características dos folhetins franceses, radionovelas e *soap operas*, e estes são responsáveis por essa feminilização da telenovela, pois eram produtos voltados, principalmente, ao público feminino – por tratarem de temas como amor, família e conflitos amorosos; culturalmente considerados como assuntos femininos (Ortiz, Borelli e Ramos 1991; Almeida 2002; Hamburger 2005).

O romance folhetim, como muitas outras coisas no século XIX, foi trazido da França e, tal como a moda e os costumes das elites, também conquistara os brasileiros. É com a publicação do romance de Alexandre Dumas – *Capitão Paulo* – traduzido do francês, que o gênero chega ao Brasil, em 1838, publicado no *Jornal do Commercio* (Wanzeler e Jatene 2007:37). Os romances eram publicados nos jornais da capital do Brasil e nas cidades mais importantes do Império e serviam como estratégia desses veículos de comunicação para aumentarem suas rendas: “(...) As histórias seriadas dos folhetins, melodramas em capítulos editados nos pés de página dos jornais, teriam sido responsáveis pela ampliação da circulação do material impresso” (Almeida 2002:173). Além disso, “os jornais eram o único meio de o escritor se fazer ler” (Ortiz 1994:190).

Vale lembrar também que, esse produto narrava suas histórias por meio de capítulos, com fragmentos publicados dia a dia nos jornais, o que despertava o interesse e a curiosidade do/a leitor/a –, principalmente das mulheres, que eram influenciadas pelos costumes franceses –, em acompanhar as histórias (Wanzeler e Jatene 2007; Almeida 2002). Contudo, apesar da grande popularidade do produto na França, aqui no Brasil os folhetins esbarraram no analfabetismo da maioria da população, ficando presos aos limites das elites brasileiras, declinando em 1885.

Cinquenta anos depois, precisamente em 1941, as radionovelas surgem no cenário nacional impulsionadas pelo rádio que, naquele momento, despontava como um importante meio de entretenimento e comunicação. Entretanto, as radionovelas não eram um produto tipicamente brasileiro, as mesmas começaram, em 1930, nos Estados Unidos, sendo que “as primeiras radionovelas – da forma como eram divulgadas no Brasil – surgiram em Havana (Cuba), por volta de 1935” (Wanzeler e Jatene 2007:31). Sobre esse assunto, Ortiz, Borelli e Ramos (1991:26) também comentam que: “A radionovela surge como um produto importado, o que significa que no Brasil ela segue um padrão preestabelecido: a) a temática é folhetinesca e melodramática; b) o público visado é composto por donas-de-casa”.

Esses mesmos autores, comparando as radionovelas com os folhetins franceses nos revelam uma curiosidade: “Como os aparelhos de rádio tornam-se cada vez mais acessíveis durante a década de 1940, temos agora que o gênero torna-se efetivamente popular, o que não havia acontecido com seu antepassado, o folhetim” (Ibid:27).

A vantagem que o rádio teve em relação ao jornal, onde os fragmentos dos romances eram publicados, era a questão da leitura, ou seja, enquanto é imprescindível saber ler para acompanhar as histórias nos jornais, para a radionovela essa competência não era primordial.

Nesse cenário cultural também encontramos as *soap operas*, produtos norte-americanos, as quais são produções cujo desenrolar das tramas ocorre de forma indefinida, ou seja, sem ter um fim certo. No Brasil, o caso mais conhecido, senão único, é a produção *teen*, *Malhação*, que está no ar desde 1995 (Malcher 2001:85).

Esse tipo de produto recebeu esse nome devido ter sido, em seus primórdios, patrocinado por empresas de sabão, de materiais de limpeza; sendo as *soap operas* destinadas, assim como as radionovelas, às donas-de-casa; pois, como afirmam Ortiz, Borelli e Ramos (1991:22): “A *soap-opera* ‘vende’ e ‘fala’ para a mulher”.

Andrade (2003) dá-nos outra definição desse produto. Segundo a autora,

As soap-operas são diferentemente das telenovelas/radionovelas latino-americanas, narrativas de ficção compostas por segmentos não lineares, isto é, sem uma história principal que funcione como condutora da trama. A estrutura narrativa das soap-operas se caracteriza por apresentar uma comunidade de personagens fixados em determinado lugar, vivendo diferentes dramas e ações diversificadas. Nela, não existe, portanto, uma história, mas uma multiplicidade de núcleos que têm como base um elenco mais ou menos fixos. Contrariamente às telenovelas/radionovelas que se organizam em ‘próximos capítulos’, indicadores do desfecho final da trama, as soap-operas possuem um núcleo que se desenrola indefinidamente, sem ter realmente um fim, podendo, assim perdurar durante décadas” (p. 110).

Dessa forma, as *soap operas* eram destinadas às mulheres, porém não qualquer mulher, mas às donas-de-casa; haja vista a descoberta de que elas tinham grande influência nas compras do lar, pois as mesmas eram responsáveis pelas tarefas domésticas (Ortiz, Borelli e Ramos 1991):

... o que é mais significativo, todas essas produções se destinavam a um público-alvo específico: as donas-de-casa. Não se trata de uma escolha arbitrária: já em 1932 as pesquisas de audiência descobrem que a dona-de-casa é o membro da família que tem maior influência nas compras, pois é ela quem se ocupa dos afazeres domésticos; elas revelam ainda que as mulheres preferem, quando realizam seus trabalhos, programas de entretenimento em vez de didáticos. Na medida em que o interesse das grandes companhias é vender seus produtos (sabão, comidas, apetrechos de toalete), as mulheres tornam-se um público privilegiado e a *soap-opera* o veículo ideal para atingi-las (p. 20-21).

Sendo assim, é importante expor que, tanto os folhetins quanto as radionovelas e as *soap operas* eram destinadas ao público feminino; em virtude disso, as telenovelas quando passaram a serem produzidas no Brasil também definiram como público-alvo às mulheres (Ortiz, Borelli e Ramos 1991; Hamburger 1998; Wanzeler e Jatene 2007; Figueiredo 2007; Oliveira Júnior 2009).

Destarte, de acordo com Luiz Silva e Márcia Gomes (2007), as tramas das telenovelas giram em torno das mulheres, pois os homens participam apenas como coadjuvantes, no sentido e definição do enredo que elas darão às histórias:

Nessas narrativas ficcionais os homens geralmente não conformam o centro nas tramas, pois ainda que contribuam no desenvolvimento da história, nunca são reservadas a eles as decisões e os passos mais importantes no desenvolvimento das tramas. Eles estão posicionados na narrativa como “assistentes”, como objetos de desejo, como personagens que ajudam a viabilizar a ação, mas que não as realizam em sua completude. A realização, a direção e a condução, ainda que de maneira sutilmente colocada, devido a vantagem que o homem leva na sociedade, é feita pelas figuras femininas. A elas cabe definir o enredo e dar o sentido geral ao texto, à forma e à trama” (p. 11-12).

Este ponto de vista parece confirmar o de Hamburger (2005) quando nos revela que:

(...) os personagens masculinos, protagonistas e senhores da ação nos tempos de *Irmãos Coragem* e *Selva de Pedra* foram tendo sua ação reduzida ao papel secundário de ‘beija-flor’, ou seja, à função de apoio a vigorosas personagens femininas, de quem são ‘pares românticos’ (p. 153)¹¹.

¹¹ *Irmãos Coragem* (1970) e *Selva de Pedra* (1972) são telenovelas escritas por Janete Clair e transmitidas na Rede Globo no horário das 20 horas; ambas foram regravas em 1995 e 1986, respectivamente. A expressão “beija-flor” fora usada por Edson Celulari em entrevista a Esther Hamburger.

Segundo Almeida (2002), mesmo havendo elementos nas telenovelas brasileiras que relativizam a feminilização dessa programação, como a inclusão de temas políticos e esportivos, estas ainda são consideradas como produtos destinados às mulheres. Desse modo, ainda que Wanzeler e Jatene (2007) afirmem que atualmente este é “... um produto idealizado para as grandes massas, sem distinção de classe, etnicidade, gênero ou idade” (p.27), é possível percebermos que as mulheres continuam no centro do pensamento daqueles que produzem esse tipo de programação.

Considero importante destacar que, apesar dos vários discursos sobre a maior presença feminina na frente de um aparelho de televisão para acompanhar as telenovelas, os homens também – muitas vezes, não tão declaradamente quanto às mulheres –, consomem esse tipo de programação. Provavelmente, as mudanças por que passou o modo de se fazer telenovela no Brasil tenha contribuído para o aumento do interesse masculino nesse produto midiático.

As autoras Wanzeler e Jatene (2007) chamam a atenção para a questão dos folhetins eletrônicos serem, em sua fase inicial, adaptações de telenovelas e radionovelas, essencialmente, de obras cubanas, argentinas, mexicanas e venezuelanas. A grande questão disso era o fato de as histórias não serem adaptadas para o contexto brasileiro, trazendo realidades de outras culturas.

Contudo, é *Beto Rockefeller*, de Bráulio Pedroso, que em 1968, transmitida na TV Tupi¹², rompe com essa forma de se fazer telenovela no país:

... Beto Rockefeller, novela de Bráulio Pedroso (...) [é] ...apontada como um marco que inspirou e precedeu o estilo global. Beto Rockefeller trouxe as novelas para o universo contemporâneo das cidades grandes brasileiras. Introduziu a linguagem coloquial, o humor inteligente e uma certa ambigüidade. (Hamburger 1998:464).

O estilo de telenovela lançado por *Beto Rockefeller* (1968) acaba influenciando as produções folhetinescas da Rede Globo, emissora que entrou no ar em 1965, um ano após o Golpe Militar e que, segundo Campedelli (1987), era “escudada pela popularidade de uma

¹² A TV Tupi é a primeira emissora brasileira, inaugurada em São Paulo, no ano de 1950 por Assis Chateaubriand, no mesmo período em que os países em desenvolvimento estão levando ao ar suas emissoras de televisão (Wanzeler e Jatene 2007). Dessa forma, a televisão busca no rádio sua inspiração: “Nesse período, a maioria das programações outrora veiculadas nas rádios se transfere para a televisão, inclusive as radionovelas. Muitos profissionais que dantes trabalharam nas rádios, também migraram para a TV” (Oliveira Júnior 2009:29), pois quando Chateaubriand inaugura a TV Tupi não havia no país ainda pessoas preparadas para lidar com a linguagem da televisão, apesar dele ter mandado técnicos se capacitarem nos Estados Unidos.

emissora de rádio e garantida, financeiramente, por um contrato com o grupo americano Time-Life” (p. 10), contribuindo para se tornar a maior emissora do país¹³.

As telenovelas globais, inicialmente, como nas demais emissoras, tinham muita influência de fora do país. Era a exilada cubana, Glória Magadan, quem escrevia ou supervisionava os folhetins eletrônicos na emissora. As produções dessa autora contavam histórias que se passavam em lugares distantes no tempo e no espaço, cujos personagens tinham nomes estrangeiros e a linguagem que predominava era a formal, conforme nos fala Hamburger (1998:463-464): “Magadan se especializou em produzir dramas pesados e românticos, que se passavam em terras distantes”.

Dessa forma, não é difícil imaginar a grande revolução que histórias, como a de *Beto Rockfeller* (1968), causaram no modo de fazer telenovelas no país, principalmente na TV Globo.

Percebendo os insucessos acumulados pelo estilo melodramático valorizado por Glória Magadan e o futuro promissor do novo modelo proposto por Bráulio Pedroso e seu anti-herói Rockfeller, a Globo investiu em novelas com situações mais próximas da realidade brasileira. (Wanzeler e Jatene 2007:42).

O contar da trama é essencial, também, ao sucesso da mesma. Trazer o conteúdo das telenovelas para perto da realidade dos telespectadores, saindo daquele mundo fantasioso e imaginário das produções da Glória Magadan, por exemplo, tem contribuído para que homens e mulheres assistam a essa programação com animação e torcida.

A essa mudança no modo de fazer telenovela, soma-se o clima político do Brasil durante a Ditadura Militar. Nesse período, o Estado intervém fortemente na cultura nacional, pois buscava desenvolver uma “identidade nacional”. Sobre esse assunto, fala-nos Hamburger (1998:454):

... é a partir de 1964, durante o regime militar, que a ingerência do Estado na indústria de televisão aumenta e muda de qualidade. As telecomunicações foram consideradas estratégicas na política de desenvolvimento e integração nacional do regime.

Almeida (2003) também comenta o papel do Estado no desenvolvimento da televisão no Brasil, pois segundo a pesquisadora todos os canais são concessões do Estado, tendo este o poder de revogar as mesmas. Fato dessa natureza ocorreu durante a Ditadura Militar no país

¹³ Para maiores detalhes da implementação da TV Globo e sua relação com a Time-Life e com o governo militar, cf. Ortiz, Borelli e Ramos (1991).

com a TV Excelsior; além de censuras que essa e outras emissoras sofreram em muitas das suas programações.

De acordo com essa autora, a televisão é inaugurada em São Paulo e expande-se a outros locais, no final da década de 1960 e, a partir dos anos 1980, com a criação da EMBRATEL, ocorre uma descentralização das transmissões do sinal da televisão. Ou seja, se nas décadas de 1960 e 1970 apenas os grandes centros tinham acesso a esse meio de comunicação; nas décadas de 1980 e 1990 quase a totalidade do território nacional pode usufruir dos sinais de transmissão das emissoras (Hamburger 1998; Almeida 2003).

Em consonância a isso, é a TV Globo que mais se beneficia das ações do governo militar, tendo um crescimento rápido e se destacando em relação às demais emissoras do país.

A consolidação da Rede Globo coincide com uma fase de destacado desenvolvimento econômico do país, nos anos 1970 e 1980. Ainda com a TV Tupi como grande concorrente, o canal investiu em tecnologia, ponto de partida para seu crescimento. Nessa fase, também esteve entre as estratégias da emissora aliar-se ao interesse do Estado autoritário em desenvolver uma “identidade nacional”, assim como “elevar o nível cultural” da programação (Sifuentes 2010:67).

É com *Véu de noiva*, em 1969, de Janete Clair, que o estilo brasileiro de fazer novela se consolida na Rede Globo com uma linguagem mais acessível à população brasileira, ambientada numa realidade reconhecível, ou seja, com referências tipicamente brasileiras.

Acredito que todas essas mudanças no modo de fazer telenovela tenham contribuído para uma maior diversificação do público telespectador. As referências ao mundo masculino passa a ser mais forte nesses folhetins eletrônicos, como foi o caso da Fórmula 1 em *Véu de noiva* (1969) e do futebol em *Irmãos coragem* (1970).

As alterações do padrão ficcional nos anos 70 estão combinadas também com acomodações nas preferências do público em relação ao gênero. Nos afastamos da telenovela concebida como ‘coisa de mulher’, tradição que havia se consolidado com a radionovela. Dulce Ribeiro, do setor de pesquisa da TV Globo, aponta este momento de inflexão: ‘A partir de *Irmãos Coragem* (Janete Clair, 1970/71) o público masculino começa a se interessar um pouco mais por novela (...) (Ortiz, Borelli e Ramos 1991:100).

Os mesmos autores nos falam ainda que: “Não resta dúvida de que as telenovelas atraem sobretudo as mulheres, mas elas também interessam um número considerável de homens” (Ortiz, Borelli e Ramos, loc. cit.). Mas como perceber que os folhetins eletrônicos estão atentos à presença masculina que se permite estar na frente da televisão para assistir esse tipo de programa?

Acredito que observar os *merchandisings* possa nos ajudar nessa questão; uma vez que este se refere a “(...) uma propaganda implícita inserida no fluxo narrativo da novela, criada no texto pelo próprio autor e que funciona como um eficaz promotor de vendas” (Martins e Santos 2009:4), sendo muitas vezes direcionado a determinados públicos-alvo como, por exemplo, os homens (Figueiredo 2008).

A telenovela como um produto de grande alcance na sociedade brasileira, que chama a atenção de homens e mulheres de diferentes faixas etárias, sexualidades, credos, etnias, torna-se muito atraente às empresas que querem dar visibilidade e vender seus produtos.

(...) a telenovela, como um dos programas mais importantes no Brasil – tanto pelo seu domínio no horário nobre das emissoras, sua grande capacidade comercial de gerar lucro às emissoras e de promover uma série de produtos, como pela presença constante na vida cotidiana dos brasileiros de todas as camadas sociais, fazendo parte das conversas e de um conjunto de referências nacionais (Almeida 2003:24).

O fato de esses melodramas televisionados atraírem o mercado publicitário está ligado ao grande número de pessoas que se colocam à frente do aparelho de TV para consumirem esse produto. Dito de outra forma, as audiências atraem ou afastam os anunciantes dos produtos da televisão, como os folhetins eletrônicos.

Em virtude disso, as emissoras procuram produzir programações que despertem o interesse do público telespectador e das empresas que pretendem anunciar seus produtos e serviços. Esse é um dos componentes da acirrada concorrência entre as emissoras.

Aguinaldo Silva, autor de telenovelas da Rede Globo, afirma que:

a TV é um negócio explorado por capitais privados, que depende de anunciantes. Para ter anunciantes, ela depende de altos índices de audiência. (...) O que uma novela precisa é ser popular. Se é popular é boa. Se a novela tem muita audiência, ela é ótima. (*Isto É* 1988 *apud* Ortiz, Borelli e Ramos 1991:159/160).

Almeida (2003:25) corrobora essa relação entre telenovela e a publicidade quando fala que há “... um sistema de dependência mútua: a publicidade sustenta os custos de produção e distribuição da mídia, e a mídia oferece uma audiência pronta para os anúncios”.

Além disso, para a antropóloga:

A novela efetua (...) o papel de uma *vitrine viva*, familiarizando o espectador com diversos estilos e modos de vida por meio de personagens e sua história. (...) mostrando como as personagens se vestem, que bens duráveis possuem, a que serviços recorrem (bancários, médicos, psicológicos), enfim, que tipo de pessoas são, suas particularidades, construindo assim estilos de vida (...). Dessa forma, a novela propicia que o espectador se familiarize com mundos sociais diferentes do

seu universo particular, com diversos estilos de vida e os bens e serviços associados a esses mundos e estilos (Almeida 2003:187).

A audiência das tramas televisionadas dá-se, portanto, mediante a identificação do público com as histórias, atores e personagens. Uma vez que esses elementos chamam a atenção dos telespectadores, os produtos que são veiculados às imagens dos mesmos passam a ser objetos de desejos.

A telenovela e os personagens aqui funcionam como um “operador totêmico”, tal qual a publicidade estudada por Everardo Rocha (1995), quando o mesmo analisou peças publicitárias de cervejas. Para esse autor, a publicidade uni produtos e consumidores por meio do que desperta nas pessoas: “atitudes”, “emoções”, “estilos de vida”, etc., o que contribui para a individualização do “objeto”, o qual é classificado no mundo e classifica os que o consomem. Dessa forma, o produto – tanto das peças analisadas por Everardo Rocha, quanto os que aparecem nas telenovelas ou durante seus intervalos – assume condições de sujeito, com uma identidade definida, particularizada, facilmente reconhecida pelas pessoas, despertando o desejo dos consumidores.

Um exemplo de uso da “ferramenta” *merchandising* deu-se em *Viver a Vida* (2009) quando apareceu o logotipo da *Natura* enquanto Helena (Thaís Araújo) e Alice (Maria Luisa Mendonça) falavam sobre batons, durante a preparação da personagem principal para uma sessão fotográfica. Em *Ti Ti Ti* (2010) também, quando Desirée (Mayana Neiva) pousava para campanhas publicitárias de produtos como *H2Oh*, da *Pepsi*, e das roupas da *Hering*. Na telenovela *Insensato Coração* (2011), muitas vezes, no escritório da personagem Marina (Paola de Oliveira), aparecia no computador dela, e do André (Lázaro Ramos), a marca do Banco Itaú enquanto os mesmos realizavam, ficticiamente, algum trabalho para essa Instituição bancária.

Apesar de produtos como a bebidas, serviços bancários e algumas roupas estarem disponíveis tanto ao público feminino quanto ao masculino, chamo a atenção para produtos e comportamentos de personagens masculinos que tiveram grande repercussão à época de suas transmissões, quando muitos homens passaram a usar as blusas semelhantes às de Flamel (Edson Celulari) em *Fera Ferida* (1993), o corte moicano do Mateus Güney (Cauã Reymond) em *Belíssima* (2005), o bigode descolorido do Foguinho (Lázaro Ramos) em *Cobras & Lagartos* (2006), as cuecas boxers de Olavo (Wagner Moura) e Ivan (Bruno Gagliasso) em *Paraíso Tropical* (2007), entre outros exemplos.

No *blog* da Patrícia Kogut, no *site* “O Globo”, havia uma matéria escrita por Elizabete Antunes intitulada: “Os objetos de desejo dos personagens masculinos das novelas”, onde falava que não apenas o universo material das atrizes despertava atenção nas telespectadoras, mas era crescente o interesse do público masculino pelos objetos usados pelos homens nas tramas.

Em ‘Viver a vida’, os objetos mais cobiçados são o relógio e o óculos (sic) de sol de Marcos (José Mayer) e a pasta e o celular de Jorge (Mateus Solano), o gêmeo sério. Já em ‘Caras & bocas’, todos querem saber onde comprar o óculos (sic) de grau de Vicente (Henri Castelli). Ou as camisas usadas por Cássio (Marco Pigossi)¹⁴

O mesmo aconteceu com os figurinos usados por Danilo (Cauã Reymond), Gerson (Marcello Antony), Agnello (Daniel de Oliveira) e Olavo (Francisco Cuoco) personagens de *Passione* (2010). Isso contribui para demonstração de que os homens passaram a assistir as telenovelas, a se identificarem com as tramas, personagens e, conseqüentemente, a consumir os produtos que ali aparecem, pois ao acontecer a identificação com as histórias e com aqueles que ajudam a contá-las, as telenovelas tornam-se um excelente veículo para promover e vender produtos diversos ao público em geral.

Aproveitando-se do enorme alcance dos folhetins eletrônicos, várias empresas investem no meio televisivo. Em contrapartida, as emissoras buscam sempre produzir um produto de qualidade para atrair os telespectadores e os anunciantes; haja vista que, é dessa relação comercial que, por exemplo, a Rede Globo paga os gastos das suas produções dentre outras despesas.

...a televisão não sobrevive sem a publicidade (sob forma de patrocínio, intervalo comercial ou *merchandising*), e esta por sua vez, necessita da televisão para conseguir atingir um contingente maior de público. Assim a televisão, além de veículo, é empresa e, nessa condição, dirige suas ações para a obtenção de lucro que, para ela, se traduz em disputa de audiência, capaz de lhe garantir a venda de seus produtos e patrocínio (Castro 2005:1).

Além desse tipo de propaganda inserida implícita ou explicitamente nas tramas, há uma espécie de *merchandising* que não vende produtos palpáveis, mas ideias, pensamentos, que é o *merchandising* social, uma forma de chamar a atenção da sociedade para determinado tema e de informá-la também sobre o mesmo. Esse é um recurso que fora utilizado primeiro por Glória Perez. A mesma em entrevista a Bernardo e Lopes (2009:123) disse:

¹⁴ Retirado do *site* <http://oglobo.globo.com/cultura/kogut/posts/2009/11/14/os-objetos-de-desejo-dos-personagens-masculinos-das-novelas-240609.asp>, acessado em 29 abr. 2011.

Eu fui a primeira a introduzir a realidade na novela, a primeira a misturar ficção com jornalismo. Isso aconteceu em 1987, quando fiz uma campanha de conscientização sobre a AIDS para a novela *Carmem*, na extinta Manchete. Na época, ouvi muitas críticas, algumas bem agressivas até. Diziam que novela não era lugar para fazer campanha. Hoje, o ‘*merchandising social*’ está institucionalizado. E isso é algo de que me orgulho muito.

Em meu TCC, apresentado em 2009, meus interlocutores, à época, destacaram a importância do *merchandising social* para agregar conhecimento e, além disso, segundo eles, esse recurso atraía os públicos, principalmente o masculino, para acompanhar as tramas. As entrevistas que realizei para esta dissertação também confirmam essa questão. Apolo, ao falar do porquê de assistir telenovela, disse-me que a presença de “temas da vida” chamava a sua atenção; Poseidon falou do caráter de “ensino”, de agregador de conhecimento, que as telenovelas desempenham por meio do *merchandising social*.

Apolo: (...) aquelas novelas que tem temas da vida assim, do dia a dia da vida, *Páginas da Vida*... aí tinha aquela novela que eu esqueci o nome, eu não lembro título de novela..., mas eu gosto... são aquelas novelas com temáticas sociais, de ajudar deficientes, de ajudar pessoas com doenças, alcoolismo também, drogas...

Poseidon: Eu acho que a novela é um programa atual. Assim, acho que ela procura inserir as discussões que estão rolando na atualidade para que a população, em geral, saiba, para que ela tenha certo conhecimento de vários temas.

Interessa destacar que os temas usados como *merchandising social* ganham as ruas, os noticiários em jornais impressos ou televisionados, justamente pelo alcance das telenovelas na sociedade brasileira, capaz de suscitar debates. Provavelmente, alguém nascido na década de 1980, lembrar-se-á da campanha das crianças desaparecidas em *Explode Coração* (1995) e da de doação de medula óssea para tratamento da leucemia em *Laços de Família* (2000).

As pessoas, na contemporaneidade, veem nas telenovelas mais uma fonte de informação, de agregador de conhecimento. Por isso, cabe questionarmos: Que conhecimento(s) as telenovelas estão ajudando a disseminar? Quais as ideias por detrás dos assuntos que são mostrados? Desprezar o grande recurso pedagógico dessa programação é a verdadeira alienação. O discurso maniqueísta, também, deve ser superado.

Dessa forma, penso na contribuição que as telenovelas podem dar para a desconstrução do mito do homem que não se cuida, pois as vejo como palco ideal para apresentação e, de certa forma, discussão sobre o metrosssexual. Debater temas, mostrar e ensinar, também é um papel que pode (e deve) ser desempenhado pela TV, pelas telenovelas (por que não?); indo além do simples entreter, levando em consideração sua enorme entrada

em território nacional, contribuindo para se pensar imagens e representações da masculinidade encontradas no nosso dia-a-dia.

1. O que pensam as mulheres sobre os homens da telinha?

Como podemos notar até aqui, as telenovelas têm forte relação com o público feminino e vice-versa. As mulheres com quem conversei fazem parte desse universo, pois estão de alguma forma, ligadas aos folhetins eletrônicos, sejam acompanhando as tramas ou se informando sobre as mesmas noutras mídias ou por outras pessoas.

Veamos a tabela abaixo:

Tabela 1– Número de telenovelas, emissoras e horários assistidos pelas interlocutoras pesquisadas.

Interlocutora	Quantas telenovelas assistem?	Emissora	Horário
Atena	2	Globo	19 e 21 horas
Hera	1	Globo	19 horas
Afrodite	1	Globo	21 horas
Maia	1	Globo	21 horas
Ártemis	2	Globo	19 e 21 horas

Minhas interlocutoras assistem, em média, uma telenovela e preferem a TV Globo como emissora para consumir essa programação, pois, segundo elas, as tramas são melhores, assim como os profissionais envolvidos na produção desse entretenimento e a estrutura da emissora também; sendo o folhetim das 21 horas o mais assistido.

O colocar-se em frente do aparelho de televisão para acompanhar as histórias não é um momento solitário para elas. Das duas telenovelas que Atena assiste, uma é acompanhada do pai e do irmão; enquanto que Hera ver com uma amiga com quem divide o apartamento;

Afrodite geralmente está na companhia do esposo, Maia da irmã e Ártemis da mãe. Deste modo, a telenovela pode ser vista como um “elemento agregador” na sociedade.

Quando Izabela Souza (1997) estudou tribos urbanas da cidade de Belém do Pará, ela percebeu que cada grupo – *headbangers*, *punks*, góticos, mauricinhos e patricinhas, skatistas, pichadores e *drag queens* – se reunia por meio de uma característica comum, um “elemento agregador”, por exemplo: o *rock*, o modo de se vestir, os ambientes que frequentavam, o esporte, etc. Os folhetins eletrônicos assumem, também, esse papel, porque reúnem em frente da TV pessoas de uma mesma casa que, normalmente, têm rotinas distintas, além de pessoas de diferentes faixas etárias, religiosidade, sexualidade, classe social, etc., as quais acabam comentando a trama, seja na família, na vizinhança, no trabalho, na universidade...

Em relação aos tipos de personagens que chamam a atenção das minhas interlocutoras, houve semelhanças e diferenças em suas respostas. Hera e Ártemis disseram-me gostar dos personagens cômicos; as mesmas não fizeram distinção de sexo desses personagens, chegando Hera a dizer que simpatizava pelos “Os mais engraçados, independente do sexo. Sendo engraçado me chama mais a atenção e me dar mais vontade de assistir.” No entanto, Atena e Maia destacaram em suas falas mulheres de atitudes, que pelejam por seus objetivos:

Atena: Chama-me a atenção, personagens mulheres, batalhadoras, poderosas ou não, mas que conseguiram vencer na vida ou estão lutando para vencer na vida...

Maia: Eu nunca gostei das certinhas, que faz tudo certinho, porque eu as achava meio apáticas, sabe? A vida delas não tinha grandes emoções, justamente por elas sempre serem certinhas, elas nunca impunham opinião, nunca iam atrás... Então, eu sempre me enjoava, eu preferia aquelas que eram mais polêmicas, mas não no sentido de: Ah, aquela que se mete com drogas, rouba... Mas a que vai atrás, sabe?

Afrodite também destacou a mulher, mas, antes, falou de marcadores sociais como idade e raça para salientar o que chamava sua atenção para as telenovelas:

Afrodite: Ah, eu gosto de tudo o que tem relacionado ao idoso em novela, eu sempre procuro prestar mais atenção... Tudo o que tem relacionado à raça, que tem um protagonista negro ou se existe algum personagem negro na novela, embora não seja protagonista, eu procuro prestar mais atenção no personagem dele. (...) Quando é uma mulher que comanda o lar, que é pai e mãe ao mesmo tempo... Eu presto mais atenção nesses tipos de personagens.

Mais uma vez a questão da mulher batalhadora aparece. Ou seja, há um deslumbramento da mulher forte, que se impõe, que vai atrás de seus objetivos; uma mulher que “dá conta de tudo”: de estudar, trabalhar, cuidar de si e do lar. Esse fator pode ser observado, também, nas falas das entrevistadas de Lírian Sifuentes (2009), pois ao falarem

como a típica mulher brasileira está representada nas telenovelas citaram, entre outras, Maria do Carmo (Susana Vieira) de *Senhora do Destino* (2004), Donatela (Cláudia Raia) de *A Favorita* (2008), Aída (Totia Meirelles) de *Caminho das Índias* (2009) e, segundo a autora:

(...) em comum entre essas mulheres está o espírito guerreiro, a persistência e a abnegação, características da mulher que vive para os outros. A mulher se ocupa em dar conta, da melhor forma possível, dos mais diversos aspectos da vida de sua família e da sua própria... (p. 75).

O escrever para a mulher e/ou o desenvolver tipos femininos são pontos levados em consideração pelos autores dos folhetins eletrônicos. Carlos Lombardi, autor de telenovelas da Rede Globo, falando em entrevista a André Bernardo e Cíntia Lopes (2009) sobre se escreveria um “autêntico melodrama”, responde que não faria uma telenovela para o horário das 21 horas, devido o tipo de produção para essa faixa ser um “melodrama feminino”. Na mesma obra, Gilberto Braga fala que escreve melhor para as mulheres “porque elas contam mais coisas. O homem é mais fechado, raramente fala de sentimentos. De um modo geral, todo escritor ligado em comportamento tem mais facilidade para descrever as mulheres...” (Ibid:111).

Esses depoimentos são importantes, pois partem daqueles que literalmente criam as telenovelas que assistimos: os autores. Além disso, essas falas corroboram a ideia de que, mesmo hoje, o folhetim eletrônico é pensado como um gênero feminino e, geralmente, apresenta o masculino em dois pólos: o que as mulheres devem buscar para si e o tipo que elas precisam rejeitar.

As telenovelas (...) têm em sua narrativa a representação de homens, que algumas vezes são representados de maneiras aprovadas ou não pelas mulheres e pela sociedade em geral. Nelas os homens são representados, então, seja em personagens que produzem uma imagem negativa, seja por personagens que estimulam uma percepção positiva, de aceitação (Silva *et al.* 2006:5).

Durante muito tempo, os homens representados nos folhetins eletrônicos eram fortes, seguros de si, os quais, geralmente, andavam com uma arma na cintura ou, em algum momento, cavalgando para demonstrar sua masculinidade, como em *Irmãos Coragem* (1970) e *O Rei do Gado* (1996), reproduzindo o mito masculino do homem viril, sempre em ação, que não titubeia diante das adversidades. Esse tipo masculino era (e ainda é) visto não apenas nas tramas cujo pano de fundo era o rural, mas em histórias cujos enredos se passaram/passam no espaço urbano também, apesar de hoje coexistirem com outros tipos masculinos que atualmente encontramos em nossa sociedade.

A multiplicidade de perfis masculinos nas telenovelas aproveita em parte os aspectos referentes aos padrões de homens existentes na sociedade, e prevê certos tipos característicos de comportamento deles em situações concretas da vida cotidiana (Silva *et al.* 2006:loc. cit.).

É dessa forma que identificamos nas telenovelas o empresário bem sucedido, mas com problemas de relacionamento com a família, como o Franco (Luciano Szafir) em *Rebelde* (2011); o marido que diz amar a esposa, mas a trai e a mata, a exemplo do Cortez (Herson Capri) de *Insensato Coração* (2011); o pobre que se apaixona pela executiva de sucesso, no caso do João Carlos (Caio Junqueira), o Joca, de *Ribeirão do Tempo* (2010); o marido violento que bate na esposa, como o Leonardo (Jackson Antunes) em *A Favorita* (2008) e outros.

Interessante destacar que, por mais que as telenovelas apresentem em suas tramas vários tipos masculinos, ainda há uma predominância daquele homem que continua se incomodando com a independência financeira feminina, não aceitando que a mesma, por exemplo, pague a conta do restaurante. Muitos homens, e mulheres também, ainda representam o masculino como o único provedor do lar, ou o mais importante. Por mais que suas esposas trabalhem fora, alguns homens se incomodam com a ideia de receberem menos que elas.

Lembremo-nos do Higino (Marco Ricca), na segunda versão de *Ti Ti Ti* (2010), que por ser de uma classe social diferente da mulher que amava, enfrentou alguns dilemas ao longo da trama, chegando a se separar de Rebeca (Christiane Torloni) algumas vezes. Além dele, temos o exemplo do Kléber (Cássio Gabus Mendes) em *Insensato Coração* (2011) que, mesmo separado de Daisy (Isabela Garcia), não admitia que a ex-mulher trabalhasse; e o Gustavo (Marcello Airoldi) de *Viver a Vida* (2009) que traía a esposa com a prima dela e outras mulheres, mas enlouquecia só de imaginar sendo traído ou abandonado por Betina (Letícia Spiller).

No entanto, não podemos desconsiderar os tipos masculinos que, tais como o Carlos (Carlos Casagrande) de *Viver a Vida* (2009), possuem outros comportamentos, como o cuidado com o corpo, sensibilidade e educação. E, também, aqueles que fazem tudo por seus cônjuges como o Dorival (Ary França) de *Morde & Assopra* (2011) que, às escondidas, conseguia comida para sua esposa que estava em um *SPA* e o Júlio (Marcelo Valle) de *Insensato Coração* (2011) que era cúmplice da mulher em algumas armações dela.

Como se pode observar, há certa variedade de perfis masculinos sendo transmitidos atualmente pelas telenovelas e as mulheres com quem conversei não pouparam críticas aos mesmos.

Atena: Eu acho que os personagens masculinos... Sempre é eleito um pra ser o correto, o pai de família, o patriarca; mas, existem muitos que são negativos, que tem mau-caráter, que se aproveitam das situações, se aproveitam da situação de ser homem e poder conquistar uma mulher para tirar vantagem... Eu acho que muitos deles, heteros, se aproveitam da possibilidade de ter um romance com uma mulher e poder tirar algo proveitoso dessa mulher. Muitas vezes eles têm um mau-caráter... Ou são aqueles homens que só são movidos a sexo, só pensam nisso e não querem nada mais sério. Ou são aqueles homens que se aproveitam dessas relações com as mulheres pra poder tirar dinheiro, terem *status* social...

Afrodite: Eu acho que está mudando, mas ainda se coloca o homem como superior à mulher. Eu acho que tem de mudar, porque nós somos diferentes. Eu acredito que homem e mulher são diferentes e os direitos também são diferentes, porque eu sou mulher e você é homem... Mas, eu acho, não é o caso de o homem ser superior à mulher ou a mulher ser superior a ele, mas que os dois podem ser vistos da mesma forma... Geralmente é o homem quem exerce maior cargo, que é o chefe da família... Geralmente é isso que acontece.

Maia: Eles sempre foram meio Ken na novela. Era a Barbie e o Ken. Então, era o homem certinho que estava ali mais fazendo pano de fundo, não era aquele galãzão brasileiro, que se vestia até com certo machismo da coisa... Tarcísio Meira, não é? Tanto que, o Tony Ramos uma vez falou que da época dele só tem o Tony Ramos e o Tarcísio Meira e o Antônio Fagundes, o resto (risos)... Agora, é tudo lá pro lado do Gianecchini. Mas acho que tinha muito aquela ideia do homem, do patriarcal, e hoje em dia não; já tem uma outra linguagem para o público masculino. Acho que uma coisa mais próxima do que nós temos no mundo concreto.

Ártemis: Hoje em dia eu vejo que o homem está muito representado naquele estereótipo do pegador, do playboy; principalmente com essa agora do *Insensato Coração*, que tem o André, não é? Que o homem não quer se prender a ninguém. A mulher já é aquela que quer um relacionamento sério.

De acordo com minhas interlocutoras, os homens retratados nas telenovelas são “dominadores”, “aproveitadores” e “pegadores”. Acredito que o tipo de socialização que todos nós passamos seja um dos fatores para essa observação delas.

O poder disciplinar da masculinidade hegemônica heteronormativa, desde a infância, ensina que há padrões de comportamentos para homens e mulheres. Aqueles devem agir de determinadas formas como, por exemplo, deter autoridade no lar, ser o único (ou maior) provedor da casa, a fim de comprovar sua virilidade¹⁵. Em vista disso, as mulheres, segundo essa norma, são aquelas cujas atitudes voltam-se para a submissão desse ser masculino,

¹⁵ Discutirei melhor sobre a masculinidade hegemônica e padrões de comportamentos de homens e mulheres no capítulo 2.

desempenhando o papel de dona de casa¹⁶, mesmo que elas trabalhem fora. Nessa relação, portanto, fica evidente o jogo entre o público e o privado, entre o ambiente da rua e o da casa que encontramos discutidos em Roberto DaMatta (1986) e Pedro Paulo Oliveira (2004).

Deste modo, esses são aspectos facilmente reconhecíveis para essas mulheres. Não devemos pensar, no entanto, que a identificação dessas características nos personagens masculinos configura uma aceitação por parte dessas telespectadoras das atitudes apontadas. Na verdade, o próprio ato de citá-las já demonstra, muito além do reconhecimento, a crítica, o combate, o desejo de mudança. Diferentemente de Hera, que em seu discurso, não chegou nem próximo disso:

Hera: Não tenho muita opinião. Se eu for falar sobre o ator, é um ótimo ator. Se eu for falar sobre os personagens, são personagens muito bacanas, excelentes, que dão vontade de ficar sempre assistindo, só por causa daquele personagem. (...) Acho que são coisas que a novela retrata; coisas do cotidiano. E a gente assiste o que a gente acha que acontece por aí. Então, a gente não tem muito o quê opinar, o que achar também... São muitos personagens e vai depender se eu tivesse falando especificamente de um, aí ainda poderia te dizer alguma coisa, mas são vários personagens, são homens com vários contextos, com várias histórias...

Ou seja, em nenhum momento esses “vários contextos” e “várias histórias” são questionados por essa interlocutora; apenas aceitos: “... são coisas que a novela retrata, coisas do cotidiano. (...) Então, a gente não tem muito o quê opinar, o que achar (...)”.

Interessante observar, também, o caráter “aproveitador” desse homem. Ele nunca se envolve – pelo menos nessa avaliação que fazem as telespectadoras com quem dialoguei –, sem um interesse, que seja: ter *status*, fazer sexo e, mesmo, tirar proveitos financeiros. Nesse ponto, entra outro questionamento levantado, até mesmo, pelo senso comum: homem quer apenas sexo e mulher “um relacionamento sério”?

Exemplo desse tipo masculino, que foge de algum envolvimento sentimental com as mulheres, o qual apenas quer se deixar levar pela lascívia é o personagem André (Lázaro Ramos) de *Insensato Coração* (2011), citado por Ártemis. Nessa telenovela, esse personagem representava o típico homem bem sucedido, garanhão, que se envolvia com muitas mulheres, mas nunca de modo afetivo; pois, apenas buscava uma aventura sexual que não passasse de uma noite.

¹⁶ Note o/a leitor/a que, muitas mulheres, até mesmo as retratadas em algumas telenovelas, como a Maria do Carmo (Suzana Vieira) de *Senhora do Destino* (2004), por mais que não realizem, pessoalmente, tarefas domésticas como cozinhar, limpar e lavar, são responsáveis por mandarem/supervisionarem o trabalho de outros/as dentro da casa.

No *site de Insensato Coração* (2011), André (Lázaro Ramos) é descrito como:

Solteiro e bem-sucedido, André é o mais badalado nome do design no Rio. Arrojado, seguro de si no trabalho e na cama. Não se envolve afetivamente, mas não é cafajeste, nem machista, pois nunca mente: trata as mulheres de igual para igual, sem falsas promessas de amor. Sempre joga limpo. Quebra sua regra com Carol, que acaba engravidando. Reage mal com a notícia, mas aos poucos aceita a ideia. Assume o papel de pai sem abrir mão da sua liberdade. Fica enciumado ao descobrir que Carol está namorando Raul e resolve lutar pelo seu amor. Muda-se para casa dela, mas chega à conclusão de que a vida de casado realmente não combina com ele. Mantém um relacionamento aberto com Leila.

O que destaque desse perfil é a necessidade de se justificar que embora o mesmo não se envolva afetivamente com nenhuma parceira sexual, ele “não é cafajeste, nem machista, pois nunca mente: trata as mulheres de igual para igual, sem falsas promessas de amor”. Ao longo da história que Gilberto Braga nos contou, André (Lázaro Ramos) “ficou” com muitas mulheres, algumas “anônimas” e outras do elenco fixo, como Natalie Lamour (Déborah Secco), Carolina Miranda (Camila Pitanga), a Carol, e Leila Machado (Bruna Linzmeyer).

Não recorro de nenhuma mulher com quem esse personagem se envolveu a qual não tenha criado expectativas e o procurado no dia seguinte; mas a reação dele sempre foi de rejeitá-las, dizendo que não se envolvia com a mesma pessoa mais de uma vez. E esse era o discurso que ele efetivava para os amigos Roberto Fisher (Petrônio Gontijo), o Beto, e William Sampaio (Leonardo Carvalho), dando a impressão de que o mesmo, apesar de sair com muitas mulheres, era honesto com todas, mas elas que não entendiam, ou não aceitavam, seu “estilo de vida” e se humilhavam a ele querendo mais envolvimento.

Nessa atitude do personagem pode-se observar, dentre outros comportamentos, a tradicional (e, diga-se de passagem, errônea) ideia de que o homem detém a razão, pois “consegue separar as coisas”, o sexo casual de um envolvimento mais sério, enquanto que a mulher não; uma vez que é sentimental e sonhadora, ou seja, mais propícia à emoção.

Em pesquisa realizada em Camaragibe, região metropolitana do Recife, Pedro Nascimento (1999) encontra homens cuja fala se assemelha a do André (Lázaro Ramos), no que diz respeito ao envolvimento com muitas mulheres e, também, à narração desses acontecidos a outros – a diferença entre eles consiste, apenas, no estado civil dos mesmos:

Existe o hábito de divulgar-se para todos os amigos as mulheres que arranja fora. Segundo as descrições, sempre dramatizadas para que o máximo possível de pessoas ouça, elas são sempre muito melhores do que a de casa, são “boas” e belas. (...) verdadeiras disputas onde está em questão apresentar-se como o que teve o maior número de relações numa só noite, o que tem o maior número de mulheres, sendo

estas as mais maravilhosas. Relacionado a isto, está a idéia de que um "homem mesmo" sempre "dá no couro", não "falha", " na hora da relação sexual (Ibid:49).

Dessa forma, lançando mão de termos usados por Almeida (2006) em sua pesquisa com jovens de classe média do Rio de Janeiro, André (Lázaro Ramos) “ficava” com muitas mulheres e “zoava” aqueles – principalmente seus amigos – que não tinham o mesmo desempenho que ele e, assim, firmava-se naquele grupo como “conquistador”; uma vez que, “Quando os rapazes ‘pegam muitas mulheres’, eles são reconhecidos e se ‘promovem’ no grupo” (p. 155).

Além disso, apesar da descrição do personagem no *site* da telenovela como não machista, ao continuarmos a leitura percebemos que atitudes “suspeitas” aconteceram, pois o mesmo engravida Carolina (Camila Pitanga) em uma de suas noites amorosas – coincidentemente, a primeira mostrada na trama que ele teve uma recaída, envolvendo-se pela segunda vez – e a trata mal quando descobre da gravidez; contudo, como que em um sentimento de posse, fica com ciúmes quando percebe que a mãe do seu filho está namorando um colega de trabalho, o Raul (Antônio Fagundes), e faz de tudo para atrapalhar a relação dos dois. Com o tempo, André (Lázaro Ramos) “aceita” o filho, se envolve novamente com Carol (Camila Pitanga), decide morar com ela, mas posteriormente percebe que é um preço muito alto a pagar, pois valoriza demais sua liberdade. Ele termina a trama demonstrando estar em um “relacionamento aberto” com Leila (Bruna Linzmeyer).

Importante expor que, outras características desse personagem foram levantadas durante as conversas que tive com meus/minhas interlocutores/as; no entanto, as abordarei mais adiante.

Vimos neste sub-capítulo, portanto, a visão das mulheres a respeito dos personagens masculinos. A seguir, irei analisar o que os meus interlocutores falaram sobre a representação do masculino nas telenovelas.

2. O que pensam os homens sobre os personagens masculinos?

Procuro analisar aqui as falas dos meus interlocutores sobre os personagens masculinos. Vimos que as telenovelas foram inicialmente direcionadas ao público feminino;

contudo, essa programação também atraiu a atenção dos homens, mediante fatores outrora apresentados.

Atualmente, muitos deles já assumem assistir aos folhetins eletrônicos. Na capa da seção Revista da TV, do jornal O Liberal, de 27 de junho de 2010, há a chamada para uma matéria sobre os homens que assistem telenovelas: “Eles confessam: em época de Copa do Mundo, descobrimos homens que preferem assistir às novelas e não têm vergonha disso”. O título do texto, escrito pelo jornalista Zean Bravo, publicado no periódico supracitado é “Programa de macho: a paixão dos homens por novelas revela-se cada vez mais forte e derruba o mito de que o gênero é ‘coisa de mulher’”. Segundo Bravo, devido aos homens serem 35,53% da audiência das telenovelas em 2009 (dados do Ibope), os folhetins eletrônicos “geralmente associados ao público feminino, também, são – por que não? – um baita programa de macho.” (Bravo 2010:05).

Exageros à parte, um testemunho que vem corroborar a presença masculina na frente da televisão para acompanhar as telenovelas é o do ator Dalton Vigh quando, o mesmo falando de seu personagem em *Fina Estampa* (2011), revelou: “Às vezes, estou na rua e passa um motorista e grita ‘E a Griselda?’, ou pergunta como o René aguenta a mulher dele.” (O Liberal 2012:07). Como saber que René (Dalton Vigh) se envolve com Griselda (Lilian Cabral) na trama ou que o mesmo sofre nas mãos da mulher, Teresa Cristina (Christiane Torloni), sem acompanhar, de alguma forma, o entretenimento?

Meus interlocutores também têm algum tipo de relação com os folhetins eletrônicos; uns mais recentes, outros nem tanto. Verifiquemos na tabela a seguir:

Tabela 2 – Número de telenovelas, emissoras e horários assistidos pelos interlocutores pesquisados.

Interlocutor	Quantas telenovelas assistem?	Emissora	Horário
Hércules	1	Globo	21 horas
Zeus	2	Globo	14:30 e 21 horas
Cratos	1	Globo	21 horas

Apolo	1	Globo	19 horas
Hefesto	2	Globo	14:30 e 21 horas
Dionísio	1	Globo	19 horas
Hipnos	-	Globo	-
Morfeu	2	Globo	19 e 21 horas
Poseidon	1	Globo	19 horas
Perseu	1	Record	22:30 horas
Nomos	2	Globo	19 e 21 horas

Assim como as mulheres com quem conversei, os homens também assistem, em média, uma telenovela¹⁷. Para eles, no entanto, a TV Globo não é a única escolha na hora de se assistir esse tipo de programa, pois Perseu disse preferir a Record:

Perseu: Olha, vou te falar uma coisa, lá em casa todo mundo assiste só a Record.
[Pesquisador: Por quê?]: Anos que eu não assisto a programação da Rede Globo. Deve ter uns 10 anos que eu não assisto. Não assisto Big Brother, não assisto à novela principal. Fico por fora na rodada quando os amigos estão conversando de Big Brother, da atriz principal que vai morrer... Eu não assisto a Globo. Eu fico por fora da programação da emissora. Lá em casa, então, meio que se tornou um hábito até, todo mundo só assisti a Record.

Outro ponto interessante, comparando as falas de minhas interlocutoras com as dos meus interlocutores, é que, diferentemente delas, os homens não citaram apenas a Rede Globo como a emissora por meio da qual eles assistiam/ram a telenovelas. No período em que conversei com eles, os mesmos estavam, em sua maioria, em contato apenas com alguma telenovela dessa emissora. Contudo, afirmaram terem visto produções transmitidas em outros canais, como no SBT: *Carrossel* (1991), *Maria Mercedes* (1996), *Marimar* (1996), *Maria do*

¹⁷ Hipnos foi o único entrevistado que, no período da coleta de dados, não estava assistindo nenhuma telenovela devido o pouco tempo que tinha. Contudo, elegeu a TV Globo como a melhor emissora para assistir esse tipo de programa.

Bairro (1997), *Chiquititas* (1997), *Pérola Negra* (1998), *A Usurpadora* (1999); na Band: *Água na Boca* (2008); e, na Record: *Vidas Opostas* (2006).

O importante aqui não é atentar para o fato de algumas produções terem sido transmitidas durante a infância de muitos interlocutores, mas de que eles – e não elas – ao falarem sobre as telenovelas, lembraram dessas produções que assistiram e as quais não foram produzidas pela Rede Globo. Possivelmente, alguma mulher com quem conversei também viu aos folhetins supracitados. Não obstante, elas não as trouxeram para suas falas, mas eles sim, demonstrando que esse igualmente é um programa para homens, mais do que se julga saber. Além disso, a lista mencionada vem colocar em questão o mito de que homens gostam apenas de tramas que envolvam mistérios, ação, violência e mulheres seminuas, pois somente *Vidas Opostas* (2006) contém algumas dessas características.

Entretanto, apesar dessa variação de emissoras em que eles assistem ou assistiam a telenovelas, todos disseram que a TV Globo é o melhor canal para ser acompanhar uma novela televisionada devido a determinados fatores, como: qualidade dos textos, tramas, cenários e horários fixos.

Zeus: Só na Globo, (...), querendo ou não, acho que as novelas mais, pelo menos ao meu ver, bem feitas são da TV Globo.

Apolo: Eu acho que as novelas da Globo são as melhores em termos de história, de atores e cenário também.

Dionísio: Acho que pela questão do próprio texto da novela. A forma como os autores escrevem, da direção e, lógico, da interpretação dos atores.

Morfeu: Só da Globo. [**Pesquisador:** Por quê?]: Não sei, eu não gosto das outras novelas. Primeiro por que eu já estou habituado com o horário da Globo, que é um horário constante. Quando diverge, diverge muito pouco devido o horário de verão. Então, eu já sei os horários certos. Eu não consigo acompanhar o horário da Record, enfim. E do SBT, as novelas do SBT são péssimas... [**Pesquisador:** No SBT tu assistias só as mexicanas?]: No SBT só as mexicanas e as Chiquititas quando tinha. [**Pesquisador:** Tu achas as mexicanas de péssima qualidade?]: É por que tem aquela coisa melosa. (Rindo) As mexicanas têm aquela coisa, assim, mais melodramáticas, sabe? Romance... aí eu... não acho de péssima qualidade, porque eu acho que a televisão tem uma qualidade boa das novelas. Lógico que não é uma Rede Globo, não é?

Poseidon: Novelas de outros canais eu não assisto, porque eu acho que a qualidade das novelas da Globo é melhor. A produção, na verdade, das novelas é mais bem feita. Os roteiros são mais elaborados.

No tocante ao horário, há a predominância da faixa das 21 horas, seguido das 19 horas. Contudo, um dado revelado pelos homens, mas que não fora sequer mencionado pelas mulheres, é o caso do *Vale a pena ver de novo*. Apesar de apenas Zeus e Hefesto terem falado assistir a folhetins eletrônicos que são reprisados, considero importante destacar isso, pois os

homens, neste caso, estariam interessados em rever os folhetins eletrônicos ou em ver as produções que por algum motivo perderam. Ou seja, a relação dos meus interlocutores com as telenovelas parecem ser, de certa forma, maior do que as das interlocutoras com as quais dialoguei, ao ponto deles acionarem em seus testemunhos tramas vistas em outras épocas e emissoras e, também, de passarem a acompanhar, no horário da tarde, produções que já foram transmitidas.

Desse modo, o ato de assistir telenovelas, para eles, é algo que oscila ora por ser uma atividade em grupo, ora solitária. Apenas Zeus e Cratos relataram estarem sós quando veem algum folhetim eletrônico. Os que nunca estão sem companhia nesse momento são: Apolo que assiste com a mãe, tia, irmã e, raramente, com o pai; Dionísio vê com o conjugue; Morfeu tem a companhia da mãe, Perseu da mãe e irmã, geralmente; e Nomos acompanha as novelas de televisão com a mãe, sobrinhas e irmã. Hércules, Hefesto e Poseidon ora estão sozinhos, ora acompanhados por alguém da família¹⁸. Interessante notarmos que a maioria da companhia dos homens é mulher.

Alguns homens, como dissera, estão muito envolvidos com as novelas de televisão. Na família de Maia, por exemplo, é o pai quem atualiza a casa sobre as mesmas:

Maia: Hoje em dia é o meu pai que me informa muito disso [das telenovelas]. Meu pai (com ênfase) adora novela. Meu pai é louco por um BBB, por esses canais... Ele ler o resumo (com ênfase) mesmo, para saber o que vai acontecer na novela. Ele sabe o nome dos personagens... é incrível como ele gosta disso. [**Pesquisador:** E a tua mãe?]: Não! Ela ri. Ela diz: Nossa, teu pai está sempre informado das novelas. Ele que vai atualizando a mulherada (risos).

Na casa de Morfeu também parece existir um tipo de “mutualismo telenovelístico” entre ele e sua mãe:

Morfeu: Novela eu assisto com a mamãe, porque a gente vai trocando informações. Nós compramos revistas: Ti Ti Ti, Minha Novela... A gente vai acompanhando e aí tuita para o autor: Ah, eu não gostei dessa personagem que fez isso e tudo mais... [**Pesquisador:** E quem decide o que vai ser tuitado?]: Na hora de tuitar sou só eu, mas a decisão do que será tuitado é em conjunto (risos).

Como podemos observar, as telenovelas fazem parte do ambiente familiar e, também, de alguma forma, da vida dos homens com quem conversei, pois vários são os tipos de relação que eles possuem com os folhetins eletrônicos. Desse modo, eles têm seus

¹⁸ Hércules, às vezes, está acompanhado da mãe e/ou da namorada; Hefesto de uma amiga e Poseidon de uma prima.

personagens favoritos, que contribuem para que os mesmos acompanhem as tramas, torçam, briguem, emocionem-se.

Enquanto minhas interlocutoras destacaram, praticamente, dois grupos de personagens que chamam a atenção das mesmas para as telenovelas, os cômicos e as mulheres batalhadoras, os homens já foram mais além nessa “lista”; muitos deles elencando mais de um tipo.

Personagens engraçados também os atraem. São esses os tipos destacados por Dionísio, Hipnos e Nomos:

Dionísio: Acho que os personagens, com certeza, mais engraçados (risos).

Hipnos: Os personagens cômicos, sem dúvida, os personagens cômicos...

Nomos: Eu gosto mais dos cômicos. [**Entrevistador:** Por quê?]: Não sei. Eu acho que, basicamente, eu me identifico com as piadas e o lance de tentar levar as coisas um pouco mais *light*.

Para Hércules e Perseu, a comicidade é um fator atrativo, mas não somente. Hércules destaca a relação de afinidade entre telespectador e ator/atriz. Segundo ele, é mais estimulante assistir uma telenovela que tenha a Déborah Secco e/ou o Antônio Fagundes no elenco, por exemplo. Além disso, este interlocutor gosta dos personagens bonzinhos, mas não aqueles que aceitam apanhar, levar broncas e xingamentos sem reagir. Perseu, no personagem de Taumaturgo Ferreira em *Ribeirão do Tempo* (2010) encontra o seu exemplo de personagem que lhe desperta o riso, pois Querêncio (Taumaturgo Ferreira) criticava, na trama, aspectos da sua época com muito humor. E é desse mesmo folhetim, transmitido pela Record, que vem o outro tipo que atrai Perseu: a mulher batalhadora, forte, interpretado por Bianca Rinaldi.

Quem também falou sobre personagens femininos foi Apolo:

Apolo: As personagens femininas que tem algum tipo de poder. [**Entrevistador:** Por quê?]: Não sei, eu acho legal... representam muita coisa, eu acho... a mulher querendo superar as dificuldades que são impostas na sociedade moderna, assim, do machismo. A mulher representa muito isso, superando barreiras, essas coisas. Aí, quando aparece uma mulher que tem poder... não precisa ter um poder aquisitivo ou um poder de algum cargo grande, mas pode ser uma mulher que tenha a liderança... então, isso eu acho legal... Uma mulher forte. [**Entrevistador:** Por quê?]: Por que precisa mostrar que a mulher também tem uma voz na sociedade.

Esses homens veem telenovelas, também, por causa dos personagens femininos, no entanto, diferentemente do que se pode imaginar, eles não assistem – pelo menos não disseram – devido o nu feminino, mas para verem mulheres que a cada dia ocupam lugar de destaque na sociedade.

Os vilões e os homossexuais também entram no grupo de personagens que meus interlocutores gostam de ver representados nas telenovelas.

Hefesto: Eu odeio mocinhas. Acho muito sem graça. Eu gosto daqueles personagens que tem duas caras, que fingem ser bonzinhos, mas por trás acabam fazendo..., sabe? [Entrevistador: Por quê?]: Não sei, acho que eu me sinto assim às vezes (risos). Eu tenho um pouco de maldade dentro de mim quando necessário (risos). Eu me inspiro em alguns (risos). É, brincadeira (risos).

Poseidon: Eu gosto dos vilões, vilãs. Ultimamente, os personagens que eu tenho apreciado mais são aqueles que tratam com relação a homossexualidade (...). Então, me chama atenção vê como as novelas trabalham com isso, com esses temas.

Cratos: Hum... gays, pessoas estilosas, pessoas possessivas, só, eu acho.

Destarte, as telenovelas atraem meus interlocutores quando: escalam atores/atrizes dos/das quais eles gostam; tem comicidade, vilões e homossexuais nas suas tramas; retratam a mulher como aquela que é batalhadora, forte e decidida; e, possuem personagens bonzinhos, mas não bobos.

Chamo a atenção para a generalidade das categorias que meus interlocutores usaram para citarem o que atrai a atenção deles para as novelas de televisão: personagens cômicos, vilões, homossexuais. Apenas Perseu e Apolo definiram um pouco mais de quem falavam: “mulheres batalhadoras, fortes”. No entanto, excetuando os exemplos “Antônio Fagundes” e “Querêncio” – eles mesmos dentro de um contexto maior (ator/atriz preferido e personagem engraçado) –, não houve nesse momento da entrevista um direcionamento específico para o papel dos homens nas telenovelas. Meus interlocutores apenas me disseram algo sobre isso quando eu os inquiri para conhecer os que eles pensavam dos homens retratados nos folhetins eletrônicos atualmente.

Buscando subsídio em *Ribeirão do Tempo* (2010), Perseu disse que os homens “... são participativos no sentido do enredo, da trama, mas não que algum chame a atenção; não tem um destaque, entendeu?”. Isso que esse interlocutor salienta vem corroborar o que dissera Silva e Gomes (2007) e Hamburger (2005) sobre o papel masculino nas telenovelas – já comentado na introdução deste capítulo. E, também, segundo Apolo, os personagens masculinos são muito repetitivos e previsíveis e por representarem sempre os mesmos tipos masculinos (o pai que é muito autoritário, o chefe de família, da empresa, o gay, o homem do campo) os mesmos não o atraem para as tramas e nem o impressiona. Desse modo, de acordo com Hefesto, os homens só aparecem nos folhetins eletrônicos, só têm destaque mesmo, quando seus personagens estão envolvidos no que ele chamou de “questões sociais”, as quais

seriam: a esquizofrenia, o *bullying*, preconceitos, etc.: “... como eu disse, dependendo do assunto que é tratado, o personagem vai fluir ou não”. Fora isso, seriam eles, realmente, apenas “beija-flor” como dissera, em entrevista, Edson Celulari a Esther Hamburger?

Para Perseu, a telenovela retrata um pouco a realidade ao apresentar o marido ciumento, o cafajeste; contudo, ele não vê, pelo menos em *Ribeirão do Tempo* (2010), “... nenhum representando o machismo em relação à mulher.” No entanto, Hipnos acredita que o homem nos folhetins eletrônicos sofrera mudanças de comportamento, mas não de essência:

Hipnos: Acho que não mudou muito o padrão das masculinidades nas novelas. A proposta, inicialmente, era um macho, aparentemente, mais viril, sem muitas preocupações estéticas, explícitas nas novelas... O ator poderia ter, mas a novela não se propunha a isso. Atualmente não, eles já são mais arrumadinhos, já conversam de moda e tudo. Mas no fundo, no fundo, ainda são extremamente machistas. Eles sempre mostram o homem como alguém mais seguro, que se aproveita das mulheres e coisas do tipo...

Diferentemente de Perseu, para Hipnos os homens nas telenovelas são machistas; entretanto, ele destaca dois pontos interessantes: Primeiro, a vaidade masculina transmitidas nos personagens hoje – que será mais bem analisada no capítulo II e III – e um ponto que fora levantado pelas interlocutoras, discutido no sub-capítulo I: o homem aproveitador.

Poseidon chama a atenção para o fato das identidades na contemporaneidade não serem fixas, ou seja, tanto homens quanto mulheres não possuem comportamentos fechados, mas os mesmos transitam no que outrora era tido como tabu de gêneros, como o fato dos homens não poderem demonstrar certas emoções ou usar cosméticos e das mulheres não exercerem determinadas atividades profissionais.

Poseidon: Se a gente for pensar, no decorrer da história, (...) as construções, na verdade, das identidades foram se modelando, se re-significando (...) hoje, por exemplo, tu não tens um homem que é totalmente viril, (...) eu acho que hoje, tanto as mulheres quanto os homens, não têm uma identidade muito fixa. Hoje não existe aquela coisa: Ah, esse comportamento é só feminino, esse comportamento é só masculino (...). Não, tem uma coisa meio dual, assim, meio maleável. (...). Estamos no século XXI. Os personagens também evoluíram nesse sentido. Os autores foram percebendo que houve essa evolução. Então, hoje em dia não tem mais essa marcação. [**Pesquisador:** Houve mudanças na forma desses homens se relacionarem, nas telenovelas que tu vias antes para as de hoje?]: As mocinhas, por exemplo, elas não são tão frágeis. Elas já conseguem tomar iniciativas e partir para uma... Por exemplo, antes elas ficavam caladinhas, apanhando, na delas. Hoje, elas conseguem ser tão agressivas quanto às vilãs... [**Pesquisador:** E os homens?]: Os homens também. Antes eles eram muito agressivos, hoje não, eles também são muito frágeis. Então você tem, não sei se seriam inversões, mas você tem mudanças das estruturas. É mais ou menos isso.

Essa fala vai de encontro com o que dissera Hipnos sobre o homem aproveitador e, também, Nomos sobre os personagens masculinos estarem ligados à racionalidade e as mulheres à emotividade. Stuart Hall (2011) nos ajuda a refletir sobre o discurso desses interlocutores. Para ele o sujeito pós-moderno não possui uma identidade única, fixa. Destarte, pensar que unicamente o homem se aproveita da mulher e que o contrário não acontece, ou que ele é guiado pela razão enquanto ela pela emoção é não considerar a multiplicidade de comportamentos que um indivíduo pode assumir na contemporaneidade, além de não atentar para o fato de não existir um modelo ideal de homem e de mulher que se concretize em sua plenitude. Afinal, entre o masculino e o feminino existem relações de poder e não polos opostos (Louro 1997; Sabat 2001)¹⁹.

Outrossim, é possível perceber nas falas de Hipnos e Nomos o discurso vitimário voltado às mulheres. Há quem diga que elas são o “sexo frágil”, enquanto os homens são os opressores (Goldenberg 2006). Um maniqueísmo sexológico desnecessário. Note o/a leitor/a que eu não quero dizer que as contradições/diferenças nas relações entre os gêneros não existem – essas coisas se percebem no dia a dia – contudo, tento mostrar, mesmo de forma breve (falarei mais sobre isso no capítulo II), que não podemos pensar, hoje, que as coisas estão muito bem acomodadas em caixas conceituais, em categorias universais – as quais nunca dão conta das particularidades –, pois todos nós jogamos o “jogo das identidades”; uma vez que, “A identidade plenamente unificada, completa, segura e coerente é uma fantasia” (Hall 2011:13).

No *site* da Revista Veja há uma matéria de Maria Zylberkan sobre personagens femininos e masculinos das telenovelas, cujo título é: “Novelas: mocinhas alfa X machos beta”. Nesse artigo a jornalista comenta a independência sentimental das mulheres dos folhetins eletrônicos e a fragilidade dos homens diante dessa outra/nova mulher:

A cadeia evolutiva da teledramaturgia deu origem a um novo tipo de par amoroso. Num ecossistema em que as mocinhas eram, por definição, as presas, elas têm se tornado predadoras devido a uma mutação comportamental que, em contraponto, gerou uma nova espécie de mocinho. Mulheres alfa e machos beta inverteram os papéis no habitat natural da conquista. Enquanto elas exercitam a sua independência sentimental, eles, no lado oposto, ficam acuados diante de tanta determinação e autossuficiência (Zylberkan 2012:01).

¹⁹ Discutirei essa e outras questões relativas às relações entre os gêneros masculino e feminino no capítulo II.

Segundo a autora, essas mulheres passaram a decidir sobre seus relacionamentos, não dando muita margem, nesse sentido, à dominação masculina. Com pulsos firmes, elas decidem com quem se envolver, quando e como. Decepcionadas, traídas, elas não ficam se lamentando, choramingando, mas “partem para outra”. Foi assim com Griselda (Lília Cabral) de *Fina Estampa* (2011) e com Ana (Fernanda Vasconcellos) e Manuela (Marjorie Estiano) de *A Vida da Gente* (2011).

Mocinhas que assumem as rédeas da vida amorosa, além de ser tendência nas novelas, também refletem uma realidade social (sic). Livres de barreiras externas, como o preconceito social diante da solteirice ou da separação, e com caminhos abertos no mercado de trabalho, as mulheres tomam decisões pautadas pela razão - e não por fantasias - em seus relacionamentos. (Ibid:03).

E os homens, nesse novo cenário, ficam sem saber como agir. Ressentidos, lançam-se às emoções. Desse modo, mediante o que fora exposto na matéria de Zylberkan e no que se pode perceber dos personagens das telenovelas atualmente, elas são as racionais e eles os emotivos.

A questão da sexualidade dos personagens masculinos também fora assunto durante a conversa sobre os mesmos. É evidente para alguns interlocutores a construção heterossexual dos homens retratados nas telenovelas. Para Dionísio a questão da homossexualidade ainda é pouco explorada pelos folhetins eletrônicos e, segundo Nomos, a predominância é de personagens heterossexuais, por ser esse o padrão em nossa sociedade. Destarte, comumente encontraremos nas novelas de televisão o homem viril, chefe de família, detentor da verdade, heterossexual; quando o homossexual aparece, geralmente, ele é caracterizado como o efeminado, o engraçado ou marginalizado, tal qual o Edilberto (Luís Carlos Tourinho) de *Suave Veneno* (1999), o Cássio (Marco Pigossi) de *Caras e Bocas* (2009), o Áureo (André Gonçalves) de *Morde e Assopra* (2011) entre outros; raros são os casos de homens gays que fogem a esse estereótipo, como o Eduardo (Rodrigo Andrade) e o Hugo (Marcos Damigo) de *Insensato Coração* (2011).

Em suma, meus interlocutores assistem telenovelas na TV Globo; contudo, apesar da reconhecida qualidade da produção desse produto nessa emissora, eles também veem – ou dizem terem assistido – as novelas de televisão em outros canais. Além disso, o horário que eles acompanham os folhetins eletrônicos é um pouco mais diversificado, se comparado com as das minhas interlocutoras. Personagens cômicos, mulheres fortes e batalhadoras, homossexuais são tipos que eles gostam de ver representados, sendo que os homens da telinha

continuam, segundo os mesmos, sem grandes atrativos e novidades; apesar de reconhecerem certa mudança de comportamento, para alguns, os personagens masculinos possuem sempre o mesmo perfil: heterossexual, machista e viril.

De modo geral, os homens estão consumindo esse produto que outrora fora pensado apenas às donas de casa. Sendo assim, qual a opinião dos operadores da comunicação – aqueles que fazem essa programação e os que estudam a mesma – sobre a presença masculina na frente da TV para acompanhar uma telenovela? Sigamos para o próximo tópico.

3. O olhar dos operadores da comunicação sobre a relação público masculino e telenovela

Nos sub-capítulos anteriores, analisei a relação dos/das meus/minhas interlocutores/as com as telenovelas, quais os personagens que chamavam a atenção deles/delas e, principalmente, como os tipos masculinos representados nos folhetins eletrônicos atualmente eram (re)significados pelos/as mesmos/as.

Interessa, agora, verificar como alguns operadores da comunicação – escritores, autores, atores, acadêmicos que estudam o tema *telenovela* – veem a relação público masculino e as novelas de televisão, pois desde os primórdios desse programa sempre houve personagens masculinos, mas quando a questão da masculinidade, do público masculino assistindo essas tramas televisionadas tornou-se um ponto a ser discutido/apresentado/evidenciado para essas pessoas, para os produtores culturais?

Para alguns pesquisadores, os estudos sobre telenovelas pouco têm explorado a relação entre esse produto e os homens. Segundo Silva e Gomes M. (2007:2) isso ocorre devido os folhetins eletrônicos serem considerados como uma programação direcionada ao público feminino e, também, porque os trabalhos geralmente focam na recepção desse programa pelos “grupos considerados como minorias sociais” – mulheres, negros, homossexuais, etc. Esse pensamento é compartilhado por Hamburger (2005). De acordo com ela, mesmo sabendo-se que é grande o número de homens que acompanham as novelas de televisão, público, técnicos e autores continuam vendo a telenovela como um programa de mulher e, por isso, as pesquisas, muitas vezes, trazem análises sobre essa “interação”:

Da mesma forma que os pesquisadores de mercado, a literatura sobre recepção de novela privilegiou a pesquisa entre o público feminino, negligenciando a ampla parcela de homens que assistem novelas. Embora os homens supostamente tenham constituído 40% da audiência durante cerca de 20 anos e ainda constituam ao menos cerca de 30% dela, não existem trabalhos sobre sua relação com o seriado mais popular da televisão brasileira. (Ibid:66).

Parece ser consenso entre determinados operadores da comunicação que a maioria dos homens que assiste a telenovelas não o revela deliberadamente. Nesse ponto, alguns estão no “armário telenovelístico” ou escondem-se atrás de alguém – dizem verem “por cima dos ombros de outros” –, comumente uma mulher; pois, não raro, afirmam ver por hábito criado pela avó ou mãe, por exemplo, que sempre assistem e eles, como que “sem opção”, se deixam levar pela trama do momento; como me dissera Perseu e Hércules.

Perseu: (...) às vezes eu estou lendo, estou lá pela sala e minha mãe está vendo e eu continuo. E isso foi se tornando um hábito.

Hércules: Quando eu era mais novo, eu assistia novela mais pela influência da minha mãe (...) quando eu cresci... eu continuei assistindo; na verdade, aí menos pela influência da minha mãe, mas voluntariamente.

Além disso, há o discurso de que assistir telenovela é uma forma de se inserir em conversas que acontecem no trabalho ou com amigas. Isso pode ser visto nas falas das pessoas com quem conversei quando da escrita de meu TCC²⁰, no texto de Silva e Gomes M (2007) e, também, quando Hércules me falou que viu *Duas Caras* (2007) e *Água na Boca* (2008) para poder conversar com uma amiga. Desse modo, mais uma vez, temos o folhetim eletrônico como um elemento agregador o qual contribui para a socialização em certos grupos.

Esther Hamburger (2005) chama atenção para um ponto que considero importante:

(...) apesar dessa aquiescência geral à noção de que as novelas pertencem ao domínio feminino, e mesmo que tenham menos familiaridade que as mulheres com os detalhes da trama, os homens dominam as convenções do gênero. E mais, revelam boa memória para enredos e personagens, chegando a associar fases que consideram relevantes de suas vidas com novelas (Ibid:66).

Por mais que muitos homens ocultem em certas ocasiões acompanharem as novelas de televisão, eles veem, “dominam as convenções do gênero”. Mais que isso, lembram-se de histórias, reconhecem atores, atrizes, autores; associam tramas – ou aspectos das mesmas – a acontecimentos de suas vidas: infância, namoros, vestibulares... A memória, criada pelas imagens, também é acionada por elas.

²⁰ Cf. Oliveira Júnior (2009), as páginas 42 a 47.

Por outro lado, devemos refletir, se existem os que têm vergonha de serem reconhecidos como “noveleiros”, outros não se importam – pelo menos, não procuram esconder que assistem os folhetins. Morfeu compra periódicos sobre telenovelas para ler com a mãe e tuita sobre assuntos referentes a essa programação. Aliás, no Twitter, percebo que a quantidade de homens que postam comentários sobre as tramas atualmente transmitidas pelas emissoras é grande. No Orkut, a maior comunidade sobre essa programação, como mais de 13 mil membros, foi criada por um homem²¹; Nilson Xavier é dono do *site* teledramaturgia.com.br e autor do livro “Almanaque da Telenovela Brasileira” (2007); Walter Azevedo é criador do *blog* “Tocou na Novela”; Jean Brasileiro e Rafael Tupinambá são editores do *site* teledossie.com.br onde há oito colunistas (desses, apenas uma mulher) escrevendo sobre telenovelas; Daniel Pepe, Eduardo Secco, Fernando Russowsky e Guilherme Staush são os autores do *blog* “Agora que são Eles”; Zean Bravo é jornalista e escreveu uma matéria sobre homens e as novelas de televisão, publicado na seção Revista da TV do jornal O Liberal. Ou seja, esses são só alguns exemplos que demonstram, de forma breve, como os homens estão envolvidos com o universo das telenovelas.

De acordo com certos operadores da comunicação, os homens *intensificaram* sua presença em frente à TV para assistir telenovela a partir da década de 1970:

Há dez ou quinze anos (fim da década de 60, começo da de 70), era fácil precisar o público da telenovela: dirigia-se à dona-de-casa classe-média, algo assim como “história para mulheres”. Já no final da década de 70, seu público é algo indistinto (...). Deixou de ser história só para mulheres (Campedelli 1987:16).

Conforme Ortiz, Borelli e Ramos (1991), é com *Irmãos Coragem* (1970) que Janete Clair se aproxima do telespectador masculino, pois a mesma apresentara traços chamativos a esse público:

Cremos que seria possível pensá-la como uma “novela masculina” que gira ficcionalmente em torno do futebol, garimpo, recuperando o clima de um *western* hollywoodiano. É importante observar que são as novelas consideradas como “realistas” que ampliam o público masculino (p. 101).

Lembro-me de Hércules que, durante nossa conversa, disse não assistir mais tanto telenovela como antes, mas não sabia dizer o porquê. Contudo, ao falar das tramas que havia gostado citou aquelas ditas “realistas”: *A Próxima Vítima* (1995), *O Rei do Gado* (1996), *Andando nas Nuvens* (1999), *Laços de Família* (2000), *Um Anjo Caiu do Céu* (2001),

²¹ A comunidade que faço referência é *Novelas!*

Celebridade (2003), *Duas Caras* (2007) e *A Favorita* (2008) – Rede Globo –, as protagonizadas pela Thalía transmitidas pelo SBT, como *Maria Mercedes* (1996), *Marimar* (1996) e *Maria do Bairro* (1997) e, também, *Água na Boca* (2008), na Rede Bandeirantes. Além desse interlocutor, Morfeu confidenciou-me que acompanhava e torcia pela história de amor que envolvia Marcela (Íris Valverde), Edgar (Caio Castro) e Renato (Guilherme Winter) em *Ti Ti Ti* (2010) e Perseu que, à época, assistia o folhetim da Record, *Ribeirão do Tempo* (2010). Ou seja, histórias próximas do cotidiano – e, por isso, reconhecíveis –, desses telespectadores, despertando desejos/vontades expressados por Hércules ao falar dos personagens masculinos como Bruno Mezenga (Antônio Fagundes) de *O Rei do Gado* (1996) e Fernando Amorim (Marcos Palmeira) de *Celebridade* (2003): “(...) Caramba! Eu queria ser igual a eles!”.

Hamburger (2005) também destaca a relação público masculino e *Irmãos Coragem* (1970), nos fornecendo dados interessantes sobre a mesma:

De acordo com a interpretação conhecida, divulgada pelo Departamento de Pesquisa e confirmada pela literatura, os homens teriam começado a assistir novelas com *Irmãos Coragem*, primeiro grande sucesso da emissora. A explicação para o sucesso dessa novela entre os homens brasileiros estaria em sua inspiração nos *westerns* norte-americanos (p. 64-65).

Contudo, essa autora questiona o destaque dado a esse estilo *western*: “A explicação não esclarece, no entanto, por que, depois de terminada *Irmãos Coragem*, o público masculino permaneceu ligado às novelas, que não repetiram a referência ao *western*” (p. 65) e, também,

Na época, *Irmãos Coragem* foi divulgada nas revistas especializadas em programação televisiva como novela inspirada no *western* norte-americano. A presença de cavalos e revólveres em cenário rural aparece como prova dessa filiação, que teria atraído o público masculino para as novelas. Mas a semelhança com o gênero estrangeiro, elemento relevante na construção do imaginário nacional norte-americano, é superficial. O caubói, indivíduo solitário, ser liminal, habitante das regiões de fronteira da civilização, ponta-de-lança da ocupação do oeste do território norte-americano, figura a um só tempo justiceira e solidária que constitui o elemento central na narrativa daquele gênero cinematográfico, está ausente de *Irmãos Coragem* (p. 90).

Como a própria pesquisadora ainda destaca, nessa telenovela, não é o indivíduo que está em evidência, mas a família, visualizado no próprio título do folhetim. Além disso, se tomarmos como exemplo as produções citadas por Hércules, Morfeu e Perseu perceberemos que a maioria não segue a fórmula do *cowboy* em ação, o que não impediu a apreciação pelos mesmos.

Acredito também que, a comparação entre a primeira versão de *Irmãos Coragem* em 1970 e seu *remake* em 1995 venha questionar o poder do *western*. Segundo Cláudio Paiva:

A primeira versão consagrou o estilo da autora [Janete Clair], introduziu uma nova linguagem que, malgrado as limitações técnicas, modificou o caráter televisual. Atraiu o público masculino e criou um tipo de ficção através do qual o público veio a se identificar (...). Contudo, a segunda versão não teve a mesma audiência que o original. Nos anos 70, a telenovela atingiu 100% de audiência, enquanto que nos anos 90, não obteve muito sucesso (Paiva 1998:4-5).

A fim de justificar a desigualdade de audiência entre as duas produções, esse autor chama a atenção para os diferentes significados que tinha o garimpo à época das exibições das mesmas (Ibid:6), o que nos leva a perceber a importância do contexto sócio-cultural para o sucesso ou não de uma produção como a telenovela.

Para Mauro Alencar, consultor e pesquisador de telenovelas, em entrevista ao programa *Sem Censura*, do dia 17 de maio de 2012, a conquista do público masculino foi um processo que aos poucos fora acontecendo, devido à inclusão de temas masculinos nas produções da TV Globo. O estudioso aponta a sabedoria (adjetivo que ele mesmo utilizou) de Janete Clair e Daniel Filho ao abrirem *Irmãos Coragem* (1970) com um jogo entre Botafogo e Flamengo, além de situar a trama no interior de Goiás. Ações como essa, segundo ele, atraíram os homens que outrora se sentiam a margem dessa programação, cujas características eram fortemente voltadas ao público feminino. Desse modo, conclui:

(...) são temas que também interessam o público masculino, porque a novela também é uma grande tribuna. Tornou-se de fato, por excelência, uma tribuna social, onde todos os nossos problemas, as nossas questões são debatidas e onde o próprio homem se enxerga nas suas histórias individuais e coletivas (Alencar 2012).

É possível percebermos que essa característica de “grande tribuna” dos folhetins eletrônicos chama a atenção dos homens. Alguns interlocutores destacaram esse caráter das telenovelas como sendo algo que os levava para frente da televisão, principalmente a partir do que eles próprios denominaram de “temas da vida”, “questões sociais”.

De acordo com Paulo Lopes (2007:9), *Irmãos Coragem* (1970) foi o início de uma paquera entre a Rede Globo e os telespectadores masculinos; contudo, a declaração de amor veio com *Gabriela* (1975).

Ação, violência, nu feminino, mistério são alguns ingredientes que segundo Gilberto Braga e Marcílio Moraes não podem faltar em uma trama que se pretende atrair os homens (Bravo 2010:5). Não obstante, cabe questionarmos se esses mesmos elementos serviriam para

qualquer homem, independente da faixa etária, classe, sexualidade, raça, religiosidade. Será que o homem que acompanha a versão de *Rebelde* (2011) na TV Record assiste, assistiu e/ou assistiria *Avenida Brasil* (2012), *Vidas Opostas* (2006), *Uma Rosa com Amor* (2010)²², etc.?

Essa é uma questão, pelo menos para mim, interessante de ser investigada. Não a posso responder aqui com os dados que tenho e nem esse é o objetivo deste trabalho; no entanto, deixo a provocação para aquelas almas inquietas por essas respostas. Destarte, vemos que há necessidades de se pesquisar as relações que envolvem homens e telenovelas; seja sua representação, sua recepção ou mesmo seu consumo. Este trabalho pretender contribuir nesse sentido, sem esgotar as possibilidades de investigações, claro! Mas provocando, levantando mais perguntas do que respostas, a fim de suscitar outros debates, como a questão mesma do corpo masculino.

²² Versão produzida e transmitida pelo SBT, às 20h15.

II. MODOS DE SER E DE PENSAR O METROSSEXUAL

Quando a criança nasce ela passa por um processo de socialização, o qual se caracteriza por ser o momento que meninos e meninas aprendem a ser membro da sociedade que fazem parte. Período que os pequenos sujeitos são moldados para as convenções morais e aprendem papéis que eles/elas devem desempenhar no mundo em que estão inseridos. Esse ensinamento/aprendizagem inicial denomina-se *socialização primária* (Berger e Berger 2004). Nesse intervalo temporal, o menino “aprende” a ser menino e a menina “aprende” a ser menina. Destarte, nessa fase está colocada questões de *permissão* e *proibição*. Por exemplo, será permitido aos homens brincarem com bolas e carrinhos e proibido o lúdico com bonecas e panelinhas; não poderão ter grandes cuidados relativos à beleza: pintar o cabelo, usar maquiagens, nem pensar! É a questão dos interditos posta aqui, pois as fronteiras do que são comportamentos masculinos e femininos aceitáveis aparecem na infância como algo muito delimitado por parte dos adultos que educam – mesmo essas fronteiras sendo mutáveis – uma vez que o discurso hegemônico heteronormativo²³ é fortemente ratificado de várias maneiras: roupa azul para os meninos, roupa rosa para as meninas; carrinhos, bolas, armas para eles, bonecas e panelinhas para elas... Ou seja, vê-se aí o que Judith Butler (2003) chamou de *performance de gênero* o que vai contribuir para a construção das *identidades de gênero*, que definem quais os valores e comportamentos esperados para homens e mulheres.

Essa dicotomia, portanto, evoca as diferenças biológicas e contribui para a justificação da dominação do homem sobre a mulher, uma vez que:

O argumento de que homens e mulheres são biologicamente distintos e que a relação entre ambos decorre dessa distinção, que é complementar e na qual cada um deve desempenhar um papel determinado secularmente, acaba por ter o caráter de argumento final, irrecorrível (Louro 1997:20-21).

É esse pensamento que o conceito de *gênero* vem problematizar. Visto como uma categoria de análise e, também, política, enfatiza-se com esse termo a construção social e histórica do que antes era pensado como natural: os *sexos*²⁴, pois “Gênero é um conceito

²³ Segundo Richard Miskolci (2009:156) o termo “heteronormativo” fora usado, em 1991, por Michael Warner e “... expressa as expectativas, as demandas e as obrigações sociais que derivam do pressuposto da heterossexualidade como natural e, por tanto, fundamento da sociedade...”. Ou seja, refere-se à tendência de se ver as relações heterossexuais como a norma e as outras formas de comportamento sexual como desvios.

²⁴ Para um maior esclarecimento sobre o Movimento Feminista – sua luta, ganhos e limitações –, além da importância do conceito de “Gênero” para o mesmo, cf. Rubin (1993), Scott (1995), Louro (1997), Butler

desenvolvido para contestar a naturalização da diferença em múltiplas arenas de luta” (Haraway 2004:211). Desse modo, por meio de relações entre e intragêneros são “formadas” as várias masculinidades e feminilidades:

“Masculinidades” e “feminilidades” são definidas como construções sociais que variam espacialmente (de uma cultura para outra), temporalmente (numa mesma cultura, através do tempo), longitudinalmente (no curso da vida de cada indivíduo) e na relação entre os diferentes grupos de homens de acordo com sua classe, raça, grupo étnico e etário (Medrado 1997:41-42).

As identidades de gênero não são, portanto, inatas; as mesmas partem de princípios convencionados na sociedade do que sejam comportamentos apropriados para o homem e para a mulher, os quais são ensinados aos indivíduos. Na contemporaneidade, “As identidades, que antes eram vistas como sólidas e fixas, hoje, com o ‘sujeito pós-moderno’, começam a ser percebidas como fragmentadas, se transformando continuamente; como algo móvel, em constante diálogo com o social” (Oliveira e Leão 2011:179).

A globalização, com a “mundialização da cultura” (Ortiz 1994), acentua essa fluidez nas identidades, uma vez que, com os encurtamentos temporais e espaciais devido, por exemplo, os avanços tecnológicos nas comunicações, as pessoas entram em contato, tomam conhecimento, de vários outros comportamentos ao redor do mundo, o que, também, influencia na construção de si (Hall 2011:68). Contudo, apesar dessa possibilidade de outras vivências das identidades masculinas e femininas, geralmente, nos lares, há apenas um “modelo na vitrina” (Collange 1982).

Destarte, esse *ser menino* e *ser menina* são ratificados em vários momentos pelas crianças. Em pesquisa que realizei em 2007, juntamente com Edenilce Oliveira e Alan Nina, sobre a percepção do gênero que tinham crianças de sete a 10 anos, essa forma de poder disciplinar heteronormativo, presente na educação das mesmas, ficou evidente²⁵.

A socialização da criança está fundamentada em um processo de interação e identificação com outras pessoas, interiorizando, portanto, o mundo social com sua multiplicidade de significados, conforme nos fala Peter Berger e Brigitte Berger (2004:174):

(2003), Haraway (2004), Bento (2006:11-99), Sifuentes (2010:40-45), entre outros. Para a contribuição do Movimento Feminista e dos Movimentos Gay e Lésbico aos estudos sobre homens e masculinidades, cf., por exemplo, Connell (1995), Medrado (1997:21-42), Silva (2000), Medrado e Lyra (2008) e Souza (2009).

²⁵ Cf. Oliveira Júnior, Oliveira e Nina (2011).

De início, o mundo social dos pais apresenta-se a criança como uma realidade externa, misteriosa e muito poderosa. No curso do processo de socialização este mundo torna-se inteligível. A criança penetra nesse mundo e adquire a capacidade de participar dele. Ele se transforma no seu mundo.

Com o tempo, a criança passa a reproduzir certos postulados morais, operando o controle da vida individual que age como ferramenta para coerção dos desvios, por meio do que se pode chamar de “discursos autorizados”. Mediante isso, em suas falas, nossos/nossas interlocutores/as mirins nos disseram que o normal era o menino brincar de bola e a menina de boneca, por exemplo. Quem agisse diferente disso sofria intervenção tanto das crianças, quanto dos pais e demais familiares e, mesmo, dos professores (Oliveira Júnior, Oliveira e Nina 2011).

Essa pesquisa mostrou, também, que as crianças dessa idade já possuem grande percepção do que seja “coisa de menino” e “coisa de menina” dentro desse ensinamento hegemônico heteronormativo, apreendido por meio do que Marcel Mauss (1974) chamou de “imitação prestigiosa”, sendo, neste caso, quando a criança passa a imitar atos de pessoas em quem confia e que têm autoridade sobre ela, levando, geralmente, esse aprendizado para sua fase adulta e transmitindo aos seus descendentes.

E durante o seu ciclo de vida o/a indivíduo passará por vários olhares inquisidores – e ele/ela mesmo/a desempenhará essa função, muitas vezes, vigiando a si e a outros – com o intuito de estar próximo do que é considerado normal e, assim, afastar-se do que é visto como patológico, desviante (Connell 1995; Foucault 1997, 2006; Welzer-Lang 2001; Oliveira 2004; Bento 2006). Sendo assim, existe uma masculinidade hegemônica que deve ser (per)seguida por aqueles que se “identificam” com o gênero masculino: “A masculinidade hegemônica é um modelo cultural ideal que, não sendo atingível – na prática e de forma consistente e inalterada – por nenhum homem, exerce sobre todos os homens e sobre as mulheres um efeito controlador” (Vale de Almeida 1996:163).

Interessante a constante “luta” da sociedade e dos reconhecidos como homens para disciplinar os/seus corpos o mais próximo possível desse modelo ideal. É um verdadeiro jogo de “vigiar e punir” – para brincar com o título do livro de Foucault –, pois os que não conseguirem adestrar seus corpos ao discurso heteronormativo, controlador, serão vistos como desviantes (Goffman 2008), *outsiders* (Becker 2008), anormais (Foucault 1997)... O que contribui, também, para o surgimento da chamada masculinidade não-hegemônica, ou dita subalterna (Connell 1995; Kimmel 1998).

Faz-se necessário salientar o caráter relacional entre hegemonia e subordinação, pois as mesmas se fazem/sobressaem da relação entre homens e mulheres e, igualmente, entre homens e homens, o que destaca Kimmel (Ibid:105): “... dois elementos constitutivos na construção social de masculinidades são o sexismo e a homofobia”. No entanto, diz Connell (Ibid:126): “(...) homens heterossexuais também podem ser excluídos dependendo da posição social e econômica que ocupam”. Desse modo, uma masculinidade pode ser um modelo de subordinação em determinado contexto e de hegemonia noutra, ou vice-versa, dependendo dos marcadores sociais (classe, idade, raça, sexualidade...) que envolvem o grupo.

Além disso, precisa-se ter em mente que cada sociedade terá o seu modelo ideal do que é ser homem (assim como, do que é ser mulher), o que contraria um discurso generalizador sobre o mesmo (Ortiz 1995; Scott 1995; Louro 1997; Kimmel 1998; Oliveira 2004). Ser homem na sociedade Ocidental é diferente de o ser na Oriental, por exemplo. Também, se tomarmos o trabalho de Margareth Mead com os Arapesh, os Mundugumor e os Tchambuli veremos as diferenças no que Connell (1995:188) chamou de “configuração de prática em torno da posição dos homens na estrutura das relações de gênero”, pois ao estudar os povos supracitados, Mead encontrou diferentes práticas exercidas pelos os que convencionamos denominar de homens:

Numa delas, homens e mulheres agiam como esperamos que as mulheres ajam: de um suave modo parental e sensível; na segunda, ambos agiam como esperamos que os homens ajam: com bravaria iniciativa; e na terceira, os homens agem segundo o nosso estereótipo para as mulheres, são fingidos, usam cachos e vão às compras, enquanto as mulheres são enérgicas, administradoras, parceiros desadornados (Mead 1988:10).

Destarte, as inscrições de gênero resultam do contexto sociocultural das sociedades que os indivíduos estão vivenciando e a mesma é pautada nas relações sociais. Assim, homens e mulheres seguem caminhos que aí foram convencionados. Os/as que não conseguem reproduzir esses preceitos, seguir as regras sociais previstas para os corpos, são vistos/as com desconfiança; basta se pensar os/as homossexuais, os/as travestis, por exemplo, e isso sem falar em marcadores sociais como classe e raça.

As transformações por que tem passado a sociedade faz com que certos paradigmas relativos ao adestramento do corpo igualmente se modifiquem. Desse modo, por exemplo, com peso da obrigação de ser homem aos moldes pré-estabelecidos pela heteronormatividade, com o avanço dos movimentos feministas e, conseqüentemente, com a cada vez maior

inserção da mulher no mercado de trabalho – realizando atividades outrora destinadas apenas aos homens – fala-se de uma “crise masculina”, o que tem contribuído para novas/outras representações da masculinidade (Garboggini 1999; Silva 2000; Oliveira 2004; Beleli 2005; Souza 2009).

Um ponto interessante desse “novo homem” é trazido por Márcio Souza (2009) quando o mesmo diz que esse homem é fruto de uma temporalidade e não de uma oposição entre o masculino e o feminino, pois “... se vivemos em um novo tempo, um novo padrão de comportamento em bases não tradicionais e mais flexíveis, se faz emergente” (Ibid:133). Sendo assim, se outrora se ouvia falar que os homens não choravam, gastavam com carros e cervejas, por exemplo, não tinham nenhuma ou pouquíssima preocupação com a aparência – qualquer calça, camisa e chinelos serviam/combinavam – cada vez mais, na contemporaneidade, isso tem mudado. Os homens, atualmente, têm se preocupado com a apresentação de seus corpos e, por isso, buscam frequentar academias, salões de beleza, centros estéticos, para que sua (boa/melhor) imagem seja consumida pelas outras pessoas. O homem do século XXI consome de carros a hidratantes corporais, demonstra sensibilidade, chora diante de um filme romântico... Ou seja, vivencia atitudes e valores outrora aceitos como exclusivos das mulheres, como se verá mais adiante.

Para Michele Oliveira e André Leão (2011), na “modernidade” a beleza era uma exigência para as mulheres; contudo, hoje, os homens são cobrados nesse assunto, o que “descaracteriza a estabilidade sólida do gênero masculino” (p. 185). Desse modo, é nesse quadro diacrônico, de flexibilidade, de um novo/outro (re)ordenamento dos corpos, dos gêneros, que se encontra o “Metrossexual”.

Esse termo fora criado pelo jornalista Mark Simpson, em 1994, quando ele escreveu um artigo para o jornal inglês *The Independent* intitulado “Here come the mirror men”. No entanto, o neologismo ganha grande repercussão midiática em 2002 quando Simpson escreve “Meet the metrosexual” para a revista *online Salon* (Garcia 2004, 2005, 2011; Barreto Januário 2009)²⁶.

²⁶ Os textos “Here come the mirror men”, “Meet the metrosexual” e outros, sobre esse assunto, de autoria de Mark Simpson, podem ser conferidos em: <<http://marksimpson.com/pages/journalism/www.marksimpson.com>>.

O metrossexual é um homem que se preocupa muito com sua aparência. Assim, ele frequenta manicure e pedicure, vai ao salão de beleza, faz diversos tratamentos estéticos, gosta de ir a *shoppings*, modela seu corpo na malhação e/ou em outros esportes...

Segundo Garcia (2011), este é:

(...) um homem que gasta mais de 30% de seu salário com cosméticos e roupas, frequenta o podólogo (ou manicure/pedicure) e adora shopping center. O conceito, assim, aplica-se ao homem que vive nos grandes centros urbanos, ou bem perto, e faz questão de exibir um lado mais delicado, que chora, mas sem assumir, necessariamente, uma postura feminina.

Além disso, “São homens de alto poder aquisitivo, cujos hábitos de consumo envolvem roupas de grife, carros luxuosos, cremes antirrugas e tratamentos de beleza” e, por isso,

...fica atento às novas joias lançadas para homens, usa base para os lábios, gel esfoliante e creme para o corpo, além de combinar suas peças de roupa, inclusive cuecas das melhores marcas. Gosta de produtos importados, tecidos de qualidade, caros, com detalhes finos e extravagantes, carros esportivos velozes. Gosta de novidades, ganha e gasta muito dinheiro e não quer passar despercebido de jeito nenhum (Ibid 123-124).

Essa forma de conceituar, delimitar o metrossexual sofre alterações se levarmos em consideração o contexto sociocultural dos lugares em que as pessoas residem. Nem todos seguem (ou mesmo podem seguir), à risca, a lista que Wilton Garcia cita; contudo, o termo contribui para identificarmos, por exemplo, os jogadores de futebol David Beckham e Alex Alves, o ator Brad Pitt e os cantores Justin Timberlake e Luan Santana como metrossexuais; independente do que eles deixam ou não de fazer/consumir, pois os mesmos, dentre outras coisas, têm muitos cuidados com as roupas que vestem e com estilo do cabelo. Desse modo, a visão, aparentemente, fechada, estereotipada, do que é ser metrossexual é (re)significada por meus/minhas interlocutores/as. Portanto, entre as pessoas com quem conversei, há quem diga que o homem preocupado com a aparência, vaidoso, que gosta de usar roupa de grife, passa creme no corpo, vai à manicure e pedicure, gosta de frequentar shoppings, sabe sobre moda, gastronomia e vinhos é metrossexual, mas também é visto como “mauricinho”, “cheio de frescuras”, “muito vaidoso”, “brega”, “pós-moderno”, “fútil”, “vaidoso e elegante”, “preocupado em ser jovem”, “publicitário, dono de grife, rico”, “andrógeno” e “quer se cuidar e tem disponibilidade e dinheiro para isso”.

Outrora conhecidos pela insensibilidade, certa despreocupação com a forma de apresentar seus corpos, os homens no século XXI têm se voltado para o cuidado de si, gastado

dinheiro, por exemplo, com produtos de higiene e beleza; tudo para ficarem mais apresentáveis e, principalmente, desejáveis.

Desse modo, o metrosssexual vem misturar o que, no senso comum, pensa-se como fixo e único, próprio ao masculino e feminino; uma vez que ele se coloca no lugar de desejado e não de desejante, além de expressar sua sensibilidade, usar produtos e frequentar espaços outrora pensados apenas às mulheres... E isso, sem deixar de lado aspectos convencionados à masculinidade hegemônica como força, virilidade, provisão do lar (quando casados)... (Garcia 2004; Eugênio 2006).

Sendo assim, apresento dois pontos que considero interessante: Primeiro, o metrosssexual vem “borrar as fronteiras de gênero”. De acordo com Eugênio (Ibid:162):

Os metrosssexuais (...) investem no borrar das fronteiras de gênero por meio da composição de um visual andrógino e do prazer em adotar os recursos cosméticos disponíveis no mercado – homens adeptos de saias, unhas pintadas, maquiagens, tratamentos *anti-age* e mesmo cirurgias plásticas...

Segundo, esse homem extremamente vaidoso, alvo e objeto da mídia, do *marketing*, transmite por meio de sua paisagem corporal um mix entre masculinidade e feminilidade:

No caso dos homens, o cuidado com o corpo atende não apenas a necessidade de se mostrar másculo e forte (...), mas, antes de tudo, almeja o desenvolvimento do corpo esbelto, atraente, desfrutável, pronto para uma jornada de prazer, aproximando-se assim do estereótipo “homem objeto”, reforçado pelos estímulos contínuos promovidos pelas imagens da mídia e por modelos e atores que se transformaram em padrão fenotípico para muitos homens das camadas médias e altas. (...) Apesar de todas essas considerações, seria ingenuidade dizer que a publicidade deixa de explorar a imagem do homem tradicional, formado pela cartilha do ideal moderno de masculinidade. Atirando em todas as frentes, para vender sabonetes, cigarros, lâminas e espuma de barbear, perfumes, desodorantes, camisas, sapatos e tudo o mais que se quiser imaginar, não são poucos os publicitários que lançam mão das imagens de aventura, vastos espaços, florestas, animais selvagens, oceanos, montanhas, esportes radicais, quinquilharias futurísticas etc., numa clara associação com os presumidos atos masculinos de afrontar os perigos, conquistar os espaços, dominar o selvagem, submeter o desconhecido, empreender ações importantes, fazer frente ao futuro, enfim vencer, subjugar, impressionar, possuir: *always* (Oliveira 2004:121-122).

Pensar o homem enquanto um sujeito vaidoso não é novidade, cada época teve/tem seus modelos (Flocker 2004:12), basta se pensar nos tipos de cultos ao corpo que faziam os gregos, os romanos, reis e aristocratas, por exemplo, como nos mostram as iconografias históricas, pois “... o corpo também está diretamente mergulhado num campo político; as relações de poder têm alcance imediato sobre ele; elas o investem, o marcam, o dirigem, o supliciam, sujeitam-no a trabalhos, obrigam-no a cerimônias, exigem-lhe sinais” (Foucault 2010:28-29); uma vez que, “A história do corpo não pode ser separada ou deslocada dos

dispositivos de construção do biopoder. O corpo é um texto socialmente construído, um arquivo vivo da história do processo de produção-reprodução sexual” (Bento 2006:87).

O que diferencia é a criação do termo “metrossexual” – designação “fashion-mercadológica” como chama Garcia (2004; 2011) e Eugênio (2006) –, mas também, proposta classificatória que mescla vaidade, o cuidar de si, com o consumo; uma vez que, fruto de uma sociedade consumista, esse homem pós-moderno é resultado da contemporaneidade e possui o que Oliveira (2004:118) chamou de “identidade *bricolage*” que é “um conjunto de gostos heteróclitos no mesmo agente, fazendo-o uníssono na polifonia consumista em que ele se insere”. Ou, como fala Hall (2011:13), esse indivíduo é “(...) composto não de uma única, mas de várias identidades, algumas vezes contraditórias ou não resolvidas”.

Integrante da sociedade do espetáculo (Debord 1997), de consumo (Baudrillard 1991a), da cultura da mídia (Kellner 2001), esse tipo masculino frequentemente pode ser visto na televisão, nas revistas, nos anúncios publicitários... Esse homem passa a ser objeto de desejo das mulheres e de outros homens.

Assim, a maioria dos/as meus/minhas interlocutores/as teve contato com esse neologismo via televisão, conforme mostra o quadro abaixo:

Quadro 2– Local onde ouvi/ouviu falar o termo “Metrossexual”

Nome	Onde ouvi/ouviu falar
Afrodite	TV e academia
Apolo	Mídia (TV)
Ártemis	TV
Atena	TV
Cratos	TV e jornal
Dionísio	Mídia (TV e Internet)
Hefesto	Na escola (época do Ensino Médio) e na TV

Hera	Mídia (TV e Internet) e sala de aula
Hércules	TV
Hipnos	Internet
Maia	Universidade
Morfeu	TV e amigos
Nomos	TV (Jornais)
Perseu	TV (programas de humor) e revistas
Poseidon	TV
Zeus	TV

A televisão, portanto, ainda se configura como fonte de conhecimento importante em nossa sociedade. Mesmo com a facilidade de acesso a outros veículos de comunicação, como revistas e internet, a informação, o “novo”, chega a muitas pessoas, principalmente, televisionadas, conforme me falou Nomos e Poseidon:

Nomos: As primeiras chamadas para isso, acho que vem de reportagem de TV, de jornal televisionado.

Poseidon: A televisão é a grande propagadora dessa questão da metrosssexualidade e de outras coisas.

Destarte, algumas perguntas possíveis diante desse *novo*, no qual o metrosssexual faz parte, e que a televisão contribui na divulgação, são: Como o corpo do metrosssexual é pensado, ressignificado por meus/minhas interlocutores/as? Como esse homem muito vaidoso é apresentado/representado na mídia, principalmente nas telenovelas?

A representação é importante, pois é a partir dela que ocorrerá o reconhecimento e/ou identificação. Portanto, é necessário levar em consideração a questão do espaço e do tempo, conforme no alerta Hall (2011:70):

(...) o tempo e o espaço são também as coordenadas básicas de todos os sistemas de *representação*. Todo meio de representação – escrita, pintura, desenho, fotografia,

simbolização através da arte ou dos sistemas de telecomunicação – deve traduzir seu objeto em dimensões espaciais e temporais.

Falar, mostrar, representar um homem vaidoso quando as telenovelas começaram a ser exibidas é diferente de fazê-lo atualmente, pois os sinais diacríticos são outros; haja vista que, faltava naquele o que sobra neste: o consumo, o prazer em ser percebido e desejado.

Sendo assim, “... a representação é uma forma de conhecimento socialmente elaborada e partilhada, que tem um objetivo prático e concorre para a construção de uma realidade comum a um conjunto social” (Moreira 2008:51). Por isso, pode-se ver a representação como uma simulação do real (Baudrillard 1991b) e, portanto, como algo questionável, uma vez que perpassa pela concepção de determinados atores sociais (Minayo 2000:174).

Dessa maneira, o metrosssexual representado nas falas dos/das meus/minhas interlocutores/as e nas telenovelas deve ser questionado e analisado levando-se em consideração o contexto de ambos, para assim ser apresentado os pontos de aproximação e distanciamento das percepções e (re)significações. É o que tentarei fazer a seguir.

1. Pensando o(s) corpo(s)

O corpo fala, revela nossos gostos, posicionamentos políticos, a que “tribo” pertencemos... Ele também é escrita e, por isso, passível de (re)apropriação/ões, (re)elaboração/ões e (re)leitura/s.

Assim, o corpo revela nossa interação com o mundo, inserindo-nos em determinados espaços, tempo, cultura, o que contribui para a (re)formulação de nossas identidades (Goldenberg e Ramos 2002; Le Breton 2007; Castro 2007).

Dessa forma, o corpo tem um importante papel, pois revela – mesmo quando esconde – o que é permitido, o que é aceito na forma de apresentá-lo nas diversas sociedades. Ele igualmente pode servir como protesto, subversão da norma que o enquadra, escraviza; por isso, é, também, objeto de vigilância (Foucault 1997; 2006).

Segundo os antropólogos Mirian Goldenberg e Marcelo Ramos (2002), é no final do século XX e início do XXI que o culto ao corpo, no Brasil, torna-se uma obsessão: “Assistimos, no Brasil, especialmente nos grandes centros urbanos, a uma crescente

glorificação do corpo, com ênfase cada vez maior na exibição pública do que antes era escondido e, aparentemente, mais controlado” (p. 24). De acordo com os pesquisadores, a exigência de um corpo bonito, perfeito, deve-se ao bombardeio de imagens vindas do cinema, televisão, jornais, revistas e publicidades. Ou seja, como fala David Le Breton, o corpo “está sob a luz dos holofotes” (Idem 2007:10), uma vez que, mais e mais, ele tem tido visibilidades.

Na publicidade, por exemplo, o corpo ganha *status* de agregador de valores. Ele direciona o público-alvo, contribui para a transmissão de signos que serão cobiçados pelos/as consumidores/as: *sucesso, beleza, virilidade, confiança...* E, desse modo, contribui para o consumo do produto vendido (Garboggini 1999; Goldenberg e Ramos 2002; Garcia 2005, 2011; Freitas 2011). Na verdade, muitas vezes, o que o/a comprador/a quer ao adquirir certos produtos é produzir em si um corpo semelhante ao/à do/a garoto/a-propaganda.

Destarte, a publicidade contribui para manter e, mesmo, criar hábitos e modos de vida, pois ela “(...) não se refere apenas aos produtos, mas remete também, e fundamentalmente, a conceitos, atitudes, valores que patrocinam modos de ser e viver” (Beleli 2005:153). Assim, é possível encontrar novas e antigas representações de masculinidades e feminilidades sendo veiculadas na contemporaneidade, conforme observou Flailda Garboggini (1999:230):

Apesar de constatarmos um grande número de comerciais com enfoques tradicionais, nos anos 90, percebemos que, mesmo entre eles, existe uma nova forma de abordagem. (...). Vemos que um novo conceito quanto à masculinidade é incentivado pela propaganda. (...) muitos são, efetivamente, ameaçadores da posição privilegiada dos homens, sobretudo, daqueles arraigados aos conceitos machistas e tradicionais.

Por isso, deve-se pensar o corpo do metrosssexual como algo constantemente fabricado pela mídia e pelo consumo, pois esse homem pode ser encontrado em uma revista, em um filme, na internet, nas telenovelas... E o mesmo consome produtos como cremes, xampus e hidratantes; frequenta shoppings e SPA; além de se utilizar dos serviços de esteticistas, manicure, pedicure, cabeleireiros/as.

Para meus/minhas interlocutores/as, ser metrosssexual é ser muito vaidoso, exagerado nos cuidados com a aparência. Eles/elas destacam ainda o uso de produtos e atitudes consideradas femininas, como cremes antirrugas, lipoaspiração, sensibilidade, “acertar” as sobrancelhas... Para Leila Freitas (2011:7): “... o ‘cuidado de si’, imperativo outrora meramente feminino, passa a compor o repertório de práticas destinadas ao homem

(metrossexual)”. Nesse contexto, a questão da futilidade também é destacada por alguns/mas (falarei mais sobre isso no próximo tópico).

Não raro, as dicotomias entre os gêneros eram acionadas. Mesmo reconhecendo-se as mudanças de comportamentos masculinos e femininos em nossa sociedade e considerando, algumas vezes, positivamente os cuidados com a aparência por parte dos homens, esse tipo masculino ainda é visto como usuário de “coisas de mulher”; ele extrapola o que se espera de um homem.

Atena: [o metrossexual] pega para si atos e modelos que sempre foram das mulheres. Por exemplo, se arrumar, estar “antenado” na moda, arrumar o cabelo antes de sair de casa, passar creme, fazer sobrancelhas, unhas (...) os papéis que sempre foram das mulheres, os homens agora pegam...

Apolo: O homem que cuida da sua aparência, muito da sua aparência, mais do que seria esperado por um homem, entendeu? [**Pesquisador:** E o que é esperado?]: Que o homem não se preocupe com essa questão de beleza, de estética... Hoje está se mudando essa ideia, mas a base, a base sólida mesmo da mente humana, aqui na sociedade ocidental, é essa de que o homem tem que ser... não tem que se preocupar muito com questões de estética e que isso seja coisa de mulheres.

A idade foi um dos fatores que apareceram na fala das pessoas com quem conversei. A maioria destacou a adolescência como o período em que as preocupações com a aparência começam a se intensificar. Contudo, para eles/elas, esses cuidados podem começar na infância e, com o tempo, ir aumentando na vida das pessoas. Além disso, meus/minhas interlocutores/as salientaram a questão de se levar o cuidado com o corpo para toda vida, não estabelecendo, portanto, um limite etário final para que uma pessoa possa cuidar de si, pois para Maia “(...) você sempre tem que estar se cuidando, seja pela sua saúde ou pela realização pessoal”. Também, segundo Hipnos, essa preocupação com a aparência na velhice seria resultado de uma sociedade consumidora de imagens na qual vivemos, além de compreender parte do processo de valorização dos/as idosos/as, intelectualmente e visualmente, na contemporaneidade.

É importante dizer que era certo grau de vaidade e não a vivência e experiência metrossexual que as pessoas com quem conversei tinham em mente ao delimitarem uma idade de “início e fim” para alguém se preocupar com a aparência. Na verdade, “ser vaidoso” e “ser muito/extremamente vaidoso”, muitas vezes, não possuem fronteiras fixas para meus interlocutores; a diferença poderia estar em algo que eles faziam ou deixavam de fazer no cultivo de sua paisagem corporal, pois o “exagerado” é sempre o outro. Desse modo, todos

destacaram a importância de se pensar o corpo, a saúde, etc., mas muitos criticaram os exageros percebidos no modo de ser metrosssexual.

Destarte, pensar o homem enquanto metrosssexual é ter em mente a elaboração de um corpo diferenciado no que tange aquele incentivado pela heteronormatividade. O metrosssexual desenvolve e vivencia uma “nova/outra” performance masculina, a qual está também fundamentada na “fabricação” do seu corpo – ideia emprestada e ressignificada dos trabalhos de Viveiros de Castro (1987) e DaMatta (1976) com os grupos indígenas Yawalapíti e Apinayé, respectivamente.

Portanto, assim como o uso de determinados objetos e elementos fazem parte da “fabricação” do corpo Kayapó, atribuindo-lhe significados e representações sociais, e, deste modo, comunicando sua posição e *status* à comunidade (Turner 1980), o metrosssexual, o homem muito vaidoso, de forma semelhante, lança mão de “substâncias” e adereços que comunicará a sociedade sua “nova/outra” maneira de vivenciar a masculinidade como, por exemplo, bases e esmaltes nas unhas, maquiagem masculina, cremes hidratantes e antirrugas, determinadas roupas, etc.²⁷.

Meus interlocutores, geralmente, cortam, eles mesmos, suas unhas, ou as roem. A “autonomia” aí se dá por uma questão de praticidade, segundo eles. Mesmo aqueles que disseram terem frequentado alguma vez uma manicure/pedicure preferem fazer essa limpeza em casa. O cuidado com as mãos e os pés, nesse sentido, é considerado mais uma questão de higiene do que de vaidade, motivo que resulta na não preocupação, de certa forma, com a unha roída. O medo de se machucarem, de contraírem alguma doença derivada da não ou má esterilização dos materiais usados nos salões, igualmente faz parte do pensamento dos meus entrevistados. A base configura-se, no entanto, como o produto que eles mais usam nas unhas. Usar esmalte de cores é considerado como “estilo da pessoa”, mas não isento de críticas:

Apolo: Eu acho que é estranho... Tem homem que coloca a base preta, aí eu acho que já tem um motivo mais roqueiro assim. Mas, voltando à base colorida, eu acho

²⁷ Sirvo-me dos trabalhos desses autores para pensar a contemporaneidade, assim como, por exemplo, Margareth Mead que, após estudar a tessitura da vida social dos Arapesh, Mundugumor e Tchambuli, pôde refletir sobre a sua própria sociedade. É simplesmente (se é que se pode chamar o processo de reflexão de simples) a aplicação de uma teoria, de uma “lente”, para analisar, enxergar outra realidade. Então, por que não utilizar etnologias que, entre outras coisas, falam sobre o corpo, para pensar o homem pós-moderno? Claro, as ressalvas são feitas! Que ao término desta reflexão o/a leitor/a possa ter suas próprias conclusões dessa apropriação.

meio estranho. Hoje em dia, ainda para mim, eu acho meio estranho. [**Pesquisador:** Por quê?]: Por que não é normal, na nossa cultura, particularmente, eu acho que não é normal. [**Pesquisador:** E o que seria normal?]: O normal seria não usar (risos).

Hércules: Acho que é desnecessário! (...) Eu acho feio na verdade, sabe? Por que eu acho que nada a ver o homem que pinta a unha... Eu lembro muito quando o Marcos Mion pintava a unha de preto. Égua! Eu achava ridículo! (...) Não tem necessidade. (...) Não acho bonito.

Hipnos: Eu não acho legal... O esmalte preto quando daquele lance de show de rock, enfim, tem toda uma identidade, mas fora isso eu não acho nem um pouco atrativo. Eu não me interessaria por um homem que usa esmalte.

O creme no corpo seja ele hidratante, esfoliante, protetor solar, etc. também fez parte de minha conversa com os 11 entrevistados. Visto como vaidade, tanto o uso por eles quanto por outras pessoas, o mesmo fora justificado devido ao ar condicionado, quando há muita exposição ao sol, para hidratar, ficar cheiroso e como tratamento a acnes. Apenas Hércules é contra o uso desses produtos. Ele coloca em questão sua namorada, mãe e até a condição sexual dos homens por usarem hidratantes e óleos pós-banho. Segundo ele, essa ação é “uma frescura muito desnecessária”.

Para complementar a paisagem corporal do homem vaidoso e identificá-lo como tal às outras pessoas, tem-se a questão das vestimentas. O modo como os corpos são apresentados, “encapados” por tecidos e adereços, por exemplo, diz muito sobre a pessoa; afinal, “A moda, em si, é uma linguagem” (Portinari e Coutinho 2006:65). Destarte, a maioria dos meus interlocutores procura adaptar o disponível nas lojas aos seus gostos. Mesmo aqueles que disseram “não seguir as tendências” fazem uma *bricolagem* de peças e estilos, pois consumir e fugir do que está sendo lançado nas passarelas dos *Fashions Weeks* do mundo é quase impossível, principalmente porque eles frequentam os *shoppings* – templo de culto ao consumo de todas as espécies e exposição do que está em evidência no setor do vestuário. Pensando a moda como efêmera (Lipovetsky 2009), a questão do estilo próprio é fundamental; afinal, a pessoa vaidosa procura se sentir bem com o que veste:

Estilo pessoal não é a mesma coisa que moda. Moda é a última oferta da indústria de vestuário. Seu estilo pessoal é o que faz você diferente de todos os outros. Tem a ver com o que fica bem em você, como combina as peças, o que o faz se sentir confortável e como escolhe se apresentar para o mundo à sua volta (Flocker 2004:114).

Além disso, com exceção de Perseu, todos os demais falaram que possuíam um ou outro produto das seguintes “grifes”²⁸: Addidas, Aramis, Brookfield, Calvin Klein, All Star, Colcci, Hering, Nike, Tacco, Adj, Apple, O Boticário, Bunny’s, Cavaleira, Coca-cola, Dolce & Gabbana, Fiorucci, Fóssil, Le Potische, Levi’s, Overend, Play Boy, Redley, Renner e Tommy Hilfiger. Dessas, Apolo usa óculos da Calvin Klein, Play Boy ou Fiorucci, sapatos da All Star e roupas da Coca-Cola; Cratos compra perfumes de O Boticário e sapatos da Nike, Addidas e All Star; Dionísio consome roupas da Levi’s e da Bunny’s; Hefesto veste Colcci, Clavin Klein e Hering; eletrônicos para Hércules são os da Apple, tênis da Addidas e calças da Tacco; Hipnos compra camisetas e calças da Aramis, Brookfield, Calvin Klein e Tommy Hilfiger; Morfeu utiliza roupas da Renner, Hering, Tacco, Adj e Overend, relógio da Fóssil e mochilas da Le Potische; Nomos usa roupas da Colcci e Cavaleira; as calças e camisetas de Poseidon são da Dolce & Gabbana, Redley e Addidas; e, finalmente, Zeus usa mochilas e calças da Calvin Klein.

Assim, por meio do que vestem e como vestem, meus interlocutores, demonstram “novas/outras” possibilidades de ser homem, comunicam seu modo de ser metrosssexual ou com características metrosssexuais. Podem-se ver esses corpos “fabricados”, ressignificados, como outro tipo do “Você sabe com quem está falando?”²⁹, pois a aparência, conseqüentemente o consumo, torna-se central no universo dos homens vaidosos, e revela muito sobre a pessoa: “(...) mercado/mídia reconhece e legitima – por meio do consumo – quem pode mais, quem pode menos” (Garcia 2011: 106). Portanto, os efeitos serão diferentes se você chega a uma festa de confraternização, da empresa onde você trabalha, vestindo uma calça Calvin Klein ou uma Pit Bull.

No que diz respeito a essa questão do “vestir-se”, meus interlocutores não são tão autônomos em suas escolhas. Ao comprarem uma roupa, por exemplo, mas principalmente, quando escolhem algo para usar na universidade, estágio, trabalho, “balada”³⁰..., eles perguntam para alguém se estão bem “apresentados”, bem vestidos. Esse alguém, em todos os casos, são mulheres: mães, irmãs, amigas... E o que acontece quando eles ouvem um “não” como resposta? Eles, geralmente, trocam!

²⁸ Grife está sendo usada aqui como referência a uma marca ou loja (re)conhecida.

²⁹ Expressão analisada por DaMatta (1997).

³⁰ Esse termo refere-se a festas.

Morfeu: Às vezes, quando eu vou sair para alguma festa, pergunto para minha mãe: E aí mãe, eu estou bonito? Como é que está? [**Pesquisador:** Se ela disser que não?]: Não, às vezes, (...) eu quero só que ela olhe (risos) (...). Só quando eu tenho dúvidas em relação a uma roupa, se vai ficar bacana ou não, aí se ela falar que não, eu realmente não uso.

Apolo: (...) eu sempre peço opinião. Às vezes eu peço opinião para minha irmã, para minha mãe para saber como é que eu estou (risos). [**Pesquisador:** Quando elas falam que não ficou bom...]: Eu vou e troco! (risos).

Além disso, ficou evidente durante a conversa que tive com eles a questão da dependência financeira. Quando Mark Simpson e Wilton Garcia falam do metrossexual, eles dizem que os mesmos são homens de alto poder aquisitivo. Contudo, a maioria dos homens com quem conversei, mesmo os que se consideraram metrossexuais, como Apolo, Cratos e Zeus, apesar de estagiarem e/ou trabalharem, recebem ajuda financeira dos pais. Seus gastos, desse modo, estão pautados dentro do que é possível para suas rendas:

Hefesto: Como eu moro só, eu administro o dinheiro que os meus pais me dão. Então, eu fico meio assim: Ah, vou comprar isso depois. Mas, às vezes, quando eu vejo algo que me interessa, eu procuro pesquisar para ver se encontro algo mais barato ou, caso a situação no momento seja possível, eu vou e compro...

Hipnos: Olha, eu tenho uma renda média, entre o que eu ganho e o que os meus pais me dão, de R\$ 2.500 reais por mês. Eu gasto com roupa (quando compra) uns R\$ 700 reais por mês, mais ou menos isso.

Um ponto que chamou minha atenção enquanto conversava sobre dinheiro e gastos, foi descobrir a importância que os meus interlocutores dão a questão da comida. Quando perguntei com o quê e onde eles gostavam de gastar o dinheiro deles, aqueles que respondiam “com comida” sempre a diziam por primeiro. Desse modo, eles gostam de frequentar excelentes restaurantes, saborear bons pratos. É um momento de ostentação.

Hércules: Primeiro, eu adoro comer. Então, inevitavelmente, boa parte do meu dinheiro vai para comida, porque (...) eu gosto de comer bem. (...) no início do mês, acabou de sair a minha bolsa, uma das primeiras coisas que eu faço é ir a um restaurante legal, comer aquela comida gostosa...

Hipnos: Eu gosto muito de *temakerias*. Restaurante japonês, eu gosto muito do Kamisama, que não é um restaurante absurdamente caro, mas é um bom restaurante. E, eu gosto do Dom Giuseppe, acho legal, e de rodízios de carne.

Também fazem parte da lista de gastos deles: roupas, revistas, livros, viagens, perfumes, cinema, vídeo game, *shopping*, “coisas” para a aparência... Meus entrevistados gastam muito com roupas. Se se atentar para as “marcas” que eles citaram, elencadas acima, confirmar-se-á isso.

Dos 11 homens com quem conversei apenas Hércules e Perseu me disseram não serem vaidosos. A atenção dada aos cuidados com os cabelos, unhas, rosto, etc. já revela uma

mudança de pensamento na contemporaneidade, um “borrar as fronteiras do gênero”, uma nova/outra performance masculina, como já comentada neste capítulo. Segundo Christiane Collange (1982:137): “(...) os homens das novas gerações (...) demonstram uma consciência muito mais aguda das regras de bem-estar e, principalmente, da importância da aparência. Eles pretendem ser mais sadios para se sentirem mais belos...”. E isso é algo que deve ser levado em consideração, pois dos oito entrevistados que se declararam “vaidosos”, apenas Apolo, Cratos e Zeus autodenominaram-se de metrossexuais. Ou seja, a vaidade está além de se reconhecer enquanto metrossexual, pois ela, cada vez mais, faz parte do ser masculino do século XXI. Portanto, o uso desse neologismo, como justificativa para algo, brevemente será apenas um detalhe ou não terá mais importância.

Assim, na sociedade Yawalapíti, de acordo com Viveiros de Castro (1987), a “fabricação do corpo” dá-se mediante a intervenção consciente sobre a matéria. Dessa forma, até que ponto o corpo do metrossexual também não é produto de uma intervenção consciente na matéria dada desde o nascimento do indivíduo? A meu ver, essa intervenção ocorre por meio do uso, por exemplo, da maquiagem masculina, do trabalho realizado na academia para esculpir o corpo, de procedimentos cirúrgicos, etc.

Temos também que, enquanto na sociedade xinguana a reclusão faz parte do processo de constituição do indivíduo, para o metrossexual o que importa não é o esconder-se, mas o mostrar-se, o aparecer para ser desejado. Primeiramente, desejado por si – pois o metrossexual recorrentemente é identificado pelas pessoas, no senso comum, com o termo narcisista – e, depois, pelos outros. Dito de outra forma, a fabricação do corpo xinguano está na reclusão; a do metrossexual está no mostrar-se, no expor-se, haja vista que o padrão de beleza existente hoje se inscreve em propriedades fetichistas de um corpo imagético, sensual, desejanter (Garcia 2004, 2005; Freitas 2011; Barreto Januário 2009).

Desse modo, Goldenberg e Ramos (2002) chamam a atenção para o fato das pessoas terem dificuldades em mostrarem seus corpos em determinados contextos, devido a grande difusão, segundo os autores, de imagens na mídia de modelos cuja aparência é impecável. Assim, para exibir um corpo sem receios “é necessário investir na força de vontade e na autodisciplina” (p. 27). E o metrossexual “aparece”, mostra-se, pois tem confiança no corpo que produz.

Turner (1980) nos revela que há todo um cuidado por parte dos Kayapó com a apresentação do seu corpo. As ações que realizam visam “socializar” o indivíduo; fazê-lo parte da sociedade. Dessa forma, removem os pelos faciais, furam e utilizam objetos nas orelhas e boca, arrancam as sobrancelhas, etc. Ou seja, vários procedimentos são tomados para identificar cada membro na sociedade Kayapó. Esses “procedimentos” podem ser chamados de marcação corporal, o que para Le Breton desempenha diferentes funções em cada sociedade, integrando o/a indivíduo no interior de certos grupos (Le Breton 2007:59-60).

Com os homens muito vaidosos há cuidados nesse sentido também. Não para inseri-los à sociedade, ou para “tornar” social o “natural”, mas como forma de serem vistos, desejados: “O metrossexual aprecia estar bem aparentemente e uma de suas características é gostar de exibir isso para os outros; querer mostrar-se, expor algo em relação à sua aparência” (Oliveira e Leão 2011:197). Sendo assim, os metrossexuais usam cremes antirrugas, fazem depilação, “acertam” as sobrancelhas, fazem as unhas, têm grande cuidado com os cabelos, etc. Tudo isso para atraírem os olhares para si.

Com exceção de Nomos e Zeus, todos os demais cortam o cabelo em salão – entendido aqui como um espaço frequentado por homens e mulheres e que além do corte, oferece outros tratamentos.

Dionísio: Sempre cortei em salão. [**Pesquisador:** Por quê?]: (...) eu acho que não me identificaria cortando o cabelo com um barbeiro. Até mesmo pela questão dele ser mais prático e tal. Já no salão é outra coisa, o cabeleireiro tem todo um cuidado com o teu cabelo...

Morfeu: Salão, salão de mulher. Eu sempre cortei com mulheres, em salões de mulheres mesmo. A maioria que frequenta é mulher (...) às vezes eu chego sábado lá (...) e elas olham um homem e acham que eu estou esperando, que sou acompanhante de alguém (...) eu vou lá porque eu acho que ela tem uma sensibilidade muito grande para o corte.

O consumo do espaço “salão”, para meus interlocutores, ocorre em decorrência do trabalho ali ser “mais completo”, uma vez que não se dará apenas o corte, mas outros processos estão envolvidos. Dois outros fatores que também foram destacados são o “preço” e a “distância”. Poseidon, por exemplo, frequenta um salão próximo de sua casa, o qual é barato. A maioria nunca pintou e nem tem vontade de pintar os cabelos, resultado parecido quando o assunto é alisar, pois acham que não ficaria bem – no sentido de bonito –, nem natural. Discurso semelhante quando o referencial é o outro:

Hipnos: [**Pesquisador:** O que você acha dos homens que pintam o cabelo?]: Não vejo problema algum. Se ficar bonito, não tem problema não. [**Pesquisador:** E os homens que alisam?]: É, eu acho estranho. Geralmente não fica muito natural, a não ser quando o cabelo do homem é um pouco maior que dá para fazer um trabalho melhor, uma hidratação, não sei o quê... fica um pouco melhor. Mas, quando é curto e o cara alisa, fica meio artificial (...) eu acho mais bonito, tanto homens quanto mulheres, com o cabelo natural.

Apolo: [**Pesquisador:** O que você acha dos homens que pintam o cabelo?]: Eu acho que alguns casos funcionam e em outros não (risos). [**Pesquisador:** Como assim?]: Em alguns casos fica bonito, atraente, mas em outros casos eu acho que fica artificial, fica feio. [**Pesquisador:** E os homens que alisam?]: Fica feio quando o cabelo obviamente não é liso, não é? Forçam para que fique liso e aí fica esquisito.

Tirar os pelos das sobrancelhas, aparentemente uma atividade exclusiva feminina, revelou-se mais praticada por meus interlocutores do que a ida a manicure/pedicure. Sete deles disseram que já tiraram, em algum momento, pelo menos, os pelos que ficam entre uma sobrancelha e outra; e Cratos, que nunca “fez”, tem vontade. Se levarmos em consideração que a maioria nunca foi “fazer” pé e mão em um ambiente que não o doméstico, pelos motivos outrora apresentados e, também, que muitos deles roem as unhas, a modelação do corpo via supercílios chama a atenção. Esse é um cuidado feito muitas vezes em casa, mas executado! A questão colocada por eles sobre esse assunto pode ser resumida em uma palavra: *excesso*. Um homem com bastante pelos pode tirar, mas, pouco; uma vez que, só à mulher é permitido tirar mais. Contudo, essa ação é considerada, em alguns casos, “um pouco demais”, ou seja, desnecessária:

Hefesto: Eu acho assim: não faz mal tirar a sobrancelha e tudo mais. (Ênfase): Mas, em excesso, deixar a sobrancelha fina, porque eu já vi homens com sobrancelhas mais finas do que de mulheres, eu acho que isso não fica bem. (...) limpar o rosto é ótimo; agora, tudo no seu excesso (...) eu acho que não é muito válido.

Hércules: (...) a primeira vista, parece também uma coisa feminina para mim. Mas, eu também conheço várias pessoas que fazem os quais, não necessariamente, são gays ou qualquer coisa assim. Então, para mim... Já não é nada de (bem baixinho): anormal.

Hipnos: (...) eu acho exagerado um homem fazer as sobrancelhas. Eu acho que a sobrancelha é a marca de expressão do rosto (...). E quando o cara começa a trabalhar muito essa área, fica meio padronizado (...) perde no conceito beleza (...) e isso eu acho feio. Feio mesmo!

Apolo: Eu acho legal quando fica com uma aparência limpa, não é? (...), mas têm homens que eu acho, pelo caráter da sua sexualidade, (...) gostam de deixar mais fina, com uma aparência mais feminina.

Dionísio: Eu já gosto. Eu acho que dar uma aparência, também, bem mais saudável para o rosto do homem, porque têm homens que tem as sobrancelhas juntas que, sei lá, fica muito estranho (...).

Quando Hércules diz que, por conhecer muitos homens que não vivenciam uma condição homoerótica fazendo atividades outrora pensadas como “coisas de mulher” e, por isso, não os considera “anormais” por “fazerem” as sobrancelhas, irem à manicure, por exemplo, ele chama a atenção para a reestruturação dos comportamentos de gêneros experienciado pelo metrossexual, por exemplo. As possibilidades de performance são ampliadas. As fronteiras são alargadas. É um discurso, um tipo de *habitus*³¹, outrora não autorizado, ganhando *status* de autorizado, de permitido.

Destarte, a depilação entra aqui como uma atitude também masculina e que tem a ver com a higiene. Ela pode ser tanto a extirpação total dos pelos do corpo ou parte dele; “aparar” os mesmos também foi considerado. Sendo assim, exceto Hércules e Nomos nunca fizeram alguma depilação; contudo, Hércules tem vontade, pois acha “um pouquinho feio” suas costas peludas e por que a namorada lhe pede muito. Mas, ele acha desnecessário o homem fazer depilação no corpo inteiro, pensamento compartilhado com Morfeu e Dionísio, por exemplo. Diferentemente, Hefesto e Cratos preferem seus corpos, e de outros, livres de qualquer pelo.

A vaidade, no contexto aqui apresentada, tem várias nuances. Mesmo que o discurso do “estou nem aí para isso” vez ou outra apareça, todos os meus interlocutores demonstraram certa preocupação com seus corpos, dando mais, ou menos, atenção a determinadas áreas e fatores, mas nunca sendo totalmente alheios. Desse modo, o Outro é avaliado a partir de minhas experiências. O que eu faço/uso causa menos estranhamento quando analiso o meu próximo. Assim, as práticas e valores do metrossexual são pensados enquanto experiência para si e, também, enquanto lente para analisar o Outro na vivência da sua masculinidade.

Nesse contexto, relacionando a vaidade com as telenovelas, cabe questionar para o próximo tópico: meus/minhas interlocutores/as identificam nessa programação personagens metrossexuais? A partir de que sinais? Como eles/elas analisam a veiculação do modo de ser metrossexual nos folhetins eletrônicos?

³¹ Segundo Bourdieu (2004:98): “O *habitus*, como sistema de disposições para a prática, é um fundamento objetivo de condutas regulares, logo da regularidade das condutas (...) faz com que os agentes que o possuem comportem-se de uma determinada maneira em determinadas circunstâncias”.

2. Percebendo o metrossesual nas telenovelas

Como mostrei anteriormente, a maioria dos/as meus/minhas interlocutores/as teve conhecimento do termo *metrossesual* via televisão. Pensar esse veículo como importante para divulgação desse tipo masculino faz parte do processo de compreensão do homem vaidoso do século XXI; uma vez que o mesmo será pauta de discussão de programas, aparecerá em reportagens jornalísticas televisionadas, peças publicitárias veiculadas nas emissoras e, também, em telenovelas.

A telenovela como um programa consumido tanto por mulheres quanto por homens é interessante para a visualização do metrossesual, pois esse produto tem grande entrada nos lares brasileiros, como discuti no capítulo I.

Em 2006, em uma telenovela das 19 horas da Rede Globo, havia um personagem declaradamente metrossesual. Esse folhetim era *Cobras & Lagartos* – de João Emanuel Carneiro – e o personagem o Tomás, interpretado pelo ator Leonardo Miggiolin. Tomás era metrossesual; se denominava assim e era reconhecido dessa forma também.

Como se trata de um termo novo, Tomás foi o primeiro personagem assumidamente metrossesual da teledramaturgia brasileira. Não que antes dele não houvessem personagens masculinos preocupados excessivamente com sua aparência, como o Tavinho (Victor Fasano), de *O Clone* (2001). Tavinho corria todos os dias, fazia academia e não gostava de ser chamado na rua de pai pelos filhos para não “queimar seu filme”. Por isso, ele, em *sites* como *terra.com* e *pernambuco.com*, era chamado de “narcisista” – termo muito usado para classificar o homem que tem grande preocupação com sua aparência e que também se refere ao metrossesual.

Sendo, portanto, a telenovela um produto muito popular no Brasil, a presença de um personagem como o Tomás é importante para a visualização, divulgação e discussão dessa “vertente de masculinidade metrossesual”, apesar do personagem caricato como foi esse:

“Na história, Tomás é o típico “almofadinha”. Viciado em cremes, roupas e tudo o que envolve a estética masculina, ele é o chamado “metrossesual” (...). Além disso, [Tomás] teve o visual – louro platinado com lentes azuis – obviamente inspirado em David Beckham, jogador de futebol inglês, ícone deste novo modelo de homem. “É uma tentativa do próprio Tomás de parecer mais sofisticado”, justifica [Leonardo Miggiolin]. Mesmo assim, o ator reconhece que o personagem não deixa de ser uma caricatura. “O texto sublinha este lado vaidoso do Tomás. Eu

tento fazê-lo com leveza, para não ficar escrachado”, preocupa-se” (Diário do Vale 2006: *online*).

No entanto, eu não saberia dizer se o personagem do Leonardo Miggiolin em *Cobras & Lagartos* (2006) serviu para mostrar aos telespectadores esse outro tipo masculino como uma vertente masculina possível, existente, ou se o mesmo contribuiu para que os homens vaidosos fossem vistos como fúteis, como uma versão, nesse caso, hetero do gay que diverte nesse tipo de programa.

A questão da futilidade é um ponto importante quando se fala em metrossexual. Muitos são os que consideram inapropriados para os homens a preocupação com a aparência e acham que o metrossexual é uma pessoa artificial por se preocupar em parecer sempre objeto de desejo, pois se têm a ideia, no senso comum, de que cuidados estéticos, preocupação com a aparência, ser vaidoso/a, é algo supérfluo:

Morfeu: Ele deixa de levar em consideração outros valores, outras coisas tão importantes quanto a sua beleza... Se interessar por assuntos não só ligados à moda, ou então, a cremes, a beleza, mas ligado à literatura, a pintura, a artes, política...

Maia: Muitos veem os metrossexuais como um cara fútil (...). Parece que um homem “normal” não poderia ser metro...

Ártemis: (...) o metrossexual nem sempre se preocupa com essas questões intelectuais. Ele se preocupa mais com as questões estéticas.

Wilton Garcia (2011) também chama a atenção para o fato do metrossexual se preocupar tanto com a “fabricação” do seu corpo, virando um “escravo do bom gosto”, e, assim, ter como consequência “esquecer-se de pensar, refletir sobre a vida” (p. 126). Contudo, deve-se lembrar de que esse homem gosta dos holofotes em sua direção. O metrossexual não colocará em risco as atenções dos outros sobre si – adquiridos, em um primeiro momento, com sua aparência e estilo –, com um parco conhecimento das coisas; afinal, o conhecimento faz parte da construção desse homem, do seu sucesso, uma vez que o mesmo precisa circular entre as pessoas e inserir-se nas rodas de conversas. Desse modo, o metrossexual se preocupa em saber um pouquinho de tudo; pois, ele tem ciência que é importante para sua sociabilidade: “(...) saber um pouco sobre um monte de coisas é muito melhor do que cambalear por aí com sapatos cafonas e um guardanapo enfiado na gola da sua camisa. Afinal, seu estilo pessoal vai além do conteúdo do seu guarda-roupa” (Flocker 2004:16). Também, dizer que o tipo masculino que se preocupa (muito) com sua aparência só sabe falar de cremes e xampus é ignorar, por exemplo, a carreira profissional desse homem: Apolo, Cratos e Zeus, que se autodenominaram metrossexuais, são estudantes ou formados nas áreas de Publicidade

e Propaganda (os dois primeiros) e de Direito; algo que não veio apenas se admirando no espelho.

Vejo as telenovelas, portanto, como palco ideal para apresentação e, de certa forma, discussão sobre o metrosssexual; haja vista sua grande entrada nos lares brasileiros, pois penso essa programação como uma espécie de “sistema de arenas de debates públicos” (Fuks 1998), constituindo esse produto televisivo em espaço gerador de debates em nossa sociedade (Oliveira Júnior 2009), uma vez que basta lembrarmos-nos as discussões que geram os *merchandisings* sociais (Cf. capítulo I). Dessa maneira, esse meio poderia contribuir para a diminuição do preconceito contra o metrosssexual, mostrando um homem que mesmo preocupado com sua aparência tem outras virtudes, age em outros sentidos também. No entanto, a telenovela teria que quebrar barreiras que ela mesma colocou para a presença desse tipo masculino nos folhetins eletrônicos quando apresentou, em 2006, o personagem do Leonardo Miggiarin.

Ainda falando sobre metrosssexual e televisão, o programa *Mulheres* da TV Gazeta, em 2008, fez uma matéria sobre os metrosssexuais. O repórter Fábio Grabarz entrevistou nas ruas alguns homens e mulheres sobre os comportamentos desse tipo masculino. Muitas entrevistadas disseram aprovar a vaidade masculina; contudo, houve quem dissesse achar estranhos os homens se cuidarem, fazerem depilação, irem à manicure, à pedicure... Os entrevistados, por sua vez, ressaltaram o mix de comportamentos masculinos e femininos: o cuidar de si, frequentar centros estéticos, salões de beleza sem deixar de ser homem; isto é, continuando se sentindo atraído pelo sexo oposto.

Rafael Molina, que era um dos entrevistados no estúdio, fez questão de salientar que ser metrosssexual não é ser gay, mas gostar muito de si e, por isso, buscar os tratamentos estéticos disponíveis. Além disso, perguntado sobre a aparente futilidade do metrosssexual, ele responde que a aparência externa deve refletir a interna e mais do que procurar preencher a falta de algo na vida com os embelezamentos, as pessoas devem buscar um equilíbrio³².

Seria, portanto, essa “aparente futilidade” a responsável por preconceitos sofridos pelos metrosssexuais? Seria o metrosssexual um indivíduo a corrigir, parafraseando Foucault,

³² O programa da TV Gazeta que faço referência pode ser visto nos seguintes sítios: <http://www.youtube.com/watch?v=IdkMXFb1LMk> e <http://www.youtube.com/watch?v=4nxh6FnJoWk>, acessado em 30 jul. 2011.

haja vista que esse homem apresenta comportamentos e valores diferentes daqueles ensinados/apreendidos que caracterizam a masculinidade hegemônica? No próximo sub-capítulo discutirei mais sobre esse assunto.

Desse modo, será que meus/minhas interlocutores/as percebem nos personagens dos folhetins eletrônicos características metrosssexuais? Qual a visão deles para a presença ou não desses personagens? Essas são apenas algumas questões que tratarei adiante.

Das 16 pessoas com quem conversei, 14 disseram-me perceber nas telenovelas personagens metrosssexuais. É importante que se diga que, muitas vezes, não há separação entre personagens e seus intérpretes. Quando pedi que me citassem um personagem metrosssexual, alguns/mas interlocutores/as responderam: Reynaldo Gianecchini. Havia quem justificasse falar o nome do ator ao invés do papel que o mesmo interpretara em alguma novela de televisão, devido às dificuldades de lembrar o nome do mesmo; contudo, muitos não fizeram questão de dissociar “ficção” da “realidade” e, desta forma, ora diziam André Gurgel, ora Lázaro Ramos, por exemplo. Além disso, Hefesto e Morfeu citaram a telenovela *Cobras & Lagartos* (2006) como sendo uma programação na qual eles lembravam que tinha um personagem metrosssexual; todavia, eles não recordavam o nome do ator e nem do de seu papel.

Assim, considerando, neste momento, apenas os personagens lembrados, temos: Jorgito Bianchi (Rafael Cardoso) e Jacques Leclair (Alexandre Borges) de *Ti Ti Ti* (2010), Rony Fragonard (Leonardo Miggiolin) e André Gurgel (Lázaro Ramos) de *Insensato Coração* (2011). Esses personagens foram considerados metrosssexuais, devido características como: “sempre muito charmoso”, “elegante”, “sempre bem vestido”, “gostar de aparentar uma boa condição financeira”, “sempre estar com roupa da moda”, “usa coisas boas”, “gosta de estar bem, sempre arrumado e bonito”, “é o centro de tudo”, dentre outras.

O fato de esses personagens serem reconhecidos como vaidosos, como metrosssexuais, demonstra que os/as telespectadores/as estão atentos para as novas/outras representações da masculinidade veiculadas nas telenovelas, porque não foi uma indicação aleatória – no sentido de ela por ela –, uma vez que eles/elas justificaram o porquê desses personagens serem vistos assim. Também, reconhecer a presença de personagens que tinham certa preocupação com a aparência é perceber o assunto na tela, é não deixar passar despercebido tal representação.

Desse modo, todos/as eles/elas reconhecem a necessidade, a importância das telenovelas trazerem para dentro dos lares esse tipo de discussão. A partir do momento que o assunto “ vaidade masculina”, “metrossexual” é televisionado, o mesmo passa a ser discutido em casa, no trabalho, universidades, paradas de ônibus... E isso vai contribuindo para o (re)conhecimento desse tipo masculino muito vaidoso e, também, para que o mito do homem que não se cuida seja desconstruído.

Atena: Eu acho bacana (...). Eu acho que está retratando uma realidade que cada dia que passa tem vindo mais forte, que é a realidade do homem que gosta de se arrumar, que gosta de estar bem com a sua aparência.

Dionísio: Eu acho que as telenovelas têm um grande papel na sociedade que é colocar esses debates à tona, sabe? E o próprio telespectador acaba se envolvendo e gostando daquilo, se identificando ou não. Eu acho que é válida toda discussão, principalmente sobre esse assunto...

Poseidon: Eu acho que é interessante ter esses personagens, porque você vai quebrando os mitos de um homem totalmente viril (...) que não poderia se preocupar com moda, usar maquiagem. Acho que você quebra esses preconceitos, esses paradigmas e você faz com que o homem também seja uma pessoa que goste disso, porque a gente sabe que existe. Então, não pode esconder essas coisas. (...). Faz com que as pessoas que não tem tanto conhecimento, (...) faz com que elas vejam que existe outra realidade. Que existe homem, sim, que se preocupa com a aparência, que isso não vai fazer com que ele seja visto como gay, só por que ele gosta de usar maquiagem.

“Conhecer”, “apresentar”, “criticar”, “desconstruir” são algumas ações que meus/minhas interlocutores/as apontaram para a presença do metrossexual nas telenovelas. Isso revela a transformação porque tem passado a sociedade, como eles/elas avaliaram. É transmitido “por que tem”, é uma realidade. A co-existência de várias masculinidades na contemporaneidade é uma das razões para a representação das mesmas nas telenovelas; afinal, como apontaram as pessoas com quem conversei, os folhetins eletrônicos retratam, de certa forma, exageradamente ou não, a realidade, o que acontece no lado daqui do vídeo. Desse modo, o metrossexual – conceito nascido em 1994, mas disseminado midiaticamente a partir de 2002 – não poderia ficar de fora da representação e divulgação nas telenovelas; uma vez que, “(...) o corpo toma um lugar de tamanha importância no cotidiano e, por isso, sua imagem emerge como centro de debates eloquentes” (Garcia 2011:69).

Outra questão levantada durante minhas entrevistas foi que o mercado de trabalho colabora para com a manutenção do metrossexual e de valores análogos. As profissões estão muito exigentes com o modo como as pessoas lidam com a aparência. Por isso, modelos, atores, famosos em geral, são constantemente reconhecidos como metrossexuais, devido os

cuidados que precisam manter com o seu corpo: os atores Reynaldo Gianecchini, Cauã Reymond, Brad Pitt; os cantores Supla, Rick Martin e os jogadores de futebol David Beckham, Cristiano Ronaldo, Neymar e Fernando Torres foram alguns dos citados pelas pessoas com quem conversei. Além disso, um dos meus interlocutores, Apolo, disse que o homem preocupado com a aparência, vaidoso, que gosta de usar roupas de grife, passar creme no corpo, ir à manicure e pedicure, frequentar shoppings, que sabe sobre moda, gastronomia, vinhos, etc. era ou “publicitário”, ou “dono de grife” – profissões que lidam com pessoas, com imagens. Ele mesmo falou que era vaidoso, que se preocupava com a sua paisagem corporal, chegando a se assumir enquanto metrossexual, por causa da sua área de atuação – a Publicidade –; pois, segundo o mesmo, a imagem conta bastante. Contudo, é possível encontrar valores e comportamentos metrossexuais entre empresários, professores, jogadores de futebol, políticos... Ou seja, como se pode observar, independente da carreira profissional, as pessoas têm demonstrado cuidados com sua apresentação física.

Desse modo, a mídia e o mercado têm ratificado, cada vez mais, via programas e propagandas, um homem de corpo bonito, com pele e dentes limpos, cabelos tratados, que consome determinados produtos, usa certas marcas, frequenta lugares definidos... Que exhibe sua paisagem corporal para ser contemplada, admirada, desejada e consumida pelas demais pessoas.

Em virtude disso, “vende-se” um corpo perfeito, malhado, saudável, sensual, desejável no cinema, televisão, revistas e internet; uma vez que o corpo do homem destaca-se nesse cenário: “Seja na televisão, na revista ou no cinema, a mídia trata o homem como o novo modelo de valorização da aparência (artificial) dos produtos” (Garcia 2005:108).

Quando Mark Simpson concedeu uma entrevista à revista *Veja*, em 2004, dentre outros assuntos, ele falou sobre a apropriação do termo metrossexual pela publicidade. Esse uso pelas agências publicitárias, segundo Simpson, contribuiu para que o metrossexual fosse visto como um homem heterossexual; haja vista que, de acordo com ele, a vaidade feminina e a vaidade gay não eram novidades. Dessa forma, os publicitários se valeram do termo para alcançar um “novo/outro” nicho mercadológico – os homens, que saem de detrás dos espelhos e passam a se admirar na frente destes, buscando mais abertamente produtos como xampus, condicionadores, cremes antirugas, hidratantes corporais, etc., ou seja, os conhecidos *for men*. Esses homens passam a consumir serviços outrora destinados apenas às mulheres como

salões de beleza, SPA, depilação, massagem... Nas academias, eles produzem seus músculos, malham peito, costas, braços, barriga e glúteo.

Contudo, devido o universo da vaidade ser, ainda, pensado como feminino, muitos desconfiam da sexualidade do metrossexual – apesar do discurso publicitário constantemente afirmar a heterossexualidade desse consumidor. Desse modo, procurarei discutir no próximo sub-capítulo qual a condição sexual dos metrossexuais para os meus/minhas interlocutores/as.

3. Ser metrossexual é ser gay?

O termo metrossexual é resultado da contração entre as palavras metrópole + heterossexual (Garcia 2004, 2005, 2011; Barreto Januário 2009; Freitas 2011). Falei anteriormente que a Publicidade se apropria desse neologismo para alcançar um público consumidor masculino heterossexual que, acostumado a comprar carros, cervejas e revistas eróticas, por exemplo, agora pode expandir seu poder de compra para outros produtos.

Na verdade, a Publicidade utilizando-se desse termo reposiciona, reinscreve na cena contemporânea o consumo; uma vez que, o emprego do neologismo possibilita aos homens comprarem produtos que sempre estiveram à disposição: cremes, xampus, condicionadores... Contudo, agora, estão com o rótulo *for men*.

[Trata-se] de um reposicionamento de negócios empresariais, que apenas foram ressignificados para garantir uma circulação de conceito. Com a invenção desse metrossexual, o marketing consegue elaborar uma infinidade de produtos para potenciais consumidores masculinos distraídos, pois esses produtos já existiam nas prateleiras de hipermercados e *shoppings* (Garcia 2005:119).

Devido todo o cuidado com a aparência, o uso de produtos de beleza e serviços estéticos que antes só as mulheres usufruíam, pode ter feito recair sobre o metrossexual a dúvida de sua condição sexual. É bem recorrente ouvir as pessoas dizerem que o homem atualmente usa “produtos de mulher”, pois frequenta SPA e outros espaços ditos “femininos”, faz depilação, usa maquiagem. Reclama-se hoje, também, que os homens estão demorando muito mais que as mulheres para se arrumarem. Esses novos comportamentos batem de frente com os dogmas da heteronormatividade que diz que o homem não pode se preocupar em demasiado com questões estéticas, que ele deve ser, por exemplo, prático ao se vestir.

Todas as pessoas com quem conversei destacaram que o metrosssexual é alvo de preconceitos por ter atitudes pensadas como exclusivas às mulheres. O homem muito vaidoso é visto com certa desconfiança por romper as barreiras dos gêneros, ou melhor, por transitar performaticamente na fabricação de seu corpo:

Poseidon: Tem muita gente que tem preconceito. Dizem que o metrosssexual seria um cara que é gay que não tem coragem de assumir. A maioria das pessoas fala isso, que não existe metrosssexual, o que existe é um gay que é enrustido. Mas eu acho que, muitas dessas coisas acontecem por que há muito desconhecimento.

Nomos: A maioria eu acho que ainda encara com um pouco de preconceito, porque tende a relacionar isso à orientação sexual. Dessa forma, a maioria diz que os metrosssexuais são gays...

Ártemis: Eu vejo muito os metrosssexuais como alvos de chacotas (...). A maioria da sociedade ainda não se adaptou com esse conceito de que o homem se preocupa com ele mesmo (...).

Dessa forma, é comum algumas pessoas confundirem o “sexual” que se une à palavra “metro” com o “sexual” de homossexual. Acredito que contribui para isso falar na existência de uma *metrosssexualidade*, pois dá a sensação de que essa palavra tenha relação com a condição sexual da pessoa, tal como a heterossexualidade, homossexualidade, bissexualidade, transexualidade, etc., o que não é verdade, pois a grande questão que se coloca com o termo não é se o homem é hetero, homo ou bissexual, mas sim, que este tem em seu corpo sua fonte de prazer; um prazer, *à priori*, não sexual. Quando o homem metrosssexual faz limpeza de pele, vai à manicure, à academia moldar os músculos, quando ele se arruma com suas várias combinações de roupas e acessórios, ele quer ser visto, se sentir bonito, desejado: “O metrosssexual pode ser gay, bissexual, ou heterossexual, mas isso é absolutamente desimportante, já que ele tem a si mesmo como seu objeto de amor. Ele é o narcisista dos novos tempos.” (Simpson, 2004, *online*).

A “metrosssexualidade”, portanto, não pode ser vista como sendo um comportamento ligado à sexualidade – apesar do senso comum, muitas vezes, insistir nessa associação –, no máximo, a mesma pode ser considerada como referência a um estilo de vida, um modo de vivenciar a masculinidade, pautado em muitos/grandes cuidados com a aparência. Ou seja, pensar a metrosssexualidade como um conjunto de ações e valores comuns – mas não únicos, excludentes, fixos – que identifique uma pessoa como metrosssexual.

No entanto, vejo como problemática o uso das palavras “metrosssexualidade” e mesmo, como já ouvi e li, “metrosssexualismo”, porque seus usos sempre darão a falsa ideia de estarem

se referindo à condição sexual dos sujeitos. Portanto, ao invés de se falar em metrossexualidade e metrossexualismo, sugiro o uso de “modo de ser metrossexual”, pois desconsidera com quem o homem muito vaidoso se relaciona sexualmente – isso, realmente, não tem importância alguma – e coloca em questão, em evidência, o que essa pessoa faz para fabricar o seu corpo, para cuidar de si, para torná-la atraente para as demais.

Uma das características que define o metrossexual é que ele está além de estereótipos sexuais. Ele sabe quem é e o que quer. Por essa razão, não sente compulsão a defender sua masculinidade fazendo pose ou ameaçando os outros. O metrossexual sabe que, para ficar confortável consigo mesmo, ele precisa deixar que os outros sejam eles próprios. A heterossexualidade, a bissexualidade ou a homossexualidade dos outros não importa para ele, a não ser, é claro, que esteja interessado nessa pessoa. Aí ele precisa saber (Flocker 2004:156).

Contudo, a mídia como um todo tem trabalhado ao contrário disso. Não há a exibição do gay ou bissexual como metrossexual, mas os meios de comunicação quando apresentam esse “novo/outro” homem procuram afirmar essa possível heterossexualidade, esse sucesso com as mulheres. Tomás (Leonardo Miggiorin), em *Cobras & Lagartos* (2006), era heterossexual. Isso acontece para poder encorajar os heteros a saírem de suas cômodas, de detrás dos espelhos para consumirem produtos que sempre estiveram nas prateleiras dos supermercados e farmácias e que, atualmente, começam a saírem de suas fábricas com o rótulo de *for men*.

A idéia de que o metrossexual é sempre hétero e que seu cuidado com a aparência tem o objetivo de atrair as mulheres é uma invenção da publicidade. (...) não há nenhuma evidência de que eles sejam sempre héteros. Essa idéia foi estabelecida porque gays vaidosos não são novidades...

(...)

O homem heterossexual está perdendo a vergonha de ser vaidoso, de cuidar da aparência. (Simpson, 2004, *online*).

Esse depoimento do criador do termo, Mark Simpson, só me faz pensar, juntamente com a fala do Rafael Molina no programa *Mulheres* da TV Gazeta – outrora apresentada neste trabalho –, que a palavra metrossexual vem dar algum tipo de respaldo para os homens heterossexuais serem vaidosos sem culpa, pois muitos homens a fim de justificarem os cremes antirugas, as muitas horas na frente do espelho, utilizam-se da palavra metrossexual como escudo. Ou, simplesmente, para dizerem: “Eu me cuido. Uso ‘isso’ ou ‘aquilo’, mas não sou viado. Sou metrossexual”, haja vista que, como nos fala Goldenberg (2005): “... em nossa sociedade, os ‘homens de verdade’ não devem demonstrar preocupação com a aparência, pois podem ser considerados afeminados ou gays” (p. 74). Não devem ou não podem? Eis a questão!

Devido a isso, muitos homens tem receio de se assumirem metrossexuais. A possibilidade de terem a sua virilidade questionada, ou mesmo de serem vistos como alguém que perde tempo com “coisas desimportantes”, faz com que muitos utilizem o termo metrossexual, também, como uma “categoria de acusação”: o metrossexual é o outro. Mesmo quando suas práticas são idênticas ao desse homem muito vaidoso, que a partir de 1994 fora rotulado, há homens que preferem ser reconhecidos *apenas* como vaidosos, como pessoas que têm consciência que o cuidado com o corpo, com a aparência é uma necessidade nos/dos dias atuais. Sobre isso posso fornecer dois exemplos: meu interlocutor Hipnos e o personagem André Gurgel (Lázaro Ramos) de *Insensato Coração* (2011).

Hipnos fora-me indicado como metrossexual, mas mesmo fazendo depilações, usando cremes no corpo, gastando quase 30% do que recebe em roupas, por exemplo, desprendendo parte do seu tempo com isso, ele não se considera assim, uma vez que, segundo o mesmo, “... sairia de casa sem estar com uma boa roupa, sem nenhum problema”. Entretanto, pode-se problematizar quando diz “sem estar com uma boa roupa”, pois durante nossa conversa falou-me que era “bem exigente em relação a roupas”, procurando peças com bons cortes e tecidos, analisando, no caso de camisas sociais, se elas são feitas “de tecido egípcio que melhora a transpiração, que não fica com aquele cheirinho, nem marca com o suor”. Acredito que sua reação seja de rejeição do termo, devido receio de ser considerado fútil e sem conteúdo, conforme sua fala exemplifica:

Hipnos: Eu sou preconceituoso contra metrossexuais. Eu olho um cara que é metrossexual, via de regra, e falo: Poxa, o cara gasta tanto tempo com isso, poderia aproveitar a vida dele melhor! (...). Tu começa a ver um monte de caras que vivem incondicionalmente na academia e fora de lá só compram roupas e vão ao salão e não sei o que mais... Só tem cara gostoso aí, que não tem nenhum conteúdo, entendeu?

Com o personagem de Lázaro Ramos, o André, em *Insensato Coração* (2011), a atitude é semelhante. André era designer e sempre estava muito bem vestido, com adereços bonitos, caros e chiques, como desatacara algumas pessoas com quem conversei. Ele era visivelmente muito vaidoso³³. No entanto, em cena no qual ele está se mudando para a casa de

³³ No período que realizei minhas entrevistas era *Insensato Coração* (2011) que estava sendo transmitida na Rede Globo, no horário das 21 horas. Desse modo, o personagem André Gurgel (Lázaro Ramos) fora muito citado como exemplo de metrossexual.

Carol (Camila Pitanga), o mesmo reclama do pouco espaço que ela deixara no guarda-roupa para as coisas dele³⁴:

André: [vendo o espaço que Carol reservou para ele no guarda-roupa]: Só isso?

Carol: Como só isso, André? Você só trouxe duas malinhas.

André: Não, por que aqui eu só trouxe minhas roupas básicas. Eu não trouxe as coisas mais pesadas: casacos, suéteres...

Carol: Ai meu Deus! Não! Eu esqueci que eu botei para dentro da minha casa um metrossexual (rindo).

André: Como é que é? Que é...? Como é que é? Você me chamou do que aí? Olha só! Você pode me chamar de qualquer coisa, (sorrindo): mas nunca mais na vida você repete essa palavra pra mim.

Carol: Ai! Tá bom! Tá bom! Vaidoso pra caramba é melhor? Não, porque eu esqueci que você não tem um guarda-roupa normal, de homem, tipo cinco camisas, duas calças... Imagina!

Pode-se ver, pelo diálogo transcrito, que André (Lázaro Ramos) não gostava de ser reconhecido como metrossexual, provavelmente porque seu papel na trama de Gilberto Braga e Ricardo Linhares era de “pegador” e essa classificação poderia não ser boa para sua imagem. Ele aceitaria ser chamado “de qualquer coisa”, menos pelo termo que atualmente denomina os homens muito vaidosos. Além disso, dois pontos podem ser destacados na fala de Carol (Camila Pitanga): Primeiro, o “vaidoso pra caramba”, pois como já apresentei neste trabalho, muitos homens preferem serem vistos como *muito* ou *apenas* vaidosos do que pelo termo cunhado por Mark Simpson. Segundo, quando ela diz que o pai do seu filho “não tem um guarda-roupa normal, de homem” por ter muitas peças, ela está colocando em prática um discurso sexista e preconceituoso, mesmo que o tom da sua fala, e o ambiente da cena, seja de descontração. Se o “normal” é um homem ser diferente do que André (Lázaro Ramos) é, então ele é um “anormal” por cuidar da sua aparência? Um *indivíduo a corrigir* por não seguir as normas ditadas aos corpos pela masculinidade hegemônica? A sexualidade também é posta em questão com o “de homem”, porque, mais do que se referir ao gênero masculino e/ou feminino, a personagem de Camila Pitanga, sutilmente, fala da condição sexual do designer, como se o comportamento de André (Lázaro Ramos) fosse algo aceito para as mulheres ou para os gays – devido sua feminilização – mas não para alguém do sexo masculino.

³⁴ A cena que eu irei destacar apenas algumas falas pode ser assistida na íntegra no seguinte endereço: <<http://tv.globo.com/novelas/insensato-coracao/videos/v/andre-comeca-a-mudanca-para-casa-de-carol/1554805/>>.

Ainda sobre o questionamento da condição sexual dos metrossexuais, a banda de forró “Bulicumtu” fez uma música intitulada “O Metrossexual”, cuja letra coloca em questão a masculinidade desse homem muito vaidoso. Em um trecho da canção, o grupo usa do seguinte jogo de palavras: “Ele perdeu o seu anel, não teve como evitar...”; esse episódio, na música, acontece devido a grande vaidade do metrossexual. Popularmente, o “anel” faz referência ao ânus. Dizer que alguém “perdeu o anel” é dizer que ele/ela fora penetrado. Assim, a vaidade masculina é satirizada e a sexualidade desse homem colocada em dúvida. Noutra parte, enquanto os instrumentos tocam, o vocalista fala: “Exagere não, viu patrão? A primeira coisa que acontece é perder o anel” e, também, finalizando o forró: “Não adianta chorar agora não. Perdeu, foi-se! É do povo!”. A letra dessa música resume o pensamento que muitos têm sobre os comportamentos e valores metrossexuais. Percebe-se como o metrossexual é visto por muitas pessoas de forma preconceituosa. Por ele gostar de cuidar da aparência, usar cremes, frequentar salões de beleza, etc., esse tipo masculino tem recebido, sim, olhares – que é o que ele deseja –, porém, muitos deles, não são de admiração, mas de estranhamento, de reprovação pela conduta diferente da qual se convencionou que deve ser o comportamento do homem em nossa sociedade.

Para meus/minhas interlocutores/as, no entanto, o metrossexual não é, necessariamente, gay. Ele é um homem que se preocupa em se cuidar e gasta muito para isso. Se for hetero, homo ou bissexual, para eles/elas não importa:

Perseu: Acho que independe a questão da orientação sexual. Não tem muita ligação. A meu ver, não tem ligação alguma.

Poseidon: Ele pode ser metrossexual sendo homossexual. Assim como ele pode ser metrossexual sendo heterossexual. Eu acho que é uma coisa que está fora dessa questão de orientação.

Afrodite: Eu acho que o metrossexual não diz respeito a sua opção sexual, a sua orientação sexual. O metrossexual diz respeito a um estilo de vida, assim, numa forma de tu te vestires, na aparência, de tu falares (...) pode ser hetero metrossexual, como pode ser homo metrossexual.

Atena: (...) eu acho que a metrossexualidade independe do gênero da pessoa, da orientação sexual. Então, eu acho que pode sim haver um metrossexual tanto gay como homem, assim, heterossexual, homossexual...

O modo de ser metrossexual não está relacionado com a condição sexual dos sujeitos; afinal, as identidades estão sempre se reinventando. A relação desse tipo masculino com a heterossexualidade, como o próprio criador do termo falou, é uma construção do *marketing*, da publicidade, não de exclusividade a um tipo de manifestação da sexualidade.

Destarte, essa “vertente de masculinidade metrossexual” (Freitas 2011:10) tem aparecido nas telenovelas de várias formas: ora declaradamente, ora um pouco mais contida em sua autodenominação. Quando conversei com meus/minhas interlocutores/as sobre o modo de ser e de pensar o metrossexual a partir das telenovelas, apresentei três personagens – Tomás (Leonardo Miggiolin), Narciso (Vladimir Brichta) e Carlos (Carlos Casagrande) – os quais havia previamente selecionados para provocar ainda mais o debate sobre esse tipo masculino. A seguir, analisarei o que me fora dito sobre os mesmos.

III. “OUTRO/NOVO” HOMEM EM BELÍSSIMA, COBRAS & LAGARTOS E VIVER A VIDA

A telenovela é uma programação muito popular no Brasil, consumida tanto por mulheres quanto por homens, conforme mostrei nos capítulos anteriores. Assim, considero os folhetins eletrônicos interessantes para refletir, por exemplo, sobre questões relativas à vaidade masculina; uma vez que, o alcance desse produto televisivo é muito grande no território nacional, possibilitando que os/as telespectadores/as, por exemplo, conheçam lugares que nunca visitaram; tomem ciência de comportamentos e valores, semelhantes ou distantes do seu, dentre outras coisas, pois, além de entretenimento, esse programa intervém de inúmeras maneiras, no cotidiano de seus consumidores (Alencar 2002; Almeida 2003; Hamburger 1998, 2005; Sifuentes 2010). Desse modo, as novelas de televisão contribuem para que haja (re)significação dos tipos que são representados na tela, pois:

Elas são capazes de “sintonizar” telespectadores com a interpretação e a reinterpretação da política, assim como de tipos ideais de homem, mulher, marido, esposa e família. A novela se tornou um dos veículos que capta e expressa padrões legítimos e ilegítimos de comportamento (Hamburger 1998:468).

Por isso, durante as entrevistas que realizei com 11 homens e cinco mulheres para este trabalho, utilizei algumas imagens de três personagens que foram transmitidos recentemente – Narciso (Vladimir Brichta) de *Belíssima* (2005), Tomás (Leonardo Miggiolin) de *Cobras & Lagartos* (2006) e Carlos (Carlos Casagrande) de *Viver a Vida* (2009) – os quais funcionaram como um recurso provocativo para meus/minhas interlocutores/as falarem mais sobre o modo de ser metrosssexual.

Nessa etapa da entrevista, eu mostrava duas fotos de cada personagem e meus/minhas interlocutores/as diziam se consideravam eles metrosssexuais ou não e por quê. Em seguida, lia um pequeno texto que criei com as descrições de cada papel, retirado dos *sites* de suas respectivas telenovelas e, também, de entrevistas que seus intérpretes concederam a algum meio de comunicação.

A maneira como esses personagens lidavam com seus corpos, o que faziam, os lugares que frequentavam, as roupas que vestiam, os adereços que utilizavam, por exemplo, fizeram-me selecioná-los ante uma enorme variedade de outros personagens masculinos das telenovelas brasileiras. Também, o fato de serem tramas recentes foi importante, pois contribuiu para a lembrança dos/as meus/minhas interlocutores, haja vista que a idade das

pessoas com quem conversei está compreendida entre 18 e 30 anos, o que não tornaria interessante apresentar a eles/elas produções da década de 1970, por exemplo. Além disso, com o surgimento do termo metrossexual em 1994, mas com grande repercussão midiática a partir de 2002, como já falei no capítulo II, considere melhor fazer uso de tramas produzidas no século XXI.

Desse modo, a ordem de apresentação das imagens foi: Tomás (Leonardo Miggiarin), Narciso (Vladimir Brichta) e Carlos (Carlos Casagrande), ou seja, uma ordem não cronológica, no sentido de transmissão dos folhetins eletrônicos. Agi assim devido levar em consideração o grau de vaidade desses personagens: Tomás era metrossexual; Narciso, professor na academia Physical e muito preocupado com sua aparência; e Carlos, frequentador assíduo de uma academia e, dentre outras coisas, estava sempre bem vestido.

Dessa forma, eu podia não apenas confirmar o que outrora as pessoas com quem conversei haviam me falado sobre o modo de ser metrossexual; como, também, perceber suas reações mediante a algo mais visível, mais “palpável”, representado pelas imagens, obtendo assim, outros dados, os quais serão apresentados mais adiante. Além disso, foi interessante observar que, enquanto as imagens passavam uma mensagem, quando eu lia o que chamei de “pequena biografia” de cada personagem, a percepção da vivência metrossexual, dos exemplos que levei, às vezes mudava.

Das três telenovelas que utilizei em minhas entrevistas, apenas *Cobras & Lagartos* (2006) tinha um personagem assumidamente metrossexual; nas outras duas, os tipos masculinos tirados como exemplos, se eram metrossexuais, não foi explicitamente revelado ao público. O que eles possuíam em comum, de modo geral, era a preocupação com a aparência, a produção de seus corpos, mais ou menos, convencidos à vertente masculina metrossexual.

Destarte, começarei situando, de forma breve, Tomás (Leonardo Miggiarin), Narciso (Vladimir Brichta) e Carlos (Carlos Casagrande) em suas respectivas telenovelas e, a seguir, apresentarei as (re)significações sobre os mesmos a partir dos meus/minhas interlocutores/as.

A ordem que se segue é a mesma utilizada no dia de minhas entrevistas e não, como já relatei, das transmissões dos folhetins eletrônicos (contempladas no título deste capítulo)³⁵.

1. Cobras & Lagartos



Figura 1 – Logotipo de Cobras & Lagartos

Fonte: <<http://memoriaglobo.globo.com>>

A telenovela *Cobras & Lagartos* foi escrita por João Emanuel Carneiro e transmitida, no ano de 2006, às 19 horas, pela Rede Globo, cuja direção de núcleo ficou à responsabilidade de Wolf Maia. A mesma foi ambientada no Rio de Janeiro e continha muitas cenas de ação e humor.

A trama contava a história de Omar Pasquim (Francisco Cuoco), o qual começou como empregado em uma pequena loja da família de Otaviano (Herson Capri). Com o tempo, ele cresceu financeiramente e comprou o negócio do patrão, tornando-se dono da Luxus, uma loja de departamentos que vendia de tudo. Ao descobrir que tinha pouco tempo de vida, Omar (Francisco Cuoco) decidiu se disfarçar de faxineiro – Pereira – a fim de conhecer o real caráter das pessoas que estavam a sua volta – já que sabia que vivia cercado de muitas cobras – e, assim, escolher um herdeiro para seu império. Ele era irmão da interesseira Milú (Marília Pêra), mãe de Tomás (Leonardo Miggiolin) e Leona (Carolina Dieckmann). Muitos eram os que queriam dá um golpe no dono da Luxus. Omar (Francisco Cuoco) ainda tinha outra sobrinha, sua predileta, Bel (Mariana Ximenes), que nunca quis saber do dinheiro do tio.

³⁵ Para ver as imagens que utilizei em minhas entrevistas, assim como a “pequena biografia” desses personagens, cf. Apêndices.

Certo dia, disfarçado de Pereira, ele é quase assaltado, mas o motoboy, integrante dos Lagartos Voadores, Duda (Daniel de Oliveira), o salva. Inúmeros acontecimentos fazem Omar/Pereira (Francisco Cuoco) ter certeza que Duda (Daniel Oliveira) é o homem ideal para, ao lado de sua sobrinha Bel (Mariana Ximenes), herdar toda a sua fortuna e administrar sua empresa. Mas, ela é noiva do fingido Estevão (Henri Castelli) – amante de Leona (Carolina Dieckmann) –, que nunca aceitou o fato do pai ter vendido a loja, no passado, para Omar (Francisco Cuoco), em um momento de crise financeira. Além disso, na juventude, o tio de Bel (Mariana Ximenes) teve um caso com a mãe de Estevão (Henri Castelli), Henriqueta/Tereza (Cássia Kiss), mas a rejeitou, o que a fez enlouquecer, aumentando ainda mais a raiva do rapaz. Quando Omar (Francisco Cuoco) morre, em um plano arquitetado e executado por Leona (Carolina Dieckmann) e seu amante, o seu testamento é aberto e descobre-se que ele deixara parte da sua fortuna para a sobrinha favorita e outra parte para um jovem chamado Daniel Miranda (Daniel de Oliveira). Por ter o mesmo nome, Foguinho (Lázaro Ramos) é confundido com o rapaz citado no documento e passa a levar uma vida de luxo, poder e bajulação por parte de todos os que, outrora, o desprezavam. Foguinho (Lázaro Ramos), no entanto, sabe quem é o real herdeiro de Omar (Francisco Cuoco), mas não fala nada, o que gera muitas confusões e reviravoltas na trama até o esperado final feliz entre Bel (Mariana Ximenes) e Duda (Daniel de Oliveira).

Como dito acima, em *Cobras & Lagartos* (2006), o personagem de Leonardo Miggiarin, Tomás, era filho da Milú (Marília Pêra), irmão de Leona (Carolina Dieckmann), primo de Bel (Mariana Ximenes) e sobrinho de Omar (Francisco Cuoco). Tomás (Leonardo Miggiarin) era um jovem bonito, extremamente vaidoso e vivia correndo atrás de Ellen (Taís Araújo), que sempre o desprezava. Ele vivia mudando o estilo do seu cabelo, usando lentes de contato coloridas, saias e muitos outros adereços e, por isso, se autodenominava de metrossexual. Sem ter uma profissão definida, vivia de bicos, mas não tinha sucesso em nada que fazia. Era aliado de sua mãe em seus golpes.

2. Belíssima



Figura 2 – Logotipo de Belíssima

Fonte: <<http://memoriaglobo.globo.com>>

Belíssima, de autoria de Silvio de Abreu e direção de núcleo de Denise Saracene, fora exibida no final de 2005 até meados de 2006, no horário das 20 horas, pela Rede Globo. A trama, ambientada em São Paulo, era cheia de ação e mistérios: Pedro (Henri Castelli) e Júlia (Glória Pires) eram netos da poderosa Bia Falcão (Fernanda Montenegro) e herdeiros das empresas Assumpção. Enquanto Júlia (Glória Pires) administrava as mesmas, juntamente com a avó, Pedro (Henri Castelli) estava na Grécia onde montara um restaurante com a mulher Vitória (Cláudia Abreu), uma moça que era ex-menina de rua e, por isso, odiada por Bia (Fernanda Montenegro), que não queria ver seu neto favorito envolvido com uma moça pobre. Júlia (Glória Pires), apesar de competente administradora, era constantemente atormentada pela avó, por ser uma mulher simples, diferentemente da mãe Stella (?), a qual era elegante e charmosa, e que morreu em um acidente de avião quando os filhos eram crianças. Na Grécia, onde moravam Pedro (Henri Castelli), Vitória (Cláudia Abreu), Sabina (Marina Ruy Barbosa), filha do casal, e Tadeu (Thiago Martins), irmão de Vitória, também vivia Nikkos (Tony Ramos), um grego amigo da família e que, no dia do casamento de Pedro (Henri Castelli) com Vitória (Cláudia Abreu), conheceu Júlia (Glória Pires) e se apaixonou por ela. Nikkos (Tony Ramos) tinha um filho, Cemil (Leopoldo Pacheco), o qual morava no Brasil e que nunca viu, pois Katina (Irene Ravache), sua namorada na época, que estava grávida, fugiu da Grécia com o turco Murat (Lima Duarte). Quando Pedro (Henri Castelli) morreu assassinado, Vitória (Cláudia Abreu) resolveu voltar para o Brasil com o restante da família e Nikkos (Tony Ramos) foi com ela para poder conhecer o filho e reencontrar Júlia (Glória Pires). No Brasil, Bia (Fernanda Montenegro) fez de tudo para que Vitória (Cláudia

Abreu) fosse acusada da morte do neto e, assim, perdesse a guarda de Sabina (Mariana Ruy Barbosa) e a herança do marido. No desenvolver da trama, Júlia (Glória Pires) casa-se com André (Marcello Antony), o qual lhe rouba todos os bens, e Bia (Fernanda Montenegro) foi dada como morta, após um acidente de carro. No final descobriu-se que Bia Falcão (Fernanda Montenegro) não estava morta, que foi ela quem planejou de André (Marcello Antony) se envolver com Júlia (Glória Pires) para lhe deixar sem nada, que Pedro (Henri Castelli) morreu enganado, no lugar da mulher, que Bia (Fernanda Montenegro) mandou matar na Grécia e que Vitória (Cláudia Abreu) era a filha que Bia Falcão (Fernanda Montenegro) teve de Murat (Lima Duarte), a qual ela rejeitou desde criança.

Narciso (Vladimir Brichta) faz parte dessa telenovela, sendo o filho mais novo de Murat (Lima Duarte) e Katina (Irene Ravache) – que o mimava muito – e irmão de Cemil (Leopoldo Pacheco) e Safira (Cláudia Raia). Narciso (Vladimir Brichta) trabalhava como professor na academia de ginástica Physical, de propriedade do Grupo Assumpção. Ele conseguiu um trabalho como modelo, mas era bastante malandro e mulherengo, não ligando muito para sua carreira. Envolveu-se com Thaís (Maria Flor), mas descobriu que, antes de conhecê-la, ela fora vítima de tráfico internacional de mulheres na Grécia, e, por isso, terminou o noivado com a moça, sofrendo muito. Contudo, por amá-la muito, reata o namoro e eles se casam.

3. Viver a Vida



Figura 3 – Logotipo de Viver a Vida

Fonte: <<http://memoriaglobo.globo.com>>

Exibida no final de 2009 a meados de 2010, a telenovela da Rede Globo, *Viver a Vida*, de Manuel Carlos, núcleo de direção de Jayme Monjardim, fora transmitida no horário das 21 horas, era ambientada no Rio de Janeiro e falava de Helena (Taís Araújo), uma modelo internacional muito famosa, que decidiu largar sua profissão para se casar com o sedutor Marcos (José Mayer), dono de uma rede de hotéis. Ele era 20 anos mais velho que ela e recém-separado da ex-modelo Teresa (Lília Cabral), com quem tinha três filhas, Luciana (Aline Moraes), Isabel (Adriana Birolli) e Mia (Paloma Bernardes) – sendo esta última, filha adotiva. Os ciúmes de Tereza (Lília Cabral), a inveja de Luciana (Aline Moraes) e a diferença de idade entre Helena (Taís Araújo) e Marcos (José Mayer) geraram muitos conflitos para todos. No decorrer da trama, Luciana (Aline Moraes), uma jovem mimada, também modelo e que nunca precisou batalhar na vida, sofreu um grave acidente, quando retornava de um trabalho como modelo, que a deixou tetraplégica. Helena (Taís Araújo) sentiu-se culpada, pois discutiu, na véspera com a enteada e, por isso, a fez viajar no ônibus que sofrera o acidente. Esse será mais um motivo que enfraquecerá sua união com Marcos (José Mayer).

O personagem Carlos (Carlos Casagrande) era grande amigo da protagonista da telenovela, Helena (Taís Araújo). Apaixonou-se por Betina (Letícia Spiller), que frequentava a mesma academia que ele. Apesar de saber que ela era casada, tentou conquistá-la. Betina (Letícia Spiller), inicialmente, rejeitou as investidas dele, mas depois cedeu à tentação. Contudo, todos os planos de se encontrarem longe da academia foram frustrados pelo sentimento de culpa que ela tinha. Para não deixar o marido, Gustavo (Marcelo Airoldi), com ciúmes, ela até inventou que Carlos (Carlos Casagrande) era homossexual. No decorrer da trama, ao conhecer Malu (Camila Morgado), prima de Betina (Letícia Spiller), Carlos (Carlos Casagrande) se encantou por ela, deixando Betina e Gustavo – que vivia correndo atrás da prima da esposa – enciumados. No final, Malu (Camila Morgado) e Carlos (Carlos Casagrande) ficaram juntos.

4. Tomás (Leonardo Miggiolin), Narciso (Vladimir Brichta) e Carlos (Carlos Casagrande)

Feito essas breves apresentações, disponibilizarei abaixo três quadros que contêm as características por que meus/minhas interlocutores/as consideraram, ou não, Tomás (Leonardo

Miggiorin), Narciso (Vladimir Brichta) e Carlos (Carlos Casagrande) como metrossexuais. Vale dizer que, apresento as informações divididas em “interlocutores” e “interlocutoras” apenas caso o/a leitor/a tenha a curiosidade de saber o que cada grupo falou sobre os mesmos; contudo, analiso essas percepções de forma não separada, a fim dar uma ideia geral das significações relativas ao modo de ser metrossexual nos personagens em questão, identificadas pelas pessoas com quem conversei.

Quadro 3 – Características metrossexuais no personagem Tomás (Leonardo Miggiorin), de *Cobras & Lagartos*, apontadas pelos/as interlocutores/as entrevistados/as.

	É metrossexual, porque...	Não é metrossexual, porque...
Interlocutores	<ul style="list-style-type: none"> • O Cabelo está cuidado, pintado; • O Corpo está bem definido; • A aparência está saudável; • A barba está bem feita; • Aparenta usar muitos cremes; • Parece fazer limpeza de pele. 	<ul style="list-style-type: none"> • É apenas vaidoso; • Só está bem cuidado; • Somente se cuida.
Interlocutoras	<ul style="list-style-type: none"> • Tem cuidados com o cabelo; • Possui pele limpa; • A roupa está bem arrumada; • Usa lentes; • Parece escolher a dedo o gel do cabelo; • Deve se preocupar com as marcas que usa; • Não aparenta sair com qualquer roupa; • Parece malhar. 	-

Quadro 4 – Características metrosssexuais no personagem Narciso (Vladimir Brichta), de *Belíssima*, apontadas pelos/as interlocutores/as entrevistados/as.

	É metrosssexual, porque...	Não é metrosssexual, porque...
Interlocutores	<ul style="list-style-type: none"> • Pratica esporte; • Aparenta ter um corpo saudável; • Tem obsessão pela aparência. 	<ul style="list-style-type: none"> • A aparência está descuidada; • A barba está mal feita; • Apenas se cuida; • Demonstra despreocupação com a roupa; • O cabelo está desarrumado, normal; • Há imperfeições no rosto; • Está esportivo; • Pratica capoeira.
Interlocutoras	<ul style="list-style-type: none"> • A roupa é diferente; • O cabelo está bonito; • A pele está bem limpa; • Parece fazer bronzamento artificial; • Pratica capoeira; • O cabelo está hidratado; • O dente está com clareamento; • Demonstra ter preocupação com o corpo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Está desleixado; • O cabelo está meio largado; • Veste calça de capoeira; • A pele não está tão perfeita.

Quadro 5 – Características metrosssexuais no personagem Carlos (Carlos Casagrande), de *Viver a Vida*, apontadas pelos/as interlocutores/as entrevistados/as.

	É metrosssexual, porque...	Não é metrosssexual, porque...
	<ul style="list-style-type: none"> • Está todo ajeitadinho; 	<ul style="list-style-type: none"> • Demonstra se preocupar apenas com a saúde;

Interlocutores	<ul style="list-style-type: none"> • A aparência está boa; • Vai à academia. 	<ul style="list-style-type: none"> • A preocupação com a aparência não era extremada; • O cabelo está comum; • O braço está peludo; • Está meio barrigudinho; • A blusa é básica.
Interlocutoras	<ul style="list-style-type: none"> • Demonstra preocupação com a aparência física; • Os dentes estão limpos; • Vai à academia; • Está bem vestido; • O cabelo e barba estão bem feitos; • Parecia estar sempre perfumado; • Tinha sensibilidade. 	<ul style="list-style-type: none"> • Apenas se cuida.

Essas telenovelas foram vistas pela maioria dos/as meus/minhas interlocutores/as. Antes mesmo de eu mostrar as fotos que selecionei para provocar mais a discussão sobre o modo de ser metrossexual, Hefesto e Morfeu, por exemplo, já haviam citado *Cobras & Lagartos* (2006) como tendo um personagem metrossexual. Desse modo, as imagens que levei contribuíram para que as pessoas rememorassem as tramas, se não como um todo, pelo menos, parte delas; além de alguns dos personagens apresentados nas mesmas.

Foi quase uma unanimidade considerar Tomás (Leonardo Miggiolin) como metrossexual. Os cuidados com o cabelo, a pele lisinha (sem pelos), as roupas que usava, compunham sua paisagem corporal e ajudaram meus/minhas interlocutores/as a identificá-lo assim. Contudo, um dos motivos, por exemplo, que levou Morfeu não o considerar metrossexual apenas olhando as imagens foi a “falta de informação” das mesmas. Segundo

esse interlocutor, a ciência do comportamento do personagem contribuiria muito mais para “classificá-lo” do que apenas as fotos:

Morfeu: Não. Ah, não sei. Acho que ele só está bem cuidado. Tem que saber como é o comportamento dele, se é muito... Se ele se prende muito a isso. Se é algo que toma muito a atenção dele...

Pode-se questionar a máxima “uma imagem vale mais do que mil palavras”; uma vez que, apenas as fotografias dos três personagens não forneceram os elementos necessários para a interpretação de Morfeu dos sujeitos como um todo. Destarte, a fabricação do corpo é apenas uma etapa, vamos dizer assim, do modo de ser metrossexual. Há toda uma técnica corporal, uma performance, que envolve esse homem muito vaidoso (Garcia 2011). É a questão dos *detalhes*, como bem destaca Apolo: “Eu acho que ser metrossexual está nos detalhes, entendes?”.

Olhar para Tomás e vê-lo com os cabelos cuidados e pintados, imaginar seu corpo definido por debaixo da roupa, ver seu rosto limpo, sem pelos, e inferir que o mesmo faz limpeza de pele, escolhe a dedo o gel do cabelo, como alguns/mas interlocutores/as destacaram, identificando-o como metrossexual, é complementado, (re)afirmado, quando se sabe que ele dava valor à moda e, constantemente, mudava sua aparência ao realizar diversos procedimentos em seu cabelo, além de usar lentes de contato coloridas e gostar de ser fotografado. Por isso, Hefesto, que considerara Tomás (Leonardo Miggiarin) como não metrossexual, apenas olhando as imagens, após eu ler o pequeno texto sobre o mesmo, mudou de opinião: “Ele era um metrossexual assumido!”.

Interessante que, Morfeu e Hefesto, durante nossas conversas, lembraram que em *Cobras & Lagartos* (2006) havia um personagem metrossexual; contudo, quando lhes apresentei as imagens de Tomás (Leonardo Miggiarin) – que era esse homem muito vaidoso – os dois interlocutores não o viram assim. Somente após a leitura do texto que criei, como falei anteriormente, foi que eles o reconheceram assim, o que corrobora a não dissociação de imagens, figuras, das palavras, em certo contextos.

Se pensarmos as fotos de Tomás (Leonardo Miggiarin), Narciso (Vladimir Brichta) e Carlos (Carlos Casagrande) como se fossem um anúncio publicitário do sujeito, por exemplo, entenderemos melhor essa relação de complementaridade. Ruth Sabat chama a atenção para isso quando diz que:

Em um anúncio publicitário, imagem e texto constituem uma unidade narrativa que tem como objetivo proporcionar ao/à consumidor/a uma leitura correta a respeito daquele produto que está sendo anunciado. Na publicidade, normalmente, essa é a função do texto: informar sobre as qualidades e as vantagens de um produto ou serviço (Ruth Sabat 2001:12).

Pensemos em exposições de fotos e quadros, como ficariam nossas contemplações sem as legendas que as acompanham? Saber as circunstâncias de determinadas imagens, conhecer o modo de agir, os valores das pessoas, contribuem para a ideia que fazemos/temos das mesmas.

No que diz respeito a Narciso (Vladimir Brichta), esse fora considerado um “metrossexual exagerado” e “fanático”. Essa classificação acontecia após meus/minhas interlocutores/as saberem que ele ficou “apavorado com uma ruginha que apareceu no canto do olho quando se olhou no espelho”. Apenas as imagens desse personagem faziam com que a percepção sobre o mesmo fosse de que ele não era um metrossexual; o que, geralmente, mudava quando eu acrescentava a “pequena biografia” desse personagem.

Além disso, três pontos chamou-me a atenção na fala de meus/minhas interlocutores/as sobre Narciso (Vladimir Brichta): a questão do esporte; de ele ser chamado de “metrossexual disfarçado”; e, também, o fato do mesmo não procurar modificar seu corpo, apenas conservá-lo.

Devido Narciso (Vladimir Brichta) estar vestido com roupas para jogar capoeira e, mesmo, de praticar esse esporte, ora o tornava metrossexual, ora não. A capoeira, nas minhas entrevistas, às vezes, era malvista enquanto um esporte “bom para um metrossexual fazer”. Colocava-se em questão que uma pessoa vaidosa não se proporia a praticá-la:

Hefesto: (...) não sei se ele chegaria a ser um metrossexual, pelo fato dele aqui estar meio despojado, por estar com uma roupa de capoeira. Enfim, ele não passou essa imagem vaidosa, essa imagem de preocupação com a beleza dele.

Hipnos: Eu não vejo um metrossexual fazendo capoeira.

Faria diferença se, ao invés de capoeira, Narciso (Vladimir Brichta) jogasse futebol, como Cristiano Ronaldo e David Beckham? Há práticas esportivas consideradas mais apropriadas para integrar o modo de ser metrossexual? É um caso a se pensar, pois assim como Narciso aparecia com roupas adequadas para praticar a capoeira – calça branca de tecido flexível e camiseta –, os jogadores de futebol citados, também, vão a campo vestindo uniformes específicos para sua modalidade. Mas, em nenhum momento das entrevistas, quando esses futebolistas foram citados como exemplos de metrossexuais, falou-se que suas

vestimentas usadas durante as partidas faziam deles homens menos vaidosos. Pelo contrário, Artemis destacou em sua fala o seguinte sobre David Beckham: “(...) foi com ele [David Beckham] que começou a vir esse termo [de metrossexual] nos jogadores de futebol, de tu escolheres a cor das tuas chuteiras, de usar um detalhe rosa na chuteira, um penteado diferente (...). Foi a partir desse caso do David Beckham”. Ou seja, dentro e fora dos estádios, muitos jogadores de futebol vivenciam/externalizam sua vaidade.

Não irei entrar na discussão se foi com o David Beckham ou não que a vaidade masculina “entrou em campo”, pois esse não é o meu objetivo aqui. Mas, é interessante observar que algumas matérias jornalísticas sempre que procuram relacionar a vaidade com algum esportista profissional, as fazem via os jogadores de futebol, como o caso do *site* UOL que, no dia 03 de junho de 2011, disponibilizou um texto cujo título era “Metrossexuais da bola vão de cabelos exóticos a cremes e sobrancelhas perfeitas”, escrito por Luiza Oliveira, onde há vários exemplos de jogadores que foram considerados metrossexuais, como: Fabrício e Thiago, do Cruzeiro; Luan do Palmeiras; Fernandinho e Casemiro do São Paulo, Fred do Fluminense, dentre outros, devido o cuidado excessivo com o cabelo, além do uso de cremes no corpo e de “arrumarem” as sobrancelhas. Acredito que a popularidade, no Brasil, desse esporte seja uma das razões para que os jogadores – pelo menos, os mais famosos – sejam usados como exemplos nesses casos, fazendo com que outras modalidades, sem a fama do futebol, não apareçam nesses tipos de listas.

No entanto, para outros/as, a simples menção nas imagens de Narciso (Vladimir Brichta) da prática esportiva caracterizava que ele se preocupava com sua aparência – não apenas com a saúde – e que, com isso, procurava mostrar um corpo bonito e cuidado, sendo considerado por Maia como um “metrossexual disfarçado”.

Maia: É por isso que eu estou dizendo. É aquele disfarçado, não é? Tu achas que por que o cara pratica esportes, ele não liga para a imagem. Muito pelo contrário! Ele está ali para aprimorar o corpo dele, para se exibir para os outros...

Quando Maia chama Narciso (Vladimir Brichta) de “metrossexual disfarçado” ela não está falando que ele, para fugir de possíveis preconceitos, se diz apenas um homem vaidoso. O que ela se refere é ao fato de ele ter todo um cuidado com sua aparência, mas isso, de alguma forma, passar despercebido pelas demais pessoas, mesmo a despeito do cabelo hidratado, dos dentes bem tratados e outras marcas corporais.

No entanto, pelo que se podia perceber na telenovela, Narciso (Vladimir Brichta) não escondia sua admiração por si. Em muitos capítulos ele aparecia se admirando na frente de espelhos, preocupando-se com seu cabelo, rosto, dentes, unhas... Até sua mãe, Katina (Irene Ravache), o ajudava fazendo máscaras de mel, pepino e parafina para ele passar no rosto e suavizar/eliminar marcas de expressão.

Outro ponto interessante é levantado por Ártemis quando ela diz que Narciso (Vladimir Brichta), diferentemente de Tomás (Leonardo Miggiarin), não procurava modificar sua aparência, mas conservá-la. E, por isso, não se caracterizando um metrossexual, pois, para ela, a diferença estaria em que o metrossexual, como o Tomás (Leonardo Miggiarin), procura “fabricar” constantemente seu corpo.

Ártemis: Ele não se preocupa tanto em modificar a aparência dele. Ele já conserva a beleza dele do jeito que ele é. Eu me lembro do Narciso, que ele realmente se preocupava muito com o negócio da beleza e negócio de verruguinha assim, mas ele não... Diferente do menino de *Cobras & Lagartos* ele não se preocupava em modificar a aparência dele, ele só se preocupava em conservar sua aparência.

Dessa forma, a fabricação do corpo com, por exemplo, luzes no cabelo, procedimentos cirúrgicos, utilização de adereços como lentes de contato, serve como um ponto importante para diferenciação dos tipos masculinos que lidam com a vaidade. Pessoas como Narciso (Vladimir Brichta), são vaidosas sim, mas não extremadas; apenas querem conservar sua beleza; diferente de Tomás (Leonardo Miggiarin) que por meio de produtos e muitos adereços, procura fabricar um corpo diferenciado, desejável.

Sendo assim, muitas pessoas buscam “soluções” para seus corpos – os quais são diferenciados das dos modelos (re/a)presentados na televisão, cinema e publicidade –, consumindo uma multiplicidade de produtos e serviços que poderão os/as aproximar desses modelos ideais de beleza divulgados pela mídia. E o investimento não é apenas financeiro, mas, também, como já falei neste trabalho, na força de vontade e na disciplina para não se lançar ao exagero das comidas e bebidas que contribuirão para o surgimento da gordura e “deformação” do abdome; para poder passar horas nas academias malhando; aguentar a depilação por pinça, ceras e outros procedimentos. Afinal, segundo Goldenberg e Ramos (2002:332):

(...) a beleza e a forma física não são mais percebidas e valorizadas como ‘obra da Natureza Divina’ e passam a ser concebidas como resultado de um trabalho sobre si mesmo, (...) [fazendo] pesar sobre os indivíduos a absoluta responsabilidade por sua aparência física.

É como se a beleza, o belo, fosse algo passível de compra. Eu não tenho, mas posso comprar peitos e bunda maiores; eu não sou, mas poderei adquirir uma pele bronzeada artificialmente; através de uma alimentação balanceada, saudável e muitos exercícios físicos, ser-me-á possível ter uma barriginha “tanquinho”, a pele livre de cravos e espinhas – com ajuda de produtos e/ou tratamentos estéticos – e, dessa forma, “fabricarei” meu corpo, aquele que será visto e invejado e que terá, entre outros parâmetros, a juventude.

O personagem de Carlos Casagrande, o Carlos, de *Viver a Vida* (2009), até pelo fato de ser o mais recente dos três, foi o mais lembrado. Não somente olhando as imagens que levei, mas também lembrando que o personagem frequentava academia, estava sempre bem arrumado, vestia-se com roupas bonitas e “dava em cima” de Betina (Letícia Spiller) – essa parte era importante para entender a dinâmica do personagem –, a metade dos/as meus/minhas interlocutores/as o consideraram metrossexual, ou seja, oito pessoas.

As cenas em que Carlos (Carlos Casagrande) tentava seduzir Betina (Letícia Spiller), as quais a maioria se passava na academia frequentada pelos dois, contribuíram para que ele fosse visto como metrossexual, uma vez que alguns/mas interlocutores/as associaram o fato dele estar nesse lugar de produção corporal, com a grande preocupação do metrossexual em ter um corpo bonito:

Apolo: O número três é [metrossexual], apesar de ter pelos também (risos).
[Pesquisador: Por quê?]: Por causa do personagem que ele fazia, tinha um perfil. (...) ele era um cara que tinha uma aparência muito boa, ia à academia...

Hefesto: (...) ele vivia na academia, então ele se preocupava com a beleza. Ele sim era um personagem muito vaidoso, pois vivia praticamente todas as cenas dele na academia...

Afrodite: Acho que ele era metrossexual, porque ele cuidava do corpo, malhava na academia. Ele sempre aparecia bem vestido, muito bem arrumado...

Comparando aos outros dois personagens, Carlos (Carlos Casagrande) seria o metrossexual ideal – no sentido de modelo, exemplo – pois, além da comprovada preocupação com o corpo que o mesmo demonstrava ter, chamava a atenção das pessoas com quem conversei o fato dele ser sensível, de se preocupar não apenas com a aparência, mas com sua saúde e, também, de ele ser inteligente. Ou seja, em Carlos (Carlos Casagrande) era descartado a questão da *futilidade* – que nos outros dois personagens era muito salientada (pois o mesmo não se preocupava *apenas* com sua aparência, não vivia dramas para ser sempre bonito, etc.) –, e, também, o *exagero*. Por isso, Atena falou que ele era um

“metrossexual na medida certa” ou mesmo, como dissera Morfeu, um “hetero gay”³⁶ e um überssexual, que segundo esse interlocutor seria um homem que cuida da aparência, mas sem o exagero do metrossexual³⁷.

Uma questão interessante, também, nas falas dos meus/minhas interlocutores/as, diz respeito à presença e ausência de pelos nos personagens analisados. Tomás (Leonardo Migliorin) foi visto como metrossexual, pois sua barba foi considerada “bem feita” e sua “pele limpa”. Narciso (Vladimir Brichta) fora considerado por alguns como não sendo metrossexual, em virtude da “barba mal feita”. Finalmente, uma característica que foi destacada para dizer que Carlos (Carlos Casagrande) não era metrossexual foi seu braço, em uma das fotos, aparecer peludo.

Hércules: (...) limpeza, certinho, bonitinho, lisinho... Barbinha super bem feita, cabelo ajeitadinho, meio pintado (...) enfim, tudo bonitinho, tudo certinho, aí parece, para mim, um metrossexual – [Falando do personagem Tomás (Leonardo Migliorin)].

Morfeu: (...) eu não vejo [como metrossexual]. Olha só como ele está aqui: barba mal feita... Se bem que é sexy, não é? – [Falando do personagem Narciso (Vladimir Brichta)].

Hipnos: Não, esse cara, para mim, não parece um metrossexual. Ele é peludo! Olha o braço dele como tem bastante cabelo. Aparentemente o cara não se depila – [Falando do personagem Carlos (Carlos Casagrande)].

Ou seja, os pelos, sejam eles faciais ou noutras partes do corpo, são vistos, muitas vezes, como um ponto de diferenciação de um homem muito vaidoso ou não. Lembre o/a leitor/a que de 11 homens entrevistados, somente dois, Hércules e Nomos, disseram nunca terem feito algum tipo de depilação em seus corpos; sendo que, Hércules, tem vontade de retirar os pelos que lhe nascem nas costas.

Contudo, devemos levar em consideração, também, no que tange aos pelos da face, que nem sempre a sua presença indicará que o homem não liga para a vaidade. Hipnos, ao analisar uma das fotos de Narciso (Vladimir Brichta), disse: “Alguns metrossexuais deixam, propositalmente, a barba mal feita”. Acredito que a questão que se coloca aqui é com o

³⁶ No início deste trabalho, Morfeu dissera-me que se considerava hetero-gay por não ter o perfil de masculinidade hegemônica, por gostar de assuntos que fugiam ao padrão de masculinidade dita ideal (literatura, romances...), por abordar as mulheres com mais sensibilidade, diferentemente do machão que as encara como possíveis parceiras em potencial.

³⁷ Aline Monteiro (2005) dar uma definição semelhante para o termo. Segundo a jornalista, o überssexual é um homem “Estiloso e preocupado com a aparência, sem ser egocêntrico. Sensível, capaz de perceber e dar o devido valor às mulheres. Dono de convicções firmes e preocupado com causas sociais” (p.01).

cuidado. Não retirar os pelos da face contribuirá para compor a paisagem corporal do metrosssexual, na medida em que esse homem procurar cuidar, tratar, dessa barba, não a deixando crescer muito, aparando-a quando necessário. David Beckham, ícone do modo de ser metrosssexual, não se limita a andar sempre com o rosto liso. Recentemente, o jogador foi garoto-propaganda da coleção de cuecas que leva o seu nome, da H&M, aparecendo com o cabelo todo bem arrumado e a barba bem desenhada³⁸.

Desse modo, tudo dependerá, nesse caso, de como a barba por fazer, se encaixará, harmoniosamente, na forma como o metrosssexual apresentará seu corpo. É bom lembrar que esse homem gosta de se sentir notado; no entanto, pelo o que é belo na sua paisagem corporal e não pelo o que é/está feio. Por sua vez, esse “estar feio”, com os pelos da face crescidos, é muitas vezes parte do “personagem”, compõe a maneira na qual ele se compreende e quer ser percebido. Uma forma aparentemente “descolada” de se apresentar, mas ao mesmo tempo, extremamente trabalhada, cuidada, “antenada” com a ideia da sua vaidade, de seu modo de ser. Uma aparência bem pensada, tratada para parecer desleixada e provocar o impacto desejado.

Outro ponto importante na análise de meus/minhas interlocutores/as sobre Tomás (Leonardo Miggiorin), Narciso (Vladimir Brichta) e Carlos (Carlos Casagrande) é a procura de um “algo mais”, um detalhe, que façam eles/elas identificarem esses personagens como metrosssexuais. Não considerar como metrosssexual algum desses homens e justificar dizendo que é por que “a pele não está perfeita”, “demonstra se preocupar apenas com a saúde”, “o cabelo está comum”, “a blusa é básica” é deveras interessante, pois demonstra a necessidade de o metrosssexual se destacar no meio de outras representações masculinas. São necessários outros sinais para se fazer a diferença entre um homem vaidoso e um que vai além na fabricação de sua paisagem metrosssexual.

Desse modo, cobra-se desse tipo masculino uma aparência impecável com o uso de roupas diferentes, uma pele limpa e bonita, cabelos hidratados, certo conhecimento de moda, de excelentes lugares para se frequentar, dentre outros comportamentos e valores.

³⁸ As imagens de David Beckham pousando para a campanha da H&M pode ser vistas no seguinte sítio: <<http://dbcollaboration.hm.com>>.

Ary, um personagem que Garcia (2011:155-166) cria em seu texto para retratar o perfil do metrosssexual, está cheio de detalhes, de elementos diferenciadores de outros grupos sociais masculinos. Por exemplo, ele dorme em uma cama *master king* e desperta, às sete da manhã, quando seu relógio digital suíço toca, ou com uma canção de Vivaldi ou de Beethoven. Seu banho demora, aproximadamente, quarenta minutos, pois usa xampu, condicionador, passa creme no corpo, protetor solar, gel no cabelo... Sua preocupação com o que irá vestir perpassa até por questões de adequação ao clima daquele dia, o que lhe obriga a estar sempre conectado à internet. Preocupado em não engordar, em não deixar a barriga crescer, no seu café da manhã não permite entrar açúcar e nem adoçantes e muito menos pães e semelhantes. O mesmo, cedo, antes de ir ao trabalho, vai à academia para malhar e “fabricar” seu corpo. Ele nunca está sem perfume e produtos estéticos. No almoço, tudo natural, nada industrializado, a não ser o local: o *shopping center*, o qual serve, também, para espairar e ajudá-lo a restaurar as forças para o segundo tempo do trabalho. Sempre procura estar de posse de lançamentos tecnológicos, isso o ajuda na sua sociabilidade e, também, no seu trabalho de publicitário. Frequenta *happy hours* em lugares nobres da cidade, galerias de artes, dentre outros espaços, e nunca perde oportunidades para fazer contatos profissionais. Ele sempre está bem informado; por isso, se insere sem dificuldades nas rodas de conversa...

Claro que Ary é uma das formas possíveis de vivências do modo de ser metrosssexual. Apolo, Cratos e Zeus, ora se aproximam dessa representação, ora se distanciam, enquanto metrosssexuais. Devem-se levar em consideração os contextos que cada um está envolvido, o que contribuirá para que certos comportamentos e valores metrosssexuais sejam semelhantes e outros não. O importante é o grande cuidado que todos têm com a fabricação e apresentação de seus corpos, independente se eles podem ou não serem despertados por uma música clássica que sai de um relógio suíço pré-programado.

Interessante observar, ainda, na leitura que meus/minhas interlocutores/as fizeram de Tomás (Leonardo Miggiarin), Narciso (Vladimir Brichta) e Carlos (Carlos Casagrande), os tipos de metrosssexuais que eles/elas apontaram: “exagerado”, “fanático”, “romântico”, “na medida certa”, “disfarçado”, etc., ratificando que não há uma única forma de ver e vivenciar essa masculinidade e nem a vaidade. Isso também demonstra a fluidez das identidades, além de apontar para o fato de que a homogeneização, a universalização de comportamentos é algo complicado, pois fatores sociais, econômicos e culturais influenciam no modo de ser metrosssexual, por exemplo.

Desse modo, perceber nas telenovelas homens que cuidam da aparência, de forma exagerada ou não, é importante para se pensar as “novas/outras” expressões da masculinidade que estão na cena contemporânea. Notar a presença, nesse tipo de programa, de Narciso (Vladimir Brichta), Tomás (Leonardo Migliorin), Carlos (Carlos Casagrande), Jorgito (Rafael Cardoso), André (Lázaro Ramos), entre outros, contribui para a discussão da vaidade masculina nos seus aspectos de exagero, possibilidades, alternativas e desconstrução do mito de que o homem não se preocupa com a sua aparência.

Assim, o modo de cuidar e apresentar o corpo dos meus interlocutores e, também, a maneira como eles/elas veem o Outro (muito) vaidoso passa a ser (re)significado, atualizado não somente pelas ações do dia a dia, mas, igualmente, nas/pelas telenovelas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ver o homem avesso à vaidade, à moda é coisa do passado – na verdade, esse passado nunca existiu. A ideia de um masculino despreocupado com o que veste, que passa sabonete nos cabelos para não gastar muito tempo na hora do banho com xampus e condicionadores, tem perdido espaço na cena contemporânea.

É possível perceber que os homens, a cada dia, externalizam mais e mais sua vaidade. Meus interlocutores são prova disso; uma vez que eles estão constantemente produzindo sua paisagem corporal com produtos de beleza e serviços voltados para os cuidados da aparência. Eles se reconhecem assim. Alguns usam cremes no corpo e procuram tratar dos cabelos em um salão, barato, no entanto, que os deixem com um corte bonito, diferenciado do “comum” realizado em barbearias; outros consomem produtos da Tommy Hilfiger e frequentam academias – de bairro ou de renome. Ou seja, realizam diversos procedimentos para fabricarem corpos desejáveis, que chame atenção, que seja mais um ponto a seu favor na hora de se relacionar com as demais pessoas. Afinal, a contemporaneidade é imagética!

E isso não tem relação exclusiva com profissões midiáticas. Meus interlocutores não são cantores, atores, modelos, personalidades da mídia – que, geralmente se pensa, são os que se preocupam em demasiado com a imagem –, eles são estudantes, ou recém-formados, de Publicidade, Jornalismo, Ciências Sociais, Direito, Turismo e Psicologia. O cuidar do corpo vai além de uma exigência do mercado de trabalho. Eles se preocupam com a produção de seus corpos, primeiro para se satisfazerem, sentirem-se bem consigo mesmo, e, depois, para ganharem olhares e elogios, que contribuirá para dar início ao círculo. Por isso, consomem produtos e espaços que os deixarão bem – aos seus olhos e, principalmente, aos do Outro.

Assim, com o intuito de nomear esse homem que cuida muito da aparência, que não tem receio de gastar com produtos de beleza, por exemplo, surge o termo metrossexual, o qual vem (de)marcar esse “novo/outro” consumidor, porque eles compram e como compram! Há os que aproveitam a designação “*fashion*-mercadológica” para assumirem a vaidade. Outros preferem manterem-se longe para não levantar falsas suspeitas. No final, todos fazem a mesma coisa: consomem! Consumem a si na frente dos espelhos e, também, produtos e lugares que melhorarão a imagem refletida.

O metrosssexual, apesar de algumas resistências, está cada vez mais visível na sociedade brasileira. Desse modo, inicialmente como um tipo masculino que vai de encontro com os ditames da masculinidade hegemônica que, entre outras coisas, prega que os homens não devem ter grandes preocupações com a aparência, o metrosssexual aos poucos vai saindo de uma condição de “contra-poder” para se tornar um “poder”, também, disciplinador dos corpos, pois dita o que pode ou não ser considerado como comportamento e valores metrosssexuais. Basta o/a leitor/a lembrar dos valores e comportamentos listados por Wilton Garcia (2011) para identificar o metrosssexual.

Pensar, e exercitar, as identidades como algo em construção, colaboram para que o modo de ser metrosssexual não seja visto como um modelo fechado, conforme tentei mostrar com este trabalho, a partir dos dados obtidos com as entrevistas que realizei; uma vez que, meus/minhas interlocutores/as reconhecem que o metrosssexual modificará, cuidará da sua aparência com o que estiver ao alcance de seu consumo. Tomás (Leonardo Miggiolin), Narciso (Vladimir Brichta) e Carlos (Carlos Casagrande) também contribuem para se pensar as diferentes formas de se ser metrosssexual.

Ver o homem vaidoso seguindo alguns preceitos “básicos” de “fabricação” de seu corpo é compreensível, até mesmo para facilitar, se se quer, a identificação desse tipo masculino, para não ser um “metrosssexual disfarçado”. Contudo, é necessário ter em mente que, assim como cada sociedade tem seu “modelo” de masculinidade e feminilidade ideal, o mesmo acontece com o modo de ser metrosssexual, pois fatores sociais, econômicos e culturais estão diretamente refletidos nos sujeitos; o que não impede outras manifestações.

A atenção deve ser dada, por exemplo, mas não somente, às representações usadas pela publicidade que, muitas vezes, quer padronizar esse tipo masculino – determinado corpo, cor de pele, usando certas roupas, adereços, etc. –, dando um caráter de “hegemônico” a uma das vertentes de masculinidade metrosssexual, contribuindo para a não legitimação das variações. E quando falo “variações”, refiro-me aos marcadores da diferença como classe, idade, raça e sexualidade, porque ser vaidoso não é algo disponível apenas a um determinado grupo na sociedade.

Desse modo, sendo a telenovela uma programação popular no Brasil, a presença do metrosssexual na mesma é importante para visualização e debates sobre valores e comportamentos metrosssexuais. Nesse sentido, as telenovelas podem contribuir, além da

desmistificação do homem que não se cuida, para a apresentação de outras vivências de masculinidades. Claro, o preconceito deve ser combatido, e ele será, na medida em que outros personagens forem incluídos às tramas de forma séria e não passando uma imagem de fútil como, por exemplo, foi o caso de Tomás (Leonardo Miggiolin) em *Cobras & Lagartos* (2006).

As entrevistas que empreendi para este trabalho mostraram que o caráter pedagógico dos folhetins eletrônicos é reconhecido. Dessa forma, meus/minhas interlocutores/as veem como necessária e importante a veiculação de personagens masculinos vaidosos nas telenovelas, a fim de informar as pessoas sobre o metrossexual e, também, de gerar discussões sobre os mesmos. Afinal, a TV foi considerada por eles/elas como um importante meio de transmissão e de conhecimento sobre o novo.

Outra desmistificação necessária é a de que o homem que se preocupa com a aparência usa “coisas de mulher”, como se a vaidade participasse de um jogo dicotômico entre masculino e feminino. Esse pensamento acaba contribuindo para que o homem que cuida do seu corpo, que pinta cabelos e unhas, faz depilação, etc. seja considerado homossexual.

Também, muito além de se pensar que o homem que vai à manicure, pedicure, que frequenta centros estéticos, que usa produtos de beleza é uma pessoa fútil, deve-se ver a proposta performática do metrossexual como algo que quebra, borra, ultrapassa as fronteiras do gênero – pensadas no senso comum como fixas. Minha esperança é que a linha que insiste em separar homens e mulheres, a cada dia que passa, fique mais tênue e desapareça, de modo que livre, até mesmo, os produtos de serem reconhecidos como “para homem” e “para mulher”, excluindo assim, da “biografia das coisas” (Kopytoff 2008), as divisões de gênero.

Destarte, é possível avançar na visão limitadora do metrossexual apenas como heterossexual. Como falou o próprio criador do termo, Mark Simpson, a sexualidade é irrelevante para o processo de consumo do homem extremamente vaidoso do século XXI. Minhas entrevistas também mostraram que ser metrossexual independe da condição sexual dos sujeitos. É a publicidade, por exemplo, que se apropria do termo com uma conotação heterossexual para poder vender mais; para tirar de detrás dos espelhos os homens que, à frente desse objeto, agora consomem seus reflexos e, principalmente, os produtos dispostos no mercado, com o intuito de fabricar uma boa/melhor imagem de si, sem terem sua virilidade questionada, pois, possivelmente, como fala Garcia (2004, 2005, 2011), sempre quiseram

comprar/usar cremes, hidratantes, fazer depilação, mas não tinham coragem. No entanto, o termo pode dar algum respaldo.

A questão de a pessoa ser hetero, homo ou bissexual não a impede de ser metrossexual. Dessa forma, minhas interlocutoras e a maioria dos meus interlocutores que vivenciam uma condição homoerótica, namorariam um metrossexual. Para eles/elas, o envolvimento seria bom pelo fato desse homem se cuidar, não andar desleixado, mas sempre preocupado em estar bem apresentável. Contudo, houve ressalvas. O exagero e a futilidade foram, mais uma vez, destacados como características negativas desse homem vaidoso. Destarte, esses/essas interlocutores/as buscam um equilíbrio: o cuidado com o corpo não deve ser único e exclusivo, mas o (possível) parceiro deve demonstrar outros interesses, outras virtudes; o que não é difícil, haja vista que o metrossexual é uma pessoa “antenada”, que procura saber um pouquinho de tudo para não fazer feio nas rodas de conversa.

Em vista disso, mais do que dizer se essa vivência da masculinidade é boa ou não – deve-se superar o maniqueísmo! –, que o uso da designação *fashion*-mercadológica enquadra os homens, as pessoas de modo geral, em classificações que, geralmente, são ideais, ou seja, nunca atingidas na sua plenitude, termino este texto – não exaurindo suas questões (essa nunca foi minha intenção), mas, espero que levantando “novas/outras” problematizações –, com uma citação do guia de estilo do metrossexual, de Michael Flocker (2004:198): “Sua vida é sua própria criação. Faça que seja boa”. Isso basta!

Referências

- Alencar, M. 2002. Futebol e novela na memória do povo, in *Anais do XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*, pp. 1-14. Salvador, BA: Soc. Bras. Estud. Interd. Com. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2002/Congresso2002_Anais/2002_NP14ALE_NCAR.pdf>. Acesso em 10 abr. 2012.
- _____. 2012. Homens que assistem novelas, in *Sem Censura*. 17 mai. Disponível em: <<http://tvbrasil.abc.com.br/semcensura/episodio/max-viana-fala-sobre-a-carreira-e-os-shows>>. Acesso em 20 mai. 2012.
- Almeida, H. B. de. 2002. Melodrama comercial – reflexões sobre a feminilização da telenovela, in *Cadernos Pagu*. Vol. 19, pp. 171-194.
- _____. 2003. *Telenovela, consumo e gênero: “muitas mais coisas”*. Bauru, São Paulo: EDUSC.
- Almeida, M. I. M. de. 2006. “Zoar” e “ficar”: novos termos da sociabilidade jovem, in. *Culturas jovens: novos mapas do afeto*. Editado por M. I. M. de Almeida & F. Eugenio, pp. 139-157. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed.
- Andrade, R. M. B. de. 2003. Telenovelas: narrativas imaginárias do Brasil. *Comunicação & Política* X (3): 109-135.
- Antunes, E. 2009. Os objetos de desejo dos personagens masculinos das novelas, in *patriciakogut.com*. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/cultura/kogut/posts/2009/11/14/os-objetos-de-desejo-dos-personagens-masculinos-das-novelas-240609.asp>>. Acesso em 29 abr. 2011.
- Barreto Januário, S. M. B. 2009. O homem contemporâneo e sua representação social nos media. *Passages de Paris édition spéciale (APEB.fr)* 1: 223-235.
- Baudrillard, J. 1991a. *A sociedade de consumo*. Tradução de A. Morão. Rio de Janeiro: Edições 70.
- _____. 1991b. *Simulacros e simulação*. Tradução de M. J. da C. Pereira. Lisboa: Relógio d'Água.
- Becker, H. S. 2008. *Outsiders: estudos de sociologia do desvio*. 1.ed. Tradução de M. L. X. de Borges. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed.
- Beleli, I. 2005. *Marcas da diferença na propaganda brasileira*. Tese de Doutorado. Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais. Universidade Estadual de Campinas, São Paulo.
- Bento, B. 2006. *A reinvenção do corpo: sexualidade e gênero na experiência transexual*. Rio de Janeiro: Garamond.

Berger, P. & Berger, B. 2004. O que é uma instituição social?; Socialização: Como ser um membro da sociedade, in *Sociologia e sociedade: leituras de introdução à sociologia*. Editado por M. M. Foracchi & J. de S. Martins, pp. 163-168, 169-181. Rio de Janeiro: LTC.

Bernardo, André & Lopes, Cintia. 2009. *A seguir, cenas do próximo capítulo: as histórias que ninguém contou dos 10 maiores autores de telenovela do Brasil*. São Paulo: Panda Books.

Bourdieu, P. 1997. *Sobre a televisão*. Tradução de M. L. Machado. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed.

_____. 2004. *Coisas ditas*. Tradução de C. R. da Silveira & D. M. Pegorim. São Paulo: Brasiliense.

Bravo, Z. 2010. Programa de macho: a paixão dos homens por novelas revela-se cada vez mais forte e derruba o mito de que o gênero é “coisa de mulher”. *O Liberal*, Belém 27 jan., Revista da TV, pp. 3-5.

Butler, J. 2003. *Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade*. Tradução de R. Aguiar. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.

Campedelli, S. Y. 1987. *A telenovela*. 2.ed. São Paulo: Editora Ática.

Cardoso de Oliveira, R. 1998. O trabalho do antropólogo: olhar, ouvir, escrever, in _____. *O trabalho do antropólogo*. Brasília: Paralelo 15; São Paulo: Editora UNESP, pp. 17-35.

Castro, A. L. de. 2007. Culto ao corpo e estilos de vida: o jogo da construção de identidades na cultura contemporânea. *Perspectiva* 31:137-168.

Castro, M. L. D. de. 2005. Televisão: entre a divulgação e a promoção, in *XIV Encontro Anual da COMPÓS*, pp. 1-12. Niterói: Ass. Nac. Prog. Pós-Grad. Com. Disponível em: <<http://www.unicap.br/gtpsmid/artigos/2005/Maria-Lilia.pdf>>. Acesso em 17 out. 2009.

Collange, C. 1982. Como vão os homens? Tradução de M. C. Marcondes. São Paulo: DIFEL.

Connell, R. W. 1995. Políticas da masculinidade. Tradução de T. T. da Silva. *Educação & Realidade* 20(2):185-206.

Da Matta, R. 1976. *Um mundo dividido: a estrutura social dos índios Apinayé*. Petrópolis: Vozes.

_____. 1986. *O que faz o Brasil, Brasil?* Rio de Janeiro: Rocco.

_____. 1997. *Carnavais, malandros e heróis: para uma sociologia do dilema brasileiro*. 6.ed. Rio de Janeiro: Rocco.

Debord, G. 1997. A sociedade do espetáculo. Tradução de E. dos S. Abreu. Rio de Janeiro: Contraponto.

Diário do vale. 2006. Tietagem em cena: Leonardo Miggiolin comemora parceria com Marília Pêra. *Diário Online*, Sul Fluminense, RJ, Caderno da TV. Disponível em <<http://www.diarioonline.com.br/arquivo/4593/cadernos/tv-18138.html>>. Acesso em 29 jul. 2011.

Evans-Pritchard, E. E. 2005. Algumas reminiscências e reflexões sobre o trabalho de campo, in _____. *Bruxaria, oráculos e Magia entre os Azande*. Tradução de E. Viveiros de Castro, pp. 243-255. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed.

Eugênio, F. 2006. Corpos voláteis: estética, amor e amizade no universo gay, in *Culturas jovens: novos mapas do afeto*. Editado por M. I. M. de Almeida & F. Eugênio, pp. 158-176. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed.

Figueiredo, T. de O. 2008. *Telenovela é coisa de mulher? A presença da publicidade para o público masculino no horário da telenovela das 20h*. Monografia de Conclusão de Curso. Faculdade de Comunicação. Universidade Federal da Bahia, Salvador.

Flocker, M. 2004. *O metrossexual: um guia de estilo: um manual para o homem moderno*. Tradução de S. Nazarian. São Paulo: Editora Planeta do Brasil.

Franco, M. C. P. 2001. *Os Milton: cem anos de história familiar nos seringais*. Tese de doutorado. Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais. Universidade Estadual de Campinas, São Paulo.

Freitas, L. K. M. R. 2011. Novos modos de (a)enunciar o masculino na mídia: o discurso da publicidade sobre o metrossexual. *Revista Litteris* (7):01-15. Disponível em <www.revistalitteris.com.br>. Acesso em 20 jul. 2011.

Foucault, M. 1997. *Resumo dos cursos no Collège de France (1970-1982)*. Tradução de A. Daher. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.

_____. 2006. *O poder psiquiátrico: curso dado no Collège de France (1973-1974)*. Tradução de E. Brandão. São Paulo: Martins Fontes.

_____. 2010. O corpo dos condenados, in *Vigiar e punir: nascimento da prisão*. 38.ed. Tradução de R. Ramalhete, pp. 9-33. Rio de Janeiro: Vozes.

Fuks, M. 1998. Arenas de ação e debate públicos: conflitos ambientais e a emergência do meio ambiente enquanto problema social no Rio de Janeiro. *Revista Dados* 41(1):87-113.

Garboggini, F. B. 1999. *O homem no espelho da publicidade: reflexão e refração da imagem masculina em comerciais de TV nos anos 90*. Tese de Doutorado em Ciências da Comunicação. Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, SP.

Garcia, W. 2004. O corpo contemporâneo: a imagem do metrossexual no Brasil. *Mneme – R. vir. Hum.* 5 (11): 01-15. Disponível em <<http://www.cerescaico.ufrn.br/mneme/pdf/mneme11/097.pdf>>. Acesso em 10 mar. 2011.

_____. 2005. *Corpo, mídia e representação: estudos contemporâneos*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning.

_____. 2011. *O metrossexual no Brasil: estudos contemporâneos*. São Paulo: Factash Editora.

Gaskell, G. 2005. Entrevistas individuais e grupais, in *Pesquisa quantitativa com texto, imagem e som: um manual prático*. Editado por M. Bauer & G. Gaskell, pp. 64-89. Petrópolis: Vozes.

Goffman, E. 2008. *Estigma: notas sobre a manipulação da identidade deteriorada*. 4.ed. Tradução de M. B. de M. L. Nunes. Rio de Janeiro: LTC.

Goldenberg, M. & Ramos, M. S. 2002. A civilização das formas: o corpo como valor, in *Nu & Vestido*. Editado por M. Goldenberg, pp. 19-40. Rio de Janeiro/São Paulo: Editora Record.

Goldenberg, M. 2005. Gênero e corpo na cultura brasileira. *Psicologia Clínica* 17(2):65-80.

_____. 2006. O discurso sobre o sexo: diferenças de gênero na juventude carioca, in *Culturas jovens: novos mapas do afeto*. Editado por M. I. M. de Almeida & F. Eugênio, pp. 25-41. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed.

Granovetter, M. 1990. The old and the new Economic Sociology: a history and an agenda, in *Beyond the marketplace: rethinking economy and society*. Editado por R. Friedland & A. F. Robertson, pp. 89-122. New York: Aldine de Gruyter.

_____. 2003. Ação econômica e estrutura social: o problema da incrustação, in *A nova sociologia econômica*. Editado por J. Peixoto & R. Marques, pp. 69-101. Oeiras: Celta.

Hall, S. 2011. *A identidade cultural na pós-modernidade*. 11.ed. Tradução de T. T. da Silva & G. L. Louro. Rio de Janeiro: DP&A.

Hamburger, E. 1998. Diluindo fronteiras: a televisão e as novelas no cotidiano, in *História da vida privada no Brasil: contrastes da intimidade contemporânea* Vol. 4. Editado por F. A. Novais & Schwarz, L. M., pp. 440-487. São Paulo: Companhia das Letras.

_____. 2005. *O Brasil antenado: a sociedade da novela*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed.

Haraway, D. 2004. “Gênero” para um dicionário marxista: a política sexual de uma palavra. Tradução de M. Corrêa. *Cadernos Pagu* (22):201-246.

Kellner, D. 2001. *A cultura da mídia – estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno*. Tradução de I. C. Benedetti. São Paulo: EDUSC.

Kimmel, M. S. 1998. A produção simultânea de masculinidades hegemônicas e subalternas. Tradução de A. F. Leal. *Horizontes Antropológicos* 4(9):103-117.

Kopytoff, I. 2008. A biografia cultural das coisas: a mercantilização como processo, in *A vida social das coisas: as mercadorias sob uma perspectiva cultural*. Editado por A. Appadurai.

Tradução de J. A. Drummond, pp. 89-121. Niterói: Editora da Universidade Federal Fluminense.

Le Breton, D. 2007. *A sociologia do corpo*. 2.ed. Tradução de S. M. S. Fuhrmann. Petrópolis, RJ: Vozes.

Lipovetsky, G. 2009. O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas. Tradução de M. L. Machado. São Paulo: Companhia das Letras.

Lopes, P. F. de C. 2007. Telenovela – o erotismo como produtor de sentidos, in *I Colóquio Brasil-Chile de Ciências da Comunicação*, pp. 1-15. Santiago: Soc. Bras. Est. Int. Com. Disponível em: <http://www.accionaudiovisual.uc.cl/prontus_fcom/site/artic/20070416/asocfile/20070416090408/08_paulo_fernando.pdf>. Acesso em 22 mai. 2012.

Louro, G. L. 1997. *Gênero, sexualidade e educação: uma perspectiva pós-estruturalista*. Petrópolis, RJ: Vozes.

Malcher, M. A. 2001. *A legitimação da telenovela e o gerenciamento de sua memória: o Núcleo de Pesquisa de Telenovela da ECA-USP*. Dissertação de Mestrado. Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, SP.

Malinowski, B. 1976. *Argonautas do Pacífico Ocidental*. Tradução de A.P. Carr & L. A. C. Mendonça. São Paulo: Abril Cultural.

Martins, V. S. & Santos, G. F. C. do. 2009. *Merchandising comercial e merchandising social: os protagonistas de grandes sucessos da telenovela brasileira*, in *Anais do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*, pp. 1-15. Curitiba: Soc. Bras. Estud. Interd. Com. Disponível em <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-1263-1.pdf>>. Acesso em 17 out. 2009.

Mauss, M. 1974. As técnicas do corpo, in *Sociologia e Antropologia* Vol.II. Tradução de M. W. B. de Almeida & L. Puccinelli, pp. 209-233. São Paulo: EPU/EdUSP.

Mead, M. 1988. *Sexo e temperamento*. Tradução de R. Krausz. São Paulo: Editora Perspectiva.

Medrado, B. D. 1997. *O masculino na mídia: repertórios sobre masculinidade na propaganda televisiva brasileira*. Dissertação de Mestrado. Programa de Estudos Pós-Graduados em Psicologia Social, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, SP.

____ & Lyra, J. 2008. Por uma matriz feminista de gênero para os estudos sobre homens e masculinidades. *Estudos Feministas* 16(3):809-840.

Minayo, M. C. de S. 2000. *O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde*. São Paulo/Rio de Janeiro: HUCITEC/ABRASCO.

Miskolci, R. 2009. A Teoria Queer e a Sociologia: o desafio de uma analítica da normalização. *Sociologias* 11(21):150-182.

Monteiro, A. 2005. O *über* está entre nós? *O Liberal*, Belém, 06 nov., Cartaz, p. 01.

Moreira, G. M. 2008. *De Apolo a Narciso, do corpo construído ao corpo vivido: representações sociais sobre o corpo*. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais, Universidade Federal de Juiz de Fora, JF.

Moutinho, L. 2004. *Razão, “cor” e desejo: uma análise comparativa sobre relacionamentos afetivo-sexuais “inter-raciais” no Brasil e na África do Sul*. São Paulo: UNESP.

Nascimento, P. F. G. do. 1999. *“Ser homem ou nada”: diversidade de experiências e estratégias de atualização do modelo hegemônico da masculinidade em Camaragibe/PE*. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação em Antropologia. Universidade Federal de Pernambuco, PE.

O Liberal. 2012. Réne volta a morar com Tereza. *O Liberal*, Belém, 03 fev., Magazine, p. 07.

Oliveira Júnior, E. B. de. 2009. *Coisa de mulher? As telenovelas pela ótica masculina*. Monografia de Conclusão de Curso. Faculdade de Ciências Sociais. Universidade Federal do Pará, Belém.

____; Oliveira, E. O. de & Nina, A. M. S. 2011. Coisas de menino e coisas de menina: a percepção da criança sobre o universo do gênero, in *Mulheres amazônidas: imagem, cenários, histórias* Vol. 3. Editado por M. A. Motta-Maués; M. L. M. Álvares; E. F. dos Santos, pp. 123-144. Belém: GEPEM.

Oliveira, L. 2011. Metrossexuais da bola vão de cabelos exóticos a cremes e sobrancelhas perfeitas. *Uol Esporte*, São Paulo. Disponível em: <<http://esporte.uol.com.br/futebol/ultimas-noticias/2011/06/03/metrossexuais-da-bola-va-de-cabelos-exoticos-a-cremes-e-sobrancelhas-perfeitas.htm>>. Acesso em 03 jun. 2011.

Oliveira, M. A. da C. & Leão, A. L. M. de S. 2011. O papel da subjetividade na construção da identidade metrosssexual. *ReMark – Rev. bras. Mark*. 10 (1):177-202.

Oliveira, P. P. de. 2004. *A construção social da masculinidade*. Belo Horizonte: Editora UFMG; Rio de Janeiro: IUPERJ.

Ortiz, Renato; Borelli, S. H. & Ramos, J. M. 1991. *Telenovela: História e produção*. 2.ed. São Paulo: Editora Brasiliense.

Ortiz, Renato. 1994. *Mundialização e cultura*. 2.ed. São Paulo: Editora Brasiliense.

Ortiz, Reinaldo. 1995. Discursos masculinos: a auto-opressão do homem e a prevenção da transmissão do HIV/AIDS, in *A desconstrução do masculino*. Editado por S. Nolasco, pp. 148-155. Rio de Janeiro: Rocco.

Paiva, C. C. de. 1998. *Dionísio e os garimpeiros: breve leitura da telenovela “Irmãos Coragem”*. Biblioteca on-line de Ciências da Comunicação, pp. 1-7. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/cardoso-claudio-garimpeiros.pdf>>. Acesso em 22 mai. 2012.

Portinari, D. & Coutinho, F. R. 2006. A roupa faz o homem: a moda como questão, in *Culturas jovens: novos mapas do afeto*. Editado por M. I. M. de Almeida & F. Eugênio, pp. 59-78. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed.

Raud-Mattedi, C. 2005. Análise crítica da Sociologia Econômica de Mark Granovetter: os limites de uma leitura do mercado em termos de redes e imbricação. *Política & Sociedade* (6):59-82.

Rebouças Neto, H. F. & Rodrigues, K. M. F. 2009. *Invisível, eu? NOT! Exteriorização do eu e medo do silêncio no Twitter*. Monografia de Conclusão de Curso. Faculdade de Comunicação. Curso de Universidade Federal do Pará, Belém.

Rocha, E. P. Guimarães. 1995. *Magia e capitalismo: um estudo antropológico da publicidade*. 3.ed. São Paulo: Editora Brasiliense.

Rubin, G. 1993. *O tráfico de mulheres: notas sobre a “economia política” do sexo*. Tradução de C. R. Dabat; E. O. da Rocha & S. Corrêa. Recife: SOS Corpo, pp. 01-32.

Sabat, R. 2001. Pedagogia cultural, gênero e sexualidade. *Estudos Feministas* 9:09-21.

Scott, J. 1995. Gênero: uma categoria útil de análise histórica. Tradução de G. L. Louro. *Educação & Realidade* 20(2):71-99.

Sedgwick, E. K. 2007. A epistemologia do armário. Tradução de P. Dentzien. *Cadernos Pagu* (28):19-54.

Sifuentes, L. 2009. Personagem de novela ou mulher da vida real? Mediações culturais na conformação da identidade feminina. *Contracampo* (20):64-78.

_____. 2010. *Telenovela e a identidade feminina de jovens de classe popular*. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação em Comunicação. Universidade Federal de Santa Maria, Rio Grande do Sul.

Silva, S. G. 2000. Masculinidade na História: a construção cultural da diferença entre os sexos. *Psicologia, Ciência e Profissão* 20(3):8-15.

Silva, L. F. da; Rosa, L. M. A.; Rahe, M. C. & Gomes M., M. 2006. Telenovelas, diálogo com a realidade social e padronizada, in *XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*, pp. 1-11. Brasília: Soc. Bras. Est. Int. Com. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2006/resumos/R0182-1.pdf>>. Acesso em 03 jun. 2011.

Silva, L. F. da & Gomes M., M. 2007. Os homens e a ficção seriada: apontamentos sobre a recepção e a representação do masculino nas telenovelas, in *VIII Congresso Brasileiro de*

Ciências da Comunicação, pp. 1-15. Cuiabá: Soc. Bras. Est. Int. Com. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/centrooeste2007/resumos/R0005-1.pdf>>. Acesso em 03 jun. 2011.

Simpson, M. 2004. Eu me amo, eu me amo... in *R. Veja*. Disponível em: <http://veja.abril.com.br/especiais/homem_2004/p_022.html>. Acesso em 16 mai. 2011.

Souza, I. J. 1997. “*Tribos urbanas*” em Belém: *drag queens – rainhas ou dragões?* Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais. Universidade Federal do Pará, Belém.

Souza, M. F. de. 2009. As análises de gênero e a formação do campo de estudos sobre a(s) masculinidade(s). *Mediações* 14(2):123-144.

Turner, T. 1980. The social skin, in *Not work alone*. Editado por J. Cherfas, pp. 112-140. Londres: Temple Smith.

Vale de Almeida, M. 1996. Gênero, masculinidade e poder: revendo um caso do sul de Portugal. *Anuário Antropológico/95*, pp. 161-189. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro.

Viveiros de Castro, E. 1987. A fabricação do corpo na sociedade Xinguana in *Sociedades indígenas e indigenismo no Brasil*. Editado por J. P. Oliveira Filho, pp. 31-41. Rio de Janeiro: Marco Zero.

Wanzeler, E. & Jatene, Í. 2007. *Tá na novela? Tá na moda! A influência da telenovela no vestuário brasileiro*. Monografia de Conclusão de Curso. Faculdade de Comunicação. Universidade Federal do Pará: Belém.

Welzer-Lang, D. 2001. A construção do masculino: dominação das mulheres e homofobia. Tradução de M. P. Grossi. *Estudos Feministas* 9:460-482.

Xavier, N. 2007. *Almanaque da telenovela brasileira*. São Paulo: Panda Books.

Zylberkan, M. 2012. Mocinhas alfa X machos beta. *R. Veja*. São Paulo: Ed. Abril, 10 fev., Celebriedades/Notícias, pp. 01-03. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/noticia/celebriedades/novelas-a-vez-das-mocinhas-alfa-x-machos-beta>>. Acesso em 17 mai. 2012.

Sites Consultados

<http://agoraquesaoeles.blogspot.com.br/>

<http://www.diarioon.com.br/>

<http://dbcollaboration.hm.com>

<http://diversao.terra.com.br/>

<http://entretenimento.br.msn.com/>

<http://entretenimento.r7.com/>

<http://exclusivo.terra.com.br/>

<http://www.leomiggiorin.com/>

<http://www.marksimpson.com>

<http://memoriaglobo.globo.com>

<http://orkut.com.br/>

<http://www.pernambuco.com/>

<http://www.sbt.com.br>

<http://teledossie.com.br/>

<http://teledramaturgia.com.br/>

<http://televisao.uol.com.br/>

<http://tocounanovela.blogspot.com.br/>

<http://tv.globo.com/>

<https://twitter.com/>

<http://www.us.terra.com/>

<http://www.youtube.com/>

APÊNDICE A: Relação dos/as interlocutores/as e tipo de laço social³⁹

Nomes	Laço Social
Afrodite	Laço Fraco
Apolo	Laço Fraco
Ártemis	Laço Fraco
Atena	Laço Forte
Cratos	Laço Forte
Dionísio	Laço Fraco
Hefesto	Laço Fraco
Hera	Laço Forte
Hércules	Laço Fraco
Hipnos	Laço Fraco
Maia	Laço Forte
Morfeu	Laço Forte
Nomos	Laço Fraco
Perseu	Laço Forte
Poseidon	Laço Fraco
Zeus	Laço Fraco

³⁹ Acredito ser importante dizer que, outras pessoas foram indicadas; contudo, não utilizo seus discursos neste trabalho, porque, ou não foi possível o contato com elas ou as mesmas disseram que nunca assistiram telenovela.

APÊNDICE B: Roteiro de Entrevistas para as Telespectadoras

- ✓ Iniciais do Nome
- ✓ Idade
- ✓ Sexo ao nascer
- ✓ Sexualidade
- ✓ Escolaridade
- ✓ Casado, solteiro ou viúvo?
- ✓ Trabalha? Estuda?
- ✓ Quantos aparelhos de TV têm em casa?
- ✓ Com que frequência assiste televisão? Qual(is) o(s) horário(s)?
- ✓ Assiste TV sozinho(a) ou acompanhado(a)? (Se acompanhado(a), por quem?)
- ✓ Que programas costuma assistir?
- ✓ Assiste telenovela? Quantas?
- ✓ Em qual canal assiste telenovela?
- ✓ Qual o horário assiste telenovela?
- ✓ Tipo de personagem que chama atenção
- ✓ Opinião sobre os personagens masculinos (Em relação à sexualidade, ao caráter, romances com outros personagens...)
- ✓ Como nomeia o homem preocupado com a aparência, vaidoso, que gosta de usar roupa de grife, passa creme no corpo, vai à manicure e pedicure, gosta de frequentar shoppings, que sabe sobre moda, gastronomia, vinhos?
- ✓ Já ouviu falar em “metrossexual”?
- ✓ O que seria para você um metrossexual?
- ✓ Há personagens metrossexuais nas telenovelas? (Se possível, dê exemplos)
- ✓ Você acha necessária a presença de personagens com características metrossexuais nas telenovelas? Por quê?
- ✓ Você conhece algum metrossexual? Se sim, como é sua relação com ele?
- ✓ Como você vê a relação (ou opinião) das demais pessoas com os metrossexuais?
- ✓ Você conhece algum famoso que seja metrossexual?
- ✓ Você acha que ser metrossexual independe da pessoa ser heterossexual ou homossexual? Por quê?
- ✓ Você namoraria um metrossexual?

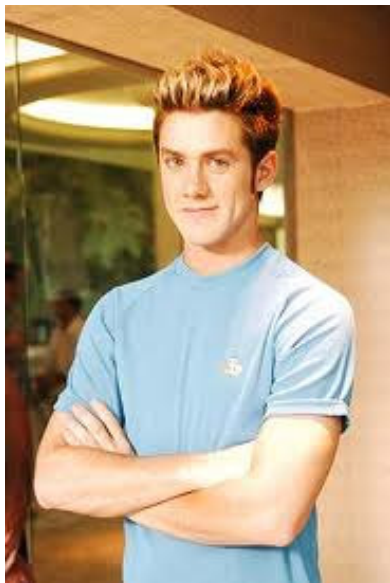
- ✓ Mulher pode ser metrosssexual? Por quê?

APÊNDICE C: Roteiro de Entrevistas para os Telespectadores

- ✓ Iniciais do Nome
- ✓ Idade
- ✓ Sexo ao nascer
- ✓ Sexualidade
- ✓ Escolaridade
- ✓ Casado, solteiro ou viúvo?
- ✓ Trabalha? Estuda?
- ✓ Você se preocupa com a sua aparência?
- ✓ Como você cuida do seu corpo?
- ✓ Você se considera vaidoso? Por quê?
- ✓ O local onde você corta o cabelo é considerado um Salão ou uma Barbearia? Homens e mulheres frequentam esse espaço?
- ✓ Você pinta ou já pintou o cabelo? Por quê? (Se não, tem vontade de pintar?)
- ✓ Qual a sua opinião sobre os homens que pintam o cabelo?
- ✓ Você alisa ou já alisou o cabelo alguma vez? Por quê? (Se não, tem vontade de alisar?)
- ✓ Qual a sua opinião sobre os homens que alisam o cabelo?
- ✓ Quem corta a suas unhas? Frequenta a manicure e pedicure? Por quê?
- ✓ Qual a sua opinião sobre os homens que vão à manicure/pedicure?
- ✓ Usa ou já usou algo nas unhas? Esmalte? Base? Por quê? (Se não, tem vontade de usar? Qual? Por quê?)
- ✓ O que acha dos homens que usam?
- ✓ Você faz as sobrancelhas? Por quê? (Se não, tem vontade de fazer as sobrancelhas?)
- ✓ Qual a sua opinião sobre os homens que fazem as sobrancelhas?
- ✓ Você se depila? Por quê? (Se não, tem vontade de fazer depilação?)
- ✓ Qual a sua opinião sobre os homens que fazem depilação?
- ✓ Passa algum tipo de creme no corpo? (Se sim, qual e por quê?)
- ✓ O que acha dos homens que usam?
- ✓ Quem compra as suas roupas?
- ✓ Na hora de comprar roupas costuma perguntar a alguém se a mesma ficou boa em você? (Se sim, quem?). Caso você pergunte e essa pessoa diga que não ficou boa, o que você faz?

- ✓ Você costuma escolher a roupa que você vai usar no dia-a-dia? Pergunta a alguém se ficou boa em você? (Se sim, para quem? E o que você faz se a pessoa diz que não ficou boa?)
- ✓ Você frequenta shoppings? Gosta? Por quê?
- ✓ Onde e com o que gosta de gastar seu dinheiro?
- ✓ Você costuma consumir produtos de grife? (Se sim, o quê? Se não, por quê?)
- ✓ Como você se considera em relação à moda?
- ✓ Quantos aparelhos de TV têm em casa?
- ✓ Com que frequência você assiste televisão? Qual(is) o(s) horário(s)? Por quê?
- ✓ Assiste TV sozinho ou acompanhado? (Se acompanhado, por quem?)
- ✓ Que programas você costuma assistir?
- ✓ Assiste telenovela? Por quê?
- ✓ Quem assiste telenovela com você?
- ✓ Quantas telenovelas você assiste?
- ✓ Em qual(is) canal(is) você assiste telenovela? Por quê?
- ✓ Qual(is) o(s) horário(s) que você assiste telenovela?
- ✓ Que tipo de personagem lhe chama atenção numa telenovela?
- ✓ Qual a sua opinião sobre os personagens masculinos? (Em relação à sexualidade, ao caráter, romances com outros personagens, etc.)
- ✓ Como você nomearia o homem preocupado com a aparência, vaidoso, que gosta de usar roupas de grife, passa creme no corpo, vai à manicure e pedicure, gosta de frequentar shoppings, que sabe sobre moda, gastronomia, vinhos...?
- ✓ Você acha que tem uma idade de início e de “fim” para uma pessoa ser como relatado à cima?
- ✓ Você já ouviu falar em “metrossexual”? Em que meio? (TV, revistas, internet, amigos...)
- ✓ O que seria para você um metrossexual?
- ✓ Há personagens metrossexuais nas telenovelas? (Se possível, dê exemplos)
- ✓ Você acha necessária a presença de personagens com características metrossexuais nas telenovelas? Por quê?
- ✓ Você conhece algum metrossexual? Se sim, como é sua relação com ele?
- ✓ Como você vê a relação (ou opinião) das demais pessoas com os metrossexuais?
- ✓ Você conhece algum famoso que seja metrossexual?

- ✓ Você acha que ser metrosssexual independe da pessoa ser heterossexual ou homossexual? Por quê?
- ✓ Você acha que hoje as mulheres procuram metrosssexuais para se envolverem amorosamente?
- ✓ Mulher pode ser metrosssexual? Por quê?

APÊNDICE D: Tomás (Leonardo Miggiarin)⁴⁰**Tomás (Leonardo Miggiarin – Cobras & Lagartos)**

Filho de Milu, Tomás era um jovem bonito, boêmio... Era muito ligado à moda: um dia estava de cabelo preto, no outro, oxigenado; um dia, rastafári, no outro, escovinha. Isso sem falar nos olhos com lentes coloridas. Amava festas, baladas, raves, escândalos e capas de revistas.

⁴⁰ Sites onde as imagens podem ser encontradas e de onde foram extraídos trechos da descrição sobre o personagem: <<http://cobraselagartos.globo.com/Novela/Cobraselagartos/Personagem/0,,PS595-5732,00.html>>, <<http://www.leomiggiarin.com/atuacoes/tv/>>.

APÊNDICE E: Narciso (Vladimir Brichta)⁴¹



Narciso (Vladimir Brichta – Belíssima)

Tinha um jeito malandro e mulherengo. Era professor de capoeira na academia de ginástica Physical. Conseguiu fazer um trabalho de modelo, mas sua atenção estava voltada para as belas mulheres do mundo da moda e não propriamente para a carreira.

Narciso achava desnecessário tudo o que não era belo. Ele não tinha limites para a vaidade, para ter o que queria. Narciso ficou apavorado uma vez com uma ruguinha que apareceu no canto do olho quando se olhou no espelho.

⁴¹ Sites onde as imagens podem ser encontradas e de onde foram extraídos trechos da descrição sobre o personagem: <http://belissima.globo.com/Novela/Belissima/Personagem/0..PS369-5002.00.html>, <http://televisao.uol.com.br/ultimas-noticias/2005/12/16/ult698u9782.jhtm>, <http://exclusivo.terra.com.br/galerias/0..OI23004-EI5831-FI275397.00.html>.

APÊNDICE F: Carlos (Carlos Casagrande)⁴²



Carlos (Carlos Casagrande – Viver a Vida)

Era um conquistador que fazia sucesso entre as mulheres. Era extremamente galanteador, um galã moderno, que gostava de arte, era sensível e educado. Via o sexo como uma consequência da paquera, não como objetivo. Ia contra aquela corrente do machista, galinha. Era daquele tipo de homem que ficava vidrado com a beleza das mulheres. Levava a vida sempre com bom humor, era otimista e um tanto liberal.

⁴² Sites onde as imagens podem ser encontradas e de onde foram extraídos trechos da descrição sobre o personagem: <<http://entretenimento.r7.com/famosos-e-tv/noticias/carlos-casagrande-nao-e-como-na-novela-nunca-me-apaixonei-por-uma-mulher-casada-20091211.html>>, <<http://entretenimento.br.msn.com/famosos/entrevistas-artigo.aspx?cp-documentid=23723795>>, <<http://diversao.terra.com.br/gente/interna/0,,OI3628221-EI13419,00.html>>.

APÊNDICE G: Alguns dados das telenovelas citadas na Dissertação

Abaixo elenco, em ordem alfabética, as telenovelas citadas nesta dissertação. Apresento algumas informações sobre as mesmas, como emissora, horário e um breve resumo, para que o/a leitor/a possa conhecer ou rememorar as tramas.

A Favorita

Emissora: Rede Globo

Horário: 21 horas

Período: de 2 de junho a 17 de janeiro de 2009

Número de capítulos: 197 capítulos

Autor: João Emanuel Carneiro

Breve Resumo: Tem como trama central a briga entre duas amigas de infância, Flora (Patrícia Pillar) e Donatela (Cláudia Raia), que no passado haviam formado uma dupla sertaneja: Faísca e Espoleta. Uma das duas matou com três tiros Marcelo (Flavio Tolezani) que à época era marido de Donatela, cujo casamento estava em crise desde o sequestro do filho Mateus (posteriormente, Cauã Reymond), quando este tinha seis meses. A relação entre as duas piora quando Donatela descobre o caso extraconjugal do marido com a amiga. Flora foi acusada do assassinato por Donatela e com o testemunho de Cilene, que disse ter visto o que aconteceu, passou 18 anos presa. Donatela, durante esses anos, cria Clara (Mariana Ximenes) – filha de Flora e de Marcelo, como todos acreditam. Ao sair da cadeia, Flora tentará que provar sua inocência, enquanto a rival fará de tudo para que mãe e filha não se reaproximem.

A Próxima Vítima

Emissora: Globo

Horário: 20 horas

Período: de 13 de março a 4 de novembro de 1995

Número de capítulos: 203 capítulos

Autor: Silvio de Abreu

Breve Resumo: Trama policial movida pela investigação de quem é o assassino do Opala preto, o porquê e, também, de quem seria a próxima vítima. Inicialmente, apenas uma lista de horóscopo chinês, que as vítimas recebiam antes de morrer, ligavam as mesmas. Entre os assassinados estão: Giggio De Angelis (Caros Eduardo Dolabella), cuja morte ocasionou as demais; Leotina Mestieri (Maria Helena Dias), Paulo Soares/Arnaldo Roncalho (Reginaldo Farias), Hélio Ribeiro (Francisco Cuoco), Josias da Silva (José Augusto Branco), Júlia Braga (Glória Menezes), Ivete Bezerra (Liana Duval), Kléber Noronha (Antônio Pitanga), Ulisses Carvalho (Otávio Augusto), Eliseo Giardini (Gianfrancesco Guarnieri). Ao final da telenovela descobre-se que essas mortes foram queimas de arquivo. O criminoso, desmascarado no último capítulo, era Adalberto Vasconcelos (Cecil Thiré), marido de Carmela Ferreto (Yoná Magalhaes), pai de Isabela (Cláudia Ohana) e amante de Francesca Ferreto (Tereza Rachel) esposa de Giggio De Angelis.

A Usurpadora

Emissora: SBT

Horário: 20 horas

Período: de 22 de junho a 9 de novembro

Número de capítulos: 120 capítulos

Autor: Inés Rodena

Breve Resumo: Paola e Paulina (ambas Gabriela Spanic) são irmãs gêmeas que foram separadas quando crianças pela própria mãe que, sem condições de criar as duas, deu Paola para adoção. As duas irmãs são idênticas, mas só na aparência. Paulina é moça simples e de bom caráter. Paola é vaidosa e interesseira. Casada com Carlos Daniel Bracho (Fernando Colunga), Paola mantém um caso com o cunhado Willy (Juan Pablo Gamboa). Cansada de conviver com a família Bracho, arruma uma desculpa e viaja com um dos seus amantes; nessa viagem, encontra Paulina. Espantada com a semelhança entre elas, Paola arma para que Paulina se passe por ela no seio da família Bracho. Para convencê-la, acusa-a de roubo e assim, para não ir para a cadeia, Paulina acaba aceitando se passar pela senhora Bracho, enquanto essa viaja pelo mundo com seus amantes. Sem ser reconhecida, Paulina convive

com os Bracho e, aos poucos, vai ajudando tanto os membros da família quanto a fábrica quase falida, mas sem antes padecer por ser Paola. Quando tudo parecia se acalmar, já feliz ao lado de Carlos Daniel e sua família, eis que Paola reaparece para “desmascarar” a usurpadora e, assim, retomar seu antigo lugar.

A Vida da Gente

Emissora: Globo

Horário: 18 horas

Período: de 26 de setembro de 2011 a 3 de março de 2012

Número de capítulos: 137 capítulos

Autor: Lícia Manzo

Breve Resumo: Durante a convivência como irmãos postigos Ana (Fernanda Vasconcellos) e Rodrigo (Rafael Cardoso) se apaixonam. Quando eles resolvem assumir a relação para a família, eis que Eva (Ana Beatriz Nogueira) – mãe de Ana e Manuela (Marjorie Estiano) – e Jonas (Paulo Betti), pai de Rodrigo e Nanda (Maria Eduarda), estão se separando. Os pais não aceitam o envolvimento dos filhos. Quando Ana, tenista em ascensão, descobre-se grávida, Eva e Vitória (Gisele Fróes), sua treinadora, procuram maneiras de que isso não venha atrapalhar o futuro profissional da tenista. Falhando outras tentativas, o jeito encontrado por Eva é registrar a neta Júlia – que nascera na Argentina – como sua filha. Ao sofrer um acidente de carro onde se encontravam Manuela e Júlia, Ana fica por seis anos em coma. Nesse período, Rodrigo descobre que é pai e, juntamente com Manuela, cuidam da filha/sobrinha. Quando Ana acorda, ela tem que lidar com outra realidade: sua filha já grande e sendo criado por sua irmã que, a essa altura, está casada com Rodrigo. Para lhe ajudar, tanto no tratamento, quanto nas coisas do coração, estará Lúcio (Thiago Lacerda), o médico que cuidara dela no período do coma.

Água na Boca

Emissora: Band

Horário: 20h15

Período: 12 de maio a 12 de dezembro de 2008

Número de capítulos: 155 capítulos

Autor: Marcos Lazzarini

Breve Resumo: Conta a história do amor proibido entre Danielle Cassoulet (Rosanne Mulholland), descendente de franceses, e Luca Bellini (Caetano O’Maihlan), descendente de italianos, cujas famílias são donas de restaurantes concorrentes: o Bistrô Paris e a Pizzaria Mamma Mia. Para piorar a situação, no passado, as matriarcas dessas famílias brigaram por amarem o mesmo homem. Telenovela com muito romance e humor, ambientada em São Paulo.

Andando nas Nuvens

Emissora: Globo

Horário: 19 horas

Período: de 22 de março a 6 de novembro de 1999

Número de capítulos: 197 capítulos

Autor: Euclides Marinho

Breve Resumo: Após 18 anos sofrendo de encefalite letárgica (“doença do sono”), devido ser jogado da varanda de cima da sua casa, pelo assassino de seu pai, no dia da morte do mesmo, Otávio Montana (Marco Nanini) “acorda”. Meio desorientado por tanto tempo desacordado, ele terá que redescobrir seu passado e viver em um presente desconhecido por ele, já que sua memória é de 1968 – bem antes de seu acidente e quando o mesmo ainda era noivo de Eva (Renata Sorrah), que ele descobre estar morta. Otávio, por exemplo, não lembra que tivera três filhas: a jornalista Júlia Montana (Déborah Bloch), a interesseira Bete (Vivianne Pasmanter) e a noviça Celi (Mariana Ximenes). Ele lutará pelo amor de Gonçala (Susana Vieira), esposa desprezada de Antônio San Marino (Cláudio Marzo), o qual pensa ser seu amigo. Futuramente, Otávio descobre que San Marino é o assassino de seu pai e que Eva não morreu. Ela reaparece como condessa Von Brandenburg (Renata Sorrah), com o rosto modificado, revelando que teve um caso com San Marino – do qual Júlia é fruto – e que fugiu para o exterior após o acidente de Otávio, pois se arrependeu de tê-lo traído e, também, para

se livrar das investidas do amante. No final, San Marino e Eva/condessa Von Brandenburg morrem, após caírem do convés de um navio, quando aquele tenta fugir levando-a como refém. Otávio recupera todos os seus bens e fica com Gonçala. A trama foi Ambientada no Rio de Janeiro e trata-se de uma comédia romântica.

Belíssima

Emissora: Globo

Horário: 21 horas

Período: de 7 de novembro de 2005 a 8 de julho de 2006

Número de capítulos: 209 capítulos

Autor: Silvio de Abreu

Breve Resumo: Ambientada em São Paulo, trata-se de uma história de ação e mistério. Pedro (Henri Castelli) e Júlia (Glória Pires) são netos da poderosa Bia Falcão (Fernanda Montenegro) e herdeiros das empresas Assumpção. Enquanto Júlia administra as mesmas, juntamente com a avó, Pedro está na Grécia onde montou um restaurante com a mulher Vitória (Cláudia Abreu), uma moça que é ex-menina de rua e, por isso, odiada por Bia que não queria ver seu neto favorito envolvido com uma moça pobre. Júlia, apesar de competente administradora, é constantemente atormentada pela avó, por ser uma mulher simples, diferentemente da mãe Stella (?), a qual era elegante e charmosa, e que morreu em um acidente de avião quando os filhos eram crianças. Na Grécia onde moram Pedro, Vitória, Sabina (Marina Ruy Barbosa), filha do casal, e Tadeu (Thiago Martins), irmão de Vitória, também vive Nikkos (Tony Ramos), um grego amigo da família e que, no dia do casamento de Pedro e Vitória, conhecerá Júlia e se apaixonará por ela. Nikkos tem um filho, Cemil (Leopoldo Pacheco), que mora no Brasil e nunca viu, pois Katina (Irene Ravache), sua noiva na época, fugiu da Grécia grávida. Quando Pedro morre assassinado, Vitória resolve voltar para o Brasil com o restante da família e Nikkos vai com ela para poder conhecer o filho e reencontrar Júlia. No Brasil, Bia fará de tudo para que Vitória seja acusada da morte de Pedro e, assim, perca a guarda de Sabina e a herança do marido. Júlia irá casar com André (Marcello Antony), que lhe roubará tudo, e Bia forjará a própria morte. No final descobrir-se-á que Bia Falcão não está morta, que foi ela quem planejou de André se envolver com Júlia para lhe

deixar sem nada, que Pedro morreu enganado no lugar de Vitória – que Bia mandou matar – e que é Vitória a filha que Bia Falcão teve de Murat (Lima Duarte), a qual ela rejeitou desde que a menina nascera.

Beto Rockefeller

Emissora: Tupi

Horário: 20 horas

Período: de 4 de novembro de 1968 a 30 de novembro de 1969

Número de capítulos: 230 capítulos

Autor: Bráulio Pedroso

Breve Resumo: Representante da classe média-baixa, o malandro Alberto (Luiz Gustavo), mais conhecido como Beto, irá se passar por alguém rico e, assim, conseguir penetrar na alta sociedade paulistana. Inventando ser primo de um magnata norte-americano e usando o sobrenome de Rockefeller, Beto irá namorar a rica e sofisticada Lu (Débora Duarte), filha dos milionários Otávio (Wálter Forster) e Maitê (Maria Della Costa), ao mesmo tempo em que mantém um relacionamento com Cida (Ana Rosa), moça humilde da sua vizinhança. Com a ajuda dos amigos Vitório (Plínio Marcos) e Saldanha (Ruy Rezende), e da sua malandragem, Beto tentará transitar nos dois extremos sem ser descoberto.

Caminho das Índias

Emissora: Globo

Horário: 21 horas

Período: de 19 de janeiro a 12 de setembro de 2009

Número de capítulos: 203 capítulos

Autor: Glória Perez

Breve Resumo: A trama conta, inicialmente, a história do amor proibido entre Maia (Juliana Paes), que pertence a uma casta de comerciantes, e Bahuan (Márcio Garcia), um *dálit*, e por isso, um intocável, um impuro, segundo as tradições da Índia. Com idade de se

casar, os pais de Maia tentam casá-la com Raj (Rodrigo Lombardi), filho de comerciantes e que está apaixonado por uma brasileira, Duda (Tânia Khalil). Mesmo após descobrir que Bahuan é um *dálit*, Maia continua se encontrando com ele e planeja fugir com o amado para os Estados Unidos. Contudo, ele a deixa com a promessa de ficar rico e voltar para sua amada. Nesse tempo, Maia descobre que está grávida e como não consegue contato com Bahuan e, logo não conseguirá esconder a gravidez da família, concorda em se casar com Raj que apenas pensa que a prometida não é mais virgem. Raj casa-se com Maia sem saber que Duda espera um filho dele, notícia essa que Opash (Tony Ramos), pai do indiano, fará de tudo para esconder de todos. O casamento dos dois não é tranquilo, devido perseguição e inveja de pessoas como Laksmi (Laura Cardoso), mãe de Opash e Surya (Cléo Pires), mulher de Amithab (Danton Melo), irmão mais velho de Raj. Quando Bahuan volta para ao país, Maia já está apaixonada por Raj e tenta, de todas as formas, se livrar das investidas dele, que não sabe que é pai de Niraj (Davi Pinheiro). Mais tarde Bahuan, que acaba se envolvendo com Shivani (Thayla Ayala), jovem indiana moderna que não segue as tradições e constantemente bate de frente com Opash, descobre que é pai do filho de Maia. Ela e Raj terminam juntos.

Caras e Bocas

Emissora: Globo

Horário: 19 horas

Período: de 13 de abril de 2009 a 9 de janeiro de 2010

Número de capítulos: 232 capítulos

Autor: Walcyr Carrasco

Breve Resumo: Comédia romântica ambientada em São Paulo que conta a história de dois amantes da arte, Dafne (Flávia Alessandra) – a neta rica do dono de uma empresa de extração de diamantes – e Gabriel (Malvino Salvador) – pintor talentoso, mas com poucos recursos –, os quais eram apaixonados na juventude, mas que foram separados pelo avô dela, Jacques (Ary Fontoura). Gabriel vai estudar artes em Londres, com uma bolsa de estudos que recebe de Jacques, pensando que a mulher que ama vai casar-se com outro e Dafne pensa que ele foi embora para não assumir a filha que ela espera. O reencontro, 15 anos depois, é cheio de ressentimentos e mágoas. Como Dafne decide nunca se casar, Jacques procura um meio de

fazer com que a neta fique com o pai de sua filha, pois se arrepende do que fizera no passado, até mesmo, por que teme que ela não consiga administrar os negócios da família sozinha quando ele morrer. A enteada de Jacques, Judith (Deborah Evelyn), fará de tudo para impedir que isso aconteça e, assim, poder ficar com tudo. Nesse meio tempo, Simone (Ingrid Guimarães), sócia de Dafne em uma galeria de artes, ficará impressionada com os quadros feitos pelo chimpanzé Xico, e pensará que os mesmos são de autoria de Denis (Marcos Pasquim), primo de Gabriel. Denis sustentará a farsa e tentará esconder de todo mundo o macaco Xico, gerando muita confusão e risadas.

Celebridade

Emissora: Globo

Horário: 21 horas

Período: de 13 de outubro de 2003 a 26 de junho de 2004

Número de capítulos: 221 capítulos

Autor: Gilberto Braga

Breve Resumo: Maria Clara (Malu Mader) é ex-modelo e uma empresária de sucesso, com a produtora Mello Diniz, graças à popularidade da música “Musa de Verão” que Wagner Lopes (?), seu noivo na época, disse ter composto para ela. No entanto, no dia de seu casamento, Ubaldo Quintela (Gracindo Jr.) aparece e exige que Wagner confesse que lhe roubou a música; como isso não acontece, Ubaldo o mata e passa 15 anos preso. Laura Prudente (Cláudia Abreu), filha da verdadeira musa do verão, finge ser fã da empresária, só para se aproximar da mesma e, assim, tirar-lhe tudo que deveria ter sido de sua mãe e dela. Ela consegue um emprego com Maria Clara e, junto com seu amante e cúmplice, Marcos (Márcio Garcia), tramam constantemente contra a ex-modelo. Laura ainda contará com a ajuda de Ubaldo, quando este sai da cadeia, e do jornalista Renato Mendes (Fábio Assunção), sobrinho de Lineu Vasconcelos (Hugo Carvana), dono de um império de comunicação e patrocinador de Maria Clara que, durante a trama, é assassinado, gerando a pergunta: “Quem matou Lineu Vasconcelos?”. Ao descobrir toda a verdade sobre a música “Musa de Verão”, Maria Clara passa todos os seus bens para o nome de Ubaldo e, assim, Laura assume tudo o que fora da ex-modelo. Quando descobre todas as armações da falsa fã, Maria Clara lutará

para recuperar seu espaço no mundo da música, abrindo uma casa de samba, e tentará desmascarar Laura. Nesse tempo, Beatriz (Deborah Evelyn), filha de Lineu volta da Europa com o marido, o cineasta Fernando Amorim (Marcos Palmeira), e os filhos. Sogro e genro não mantêm boas relações. Ao se conhecerem, Maria Clara e Fernando se apaixonam, gerando mais confusões para a vida da empresária. No final, Renato é preso após matar Marcos e Laura, quando esta sequestrou a filha que Maria Clara teve de Fernando. Também, nesse período, descobre-se que foi Laura quem matou Lineu.

Chiquititas

Emissora: SBT

Horário: 20 horas e 19 horas

Período: de 28 de julho de 1997 a 19 de janeiro de 2001

Número de capítulos: cerca de 700 capítulos

Autor: Cris Morena (adaptação para o Brasil de Caio de Andrade).

Breve Resumo: Contava a história de crianças que viviam em um orfanato sob o comando de Carolina (Flávia Monteiro), os quais passavam por várias aventuras.

Cobras & Lagartos

Emissora: Globo

Horário: 19 horas

Período: de 24 de abril a 17 de novembro de 2006

Número de capítulos: 179 capítulos

Autor: João Emanuel Carneiro

Breve Resumo: Omar Pasquim (Francisco Cuoco) começou como empregado em uma pequena loja da família de Otaviano (Herson Capri); com o tempo, cresceu e comprou o negócio do patrão e se tornou dono da Luxus, uma loja de departamentos que vende de tudo. Ao descobrir que tem pouco tempo de vida, Omar decide se disfarçar de faxineiro para escolher um herdeiro para seu império. Omar é irmão da interesseira Milú (Marília Pêra), mãe

de Tomás (Leonardo Miggiolin) e Leona (Carolina Dieckmann). Todos querem dá um golpe no dono da Luxus. Omar ainda tem outra sobrinha, sua predileta, Bel (Mariana Ximenes), mas que nunca quis saber do dinheiro do tio. Certo dia, disfarçado de Pereira, Omar é quase assaltado, mas o motoboy Duda (Daniel de Oliveira) o salva. Inúmeros acontecimentos fazem Omar/Pereira ter certeza que Duda é o homem ideal para, ao lado de sua sobrinha Bel, herdar toda a sua fortuna. Mas, Bel é noiva de Estevão (Henri Castelli) que nunca aceitou o pai ter vendido a loja para Omar no passado, em um momento de crise financeira. Além disso, na juventude, Omar teve um caso com a mãe de Estevão, Henriqueta/Tereza (Cássia Kiss), mas a rejeitou, aumentando ainda mais a raiva do rapaz. Quando Omar morre, em um plano executado por Leona e Estevão, o seu testamento é aberto e descobre-se que ele deixara parte da sua fortuna para a sobrinha Bel e outra parte para um jovem chamado Daniel Miranda. Foguinho (Lázaro Ramos) é confundido com o verdadeiro Daniel, por ter o mesmo nome, e passa a levar uma vida de luxo, poder e bajulação por parte de todos os que outrora o desprezava. Foguinho sabe que Duda é o real herdeiro de Omar, mas não fala nada, o que gera muitas reviravoltas na trama até o final feliz entre Bel e Duda.

Duas Caras

Emissora: Globo

Horário: 21 horas

Período: de 01 de outubro de 2007 a 31 de maio de 2008

Número de capítulos: 210 capítulos

Autor: Aguinaldo Silva

Breve Resumo: É com a morte dos pais que Maria Paula (Márjorie Estiano) conhece Adalberto Rangel/Marconi Ferraço (Dalton Vigh). A moça, por receber atenção e carinho em um momento tão difícil e por nem desconfiar das más intenções do rapaz, casa-se com ele. Pouco tempo depois, ele desaparece levando embora toda a sua fortuna e deixando-lhe grávida, sem saber. É o desejo de vingança da mocinha que conduzirá a história até seus capítulos finais.

Explode Coração

Emissora: Globo

Horário: 20 horas

Período: de 6 de novembro de 1995 a 4 de maio de 1996

Número de capítulos: 155 capítulos

Autor: Glória Perez

Breve Resumo: Dara (Tereza Seiblitiz) é uma jovem cigana, mas que não quer ficar presa às tradições do seu povo e assim, casar-se com Igor (Ricardo Macchi), seu prometido. Pela internet, ela conhece Júlio Falcão (Edson Celulari), um empresário mulherengo, casado de aparências com Vera (Maria Luisa Mendonça). Os dois se apaixonarão e terão que lutar por esse amor, conciliando mundos diferentes e vencendo as interferências de Vera e do noivo prometido de Dara, Igor.

Fera Ferida

Emissora: Globo

Horário: 20 horas

Período: de 15 de novembro de 1993 a 16 de julho de 1994

Número de capítulos: 209 capítulos

Autor: Aguinaldo Silva

Breve Resumo: Quinze após a morte de seus pais, Feliciano Jr (Edson Celulari) retorna a Tubiacanga, assumindo o nome de Raimundo Flamel e com o objetivo de vingar a morte de seus progenitores. Para isso, ele se diz capaz de transformar ossos humanos em ouro, aumentando o mistério e a cobiça em torno de si. Os principais alvos de Flamel são o prefeito Demóstenes Massaranduba (José Wilker) e o Major Emiliano Bentes (Lima Bentes). Ele também se envolverá com a filha do prefeito, Linda Inês (Giulia Gam), sem que esta saiba que ele é o seu namoradinho de infância.

Fina Estampa

Emissora: Globo

Horário: 21 horas

Período: de 22 de agosto de 2011 a 23 de março de 2012

Número de capítulos: 185 capítulos

Autor: Aguinaldo Silva

Breve Resumo: Griselda (Lília Cabral), uma portuguesa que mora desde criança no Brasil, trabalha com concertos gerais para sustentar os filhos Quinzé (Malvino Salvador), Amália (Sophie Charlotte) e Antenor (Caio Castro), desde a morte de seu marido Pereirinha (José Mayer). Devido os serviços que faz, Griselda é chamada de Pereirão, mas, desprovida de vaidade, ela não se importa e até se apresenta como “marido de aluguel”. Contudo, tudo muda quando ela descobre que Antenor, estudante de medicina, namora a jovem e rica Patrícia (Adriana Birolli), filha de Tereza Cristina (Christiane Torloni) e René Velmont (Dalton Vigh) e por sentir vergonha da mãe contrata até uma atriz para se passar por ela. Além disso, Griselda ganha uma bolada na mega sena, o que a aproximará ainda mais de René Velmont que ela contratará para ensinar-lhe boas maneiras. O romance entre os dois é inevitável, o que aumenta ainda mais a raiva de Tereza Cristina por Griselda e sua família.

Gabriela

Emissora: Globo

Horário: 22 horas

Período: de 14 de abril a 24 de outubro de 1975

Número de capítulos: 132 capítulos

Autor: Wálter George Durst (baseada no romance *Gabriela, Cravo e Canela* de Jorge Amado).

Breve Resumo: Em 1975, após fugir de uma grande seca que assola o Nordeste, a órfã Gabriela (Sônia Braga) chega a Ilhéus, sul da Bahia, onde trabalhará como cozinheira no estabelecimento de Nacib (Armando Bórgus). Seu jeito inocente, sensual e impulsivo chama a

atenção dos homens da cidade e causa ciúmes nas mulheres. Lá também mora o coronel Ramiro Bastos (Paulo Grancido) que será confrontado com a chegada de Mundinho Falcão (José Wilker), um jovem idealista, que fará oposição à autoridade do coronel.

Insensato Coração

Emissora: Globo

Horário: 21 horas

Período: de 17 de janeiro a 20 de agosto de 2011

Número de capítulos: 185 capítulos

Autor: Gilberto Braga e Ricardo Linhares

Breve Resumo: A trama central de *Insensato Coração* é uma clássica história de amor entre Pedro (Eriberto Leão) e Marina (Paola de Oliveria). Os dois se apaixonam perdidamente logo no primeiro capítulo durante o sequestro do avião em que viajavam. O casal protagonista tem que enfrentar várias barreiras para poderem ficar juntos, entre elas lidar com o mau-caratismo de Léo (Gabriel Braga Nunes), irmão mais velho do herói, que tem uma grande inveja do seu irmão, pois sempre se achou preterido pelo pai Raul (Antônio Fagundes). Em um de seus golpes, Léo irá prejudicar Norma (Glória Pires), a qual acabará presa injustamente. Ao sair da prisão ela fará de tudo para se vingar.

Irmãos Coragem⁴³

Emissora: Globo

Horário: 20 horas (primeira versão) / 18 horas (segunda versão)

Período: de 29 de junho de 1970 a 15 de julho de 1971 / de 2 de janeiro a 1 de julho de 1995

Número de capítulos: 328 capítulos / 155 capítulos

⁴³ *Irmãos Coragem* foi citado em suas duas versões. Por isso, apresento dados das suas duas apresentações. Para diferenciar as mesmas, utilizo cores diferentes.

Autor: Janete Clair / Márcílio Moraes, Margareth Boury e Antônio Mercado sob supervisão de Dias Gomes.

Breve Resumo: O filho mais velho da família Coragem chama-se João Coragem (Tarcísio Meira / Marcos Palmeira); homem simples, rude e generoso que encontra um grande diamante quando garimpava, no interior de Minas gerais, mas é roubado a mando do coronel Pedro Barros (Gilberto Martinho / Cláudio Marzo), pai da recatada Lara (Glória Menezes / Letícia Sabatella), que possui outras duas personalidades – a selvagem Diana e a equilibrada Márcia –, por quem João se apaixona. Os dois irmãos de João são: o jovem Jerônimo (Cláudio Cavalcanti / Ilya São Paulo), o qual entra na política para poder fazer oposição ao coronel e é apaixonado por sua irmã de criação, a índia Potira (Lúcia Alves / Dira Paes), mas se envolve com Lídia Siqueira (Sônia Braga / Isabela Garcia), filha de um deputado; e Duda (Cláudio Marzo / Marcos Winter), um famoso jogador de futebol que, ao voltar à cidade natal, envolve-se com sua namorada de infância, Ritinha (Regina Duarte / Gabriela Duarte) e a engravida, mesmo estando comprometido com outra mulher, Paula (Myrian Pérsia / Rita Guedes), que não medirá esforços para não perder o jogador.

Laços de Família

Emissora: Globo

Horário: 20 horas

Período: de 5 de junho de 2000 a 3 de fevereiro de 2001

Número de capítulos: 209 capítulos

Autor: Manoel Carlos

Breve Resumo: É nas vésperas do réveillon de 2000, após um acidente de carro em frente à livraria de Miguel (Tony Ramos), que Edu (Reynaldo Gianecchini) – um médico recém-formado – e Helena (Vera Ficher) – uma empresária de 45 anos, sócia de uma clínica de estética – se conhecem. Devido à batida, ele a leva até a livraria para cuidar de um pequeno corte que ela tem na testa. Miguel, ao ver Helena, se apaixona, mas ela e Edu, após discussão inicial, acabam se envolvendo, o que gera muitas confusões devido à diferença de idade entre eles. Alma (Marieta Severo), tia de Edu, é contra a relação. Tudo piora quando Helena viaja para o Japão para reencontrar a filha Camila (Carolina Dieckmann), que estuda no exterior, e

leva Edu. Camila e Edu, por serem da mesma idade e terem muitas coisas em comum, apaixonam-se um pelo outro. Ao perceber o envolvimento do jovem médico com sua filha, Helena abre mão do seu amor para que eles sejam felizes. Nesse tempo, Edu e Camila se casam e Miguel tem a chance de se declarar a Helena. Quando tudo parecia estar bem, Camila perde o bebê que esperava de Edu e descobre que está com leucemia. Apenas um transplante de medula pode salvar sua vida. O irmão Fred (Luigi Baricelli) é o possível doador, mas descobre-se que eles não são irmãos do mesmo pai, um segredo que Helena guardava. O pai de Camila é Pedro (José Mayer), primo de Helena. Assim, para salvar a vida da sua filha, ela recusa o pedido de casamento de Miguel e se entrega novamente a Pedro, engravidando deste. No final, o transplante de medula dá certo. Edu e Camila terminam juntos. Helena e Miguel também.

Maria do Bairro

Emissora: SBT

Horário: ?

Período: 1997

Número de capítulos: 185 capítulos

Autor: Inés Rodena

Breve Resumo: Conta a história de Maria (Thalía), jovem bem humilde e catadora de lixo que morava com sua madrinha, Cacilda (Aurora Molina), até a morte desta, passando a morar na casa do milionário Fernando de la Vega (Ricardo Blume), que a ajuda, a pedido do padre Honório (Tito Guízar). Com exceção de Fernando, Maria é desprezada por todos, mas logo se apaixona pelo filho mais velho de Fernando e Vitória (Irán Eory), Luís Fernando (Fernando Colunga). Porém enfrentará dificuldades, pois se deparará com Soraya (Itatí Cantoral), sobrinha de Fernando, que fará de tudo para ficar com o primo. No decorrer da trama, a personagem principal terá aulas de etiqueta e se transformará em uma bela jovem senhora da sociedade.

Maria Mercedes

Emissora: SBT

Horário: ?

Período: de 12 de agosto a 10 de novembro de 1996

Número de capítulos: aproximadamente 80 capítulos

Autor: Inés Rodena

Breve Resumo: A linda e ingênua Maria Mercedes (Thalía) é responsável pelo sustento de sua casa, depois que fora abandonada pela mãe, juntamente com seu pai e seus irmãos, por não suportar o marido alcoólatra. Ela trabalha como vendedora de flores e bilhetes de loteria em um cruzamento da cidade e é lá que ela conhecerá Santiago (Fernando Ciangherotti), dono de uma fortuna que sofre de uma doença que em breve o matará. Para se vingar de sua tia Malvina (Laura Zapata) e de seus primos, ele se casará com Maria e a nomeará sua única herdeira com a condição de que ela viva na mansão com seus parentes. Maria se apaixonará por Jorge Luiz (Arturo Peniche), filho de Malvina, e ele se envolverá com ela a mando da mãe. Malvina pensa com essa união tomar todo o dinheiro que Santiago deixará a Maria. Contudo, Jorge Luiz se apaixonará de verdade por ela e a mesma engravidará. Cansada de ser maltrata pela família Del Olmo, ela passará toda a sua fortuna a Jorge Luiz e partirá, mas este, já apaixonado, enfrentará a mãe e irá atrás da mulher da sua vida, dando outro rumo à história.

Marimar

Emissora: SBT

Horário: ?

Período: 21 de novembro de 1996 a 18 de fevereiro de 1997

Número de capítulos: 150 capítulos

Autor: Inés Rodena

Breve Resumo: A trama conta a história de Marimar (Thalía), uma jovem humilde e sem estudos, que mora em uma choupana na beira do mar com seus avós e que nunca conheceu o pai. Ela se apaixona por Sérgio Santibañez (Eduardo Capetillo), jovem rico que

se casa com ela apenas para provocar seu pai e sua madrasta. Casados, Sérgio torna a vida de Marimar um inferno e ela sofrerá, principalmente, nas mãos da madrasta dele, Angélica (Chantal Andere). Ao ir à capital cumprir seu contrato de jogador, ele deixa Marimar sozinha sofrendo muitas humilhações. Angélica arma tanto para cima de Marimar que Sérgio decide deixá-la, acreditando nas mentiras da madrasta. Marimar encontra-se sozinha e desamparada, pois Angélica manda queimar o casebre que os avós dela viviam e eles morrem queimados e, ainda, descobre-se grávida de Sérgio. Assim, ela vai trabalhar na capital, justamente na casa do pai que nunca conheceu. Logo ela ganha a confiança de todos na casa e eles a ajudam com educação e, até mesmo, a criarem sua filha. Marimar se torna uma jovem fina e elegante, única herdeira do rico empresário e sócio de um Club. Marimar não muda apenas sua aparência e seus modos, mas, também, seu nome para poder se vingar das pessoas que fizeram mal a ela e a seus avós. Assim, ela leva a família Santibanhez à falência e passa a se vingar de Sérgio e Angélica, fazendo que seu ex-marido se torne seu empregado. No final, os dois acabam se reconciliando.

Morde & Assopra

Emissora: Globo

Horário: 19 horas

Período: de 21 de março a 15 de outubro de 2011

Número de capítulos: 179 capítulos

Autor: Walcyr Carrasco

Breve Resumo: A trama é uma comédia romântica e mostra, com muito humor, que os opostos se atraem através da história de amor de Júlia (Adriana Esteves) e Abner (Marcos Pasquim). Júlia é uma paleontóloga determinada a encontrar os fósseis de um réptil marinho extinto a milhões de anos. Abner é um fazendeiro do interior de São Paulo, cuja sobrevivência de sua família depende dos pés de café de sua fazenda. A trama também conta a história de Ícaro (Mateus Solano), um cientista que sonha construir um robô idêntico a sua esposa Naomi (Flávia Alessandra), mulher que amava e que foi dada como morta após um acidente de barco.

O Rei do Gado

Emissora: Globo

Horário: 20 horas

Período: de 17 de junho de 1996 a 15 de fevereiro de 1997

Número de capítulos: 209 capítulos

Autor: Benedito Ruy Barbosa

Breve Resumo: Devido uma faixa de terra que divide suas fazendas, Antonio Mezenga (Antônio Fagundes) e Giuseppe Berdinazzi (Tarcísio Meira) não se suportam. Tudo piora quando Giovanna (Letícia Spiller), filha de Marieta (Eva Wilma) e Giuseppe, e Henrico (Leonardo Brício), filho de Nena (Vera Fischer) e Antônio Mezenga, se apaixonam. Para viverem seu amor e livrarem-se das brigas de suas famílias, os dois fogem. Henrico vai trabalhar como peão boiadeiro em uma fazenda e, aos poucos, começa a criar seu próprio rebanho. Nesse tempo, nasce Bruno Berdinazzi Mezenga (Antônio Fagundes – na fase adulta), filho do casal que, em 1996, será um rico proprietário de terras e gados, conhecido como “O rei do gado”. Bruno é casado com Léia (Silvia Pfeifer) – que mantém um caso com o mau-caráter Ralf (Oscar Magrini) – e tem dois filhos com ela, Marcos (Fábio Assunção) e Lia (Lavínia Vlasak). Geremias Berdinazzi (Raul Cortez) é irmão de Giovanna, rico produtor de café e leite. O mesmo busca um herdeiro para sua fortuna, uma vez que não reconhece Bruno Mezenga como sobrinho. Além disso, Geremias sente-se arrependido de no passado ter roubado sua mãe e irmã, juntamente com seu irmão Giácomo Guilherme (Manoel Bouchinas) e, depois, de ter enganado este, deixando-o morrer na miséria. A vida de Bruno e Geremias irá mudar quando eles conhecerem Luana e Marieta, respectivamente. A primeira é uma sem-terra que, juntamente com o grupo liderado por Regino (Jackson Antunes), invadirá uma das propriedades de Bruno e depois irá trabalhar em uma de suas fazendas como boia-fria. Os dois irão se envolver. A segunda será a suposta sobrinha de Geremias, Marieta (Glória Pires), filha de seu irmão Giácomo. No final, descobrirá que Marieta é uma impostora e que Luana é a verdadeira Berdinazzi desaparecida.

Paraíso Tropical

Emissora: Globo

Horário: 21 horas

Período: de 5 de março a 29 de setembro de 2007

Número de capítulos: 179 capítulos

Autor: Gilberto Braga e Ricardo Linhares

Breve Resumo: Daniel (Fábio Assunção) é filho de Nereu (José Augusto Branco), caseiro da casa em Paraty de Antenor Cavalcanti (Tony Ramos) e Ana Luísa Cavalcanti (Renée de Vielmond), e fora criado pelos patrões como um filho. Ele trabalha como diretor-executivo no Grupo Cavalcanti. Por ter a atenção e admiração do chefe, causa inveja em Olavo (Wagner Moura), diretor-financeiro do Grupo e sobrinho de Antenor, que quer ocupar o lugar do rival e, assim, herdar os bens do tio que, sem filho, pensa em deixar tudo para Daniel. É em uma viagem de negócios que Daniel conhece Paula (Alessandra Negrini), os dois se apaixonam, mas devido às armações de Olavo acabam se separando. Paula, que até então pensava ser filha de Amélia (Susana Vieira), dona do bordel mais famoso da fictícia Marapuã, na Bahia, descobre no leito de morte de sua mãe que é adotada e que tem um avô vivo. Já no Rio de Janeiro, depois de ser enganada por Bebel (Camila Pitanga), armado por Olavo e Jáder (Chico Diaz), ela vai atrás de conhecer suas origens. É no Rio que Taís, irmã gêmea de Paula, mora. Mau-caráter, ela irá se envolver com Ivan (Bruno Gagliasso), irmão de Olavo. Antes de Paula e Daniel ficarem juntos, muitas coisas acontecem como a separação de Antenor e Ana Luísa e o envolvimento dele com Lúcia (Glória Pires), a morte de Taís – assassinada por Olavo – e, também, o descobrimento que Ivan é filho de Cavalcanti.

Passione

Emissora: Globo

Horário: 21 horas

Período: de 17 de maio de 2010 a 15 de janeiro de 2011

Número de capítulos: 209 capítulos

Autor: Silvio de Abreu

Breve Resumo: Quando Bete Gouveia (Fernanda Montenegro) casou-se com Eugênio (Mauro Mendonça) ela estava grávida de outro homem. Contudo, ele dissera que assumiria a

criança e cuidaria como se fosse seu, mas quando ela dá a luz, a criança morre. Juntos, Bete e Eugênio constroem um império com a Metalúrgica Gouveia e têm três filhos Saulo (Werner Schünemann), Gerson (Marcello Antony) e Melina (Mayana Moura). Antes de morrer, no entanto, Eugênio revela a esposa que a criança que tivera não morreu. Ele a deu para um casal de empregados e, juntamente com uma boa quantia de dinheiro, os dois retornaram para seu país de origem, a Itália. Antônio Mattoli (Tony Ramos) vive na Itália e tem quatro filhos com sua falecida esposa: Agnello Mattoli (Daniel de Oliveira), Agostina Mattoli (Leandra Leal), Adamo Mattoli (Germano Pereira) e Alfredo (Miguel Roncato). Quem ajudou Totó – como era conhecido Antônio – a criar os filhos e superar a morte da esposa foi sua irmã, Gema (Aracy Balabanian), que morava no Brasil quando Totó nasceu e seus pais resolveram voltar à Itália. Gema nunca lhe escondeu que eles nasceram no Brasil, mas, jamais lhe revelou sua verdadeira história. A única que sabia do segredo que Eugênio revelara a Bete era Clara (Mariana Ximenes), que trabalhava na sua casa como enfermeira. A fim de dar um golpe na família Gouveia e ficar com todos os seus bens, Clara, com a ajuda de seu comparsa, Fred (Reynaldo Gianecchini), viaja para a Itália e lá descobre Totó, o qual o seduz para atingir seus objetivos.

Pérola Negra

Emissora: SBT

Horário: Pérola Negra

Período: de 9 de novembro de 1998 a 18 de junho 1999

Número de capítulos: 194 capítulos

Autor: Original de Enrique Torres adaptado por Henrique Zambelli

Breve Resumo: É uma trama que envolve muitas mentiras em seu caminho. Conta a história de Pérola (Patrícia de Sabrit) e sua melhor amiga Eva (Vanusa Splinder) que vivem em uma escola exclusiva para moças. Pérola foi deixada nesta escola quando bebê por uma misteriosa mulher que junto entregou 22 pérolas negras para pagar as despesas de cada ano escolar da menina, sendo a última entregue a ela quando se formasse. Mas no último ano, Eva se envolve com Tomás (Dalton Vigh) e engravida dele. Porém, em um acidente de carro, Eva morre e Pérola, após ser confundida com a amiga, assume sua identidade passando a morar na

mansão da família de Eva, cuidando da criança como se fosse seu filho. Com isso, Pérola/Eva descobre que o pai do menino é o noivo da prima de Eva. Ela, também, começa a descobrir coisas que dizem respeito ao seu passado.

Rebelde

Emissora: Record

Horário: Vários horários entre 19 horas e 20h40

Período: Estreia em 21 de março de 2011

Número de capítulos: ?

Autor: Margareth Boury baseado no original de Cris Morena

Breve Resumo: O Elite Way é uma instituição de ensino muito renomada no país. Seu regime de semi-internato e rígida formação educacional atraem as famílias ricas do Rio de Janeiro, como as de Roberta (Lua Blanco), Alice (Sophia Abrahão) e Diego (Arthur Aguiar). Mas, também, há os bolsistas como Pedro (Micael Borges) e Carla (Melanie Fronckowiak). A convivência entre os filhos dos ricos e os bolsistas criará muitas confusões e conflitos entre os alunos. Apesar de rebeldes e de mundos diferentes, Pedro, Diego, Tomás (Chay Suede), Carla, Alice e Roberta se unirão através de uma paixão em comum: a música.

Ribeirão do Tempo

Emissora: Record

Horário: 22h15

Período: de 18 de maio de 2010 a 2 de maio de 2011

Número de capítulos: 250 capítulos

Autor: Marcílio Moraes

Breve Resumo: Ribeirão do Tempo é uma cidade conhecida pelos admiradores de esportes radicais, graças ao empresário Tito (Ângelo Paes Leme), que é dono de uma pequena pousada que oferece esses serviços. No início da trama, um assassinato abalará a pacata cidade. Dirce (Françoise Forton) aparecerá morta em casa e a pergunta “quem a matou?” e

“por quê?” mexerá com a imaginação dos moradores. É a investigadora Marta (Flávia Monteiro) quem cuidará do caso e Joca (Caio Junqueira), um guia turístico da cidade, que fez um curso por correspondência de detetive, tentará solucionar o caso também. Mas é Madame Eleonora Durrell (Jacqueline Laurence) quem esconde um grande segredo. Ela chega da Europa com o intuito de construir em Ribeirão um grande *resort*, o qual é rejeitado pelos moradores. Contudo, o que ela procura é um filho que abandonara há muito tempo. Ao seu lado, administrando a construção de seu empreendimento, está Arminda (Bianca Rinaldi), uma mulher muito inteligente e focada em seu trabalho e que se envolverá, secretamente, com o atrapalhado Joca. A cidade de Ribeirão é envolvida em muitas ledas. Uma delas diz respeito à praça central da cidade, chamada de Praça do Enforcado. Dizem que embaixo da praça há um tesouro enterrado e, certa vez, um representante da coroa portuguesa veio cobrar impostos devido o suposto ouro e os moradores do local o enforcaram. No meio da trama, descobre-se que o filho que Madame Durrell procurara é Querêncio (Taumaturgo Ferreira), um pintor que vive bêbado e é pai de Filomena (Liliana Castro). A história sofre uma reviravolta quando esse mistério é revelado. Querêncio se candidata a prefeito de Ribeirão e acaba derrotando Ari Jumento (André Di Biase). Arminda, Dr. Teixeira (Vistor Fasano) e Bruno (Giuseppe Oristânio) disputam, após a morte de Eleonora, o controle de sua empresa. No final, entre outras coisas, descobre-se que o Prof^o Flores (Antônio Grassi), um ilustre cidadão de Ribeirão, estava por trás da morte da esposa, Dirce, da do senador Érico (Henrique Martins) e sua amante e da de Madame Durrell, além de ser o mentor do “Comando Invisível” – que, supostamente, agia contra a construção do *resort* – entre outros acontecidos.

Selva de Pedra

Emissora: Globo

Horário: 20 horas

Período: de 12 de abril de 1972 a 23 de janeiro de 1973

Número de capítulos: 243 capítulos

Autor: Janete Clair

Breve Resumo: Gastão Neves (Jorge Caldas) é morto durante uma briga com Cristiano Vilhena (Francisco Cuoco), mas a jovem Simone Marques (Regina Duarte),

testemunha o ocorrido e sabe que Cristiano é inocente. Por isso, decide escondê-lo. Para fugir da acusação, Cristiano vai embora para o Rio de Janeiro e Simone, apaixonada por ele e vislumbrando um melhor futuro para sua carreira de artista plástica, vai junto. Os dois se casam e, no Rio, conhecem o mau-caráter Miro (Carlos Vereza). Cristiano trabalha no estaleiro de seu tio Aristides (Gilberto Martinho) e é nesse universo que conhece e se envolve com Fernanda (Diná Sfat), noiva de seu primo Caio (Carlos Eduardo Dolabella) e uma das acionistas do estaleiro. Dividido entre a simplicidade ao lado de Simone e a riqueza com Fernanda, Cristiano se deixa levar pelas artimanhas de Miro, que o aconselha a deixar a mulher, nem que isso custe a vida dela. Já completamente apaixonada por Cristiano, Fernanda rompe com Caio e Miro planeja matar Simone para que, assim, não haja impedimentos para o novo casamento e Cristiano torne-se o maior acionista do estaleiro. Simone é perseguida por Miro em uma autoestrada e é dada como morta quando um acidente acontece. Cristiano sente-se culpado pela morte da esposa e não consegue casar-se com Fernanda, abandonando-a no altar. Enlouquecida, ela jura vingança e tenta de todas as formas atrapalhar a vida do ex-noivo. Com o acidente, Simone vê a possibilidade de fugir de Cristiano – que ela pensa querer matá-la – e vai para a Europa. Ela retorna de lá como Rosana Reis, uma reconhecida artista plástica e mesmo reconhecida por Cristiano, tenta levar a farsa a diante sempre se esquivando do marido. Enquanto isso, a polícia continua as investigações da morte de Gastão e Simone é a única que pode inocentar Cristiano.

Senhora do Destino

Emissora: Globo

Horário: 21 horas

Período: de 28 de junho de 2004 a 12 de março de 2005

Número de capítulos: 221 capítulos

Autor: Aguinaldo Silva

Breve Resumo: A trama conta a história da nordestina Maria do Carmo (Carolina Dieckmann/Suzana Vieira) que abandonada pelo marido, parte com seus cinco filhos Reginaldo (Miguel Rômulo/Eduardo Moscovi), Leandro (Ramon Motta/Leonardo Vieira), Viriato (Marcelo Max/Marcello Antony), Plínio (Cássio Ramos/Dado Dolabella) e Lindalva

(?/Carolina Dieckmann) do interior de Pernambuco rumo ao Rio de Janeiro para encontrar seu irmão Sebastião (Luiz Carlos Vasconcelos), a fim de ter uma melhor vida. Maria do Carmo e seus filhos chegam ao Rio de Janeiro no dia que é decretado o Ato Institucional nº5 (AI-5). Em meio a um tumulto nas ruas, Maria do Carmo tem sua filha recém-nascida roubada por uma prostituta, que se passava por enfermeira, chamada Nazaré (Adriana Esteves/Renata Sorrah). Os anos passam e a trama mostra a luta de Maria do Carmo para reencontrar a filha roubada.

Suave Veneno

Emissora: Globo

Horário: 20 horas

Período: de 18 de janeiro a 18 de setembro de 1999

Número de capítulos: 209 capítulos

Autor: Aguinaldo Silva

Breve Resumo: Ao atropelar Inês (Glória Pires) e ela perder a memória, Valdomiro Cerqueira (José Wilker) a leva para sua casa até que a situação dela melhore. Contudo, sua esposa Eleonor (Irene Ravache) e as três filhas Maria Regina (Letícia Spiller), Maria Antônia (Vanessa Lóes) e Márcia Eduarda (Luana Piovani) a recebem com desconfiança. Após um tempo, Valdomiro e Inês se apaixonam, ocasionando na separação dele e da esposa. Maria Regina também brigará com pai, pois verá Inês como uma ameaça a fortuna da família. Mas tudo era um plano da filha bastarda de Valdomiro, que ele desconhecia, a advogada Clarisse Ribeiro (Patrícia França). Inês some e com ela valiosos diamantes. Assim, ele perde a presidência de sua empresa, a Marmoreal, para Maria Regina. Mas o assassinato de Clarissa, a qual estava da posse dos diamantes, e o reencontro de Valdomiro com Inês, agora como Lavínia, fazem a reviravolta na trama.

Ti Ti Ti

Emissora: Globo

Horário: 19 horas

Período: de 19 de julho de 2010 a 19 de março de 2011

Número de capítulos: 209 capítulos

Autor: de Maria Adelaide Amaral baseada nas telenovelas *Ti Ti Ti* e *Plumas e Paetês* de Cassiano Gabus Mendes

Breve Resumo: *Ti-Ti-Ti* é uma trama que gira em torno do mundo da moda. Com muito humor e romance, a telenovela mostra a rivalidade entre Jacques Leclair (Alexandre Borges) e Victor Valentim (Murilo Benício). Ambos vivem numa constante guerra para ver quem se sobressai no mundo da moda como um grande estilista. Porém, Jacques Leclair, na verdade, se chama André Spina e Victor Valentim é uma figura inventada por Ariclens Martins para disputar com o seu rival. Também, há o caso de Marcela (Ísis Valverde) que engravida de Renato (Guilherme Winter) sem saber que este é filho de um dos homens mais ricos do Brasil. Ao contar sobre a gravidez ao namorado, esse a acusa de querer dar um golpe nele. Arrasada, ela resolve ir para São Paulo com o amigo Omar (Gustavo Leão) – que estava indo rever a mãe, Bruna (Giulia Gam), a pedido do pai Gustavo (Leopoldo Pacheco). Mas, um acidente tira a vida de Omar e seu pai aproveita a ocasião para pedir a Marcela que diga a mulher que o filho que ela espera é de Omar, pois, de saúde fragilizada e muito religiosa, ele teme que a esposa não agüente saber que o filho era homossexual. Contudo, o outro filho do casal, Edgar (Caio Castro), a princípio, pensará que Marcela é uma golpista e acontecerá uma antipatia entre eles; porém, ele acaba se apaixonando por Marcela e terá que disputar o amor dela com Renato, quando esse, arrependido de tê-la abandonado, retorna do exterior.

Um Anjo caiu do Céu

Emissora: Globo

Horário: 19 horas

Período: 22 de janeiro a 25 de agosto de 2001

Número de capítulos: 185 capítulos

Autor: Antônio Calmon

Breve Resumo: Ao fotografar, sem querer, o líder nazista Eric Brunner (Jan Ponan), em Praga, durante mais uma de suas exposições, João Medeiros (Tarcísio Meira), fotógrafo de

fama internacional por seu trabalho social, sofre um atentado. Sua vida é salva pelo anjo Rafael (Caio Blat) o qual lhe oferece mais uma chance. Ele terá seis meses de vida desde que resolva os problemas de sua família, que ele deixou para trás a fim de poder aventurar-se no mundo. Para cumprir sua missão, João contará com a ajuda de Rafael que opta por uma vida entre os humanos e, assim, aos poucos vai perdendo os seus poderes. Além dos problemas com sua nova missão, João terá que se preocupar com os neonazistas que o querem morto.

Uma Rosa com Amor

Emissora: SBT

Horário: 20h15

Período: de 1º de março a 16 de agosto de 2010

Número de capítulos: 145 capítulos

Autor: Tiago Santiago inspirada no original de Vicente Sesso

Breve Resumo: Uma comédia romântica, que envolve disputa de poder, mentiras e um pouco de ação. A telenovela conta a história de Serafina Rosa (Carla Marins), que trabalha como secretária em uma construtora. Um dia ela recebe uma proposta um tanto quanto inusitada: casar-se com o seu patrão, o francês Claude Antoine Gerald (Cláudio Lins). Este seria um casamento de fachada, para poder regularizar a situação dele no país e, em troca, Rosa receberia um milhão de reais. Ela aceita, pois com o dinheiro, impediria a demolição da vila onde mora com sua família e seus amigos. Rosa ainda tem que lidar com a noiva de seu esposo de mentira, Nara Paranhos (Mônica Carvalho), e com o pai dela, Egídio/Olegário (Carlo Briani), que juntos farão qualquer coisa para ter o controle da empresa de Claude. Em meio a todas as confusões que ocorrem, Rosa e Claude acabam se apaixonando.

Véu de Noiva

Emissora: Globo

Horário: 20 horas

Período: de 10 de novembro de 1969 a 27 de junho de 1970

Número de capítulos: 221 capítulos

Autor: Janete Clair

Breve Resumo: Ao descobrir que o noivo Luciano (Geraldo Del Rey) está apaixonado por sua irmã, Flor (Myrian Pérsia), Andréa (Regina Duarte) desfaz o noivado no dia do casamento e desiludida encontra o amor nos braços de Marcelo Montserrat (Cláudio Marzo). Flor descobre que está grávida de Luciano e com medo de ser mãe solteira, abandona a criança com sua irmã. Tempos depois, quando casa-se com outro homem, que muito quer ter um filho, mas descobrindo-se incapaz de realizar o desejo do marido, Flor vai em busca do filho abandonado, gerando uma grande disputa entre as irmãs para saber com quem fica a criança.

Vidas Opostas

Emissora: Record

Horário: 22 horas

Período: de 21 de novembro de 2006 a 27 de agosto de 2007

Número de capítulos: 240 capítulos

Autor: Marcílio Moraes

Breve Resumo: É durante uma escalada que Miguel (Léo Rosa) – um jovem milionário e recém-chegado da Inglaterra, onde fazia doutorado em matemática –, conhece Joana (Maytê Piragibe) – moça pobre, moradora da favela do Torto e guia da escalada – e mesmo estando noivo de Erínia (Lavínia Vlasak), acaba apaixonando-se por ela e é correspondido. Antes, Joana havia sido namorada de Jeferson (Ângelo Paes Leme), que se envolve com drogas é preso, mas ganha liberdade justamente quando Joana e Miguel começam a namorar. Disposto a tornar-se o “dono” do morro e a ter a namorada de volta, Jeferson fará de tudo, até mesmo ameaçará Miguel para ficar com Joana novamente. Erínia também não se conformará em ser trocada. Em um embate entre Joana, Miguel e Jefferson, o pai dela, seu Haroldo (Raymundo de Souza), o policial corrupto Jorge Alencar (Márcio Garcia) e o próprio traficante, acabam mortos. Ao sair da prisão, o irmão de Jeferson, Jacson (Heitor Martinez), procurará tomar tudo o que fora do irmão, inclusive Joana.

Viver a Vida

Emissora: Globo

Horário: 21 horas

Período: de 14 de setembro de 2009 a 14 de maio de 2010

Número de capítulos: 209 capítulos

Autor: Manoel Carlos

Breve Resumo: Helena (Taís Araújo), que é uma modelo internacional muito famosa, decide largar sua profissão para se casar com o sedutor Marcos (José Mayer), dono de uma rede de hotéis. Ele era 20 anos mais velho, recém-separado da ex-modelo Teresa (Lília Cabral), com quem tem três filhas, Luciana (Aline Moraes), Isabel (Adriana Birolli) e Mia (Paloma Bernardes) – sendo esta última, filha adotiva. Os ciúmes de Tereza, a inveja de Luciana e a diferença de idade entre Helena e Marcos geraram muitos conflitos para todos. No decorrer da trama, Luciana, jovem mimada, também modelo e que nunca precisou batalhar na vida, sofre um grave acidente deixando-a tetraplégica. Helena se sente culpada por ter feito a enteada viajar no ônibus acidentado. Esse será mais um motivo que enfraquecerá sua união com Marcos.