

FEMININO & MASCULINO
EM “MORANGOS COM AÇÚCAR”

ANÁLISE DA CONSTRUÇÃO DE GÉNERO

EM PROGRAMAS DE TELEVISÃO VISTOS POR CRIANÇAS

Elisabete Vilar Rodrigues

Dissertação de Mestrado em Estudos Sobre as Mulheres
– As Mulheres na Sociedade e na Cultura

AGOSTO, 2008



DISSERTAÇÃO

apresentada para cumprimento dos requisitos necessários

à obtenção do grau de Mestre em

ESTUDOS SOBRE AS MULHERES – AS MULHERES NA SOCIEDADE E NA CULTURA,

realizada sob a orientação científica do professor doutor Manuel Lisboa

AGRADECIMENTOS

Presto aqui o meu profundo reconhecimento:

Aos meus pais, por tudo, e por terem financiado este curso e confiado no seu valor para mim, mesmo sem saberem muito bem ‘para que serve’, e bem assim terem acreditado na minha capacidade para o concluir com êxito.

Ao meu orientador, professor doutor Manuel Lisboa, pelo interesse demonstrado no tema, já desde um anterior trabalho no mesmo âmbito, e tanto pelos desafios quanto pelas oportunidades que criou para que eu levasse a bom termo esta investigação.

Às minhas ricas priminhas, pela paciência de terem aprendido mais sobre os *Morangos com Açúcar* do que alguma vez poderiam querer, à Dani pela companhia – e particularmente à Johnny por todo o género de ajudas que me prestou.

Aos meus irmãos e à família, por serem os meus pés na terra. Aos meus amigos, por me deixarem voar.

RESUMO

FEMININO & MASCULINO EM “MORANGOS COM AÇÚCAR” –

ANÁLISE DA CONSTRUÇÃO DE GÉNERO EM PROGRAMAS DE TELEVISÃO VISTOS POR CRIANÇAS

Elisabete Vilar Rodrigues

PALAVRAS-CHAVE: ESTEREÓTIPOS DE GÉNERO; PAPÉIS SEXUAIS; SOCIALIZAÇÃO DE GÉNERO;
CRIANÇAS; TELEVISÃO

Este estudo tem o propósito de identificar a presença de estereótipos de género e de papéis sociais atribuídos consoante o sexo em programas televisivos vistos por crianças – detectando quais são dominantes e se existem novas tendências a emergir nesse âmbito de conteúdos.

Parte-se da premissa de que a televisão constitui uma das mais significativas fontes de socialização de género a que as crianças são expostas, independentemente de poder surtir efeitos diversos em diferentes sujeitos.

Seleccionou-se o programa mais visto, em Portugal, pelo grupo mais jovem, a telenovela *Morangos com Açúcar*, para submeter a uma análise de conteúdo.

A investigação revelou uma presença expressiva de estereótipos de género, sobretudo femininos – sendo que a mulheres e raparigas são as personagens mais estereotipadas. O traço mais frequente é o da beleza, associado ao género feminino – factor previsível dada a importância da imagem física das pessoas que aparecem na TV. As personagens adultas cumprem os papéis tradicionais do seu sexo – filhos e lar para as mulheres; autoridade e ‘trabalho’ para os homens – enquanto os jovens rompem a tradição, com as raparigas a mostrar-se independentes e corajosas (traço masculino) e os rapazes a serem representados como emotivos e sentimentais (traço feminino).

ABSTRACT

FEMININE & MASCULINE IN “MORANGOS COM AÇÚCAR” –

ANALYSING GENDER CONSTRUCTION IN TV PROGRAMS WATCHED BY CHILDREN

KEYWORDS: GENDER STEREOTYPES; SEXUAL ROLES; GENDER SOCIALIZATION; CHILDREN; TELEVISION

The aim of this study is to identify the presence of gender stereotypes and social roles based on sex in TV programs watched by children – trying to detect which ones are dominant and if there are new trends emerging in that context.

The starting point is the fact that television is one of the most significant sources of gender socialization that children are exposed to – regardless of the different effects it may produce in different viewers.

We selected the most popular TV series among young viewers in Portugal, the *telenovela Morangos com Açúcar* (aired since 2003), to submit to a content analysis.

Its findings revealed a significant presence of gender stereotypes, especially feminine ones – with girls and women being the most stereotyped characters. The most frequent characteristic is beauty, tied to feminine gender – which was predictable due to the importance of body image among people who appear on TV.

Adult characters tend to accomplish more traditional roles – child and homecare for women; authority and ‘work’ for men – while the younger ones tend to break the tradition, with girls appearing as independent and courageous (masculine trait) and boys being represented as emotional and sentimental (feminine trait).

ÍNDICE

INTRODUÇÃO.....	1
I. ENQUADRAMENTO TEÓRICO.....	5
1. PRECONCEITOS E ESTEREÓTIPOS:	
PERCEBER A REALIDADE ATRAVÉS DE IMAGENS MENTAIS.....	5
2. ESTEREÓTIPOS E GÉNERO:	
A ATRIBUIÇÃO SOCIAL DE PAPÉIS MASCULINOS E FEMININOS.....	8
3. ESTEREÓTIPOS E TELEVISÃO:	
UMA ALIANÇA QUE SIMPLIFICA A MENSAGEM MEDIÁTICA.....	10
4. CRIANÇAS E TELEVISÃO:	
A SOCIALIZAÇÃO ATRAVÉS DO ECRÃ.....	13
5. CRIANÇAS E ESTEREÓTIPOS DE GÉNERO NA TELEVISÃO:	
COMO SE ARTICULAM E POR QUE INTERESSA O SEU ESTUDO.....	16
II. ENQUADRAMENTO METODOLÓGICO.....	21
1. CONSTRUÇÃO DO CAMPO DE OBSERVAÇÃO: AMOSTRA E RECOLHA DE DADOS.....	21
2. PROCEDIMENTOS.....	23
2.1. A ANÁLISE DE CONTEÚDO.....	23
2.2. CONSTRUÇÃO DO DISPOSITIVO DE ANÁLISE.....	25
A) UNIDADE DE REGISTO E UNIDADE DE CONTEXTO.....	25
B) CATEGORIAS.....	26
C) INDICADORES.....	26
D) REGRA DE CONTAGEM E CODIFICAÇÃO.....	29
E) GRELHA DE CONTAGEM.....	30
3. COMO SE PROCESSOU A ANÁLISE.....	32
III. APRESENTAÇÃO E INTERPRETAÇÃO DE RESULTADOS.....	33
1. QUANDO A TV DIZ QUE BELEZA É FUNDAMENTAL.....	35
1.1. AS NORMAS DA ATRACÇÃO: SER BELO É SER JOVEM.....	38
2. QUE MULHERES HÁ NA TELENOVELA?.....	41
2.1. O MITO DA VOCAÇÃO MATERNAL.....	43
3. EMOÇÕES NO MASCULINO: “OS RAPAZES TAMBÉM CHORAM”?.....	48

3.1. O MUNDO ‘BIPOLAR’ DA ADOLESCÊNCIA.....	50
4. HOMENS DOMINADORES, RAPARIGAS INDEPENDENTES.....	52
4.1. ISTO AGORA É <i>JUST GIRLS!</i>	54
CONCLUSÃO.....	58
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	60

INTRODUÇÃO

Onde Sancho vê moinhos,

D. Quixote vê gigantes.

Vê moinhos? São moinhos.

Vê gigantes? São gigantes.

António Gedeão

A realidade social em que cada um vive não é ‘real’. Ou seja, não é composta de factos ‘puros’ mas da leitura valorativa e da representação que deles fazemos. “A vida quotidiana apresenta-se como uma realidade interpretada pelos homens e, de modo subjectivo, dotada de sentido para eles, na medida em que forma um mundo coerente”, explicam Peter Berger e Thomas Luckmann (1999 : 31) – sendo curioso que tenham optado pela palavra *homens* para se referirem às pessoas, mas já lá iremos.

A realidade social é, portanto, uma construção, individual e colectiva – que se solidifica em instituições e se lega aos novos membros da comunidade através de formas explícitas e implícitas de socialização.

Um dos instrumentos desse processo educativo – e de que a mente humana se serve para gerir todo o manancial de informação que lá quer entrar – consiste na criação de categorias generalizáveis onde encaixar acontecimentos, ideias, pessoas ou grupos. Ou seja, os indivíduos tendem a ler o mundo e a interacção com os outros através do filtro dos preconceitos e estereótipos – ao mesmo tempo que interiorizam a identificação com alguma ou algumas dessas categorias, aprendendo e reproduzindo as condutas do estereótipo em que se inserem, isto é, os papéis que lhes correspondem.

O recurso a estereótipos não se limita, porém, a criar uma distinção ou uma distância entre diferentes categorias sociais: ele tende igualmente a dar origem a uma hierarquização dessas categorias.

Ora, embora os estereótipos dominantes na sociedade se adaptem aos momentos históricos, às localizações geográficas, às culturas e aos grupos de pertença dos indivíduos, alguns revelaram-se mais persistentes à passagem do tempo e foram-se manifestando repetidamente em culturas que nunca haviam estado em contacto.

Entre os estereótipos mais perseverantes, conforme atesta a maioria dos autores citados ao longo do trabalho que aqui se apresenta, contam-se os estereótipos de género – que abarcam todas as dimensões do quotidiano, distribuindo-as conforme os sexos.

E é deles que nos ocuparemos nesta dissertação. Nomeadamente, preocupa-nos que, apesar de aparentes mudanças profundas neste contexto, elas se tenham produzido “apenas ao nível da tomada de consciência e do ‘papel’ – ao passo que o que de facto se verifica é uma constância no comportamento e nas condições de relacionamento entre homens e mulheres” (Beck, 2003 : 103). Mais: Ulrich Beck (2003) sublinha o efeito paradoxal desse processo, já que a redução de algumas desigualdades torna mais claras à consciência a manutenção ou intensificação de outras desigualdades.

Por exemplo, as mulheres que tiveram acesso a oportunidades educativas em condições de maior igualdade e que estão mais cientes da sua posição criaram expectativas de paridade nas vidas profissional e familiar, mas estas chocam com o mercado de trabalho e o comportamento masculino, que vão em sentido oposto.

Os homens, por seu turno, “adoptaram uma retórica da igualdade mas sem fazerem com que os seus actos suportem o seu discurso” (Beck, 2003 : 104). As contradições entre as expectativas de igualdade das mulheres e a desigualdade que têm de enfrentar; e entre o discurso masculino de responsabilidade mútua e a manutenção dos velhos papéis de género estão a agudizar-se e Beck (2003) defende que a forma que esse conflito adquirir irá ser a mais decisiva em termos sociais nos próximos anos.

Por outro lado, numerosas investigações, das quais aqui apresentamos uma amostra, revelaram que este estado das coisas é apreendido pelas crianças muito cedo na vida. Powell e Abels, autoras de um estudo sobre estereótipos sexuais em programas de TV infantis, argumentam que “uma das mais importantes lições que as crianças pequenas aprendem é a socialização em papéis de género esperados” (2002 : 14). E Barcus, por exemplo, demonstrou que, pelos sete anos de idade, a quase totalidade das crianças está já comprometida com uma “identidade de género e com comportamentos adequados ao seu sexo” (1983 : 22). O autor atesta ainda que o primeiro passo na aquisição de comportamentos de género resulta da observação de esquemas de vida fornecidos pelos filmes, os livros, a televisão – enfim, a cultura de massas.

De facto, tal como foi estabelecido em diversos estudos, uma fonte significativa de mensagens culturais é a televisão, criadora de poderosos modelos de comportamento, sobretudo junto dos que lhes são mais vulneráveis, as crianças – que, na primeira metade deste ano, assistiram, em Portugal, a uma média de três horas diárias de TV.

Os mais novos dispõem hoje de muitos meios para controlarem por si próprios o acesso à TV (televisor no quarto, domínio do telecomando) e quase sempre assistem à programação sem a intermediação, por adultos, dos conteúdos que estão a absorver.

Assim, e independentemente do modo como são descodificadas e apropriadas pelo público, podemos concluir que as mensagens contidas nos programas televisivos que lideram as audiências junto das crianças e adolescentes registam um considerável impacto sobre as suas representações e construções sociais e as suas expectativas, nomeadamente face à construção do género nas suas múltiplas dimensões.

Não se trata aqui de tentar antecipar quais serão esses efeitos – até porque eles se conjugam com outras fontes de socialização para formar um enquadramento ideológico individualizado. Mas não podemos ignorar que os conteúdos televisivos constituem também um património comum, que reflecte e influencia a cultura que o cria bem como aquelas que o consomem – e “enquanto o pensamento [social sobre a diferenciação entre masculino e feminino] não for analisado sob a forma de uma ideologia colectiva que as relações intergrupos actualizam e operacionalizam, os processos de significação social dos valores e comportamentos e as formas da sua operacionalização nas interacções sociais ficam por esclarecer e são as ‘personalidades’ ou as ‘expectativas’ de homens e mulheres que explicam as diferenças nas suas percepções e avaliações da realidade social e nos seus comportamentos” (Amâncio, 1994 : 29).

Veja-se que numerosos estudos desde os anos 1960¹ estabeleceram sem grande margem de dúvidas que a programação televisiva representa geralmente os sexos em papéis estereotipados e mostra a subordinação do feminino ao masculino.

Importa, por isso, questionar que conteúdos são esses, ou, mais concretamente, a que modelos de ser homem e de ser mulher estão as crianças e adolescentes expostos quando assistem aos seus programas favoritos? Que comportamentos e papéis ‘adequados’ a cada sexo está a televisão a veicular? Que expectativas ajuda a gerar? Que tipos de estereótipos são reforçados e quais são rechaçados? Que perfil de feminino e de masculino são propostos aos espectadores?

Dado o poder da televisão, tentar responder a estas questões é um contributo para, como exorta Pierre Bourdieu, “desmontar os processos que são responsáveis pela transformação da história em natureza, do arbitrário cultural em natural” (1999 : 2) – ou os mecanismos através dos quais se processa aquilo que o investigador designa por “paradoxo da doxa”, ou seja, “o facto de a ordem do mundo tal como é, com os seus sentidos únicos e sentidos proibidos, em sentido próprio ou em sentido figurado, as suas

¹ C. f. Barcus, 1983; Chu & McIntyre, 1995; Durkin, 1985; Grusec & Brinker, 1972; Signorielli, 1991; Thomson & Zerbinos, 1995; Powell & Abels, 2002

obrigações e as suas sanções, ser grosso modo respeitada; o facto de não haver maior número de transgressões ou de subversões, de delitos e loucuras (...); ou o facto, ainda mais surpreendente, de a ordem estabelecida, com as suas relações de dominação, os seus direitos e as suas excepções, os seus privilégios e as suas injustiças, se perpetuar em última análise com tanta facilidade, postos de parte alguns acidentes históricos, e de as condições de existência mais intoleráveis poderem tantas vezes surgir como aceitáveis e mesmo naturais” – sendo a “dominação masculina o exemplo por excelência dessa submissão paradoxal” (Bourdieu, 1999 : 1).

E é esse o desafio que nos propomos na presente dissertação: tentar responder às perguntas atrás formuladas, no contexto da série de maior audiência junto do público nacional mais jovem – a telenovela *Morangos com Açúcar*.

Assim, começamos por, numa via teórica e conceptual, enquadrar o recurso a estereótipos para interpretar a realidade, as relações sociais, os grupos e os indivíduos, abordando depois, concretamente, os estereótipos de género – a sua posição relativa e o aparelho que promove a sua perpetuação e a sua transmissão às novas gerações.

Partimos depois para uma apreciação do modo como estão os estereótipos inseridos na linguagem televisiva e daqui observamos o papel da televisão na socialização das crianças, para concluir com uma análise da forma como os estereótipos de género nos programas televisivos são lidos pelos mais novos, ao mesmo tempo que justificamos a actualidade e o interesse deste estudo.

Seguidamente, é descrito o processo pelo qual foi construído o campo de observação ou a amostra, bem como os procedimentos adoptados para satisfazer a metodologia da vertente empírica deste trabalho, que consistiu numa análise de conteúdo da série *Morangos com Açúcar*.

Finalmente, são expostos e discutidos os resultados dessa análise – observando-se a presença significativa de estereótipos na novela, com especial inclinação para os femininos, mesmo se as personagens mais jovens contrariam a tradição, com os rapazes a surgirem emotivos e as raparigas retratadas como independentes e audazes.

A dissertação culmina na apresentação de conclusões, que incluem ainda sugestões para estudos posteriores estimulados pela presente investigação – nomeadamente a necessidade de estender esta abordagem a outras categorias de análise, para abarcar outras dimensões de género, e a indispensabilidade de estudos de recepção junto do público infantil para apurar como são por ele absorvidos e utilizados no quotidiano os estereótipos e papéis propostos pela televisão.

I. ENQUADRAMENTO TEÓRICO

1. PRECONCEITOS E ESTEREÓTIPOS:

PERCEBER A REALIDADE ATRAVÉS DE IMAGENS MENTAIS

Poder-se-ia pensar que na sociedade contemporânea, que se pretende cada vez mais democrática e igualitária, e onde a tecnologia facilita os intercâmbios e a circulação de informação e afectos, os preconceitos e estereótipos estivessem destinados a perder progressivamente importância.

Todavia, basta olhar em torno para perceber que aqueles continuam amplamente difundidos nas representações e relações sociais, mesmo em contextos de ruptura com a norma vigente², havendo até autores que consideram – como Mazzara (1997) – que em dados momentos eles parecem aumentar.

Frequentemente, pode observar-se que preconceitos e estereótipos “simplesmente se adaptaram a conviver com os novos valores de racionalidade e de tolerância, tendo-se transformado de explícitos e arrogantes em implícitos, escondidos ou aparentemente racionalizados; ocultos nas declarações de princípios, são na realidade utilizados muito mais do que se julga no agir quotidiano” (Mazzara, 1997 : 9).

Etimologicamente, o termo preconceito indica tão só um juízo apriorístico, ou seja, prévio à experiência e portanto não baseado em dados suficientes – porém não necessariamente errado ou negativo.

Os preconceitos positivos existirão provavelmente em número igual ao dos preconceitos negativos – estando frequentemente associados em binómio: é por considerarem o grupo a que pertencem ou as suas próprias opções excessivamente positivos que muitos indivíduos tendem a exagerar os aspectos negativos dos “outros” grupos e opções.

Mas a partir do momento em que dele se apropriaram as ciências sociais, o termo passou a empregar-se sobretudo para designar especificamente juízos de valor relativamente a grupos sociais, mais do que a factos ou eventos, e num sentido desfavorável, isto é, “o erro de valoração tende mais a penalizar do que a favorecer o objecto do próprio juízo”, conforme explica Mazzara (1997: 12).

Os preconceitos baseiam-se numa visão estereotipada da realidade.

² Como demonstrou, por exemplo, Dalila Cerejo (2007) na sua investigação sobre o género no mundo ‘alternativo’ do *graffiti*.

A expressão “estereótipo” nasceu, nos finais do século XVIII, no seio do contexto tipográfico para designar a reprodução de imagens impressas através de formas fixas. Depois, foi adoptada pela psiquiatria para se referir a patologias do comportamento consistindo em repetições obsessivas de expressões e gestos. E entrou nas ciências sociais por meio de um volume sobre os processos de formação da opinião pública redigido pelo jornalista Walter Lippmann, em 1922.

De acordo com a acepção então cunhada pelo autor da expressão famosa frase “The world outside and the pictures in our heads”³, “a relação cognitiva com a realidade externa não é directa, mas antes mediada pelas imagens mentais que cada um forma sobre essa realidade” (Mazzara, 1997 : 15).

Essas imagens consistem em simplificações grosseiras e quase sempre muito rígidas, que criam uma espécie de falso ambiente, ou contexto manipulado, com o qual os indivíduos de facto interagem – e isso sucede, sustenta Bruno Mazzara, porque “a mente humana não está em condições de compreender e tratar a infinidade de *nuances* e a extrema complexidade com que o mundo se apresenta” (idem, *ibidem*).

Não sendo um filósofo ou cientista social reconhecido, Lippmann teve o condão de introduzir o termo no universo daquelas disciplinas mas também no senso comum, tendo igualmente aflorado algumas das principais questões que hoje se debatem em torno do conceito.

Por exemplo, este processo de simplificação da realidade não sucede tanto de forma acidental ou por um arbítrio individual, mas sobretudo segundo modalidades culturalmente estabelecidas: conforme sublinha Mazzara, “os estereótipos fazem parte da cultura do grupo e como tal são adquiridas pelos indivíduos e utilizadas para uma eficaz compreensão da realidade” colectiva (idem, *ibidem*).

Os estereótipos têm ainda uma função defensiva do “lugar social” alcançado pelos indivíduos, ao garantirem a manutenção de uma cultura e respectivos sistemas de organização social. Este aspecto é reforçado pelo facto de a aquisição de estereótipos orientar a recolha de informação e mesmo a validação da experiência – que acabam por ser alteradas pelo “filtro” dos estereótipos dominantes no observador.

Ou seja, os estereótipos tendem a encontrar e sobrevalorizar os aspectos da realidade que os sustentam e a rechaçar, ignorar ou neutralizar as informações e experiências que os contradizem.

³ “O mundo lá fora e as imagens nas nossas mentes”, em inglês.

Tal como sucede com o termo preconceito, o conceito de estereótipo pode ter diversas conotações. Gardner (1994 : 2) agrupa as definições de diferentes autores em três grandes orientações conceptuais: os estereótipos enquanto crenças consensuais; os estereótipos enquanto crenças injustificadas e os estereótipos enquanto crenças que distinguem umas categorias das outras. É a combinação deste três vectores – a disseminação consensualmente aceite de crenças injustificadas, usadas para distinguir hierárquica ou valorativamente categorias sociais – que se encontra na origem de muitos processos de discriminação de certos grupos.

Para Bardin, o estereótipo é a “representação de um objecto (coisas, pessoas, ideias) mais ou menos desligada da sua realidade objectiva, partilhada pelos membros de um grupo social com uma certa estabilidade” (1988 : 51). Corresponde, assim, a uma “medida de economia” (idem, ibidem) na percepção da realidade, uma vez que uma percepção semântica pré-existente, que tem a sua base nas emoções, “substitui ou orienta imediatamente a informação objectiva ou a percepção real” (idem, ibidem).

Ou seja, nas palavras de Nelson Lourenço e Manuel Lisboa, “os indivíduos tendem a julgar e a perceber a realidade, ideal e material, não tanto em função dessa realidade mas em relação consigo mesmo. Neste julgamento ou percepção desempenha um papel fundamental um conjunto de factores ligados à história pessoal de cada indivíduo e que podem ser objectivados sob a forma de atributos” (Lourenço e Lisboa, 1992 : 78).

Num sentido mais lato, os estereótipos são, assim, instrumentos funcionais de diálogo com a realidade, não tendo de referir-se a objectos sociais, nem tendo uma valoração necessariamente positiva ou negativa.

Contudo, “embora a criação de estereótipos seja parte do processo natural de desenvolvimento de categorias, permitindo às pessoas impor uma estrutura e um sentido a acontecimentos e objectos, a colocação de rótulos leva a concepções discriminatórias (...) e as semelhanças entre acontecimentos e objectos do mesmo tipo tendem a ser exageradas” (Jeffries-Fox & Jeffries-Fox, 1981 : 295).

Por isso, como lembra Mazzara (1997), o seu uso mais vulgarizado, tanto no senso comum como nas ciências sociais, respeita sobretudo a imagens mentais relativas a grupos sociais e mais particularmente aquelas que são negativas ou desfavoráveis.

Neste sentido, o autor conclui que “o estereótipo pode ser concebido como o núcleo cognitivo do preconceito” (1997 : 19).

2. ESTEREÓTIPOS E GÉNERO:

A ATRIBUIÇÃO SOCIAL DE PAPÉIS MASCULINOS E FEMININOS

Um dos preconceitos mais persistentes na nossa sociedade, a par dos preconceitos étnicos e xenófobos, diz respeito ao género. “Uma das características centrais da organização social humana é a divisão em papéis de género, e os esquemas que caracterizam os saberes sociais sobre esta dicotomia tornaram-se um tema fundamental para numerosos investigadores sociais” (Durkin, 1984 : 341).

A esse propósito, e servindo-nos das palavras de Lígia Amâncio, consideramos que “tanto as formas objectivas da discriminação [sexual] como a sua expressão subjectiva têm a sua origem numa forma de pensamento social que diferencia valorativamente os modelos de pessoa masculina e feminina e as funções sociais dos dois sexos” (Amâncio, 1994 : 15).

Todo um mecanismo é posto em marcha para ensinar e perpetuar esta forma de pensar, que é dominante num contexto pan-cultural, como adiante se discutirá. O processo de categorização social, ou de caracterização dos indivíduos de acordo com a sua categoria de pertença, articula-se com a procura de explicações e de comportamentos adequados ou apropriados conforme essa categoria, neste caso, o género – “assumindo formas de representação da realidade social que a legitimam e justificam” (Amâncio, 1994 : 33). Deste modo, “os conteúdos caracterizadores do masculino e do feminino, as dimensões explicativas do comportamento de homens e mulheres e da própria posição social dos dois grupos estão interligados numa relação de produção de sentido – e o consenso que envolve esta forma de pensamento social transforma-a numa ideologia colectiva” (idem, ibidem).

Ora, é precisamente a partir do momento em que a variável sexo é conceptualizada enquanto categoria social que o objecto de análise já não são as diferenças entre homens e mulheres – o que “importa analisar [é] o pensamento social sobre a diferenciação entre o masculino e o feminino, ou seja, a epistemologia do senso comum sobre os sexos” (Idem : 28).

Como bem explicam Lisboa e Roque, “os papéis sociais de género pressupõem uma avaliação social dos desempenhos, no sentido de sancionar positiva ou negativamente as condutas dos actores sociais. (...) São compostos por crenças, normas valores e expectativas socioculturais, mais ou menos estigmatizados em função do contexto, de modo a constituírem-se como um referente da identidade de género

incorporada pelas pessoas dos dois sexos (...) [e estão] para além das diferenças biológicas [entre homens e mulheres]”, edificando-se sob a forma de “referenciais reguladores de condutas” (2006 : 132).

A conceptualização do sexo enquanto categoria social não significa simplesmente passar de uma explicação em termos de espécie biológica para uma explicação em termos de espécie psicológica. Homens e mulheres, lembra Lúcia Amâncio, “distinguem-se por atributos físicos e características fisiológicas que constituem outros tantos atributos identificadores do sexo de pertença. Mas estes indícios, operacionais no saber do senso comum sobre o masculino e o feminino, e visíveis nas interacções sociais, tendem a transformar as diferenças entre os sexos numa realidade aparentemente concreta e universal, porque a estabilidade temporal e a instrumentalidade contextual daquelas diferenças obscurecem as formas de construção social do masculino e do feminino (...)” (1994 : 33).

Ou seja, as diferenças físicas entre os sexos são socialmente acentuadas e ‘confundidas’ com as suas diferenças de desempenho social. Pierre Bourdieu vai mesmo mais longe ao afirmar que “as aparências biológicas e os efeitos bem reais produzidos, nos corpos e nos cérebros, por um longo trabalho colectivo de socialização do biológico e de biologização do social [se conjugam] para inverter a relação entre as causas e os efeitos e fazer surgir uma construção social generalizada (os ‘géneros’ enquanto *habitus* sexuados) como o fundamento natural da divisão arbitrária que está no princípio tanto da realidade como da representação da realidade – e que por vezes se impõe à investigação” (Bourdieu, 1999 : 3).

Esta divisão arbitrária não se limita a elencar e sublinhar distinções entre homens e mulheres, ou o modo de ser homem e mulher na sociedade: ela cria também uma hierarquia valorativa, no âmbito da qual um género é representado como superior ao outro. Concretamente, ao longo da História e na maior parte das culturas, o género masculino é visto como dominante face ao feminino (C. f. Thébaud, 1991; Amâncio, 1994; Fidalgo, 2002; Bartky, 1990; Bourdieu, 1999; entre outros).

“É a assimetria dos papéis tradicionais dos dois sexos que relega as mulheres para uma condição de grupo minoritário não só pela sua posição social objectiva, na esfera pública, mas também no plano subjectivo, e que pode explicar a sua discriminação enquanto categoria social”, explica Lúcia Amâncio (1994 : 32).

Um menor poder social das mulheres negou-lhes ou, pelo menos, inibiu-lhes o estatuto, a capacidade reivindicativa e uma plena participação nos direitos conquistados

pelos homens. Mas a opressão das mulheres pela dominação masculina não passa apenas pela carência dos seus direitos políticos ou jurídicos. Ela passa também, e talvez sobretudo, pela estrutura das sociedades e pelo conteúdo e raízes das culturas, penetrando nas nossas consciências, conforme sublinha Bartky (1990).

Diferentes instituições são articuladas para que esse princípio seja reforçado e aceite por dominantes e por dominados. E isso inclui mesmo os termos com que os indivíduos, homens e mulheres, podem referir-se ao fenómeno, como demonstrou Dale Spender, no seu “Man Made Language”: “Os homens têm sido o sexo dominante incontestado e a sua dominação é reflectida e reforçada na linguagem e pelo uso da linguagem” (2001 : xii).

A linguagem é um instrumento que emoldura os limites da nossa realidade. Ela constitui “a nossa forma de ordenar, classificar e manipular o mundo. É através da linguagem que nos tornamos membros da comunidade humana, que o mundo se torna compreensível e significativo” (Spender, 2001 : 3).

Numa sociedade patriarcal, os homens, como sexo dominante, “detêm apenas uma visão parcial do mundo; contudo, encontram-se em posição de insistir que a sua maneira de ver e os seus valores são os ‘verdadeiros’. E estão também em posição de impor a sua versão sobre outros seres humanos que não partilham a sua experiência”, salienta a autora (Spender, 2001: 1-2). Isso chega ao ponto, acrescenta, de “não haver termos aceitáveis para o homem quando se pretende criticar o poder masculino” (idem: xiv).

Contudo, a linguagem do dealbar da segunda década do século XXI não se limita às palavras e à língua: ela tornou-se audiovisual, altamente gráfica e simbólica e tecnologicamente suportada – e as investigações produzidas no seu âmbito têm demonstrado que os mesmos modelos estereotipados se aplicam a esse ‘novo’ universo.

3. ESTEREÓTIPOS E TELEVISÃO:

UMA ALIANÇA QUE SIMPLIFICA A MENSAGEM MEDIÁTICA

A mente humana, como vimos, tende a agrupar coisas semelhantes como iguais; a criar categorias mentais para articular ideias, factos, e emoções; e a extrapolar esses *clichés* para novas situações onde eles se encaixem.

Ora, sendo a televisão um meio de comunicação de massas, que pretende “seduzir” o maior número de receptores, as suas mensagens são habitualmente simplificadas, linearizadas e, sobretudo no que concerne a conteúdos ficcionais,

assentes em padrões ou estereótipos socialmente dominantes para obedecer a e tirar proveito desse processo – portanto, os estereótipos ocorrem tanto na vida quotidiana quanto nos retratos televisivos.

Jeffries-Fox e Jeffries-Fox citam uma ideia de Gerbner segundo a qual o conteúdo televisivo consistiria num conjunto de representações simbólicas de tipos humanos, oportunidades de vida e riscos, papéis sociais e relacionamentos, normas de comportamento e outras “regras” da vida (1981 : 295).

Assim, as motivações das personagens de ficção são claras e simples, em contraste com os inacessíveis e complexos impulsos das pessoas da ‘vida real’.

Na televisão, os papéis são estereotipados para facilitar o reconhecimento e para fazer face à habitual curta duração dos programas. Isto sucede mais frequentemente em séries continuadas no tempo e comédias de situação, no contexto das quais o espectador deve ser capaz de rapidamente identificar as personagens-tipo e os comportamentos que delas são esperados – e ainda identificar-se com as que lhe são mais próximas.

O casal Jeffries-Fox, que analisou as diferenças de género no processo de socialização dos papéis profissionais através da televisão, afirma, por exemplo, que “os retratos ocupacionais, particularmente os papéis de *background*, se baseiam em ‘*clichés*’ institucionais que [os realizadores e autores de TV] presumem ser consistentes com os estereótipos sociais face a essas profissões” (Jeffries-Fox & Jeffries-Fox, 1981 : 295).

Estes estereótipos são transmitidos através de características físicas, vestuário e comportamento, que se associam de modo tradicional para gerar o reconhecimento: o ‘inteligente’ usa óculos, é distraído, não tem vaidade nem sentido de humor, vestindo-se sem gosto e sendo aborrecido; o ‘divertido’ é gordo e guloso, não tem preocupações na vida, é um pouco tonto e pode ser gago; a ‘intriguista’ é ciumenta, maquiavélica, mentirosa e manipuladora, mas é quase sempre também sensual e atraente – enfim, trata-se de personagens tipificadas que podemos encontrar ‘repetidas’ numa infinidade de programas televisivos.

Os estereótipos presentes nas séries de TV ajudam também a fidelizar os telespectadores aos seus conteúdos – e esse é outro dos motivos pelos quais aqueles formatos tanto se servem deles (Olson e Douglas, 1997 : 410).

Devido à base publicitária da TV comercial, bem como por causa do seu estatuto de meio de comunicação ‘familiar’, o seu conteúdo serve sobretudo para reflectir e

reforçar as concepções, crenças e comportamentos convencionais e não tanto para as alterar – o que tem um peso particular nas questões de género.

Os estereótipos de género são dos mais representados na televisão, de acordo com um manual divulgado pela TV Ontário (1995)⁴, começando logo na representação de crianças, com as meninas a surgirem brincando com bonecas enquanto os meninos praticam desportos e actividades ‘físicas’ ou jogam com carros.

Mais: Beth Olson e William Douglas, que analisaram *sitcoms* doméstico-familiares dos anos 1950 ao final dos anos 90, nos Estados Unidos, garantem que, enquanto as histórias simbólicas da televisão foram mudando para se adaptarem a alterações nas estruturas económica, social e ideológica, “as relações entre os homens e as mulheres mantiveram-se praticamente iguais” nos conteúdos televisivos (Olson e Douglas, 1997 : 411). As séries daquele tipo surgidas nas décadas de 1980 e 1990 foram mesmo apontadas, no estudo destes autores, como mostrando mais estereótipos de dominação e menos estabilidade e satisfação familiares (*idem*, *ibidem*).

Do mesmo modo, uma análise de conteúdo de séries dramáticas, exibidas em horário nobre, também nos Estados Unidos, entre 1967 e 1998, demonstrou que, inclusive nas mais contemporâneas, “as mulheres recebem consistentemente menos reconhecimento social do que os homens” (Signorielli e Bacue, 1999 : 527). E embora houvesse cada vez mais personagens femininas nesses produtos, elas continuavam sub-representadas face aos homens – apesar de surgirem cada vez mais frequentemente em ocupações prestigiadas e até dominando profissões ditas masculinas (*idem* : 528).

Além disso, o contexto da ficção televisiva é caracterizado por “diversos *features*, menos comuns em contextos face a face, que apuram o potencial de ‘ensinamento’ da televisão: aprender através da televisão é um processo mais incidental do que propositado, os papéis são estereotipados e as motivações psicológicas não ambíguas” (Jeffries-Fox & Jeffries-Fox, 1981 : 294).

As ideias pré-concebidas e as expectativas que os telespectadores aliam à ficção televisiva proporcionam, devido ao seu contexto de entretenimento, uma oportunidade incomum de aprender sem aplicar faculdades críticas àquilo que Adorno chamava as “mensagens escondidas”, por oposição às “mensagens manifestas”⁵.

⁴ O mesmo documento assegura que os perfis mais frequentemente estereotipados em qualquer género de programas de génese norte-americana são as madrastas, os idosos, os homossexuais, os agentes de polícia e os condutores de camiões.

⁵ C. f. ADORNO, Theodor W. (1990) “La télévision et les patterns de la culture de masse” in *Réseaux*, n.º 44/45, CNET

Estas considerações tornam-se singularmente importantes devido ao papel social da televisão na actualidade. De símbolo de estatuto de classe, no início do anos 1950, o televisor passou a electrodoméstico vulgar nos nossos dias, havendo numerosos lares que dispõem de mais de um aparelho. Como eloquentemente sublinham Signorielli e Bacue, “a televisão constitui a mais comum fonte de informação e entretenimento do mundo. Para uma parte significativa das pessoas, a TV domina o tempo livre. (...) Vemos televisão para relaxar e fazemo-lo enquanto nos dedicamos a outras coisas, como comer, arrumar a casa e fazer trabalhos miúdos” (1999 : 528).

Isso adquire particular significado junto das crianças que, conforme recordam os dois autores, “começam a assistir à televisão antes mesmo de conseguirem andar ou falar. Usam-na como companhia no regresso da escola e muitas vezes vêm televisão até irem para a cama (...). Estes padrões mantêm-se ao longo da vida” (Signorielli e Bacue, 1999 : 528).

4. CRIANÇAS E TELEVISÃO: A SOCIALIZAÇÃO ATRAVÉS DO ECRÃ

As primeiras investigações sobre crianças e televisão, conforme recorda Cristina Ponte (1998 : 26), datam dos anos 1950 e provêm da Inglaterra (Himmelweit) e dos Estados Unidos da América (Schram). Estes estudos pioneiros abordavam o papel da televisão na ocupação dos tempos livres das crianças e adolescentes e procuravam averiguar de que modo este novo meio poderia ser usado para ensinar matérias escolares.

Já os anos 1960, marcados por tensões sociais e políticas, iriam impor como problema o impacto da TV nos comportamentos dos espectadores, nomeadamente nos mais jovens. Foram desencadeadas investigações sobre “eventuais efeitos de programas infantis e de audiência familiar na aquisição de atitudes e comportamentos sociais” (Ponte, 1998 : 27), nomeadamente a agressividade.

Mas quando, em 1972, foi publicado o relatório norte-americano *Television and Growing Up: The Impact of Televised Violence*, os resultados das 23 pesquisas que o documento apresentava nesta área foram totalmente contraditórios – o que, no mínimo, revelava desalinho de metodologias e pouca estabilidade nas premissas de que se partia para a investigação.

A consequência é que a discussão se afastou de aspectos que teria sido importante observar, nomeadamente “os factores económicos e comerciais que influenciam os

conteúdos dos programas e como esses mesmos conteúdos se reportam a imaginários culturais da sociedade”, sublinha Ponte (1998 : 27), citando Rowland.

As primeiras pesquisas sobre os efeitos da TV faziam uma abordagem linear, em que praticamente se presumia que os impactos dos conteúdos televisivos se manifestavam de forma directa na comunidade de espectadores. Conforme declara Cristina Ponte, “no país responsável por mais de 80 por cento dos estudos sobre crianças e violência [os Estados Unidos da América], as pesquisas acumuladas até aos anos 70 sugeriam que todas as crianças – e adultos – se poderiam tornar mais agressivos se consumissem grandes quantidades de conteúdos violentos. Pesquisas posteriores fazem entrar nesta análise variáveis de mediação entre a televisão e o público infantil. No que se refere à violência, nomeadamente, passou-se a avaliar diferentes impactos de diferentes tipos de conteúdo violento em diferentes níveis etários e em diferentes contextos de visionamento. É o reconhecimento destas múltiplas variáveis que contribui para a singularização de ‘Crianças e Televisão’ como área de estudo” (1998 : 27).

Ou seja, tal como sustenta a abordagem construtivista, o indivíduo tem um papel decisivo na “selecção e interpretação dos dados da experiência a fim de produzir o seu próprio conhecimento. A percepção e a memória são selectivas e afectam as mensagens” (idem : 28).

Verónica Policarpo recorda que, se os primeiros estudos de recepção centrados no género e conduzidos por investigadoras feministas como Gaye Tuchman ou Sue Sharp, no final dos anos 1970, pretendiam demonstrar que “as imagens da mulher difundidas pelos meios de comunicação de massas contribuíam para reproduzir as relações patriarcais de dominação do género feminino”, ou seja, que “as raparigas tenderiam a moldar o seu comportamento em função daquilo que lhes era transmitido pela televisão em termos de papéis sexuais”, investigações posteriores vieram complexificar essa relação causal (Policarpo, s/d : 2).

Nesta linha de análise mais recente, considera-se que o espectador não se limita à imitação das imagens estereotipadas veiculadas pelos media. Policarpo explica que os autores passaram a considerar que “os textos dos meios de comunicação previam posições subjectivas a serem assumidas pelos receptores” (s/d: 3). Em lugar de serem vistos como fonte de uma única definição, necessariamente hegemónica e conservadora, dos papéis feminino e masculino, os media passam a ser tidos como o lugar de “múltiplas identidades, complexas, contraditórias e conflituantes, com as quais o receptor se deve ir identificando, de modo a atribuir sentido ao texto” (idem, ibidem).

Resumindo, num contexto de individualização do eu social (Beck, 2003), a compreensão das diferenças de consumo dos media só pode ser obtida tendo como ponto de partida as experiências sociais dos sujeitos receptores.

Mas se cada espectador tem de construir o seu próprio sentido daquilo que vê ou ouve, também não se pode ignorar que existe uma cultura partilhada, um tecido comum de modelos e valores que constituem outros tantos meios e processos de interpretação e de construção de significados.

Cristina Ponte cita Newcomb, para quem “apesar de não ser possível um controlo total sobre as formas como os produtos são recebidos, decodificados e partilhados pelas audiências, existem níveis de significado que circunscrevem o que se vê e que permitem a comunicação: a familiaridade, a repetição, a inserção do discurso das culturas populares” (Ponte, 1998 : 25).

E cita também Mattelart, que alerta para a “substituição do discurso crítico sobre a homogeneização cultural por novos discursos relativistas que negam ou subestimam a lógica de globalização introduzida pelas estratégias de *marketing* das grandes empresas do sector: a homogeneização e a normalização de mercados particulares, multiplicando denominadores comuns de audiências segmentadas a nível internacional (crianças, jovens, homens de negócios, amantes do desporto, da música, do cinema, da informação), apoiando-se em símbolos ditos universais” (idem, *ibidem*) .

A televisão pode mesmo ser considerada o meio de comunicação de massas cujos impactos são mais notórios no tecido social, e sobretudo junto das crianças.

Dorr⁶ destacava três vectores que sustentam esta ideia: “A maior acessibilidade e presença nos lares [do que os outros media]; o seu peso fortíssimo nas rotinas familiares e na ocupação de tempos livres; a facilidade de manejo do televisor por parte das crianças, mesmo pequeninas”.

Ainda para Dorr, a audiência infantil constitui uma unidade complexa e singular, diferente do universo dos adultos, por possuir “um mundo incompleto de conhecimentos e uma apetência e curiosidade fortíssimas. Se a escassez dos seus conhecimentos pode afectar a compreensão de conteúdos, nomeadamente o não distinguirem realidade de ficção, o desejo de aprender torna-as particularmente abertas à

⁶ DORR, A. (1986) “Television and Children: a Special Medium for a Special Audience”, Beverley Hills: Sage (cit. por Ponte, 1998 : 27).

influência do meio, de que a televisão faz parte. A televisão proporciona de forma acessível informação sobre como é que as pessoas se expressam e se comportam; oferece-lhes uma gama de aprendizagens informais sobre o mundo” (Ponte, 1998 : 28).

A própria exposição à televisão parece acelerar algumas dessas aprendizagens, pela familiaridade e repetição de formatos e conteúdos.

Resumindo, as crianças e adolescentes de hoje dispõem de muitos meios para controlarem por si próprias o acesso à televisão (televisor no quarto, domínio do telecomando) e na maioria das vezes assistem à programação sem a intermediação, por um adulto, dos conteúdos que estão a absorver.

Por outro lado, a faixa etária dos 4 aos 14 anos gastou, em Portugal e no primeiro semestre de 2008, uma média de quase três horas (02h 48m 59s) por dia em frente ao televisor, de acordo com dados fornecidos pela Markttest Audimetria/Mediamonitor⁷, a empresa responsável pela medição oficial de audiências no país.

Sendo o visionamento de TV uma actividade tão prevalente nas crianças pequenas, interessa questionar que valores são apresentados na programação televisiva que possam afectar a sua concepção de papéis de género. Até porque se trata de uma área de investigação que suscitou um interesse tardio na generalidade da comunidade científica – como sublinhava Durkin, em 1985, “embora muitos investigadores presumam que a influência do conteúdo dos media é mais forte junto dos espectadores mais jovens, a investigação produzida sobre o conteúdo da programação especialmente destinada às crianças é inferior àquela que se destina aos adultos” (1985 : 105).

É difícil saber se, mais de duas décadas depois, esse cenário ainda se mantém. Mas foi também numa tentativa de mitigar essa escassez de investigação que se produziu o presente trabalho.

5. CRIANÇAS E ESTEREÓTIPOS DE GÉNERO NA TELEVISÃO:

COMO SE ARTICULAM E POR QUE INTERESSA O SEU ESTUDO

O tema da atribuição de géneros aos papéis sociais adquiriu particular saliência para investigadores que lidam com os meios de comunicação de massas, devido à “abundante evidência de que muito do conteúdo dos *media* apresenta versões distorcidas e altamente estereotipadas dos papéis sexuais”, assegura Durkin (1984 : 341), apoiando-se nas suas próprias investigações e nos trabalhos de Butler e Paisley, 1980.

⁷ <http://www.mediamonitor.pt/>

De facto, as crianças demonstram uma notável consciência dos estereótipos de papéis de género, mesmo numa idade muito precoce. Crianças de todas as idades aprendem a estereotipar sexualmente brinquedos, traços infantis, actividades dos adultos e das crianças, ocupações e profissões de forma bastante semelhante à dos adultos.

Numa investigação sobre aquisição de estereótipos de género e visionamento de televisão, Rena Repetti pediu a crianças que relacionassem certos brinquedos e certas ocupações com o sexo (1984 : 460). Os brinquedos mais ‘sexualizados’ foram os aviões, helicópteros e um *jeep*, considerados brinquedos para rapazes, e uma batedeira de brincar e bonecas para as meninas. As profissões mais vistas como ‘femininas’ pelos respondentes foram bailarina e enfermeira ao passo que as tidas como masculinas enfatizavam as ocupações de canalizador, mecânico, presidente dos Estados Unidos da América e advogado.

Num estudo de 1978, de Kuhn, Nash e Brucken, citado por Repetti (1984), crianças de apenas dois anos exprimiam a ideia de que as meninas nunca batem enquanto os meninos gostam de bater e que, quando crescessem, as raparigas limpariam a casa e os rapazes cortariam a relva.

Trinta anos volvidos, as expectativas e modelos dos mais novos poderão ter sofrido mudanças, mas ainda assim permanece a questão quanto ao modo como as crianças incorporam estereótipos de género tão cedo na vida.

O local mais provável para uma criança aprender papéis sociais distribuídos segundo o sexo é em casa, onde a família serve de microcosmos do mundo. Mas se o comportamento dos pais, ou de quem faz as suas vezes, é um incontornável modelo, a televisão tornou-se na actualidade, como vimos, num dos mais significativos meios de influência e de socialização externos à família, juntamente com os pares e a escola.

A já referida investigação de Suzanne e Bruce Jeffries-Fox (1981) sobre a interacção entre a socialização em papéis sexuais e a aprendizagem, pelos mais novos, dos papéis profissionais e ocupacionais através da televisão é disso um bom espelho.

O casal analisou as respostas a entrevistas de perguntas abertas de 200 estudantes sobre seis profissões: agente policial, advogado, juiz, médico, socorrista e psiquiatra (em língua inglesa, os substantivos não têm género). Procurou-se saber o que os jovens pensavam que se fazia em cada um destes trabalhos, e que tipo de pessoas (incluindo o género sexual) era mais adequado para cada ocupação – e também lhes foi perguntado onde haviam obtido a informação que os levava a pensar desse modo.

A TV foi a origem mais frequentemente apontada, não havendo menos de 89 por cento a considerá-la como fonte para cada uma das profissões, constituindo mesmo 97 por cento das respostas de ambos os sexos para a profissão de polícia, por exemplo.

Félix Neto, que estendeu a Portugal os estudos de Williams e Best, de 1990, sobre o conhecimento de estereótipos sexuais em crianças de 24 países, acrescenta que “uns traços são aprendidos mais cedo do que outros” (1997 : 227) – os resultados do projecto indicaram existir um conhecimento no mínimo modesto dos estereótipos de género observável na maioria das crianças de 5 anos, sendo que o nível desse conhecimento aumenta dos 5 aos 8 anos (Neto, 1997 : 220).

Da lista⁸ que aplicou a crianças portuguesas, os traços femininos mais escolhidos foram excitável, sentimental, emocional, delicada, fraca e queixosa e os masculinos foram forte, agressivo, desordeiro, grosseiro, aventureiro, cruel, severo (idem : 223).

Verificamos assim quão cedo é interiorizada, para usar as palavras de Lígia Amâncio, a “contribuição dos valores, sob a forma de preconceito, para a organização das categorias” (1994 : 42). Mas também observamos que as distinções sexuais estabelecidas pelas crianças só se vão revelando progressivamente consistentes ao longo da socialização de género – que se crê estar consolidada por volta dos 11 anos⁹ – o que permite rejeitar definitivamente uma explicação biológica, enquanto o papel da cultura no estímulo ou inibição de certos atributos consoante o sexo se torna evidente.

Além disso, “se do ponto de vista do desenvolvimento cognitivo os indícios e características diferenciadoras dos dois sexos são importantes numa primeira fase do processo de socialização da identidade sexual – enquanto as crianças não internalizam a noção de permanência da pertença sexual, porque a partir desse momento torna-se gratificante exprimir os comportamentos socialmente adequados ao grupo de pertença – isto significa que a estruturação da identidade sexual se opera num universo simbólico que já estabeleceu o significado sexual e avaliativo dos estímulos e dos modelos” (Amâncio, 1994 : 23).

Por outro lado, conceptualmente, os papéis sociais referem-se a normas de comportamento que, no seio da família, se traduzem tradicionalmente numa distribuição de tarefas, “mas a aprendizagem dos estereótipos sexuais não é uma simples ‘fotografia

⁸ O SSM II foi criado nos EUA (por Williams e Best, 1990) para corresponder aos estereótipos sexuais definidos por adultos naquele país, mas veio a demonstrar-se que os itens nele contidos são genericamente representativos das características que tendem a estar associadas a homens e mulheres pan-culturalmente (Neto, 1997 : 220).

⁹ C.f. Maccoby e Jacklin, 1974; Williams, Bennet e Best, 1975.

cognitiva' destes papéis. Ela constitui uma estruturação, no plano cognitivo, de duas categorias sociais diversamente avaliadas. (...) De facto, se os papéis, enquanto padrões comportamentais desejáveis, contribuem para que as crianças diferenciem perceptivamente as actividades masculinas e femininas sob a forma do que devem fazer os homens e as mulheres, a universalidade das representações associadas às categorias sexuais contribui para que, ao longo do processo de socialização, esta diferenciação dê lugar a uma outra em termos do que devem ser os homens e as mulheres” (idem : 71).

Ora, como se verifica, entre tantos outros trabalhos, na análise de Rolandelli a programas infantis do Japão, uma das mensagens que se salienta nos conteúdos televisivos é a de que, “em relação a ser masculino, ser feminino não é compensador, dado que está consistentemente relacionado com uma perda de poder social” (1991 : 1292). Mesmo o comportamento masculino de personagens femininas está associado, neste estudo, à conquista de poder, embora elas não sejam encorajadas a tê-lo.

Olson e Douglas alertam para o facto de os retratos televisivos serem “especialmente influentes junto das crianças, devido à sua limitada experiência com [tipos de pessoas e situações] variados; ao seu [elevado] nível de exposição à televisão e à sua susceptibilidade à influência de modelos de papéis sociais” (1997 : 411) – as suas expectativas e a sua socialização podem, portanto, ser profundamente afectadas pela informação que recebem através da televisão. Mas não é claro qual o efeito objectivo de tais retratos nas atitudes e comportamento das crianças.

Repetti chegou à conclusão de que a quantidade de tempo dispendida pelas crianças frente ao televisor não estava relacionada com a posterior tipificação dos géneros, mas sustenta que “as crianças que vêem mais programas de televisão educacionais tendem a demonstrar menos atitudes sexualmente estereotipadas” (Repetti, 1984 : 464), pelo que, defende, “uma medição global do visionamento televisivo é inadequada e os investigadores deveriam prestar mais atenção ao conteúdo específico dos programas” (idem, ibidem).

Calvert e Huston fazem uma abordagem pessimista ao fenómeno, considerando que “as mudanças nos conteúdos televisivos têm efeitos limitados, sem mudanças correspondentes nas expectativas culturais dos sexos. Afinal, a televisão espelha e amplifica as nossas imagens culturais, mas raramente as cria” (1987 : 86), enquanto Suzuki (citada por Rolandelli, 1991 : 1294) nota que “não podemos adoptar a visão ingénua e optimista de que, se as mulheres forem retratadas na televisão a ter carreiras profissionais, os problemas vão desaparecer”.

No entanto, investigações com crianças norte-americanas¹⁰ revelaram que o visionamento em TV de material sexualmente estereotipado conduz a um comportamento sexualmente estereotipado, sendo o contrário também verdade, ou seja, a exposição a perfis não tradicionais leva a atitudes não tradicionais.

Ficou demonstrado que a TV não se limita a moldar a ideologia e construções das crianças como se elas fossem barro mole: aquela é utilizada por elas como parte de um conjunto mais alargado de transacções com o contexto social. O casal Jeffries-Fox (1981) sublinha que, entre os jovens, o impacto do visionamento televisivo quanto a papéis sexualmente distribuídos é mediado pela sua prévia socialização de género. Mas e se nessa socialização a própria TV tiver tido um papel determinante, já que as crianças convivem com ela desde que nascem?

Partindo do princípio de que a televisão é um agente activo na construção do género das crianças portuguesas – por tudo o que foi exposto – decidimos seguir o ‘conselho’ de Repetti (1984) e atentar nos conteúdos que, ao nível dos estereótipos e papéis sexuais, o seu programa favorito¹¹ lhes propõe.

Quisemos perceber que retratos femininos e masculinos, de adultos mas também de raparigas e rapazes, lhes entram diariamente pela casa e pela mente – e as inspiram-se a sonhar-se numa certa maneira de ser um dia ‘mulher’ ou ‘homem’.

Para tal, elaborámos o dispositivo metodológico que a seguir se descreve, constituindo os resultados da análise a que ele deu origem a terceira parte desta dissertação.

¹⁰ Davidson, Yasuna & Tower, 1979; Pingree, 1978

¹¹ De acordo com os *rankings* de audiências dos programas mais vistos.

II. ENQUADRAMENTO METODOLÓGICO

1. CONSTRUÇÃO DO CAMPO DE OBSERVAÇÃO: AMOSTRA E RECOLHA DE DADOS

Os canais generalistas hertzianos de televisão foram reduzindo e até abandonando ao longo dos anos os espaços de programação infantil – só o canal 2 da RTP e a SIC mantêm uma rubrica diária dedicada a este público, o primeiro ao fim-da-tarde e a segunda entre as 8h30 e as 11h, enquanto os outros canais concentram os programas para crianças nas manhãs de fim-de-semana.

Os mais pequenos, sobretudo os que não têm acesso aos canais de cabo especializados em programação infantil, acabam assim por tornar-se público de programas que não lhes são especificamente dirigidos.

Por outro lado, a Mediamonitor/Marktest, empresa que mede, estuda e compara audiências, toma para efeitos de análise um grupo etário demasiado alargado – dos 4 aos 14 anos –, o que não permite determinar com precisão as preferências televisivas das crianças muito pequenas, ou seja, ainda em fase precoce de socialização de género.

Devido aos horários de exibição e ao alargamento do grupo etário analisado, a audiência de programas “verdadeiramente” infantis dilui-se e perde significância – mas podemos afirmar sem grandes dúvidas que as crianças constituem um público de peso das telenovelas, estando este género televisivo sempre presente nos primeiros lugares dos *tops* de audiências do grupo mais jovem entre Janeiro e Abril de 2008 (ver Apêndice), período que serviu de base à selecção da amostra.

À excepção de programas descontínuos (filmes, sessões especiais, etc), o peso das telenovelas no conjunto de programas mais vistos por este grupo etário é o mais esmagador, com *ratings*¹² a rondar os 20 por cento e *shares*¹³ na ordem dos 50 por cento.

De entre o conjunto de telenovelas em exibição no período de recolha da amostra, salienta-se aquela que mais audiência suscita junto das crianças: a série juvenil *Morangos com Açúcar*, exibida diariamente pela TVI e já na quinta edição.

¹² O *rating* consiste na audiência média por segundo. Para o seu cálculo, cada indivíduo é ponderado relativamente ao tempo de contacto com o programa/suporte, ou seja, o total de segundos contactados é dividido pela duração do período em análise.

¹³ O *share* mede a quota de audiência do objecto analisado (canal/suporte/programa), calculada a partir do tempo total dispendido a ver esse canal/suporte/programa relativamente ao tempo total dispendido a ver televisão.

Esta novela, dirigida aos adolescentes e cujo ambiente se situa numa escola secundária, pareceu-nos um interessante objecto de estudo não apenas pelas características já referidas mas igualmente por – ao contrário de outras novelas que também se encontram entre as preferidas das crianças, mas que são emitidas à noite e cujo visionamento é por isso frequentemente mediado e filtrado pelos adultos (que também as têm como favoritas) – ser um programa exibido durante a tarde, a uma hora em que raramente os pais ou outros adultos se encontram presentes para fazerem o trabalho de mediação.

Além do mais, trata-se de um formato claramente comercial, com várias referências publicitárias e de incentivo a certas tendências de consumo e comportamento.

As crianças ficam assim expostas àquilo que, nos anos 1980, Erik Neveu apelidou de “*babysitter electrónica*” e entregues a conteúdos que não foram concebidos para elas mas que terão um importante papel na sua socialização, concepções, imaginário e expectativas sociais – entre os quais se conta a socialização em papéis de género.

Com base nos dados de audimetria, foi deste modo seleccionada como amostra de programa para submeter a análise de conteúdo a série *Morangos com Açúcar*, que foi gravada em DVD entre 18 e 24 de Maio de 2008. Do conjunto de gravações resultaram sete episódios (diferentes) consecutivos.

Morangos com Açúcar é uma telenovela produzida pela NBP e exibida pela TVI. São emitidos diariamente dois episódios, entre as 18h15 e as 20h00, sendo o primeiro episódio de cada dia a repetição do segundo episódio do dia anterior.

O ambiente principal da acção é a D. Sebastião, uma escola secundária pública (nos primeiros anos de exibição tratava-se de um colégio privado), mas a novela acompanha igualmente o que se passa nos lares de alunos, professores e funcionários do estabelecimento.

Muitas das personagens são mais ou menos tipificadas, servindo a economia da narrativa. Isto é, as personagens são desenhadas para que os espectadores fácil e rapidamente identifiquem bons e maus (“rebeldes” e “atinados”, na linguagem da telenovela) e consigam antecipar muitos dos seus comportamentos e reacções. O próprio texto repassa e sublinha os aspectos dominantes na caracterização das personagens (para dar apenas um exemplo, em cada um dos episódios registados para este estudo houve

pelo menos uma referência ao facto de a personagem Vera ser “muito certinha” e “marrona”).

Esta quinta temporada teve o subtítulo “Geração Rebelde”, o que traduz uma orientação global da série. A novela está estruturada em torno de “temas”, introduzidos por acontecimentos que são abordados de vários pontos de vista, por meio de acções ou opiniões, por vezes pedagógicas. Alguns dos “temas” incluídos nos episódios gravados foram a gravidez na adolescência; relações amorosas entre pessoas de diferentes culturas; a vida dos sem-abrigo; a protecção ambiental e a fama.

2. PROCEDIMENTOS

Tendo este estudo o propósito de identificar a presença de estereótipos de género em programas televisivos vistos por crianças, detectar quais são dominantes e se existem novas tendências nesse âmbito de conteúdos, a análise de conteúdo impôs-se naturalmente como metodologia mais eficaz – dada a sua operacionalidade no sentido de compreender para lá dos significados imediatos da comunicação, interpretando-a e enriquecendo a sua leitura.

2.1. A ANÁLISE DE CONTEÚDO

Apesar do tempo que consumia nos seus primórdios a realização de uma análise de conteúdo, o que tornava virtualmente impossível a sua aplicação a textos ou amostras demasiado extensos, esta técnica foi-se popularizando desde o início do século XX até se tornar um recurso corrente entre os investigadores dos anos 1940.

Lasswell, por exemplo, dedicou-se com notoriedade a analisar a imprensa e a propaganda desde 1915.

Naquele período, “o rigor científico invocado é o da medida e o material analisado é essencialmente jornalístico. A Escola de Jornalismo da Universidade de Colúmbia dá o pontapé de saída e multiplicam-se os estudos quantitativos dos jornais”, conforme recorda Bardin (1988 : 15).

A intenção da análise de conteúdo é inferir, a partir de indicadores quantitativos e/ou qualitativos, e recorrendo a “procedimentos sistemáticos e objectivos de descrição do conteúdo das mensagens” (Bardin, 1988 : 42), conhecimentos relativos às condições da sua produção.

Conforme explica a autora, “o termo condições de produção é suficientemente vago para permitir possibilidades de inferência muito variadas: variáveis psicológicas do emissor; variáveis sociológicas e culturais; variáveis relativas à situação de comunicação ou ao contexto de produção da mensagem” (idem, ibidem : 40).

Ao aplicar instrumentos de análise de conteúdo procura-se estabelecer correspondências entre as estruturas linguísticas ou semânticas e as estruturas psicológicas ou sociológicas (como é o caso de atitudes, condutas ou ideologias) dos enunciados. Bardin refere-se a um “plano sincrónico ou ‘plano horizontal’, para designar o texto e a sua análise descritiva, e um plano diacrónico ou ‘vertical’, que reenvia para as variáveis inferidas” (1988 : 41).

A autora considera ainda que apelar para esta técnica de investigação “é situar-se ao lado daqueles que, de Durkheim a Bourdieu, passando por Bachelard, querem dizer não à ‘ilusão da transparência’ dos factos sociais, recusando ou tentando afastar os perigos da compreensão espontânea. É ‘tornar-se desconfiado’ relativamente aos pressupostos, lutar contra a evidência do saber subjectivo, (...) rejeitar a tentação da sociologia ingénua (...) que somente atinge a projecção da sua própria subjectividade” (Bardin, 1988 : 28).

Pesquisas baseadas em análises de conteúdo quantitativas envolvem um casamento entre a conceptualização e o desenho da investigação, lembram, por seu turno, Riffe et al (1998).

Este género de investigação é mais eficaz quando hipóteses ou perguntas explícitas são colocadas. Riffe et al (1998) citam McCombs para afirmar que a hipótese dá uma orientação ao observador que tenta compreender as complexidades da realidade: “Aqueles que começam por procurar tudo em geral e nada em particular frequentemente não encontram nada”, terá dito o autor em 1972.

Partir de hipóteses ou perguntas de pesquisa significa que o desenho da investigação pode focalizar-se em coligir apenas dados relevantes, poupando esforços desnecessários que podem conduzir a resultados não fiáveis ou inválidos. Elas também “providenciam uma orientação para que se consiga reconhecer e categorizar esses dados e que nível de medida utilizar”, sustentam os três autores (Riffe et al, 1998 : 36). Foi o que aqui tentámos fazer.

De seguida, apresenta-se o modo como essa ideia foi integrada na pesquisa, ou seja, como foi a investigação orientada, desenhada e executada.

2.2. CONSTRUÇÃO DO DISPOSITIVO DE ANÁLISE

Com o objectivo de proceder à análise de conteúdo dos episódios registados, foi estruturada uma grelha que procurou identificar as dimensões de género presentes na telenovela consentâneas com os estereótipos dominantes na sociedade ou que os contrariassem. Esse processo implicou a criação de um dispositivo de contagem e, simultaneamente, a definição de categorias e indicadores a pesquisar, bem como da respectiva codificação.

A) UNIDADE DE REGISTO E UNIDADE DE CONTEXTO

A unidade de registo seleccionada para a presente análise foi o *episódio*.

Como unidade de contexto optou-se pela *cena*, por se considerar ser útil à interpretação de resultados registar a prevalência de certos indicadores em unidades de análise com sentido.

Em televisão, as cenas consistem em unidades narrativas que têm lugar no mesmo *decor*. Foram consideradas cenas as acções decorridas num espaço único, independentemente dos cortes de plano. Cada cena foi identificada com o minuto inicial e um resumo da acção nela contida.

A análise cobriu categorias e indicadores ao nível do texto (diálogos) e da dimensão visual (atitudes, gestos e enquadramentos) de cada cena.

Os episódios registados produziram 291 unidades de contexto, distribuídas de acordo com o quadro seguinte:

EPISÓDIOS	UNIDADES DE CONTEXTO
Episódio I	39
Episódio II	44
Episódio III	47
Episódio IV	44
Episódio V	41
Episódio VI	35
Episódio VII	41
Todos os episódios	291

B) CATEGORIAS

São numerosas as dimensões de género que é possível estudar num produto de ficção. O desafio reside na definição de categorias de análise rigorosas e relevantes para aceder às ocorrências significativas face aos objectivos da investigação.

No presente estudo, pareceu-nos pertinente registar as características de personalidade e comportamento atribuídas às personagens da telenovela que se inserem nos estereótipos feminino e masculino dominantes na sociedade portuguesa. Para tal foi criada a categoria *Estereótipos de Género*.

Todavia, esta dimensão está longe de esgotar os contributos da televisão na difusão ou contestação de imagens estereotipadas do que é ser homem ou ser mulher.

Lígia Amâncio sustenta que os estudos sobre papéis sexuais “evidenciam uma assimetria no plano normativo, tal como os estudos dos estereótipos no plano dos conteúdos, para além de mostrarem que os papéis não constituem uma realidade independente dos estereótipos – antes constituem uma dimensão de estruturação da ideologização dos seres masculino e feminino, ao nível dos comportamentos” (1994 : 70).

O modo como pessoas de um ou outro sexo são representadas perante os companheiros, a família e a comunidade; a forma como são retratadas no mundo do trabalho e no âmbito doméstico; enfim, a maneira como são caracterizadas na atribuição e execução de papéis sociais tidos por femininos ou masculinos são aspectos fulcrais no processo de esterotipização de mulheres e homens – ou raparigas e rapazes, tratando-se, no caso concreto, de uma série com um extenso núcleo de personagens adolescentes.

Decidiu-se, portanto, incluir a categoria *Papéis Sociais Tradicionais Sexualmente Distribuídos*.

C) INDICADORES

Estabelecidas as categorias, tornou-se necessário definir os indicadores a procurar na amostra que melhor exprimissem o conteúdo dessas mesmas categorias.

O senso comum e a experiência do quotidiano dão-nos indicações importantes sobre as características e papéis sociais habitualmente atribuídos a cada um dos sexos, e sobre a sua valorização relativa, mas imprecisas no momento de elencar uma lista rigorosa de estereótipos dominantes que se pretende cientificamente sustentada.

Os primeiros estudos que compararam as ideias dominantes de feminino e masculino, nos anos 1960 (C.f. Chombart de Lauwe, 1964; Rocheblave-Spenlé, 1964), revelaram consensos significativos, em diferentes países europeus, e entre pessoas de ambos os sexos, na descrição do estereótipo masculino como estando ligado à estabilidade emocional, ao dinamismo, auto-afirmação e agressividade, ao passo que o estereótipo feminino foi caracterizado pela passividade, submissão, orientação para os outros e instabilidade emocional.

No anos 1990, Lígia Amâncio (1994) realizou, em Portugal, um estudo semelhante e com resultados aproximados, de que nos socorremos para determinar os indicadores relativos aos *Estereótipos de Género*.

Colmatando a ausência, na época, de outras investigações sobre o conteúdo e o consenso dos estereótipos na sociedade portuguesa, Amâncio (1994) tentou defini-los num estudo em dois passos. Num primeiro momento, foi aplicada a técnica da associação livre de palavras. Cento e oitenta e oito pessoas de ambos os sexos foram convidadas a descrever-se a si próprias, a uma pessoa do mesmo sexo e a uma pessoa do sexo oposto.

As palavras obtidas nesta experiência foram reduzidas à forma adjectivada e no masculino singular. Foram assim constituídos “dicionários” referidos por mulheres e homens, trabalhadores e estudantes.

Num segundo estudo, procurou-se uma aproximação mais quantitativa aos estereótipos femininos e masculinos e à sua conotação de valor. A partir da investigação anterior, Lígia Amâncio (1994) seleccionou o material mais consensual para criar uma lista de traços de personalidade e comportamento. Depois, pediu a 182 pessoas de ambos os sexos para os classificarem como características femininas ou masculinas e para os avaliarem como positivos ou negativos.

Dessa investigação resultaram os seguintes traços como sendo “femininos”¹⁴: afectuosa+; bonita+; carinhosa+; dependente-; elegante+; emotiva; feminina; frágil-maternal; meiga+; romântica; sensível+; sentimental e submissa-.

Porque o objecto de estudo poderia apresentar alguns destes aspectos de forma não textual – ou seja, poderiam ser mostrados nas situações mas eventualmente ficar excluídos dos diálogos – e para evitar classificações ambíguas, optámos por associar

¹⁴ As características assinaladas com + foram classificadas positivamente no estudo de Amâncio (1994) e as marcadas com – foram vistas como negativas.

características semelhantes entre si. Assim, afectuosa/carinhosa/meiga constituíram um único indicador, bem como bonita/elegante; emotiva/sensível, dependente/submissa e romântica/sentimental.

Ao estereótipo “masculino” foram atribuídas as seguintes características: ambicioso; audacioso+; autoritário; aventureiro; corajoso+; desinibido+; desorganizado-; dominador-; empreendedor+; forte+; independente+; machista; paternalista; rígido; sério+; superior. Pelos mesmos motivos, alguns destes traços foram fundidos num só indicador: audacioso/aventureiro/corajoso/desinibido; autoritário/dominador/superior; ambicioso/empreendedor; forte/independente e machista/viril.

A definição de indicadores para a categoria *Papéis Sociais Tradicionais Sexualmente Distribuídos* pode ser contextualizada em obras como “História das Mulheres no Ocidente”, dirigida por Georges Duby e Michelle Perot (1995), ou “História da Vida Privada”, coordenada também por Duby e por Philippe Ariès (1999).

Nelas são indicadas como conotações sociais “femininas” praticamente universais a remissão ao contexto privado e familiar; o cuidado com os outros, sobretudo os idosos e os filhos; competências afectivas e a execução das tarefas domésticas.

Os papéis atribuídos ao “masculino”, fonte de poder e prestígio social, ao contrário das características femininas, abrem-lhe o domínio do espaço público e do mundo do trabalho. No contexto doméstico e familiar cabe ainda ao papel masculino a disciplina e a decisão e providenciar o sustento e a protecção.

Amâncio confirmou isso mesmo nos seus estudos: “A definição social da categoria masculina reúne competências no contexto do trabalho, no domínio sobre os outros e sobre as situações e constitui-se em modelo referencial, pelas comunalidades que apresenta em relação às qualidades socialmente desejáveis na pessoa adulta. Pelo contrário, a definição da categoria feminina apresenta um âmbito de competência social que se limita ao contexto privado das relações afectivas. Da multiplicidade de competências e de esferas de intervenção, incluídas no estereótipo masculino, resulta um modelo subjectivo de pessoa autónoma e internamente determinada, porque independente de qualquer função ou contexto específicos, enquanto o estereótipo feminino traduz um modelo de pessoa condicionada às fronteiras de uma função social específica e orientada para contextos de interdependência afectiva ou sexual” (1994: 68).

A investigadora cita trabalhos de E. S. Sousa, de 1985, e M. Silva, de 1983, segundo os quais a ideia de homem e de masculino está associada ao trabalho e a de

mulher e feminino à família e às crianças – “A diferenciação dos papéis sexuais traduziria uma divisão entre a esfera pública e a esfera privada, que persiste para além da entrada das mulheres no mundo trabalho” (Amâncio, 1994 : 70).

“A divisão ‘universal’ dos papéis entre os sexos, no seio da família, parece contribuir para a estruturação dos estereótipos sexuais, como mostram os estudos feitos com crianças” (idem, ibidem).

Os significados das representações relativas aos sexos estendem-se, portanto, “tanto aos valores do mundo do trabalho e às expectativas dos comportamentos de homens e mulheres nesse contexto, como à divisão sexual do trabalho no seio da família e às expectativas associadas ao desempenho da parentalidade pelos pais e pelas mães”, conclui a autora (Amâncio, 1994 : 73).

E por isso, por exemplo, o trabalho não tem o mesmo valor quando desempenhado por homens e mulheres, já que as profissões “femininas” são desvalorizadas numa escala relativa de prestígio.

A partir destas pistas, foram estabelecidos como indicadores de papéis femininos tradicionais o contexto privado; as funções afectivas; o cuidado com os filhos e as crianças; a família como prioridade e as funções do lar e gestão doméstica.

Em contrapartida, os papéis tradicionais masculinos foram associados aos seguintes indicadores: o âmbito de acção alargado; competências no mundo do trabalho; sustento do lar e protector da família; resolve avarias, faz arranjos ‘técnicos’; a tomada de decisões; o poder de permitir ou proibir, tendo a última palavra e o papel de disciplinador.

D) REGRA DE CONTAGEM E CODIFICAÇÃO

Com o intuito de contabilizar aspectos relevantes e que permitissem chegar a resultados significativos, foi definida a codificação da contagem de indicadores.

Em primeiro lugar, e para ambas as categorias, considerou-se necessário medir a prevalência das características a observar – isto é, foi estabelecida como regra de contagem o registo da *Presença* ou *Ausência* dos traços contidos nos indicadores, em cada unidade de contexto.

Mas logo as perguntas que orientam a pesquisa impuseram a recolha de outros aspectos mais particulares.

Na categoria *Estereótipos de Género* pareceu pertinente distinguir as características especificamente presentes em cada cena – com o objectivo de identificar *Quais* os traços mais frequentemente representados e quais estão porventura ausentes.

Já na categoria *Papéis Sociais Tradicionais Sexualmente Distribuídos*, e dado que as características que definem papéis femininos e masculinos estão articuladas numa ‘maneira de ser’ ou de ‘estar’ em sociedade em que uns traços conduzem aos outros, optou-se for identificar apenas se os papéis presentes na cena eram *Femininos* ou *Masculinos*. A presença e classificação de características pessoais associadas aos estereótipos e de papéis atribuídos conforme o sexo foram assinaladas quando se revelaram dominantes da cena ou vincadamente caracterizadores das personagens observadas na cena.

Nos dois casos importava ainda registar o sexo e classe etária das personagens caracterizadas de acordo com os indicadores. O sexo, por um lado, para determinar se algum dos sexos aparece mais estereotipado do que outro ou se algum deles tem tendência para apresentar características mais próximas do estereótipo do outro. A idade, por outro, para verificar se as tendências que ilustram os jovens diferem, em termos de estereótipos, daquelas que definem os adultos. Assim, registou-se se a personagem caracterizada com traços estereotipados era *Mulher* ou *Homem*, no caso de adultos, ou *Rapariga* ou *Rapaz*, no caso de jovens e crianças.

Foi igualmente medida a *Valorização Positiva* ou *Valorização Negativa* das características correspondentes aos estereótipos, para abarcar a possibilidade de alguns desses estereótipos serem representados frequentemente mas de forma socialmente criticável – o que nos daria uma leitura mais precisa do conteúdo do que o simples registo da sua frequência.

Finalmente, foi ainda incluída uma codificação para o caso de o estereótipo ser difundido através do que vemos na *Imagem*, do que ouvimos no *Texto* ou da combinação de ambos.

O objectivo desta medição é determinar se os estereótipos de género, ou alguns deles em particular, serão mais difundidos visual ou verbalmente.

E) GRELHA DE CONTAGEM

A partir dos procedimentos anteriormente descritos, foi criada a seguinte grelha de contagem, a aplicar aos episódios gravados:

Categorias	Indicadores	Regra de contagem	Codificação		
ESTEREÓTIPOS DE GÉNERO ¹⁵	<p>FEMININOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> .afetuosa/carinhosa/meiga .bonita/elegante .dependente/submissa .emotiva/sensível .feminina .frágil-maternal .romântica/sentimental <p>MASCULINOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> .ambicioso/empreendedor .audacioso/aventureiro/corajoso/desinibido .autoritário/dominador/superior .desorganizado .forte/independente .machista/ viril .paternalista .rígido .sério 	<p>presença; ausência</p>	<p>mulher, homem, rapariga, rapaz</p>	<p>valorização positiva; valorização negativa</p>	<p>imagem; texto</p>
PAPÉIS SOCIAIS TRADICIONAIS SEXUALMENTE DISTRIBUÍDOS ¹⁶	<p>FEMININOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> .contexto privado .funções afectivas .cuidado com os filhos, as crianças .prioridade é a família .funções do lar e gestão doméstica <p>MASCULINOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> .âmbito de acção alargado .competências no mundo do trabalho .sustento do lar e protector da família .resolve avarias; faz arranjos ‘técnicos’ .toma decisões; permite ou proíbe; tem a última palavra; disciplinador 	<p>presença; ausência</p>	<p>mulher, homem, rapariga, rapaz</p>	<p>valorização positiva; valorização negativa</p>	<p>imagem; texto</p>

¹⁵ A partir de um estudo de Lúcia Amâncio sobre estereótipos de género na sociedade portuguesa. C. f. AMÂNCIO, Lúcia (1994) “Masculino e Feminino – A Construção Social da Diferença”, Edições Afrontamento, Porto (pg 63).

¹⁶ Idem, ibidem, pg. 64 e segs. C. f. THÉBAUD, Françoise (coord) (1995), *O Século XX*, in Georges Duby e Michelle Perrot (dir.), “História das Mulheres no Ocidente”, volume 5, Edições Afrontamento, Porto e ARIÈS, Philippe e Georges Duby (coord) (1999), “Histoire de la Vie Privée - De la Première Guerre Mondiale à nos Jours (Tome V)”, Seuil, Paris.

COMO SE PROCESSOU A ANÁLISE

A análise de conteúdo de *Morangos com Açúcar* decorreu, digamos, em dois níveis de leitura. Uma primeira fase assistiu ao registo quantitativo dos estereótipos de cada episódio, na perspectiva de dispor de algumas tendências suportadas estatisticamente.

Os episódios foram visionados quatro vezes, tendo-se assinalado o momento inicial de cada cena e contabilizado os indicadores de cada unidade de contexto, a que se aplicou depois o programa informático SPSS 15.0 for Windows (Statistical Package for the Social Sciences), para obter valores e gráficos.

Nessa contagem manteve-se, além disso, a determinação de tentar detectar outros traços significativos e frequentes que porventura não estivessem incluídos na lista inicial, ou seja, que não fizessem parte das características encontradas no estudo de Lúcia Amâncio (1994).

Numa segunda etapa, procedeu-se a uma abordagem mais qualitativa ou descritiva de certas situações propostas nos episódios analisados, de forma a não perder, numa leitura exclusivamente estatística, as nuances e particularidades que aquelas apresentam e que os números tendem a esconder ou não ilustram devidamente.

Deste modo, procurou-se contextualizar as ocorrências de alguns traços e papéis estereotipados nas cenas concretas em que se inseriam ou na conjuntura da narrativa em que surgiam. São fornecidos promenores de um conjunto de casos, numa tentativa de enriquecer a leitura e dar mais sustentabilidade à interpretação dos resultados, que de seguida são apresentados.

III. APRESENTAÇÃO E INTERPRETAÇÃO DE RESULTADOS

É significativa a presença de traços conotados com estereótipos de gênero na telenovela *Morangos com Açúcar*, o que se regista em mais de dois terços da amostra. Das 291 cenas analisadas, 208 apresentam características incluídas na lista de indicadores de estereótipos, o que corresponde a 71,5 por cento do total¹⁷ – e em algumas dessas cenas verificou-se mesmo a presença simultânea de dois ou mais traços.

A tabela seguinte ilustra quais são esses traços e que perfil de protagonista (mulher, homem, rapariga, ou rapaz) os apresenta.

DISTRIBUIÇÃO DE ESTEREÓTIPOS DE GÉNERO
(por sexo e grupo etário dos protagonistas)

PAPÉIS SEXUAIS	MULHER	HOMEM	RAPARIGA	RAPAZ	TOTAL ¹⁸
FEMININOS:					
afetuosa/carinhosa/meiga	1	1	2	5	9
bonita/elegante	19	0	80	62	161
dependente/submissa	2	0	2	1	5
emotiva/sensível	11	1	12	8	32
feminina	0	0	3	0	3
frágil-maternal	29	0	7	0	36
romântica/sentimental	4	4	10	9	27
TOTAL FEMININOS	66	6	116	85	273
MASCULINOS:					
ambicioso/empreendedor	2	1	4	0	7
audacioso/aventureiro/corajoso/desinibido	1	0	13	4	18
autoritário/dominador/superior	2	17	1	4	24
desorganizado	0	0	0	0	0
forte/independente	4	0	9	1	14
machista/ viril	1	3	1	0	5
paternalista	0	2	0	1	3
rígido	0	3	0	0	3
sério	0	6	0	0	6
TOTAL MASCULINOS	10	32	28	10	80
TOTAL	76	38	144	95	353

Embora a esmagadora maioria dos traços em causa seja apresentada de forma neutra, aqueles que são “classificados” valorativamente são-no, sobretudo, de forma positiva. Das 39 cenas onde se registou um juízo desse tipo, explícito ou implícito, 31

¹⁷ Para acesso a estatísticas mais completas, ver Volume II – Apêndice desta dissertação.

¹⁸ Foram contabilizadas presenças concomitantes de diferentes traços nas mesmas cenas, ou dos mesmos traços para diferentes protagonistas na mesma cena, o que produz um total de estereótipos que ultrapassa o número de cenas em que foram registadas personagens com características contidas nos indicadores.

apresentam uma valorização positiva das características e em duas delas houve manifestações positivas e negativas, em simultâneo, na mesma cena. Só em seis ocasiões houve uma valorização unicamente negativa, quatro das quais relativas a abuso de autoridade ou excesso de autoritarismo.

Já os papéis sexuais tradicionais não têm uma prevalência tão vincada – talvez porque se trata de uma série sobre e para jovens, que pretende romper com o tradicional, o conservador e o antiquado, como adiante se discutirá. Aqui, a tendência da categoria anterior quase se inverte, tendo-se registado a presença de papéis sexuais em apenas 90 das 291 cenas analisadas, equivalentes a 30,9 por cento do total. A distribuição de tipos de papéis (femininos ou masculinos) conforme o perfil de protagonista (sexo e classe etária) pode ser observada no seguinte quadro:

DISTRIBUIÇÃO DE PAPÉIS SEXUAIS
(por sexo e grupo etário dos protagonistas)

PAPÉIS SEXUAIS	MULHER	HOMEM	RAPARIGA	RAPAZ	TOTAL¹⁹
FEMININOS	56	1	7	2	66
FEMININOS & MASCULINOS	0	1	0	0	1
MASCULINOS	4	20	1	4	29
TOTAL	60	22	8	6	96

À semelhança do que sucede com os estereótipos, também os papéis aparecem retratados sobretudo de forma neutra e, das 20 ocasiões em que são avaliados no contexto da cena, 17 constituem casos em que a execução do papel social de base sexual é valorizada positivamente.

As três ocorrências de valorização negativa são, contudo, relevantes. Num dos casos, trata-se da crítica de um filho ao papel disciplinador de uma mãe, ou seja, a uma personagem feminina que cumpre um papel masculino – sendo, além disso, significativo que ela exerça esse papel por ser viúva. As outras duas ocasiões prendem-se com o facto de um rapaz fazer a cama da irmã, ou seja, desempenha um papel

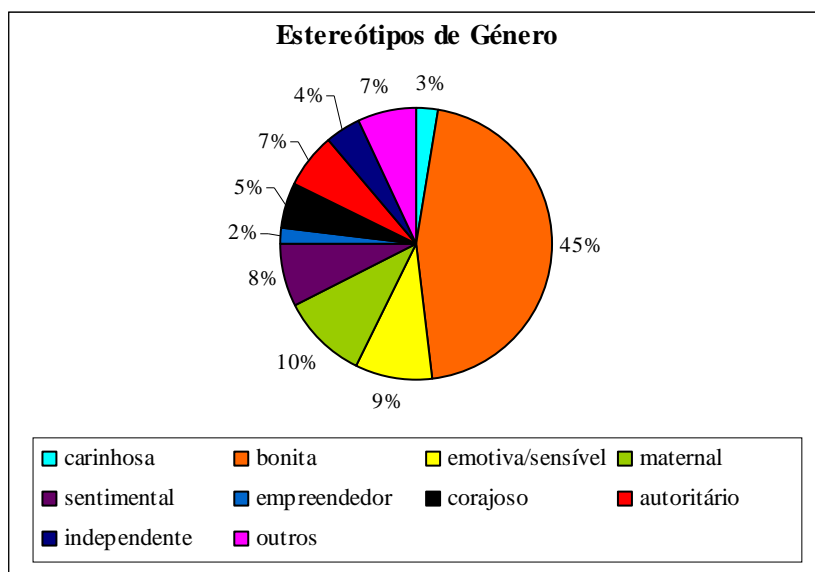
¹⁹ Foram contabilizadas presenças concomitantes de diferentes papéis nas mesmas cenas, ou dos mesmos papéis para diferentes protagonistas na mesma cena, o que produz um total de papéis sexuais que ultrapassa o número de cenas em que foram registadas personagens com características contidas nos indicadores.

feminino, ligado às tarefas domésticas. Nas duas cenas em que isso sucede, Salvador faz a cama de Mariana com base num acordo, já que a segunda detém um segredo do primeiro e esta é a condição para não o revelar aos pais. Em ambas as ocasiões, Salvador deixa claro que esta não é uma função para si, mas que o faz para proteger o seu segredo. E a irmã também aborda o facto com ironia.

1. QUANDO A TV DIZ QUE BELEZA É FUNDAMENTAL

Em *Morangos com Açúcar*, o traço *bela/elegante*²⁰, contido nos indicadores de estereótipos de género, concretamente nos femininos, predomina de longe sobre quaisquer outras características contabilizadas. Como pode ver-se na tabela relativa à distribuição de estereótipos apresentada anteriormente, a presença deste item foi contabilizada em mais de metade das cenas, ou seja, em 55,33 por cento da amostra.

O peso relativo deste traço em relação aos outros estereótipos de género detectados pode ser verificado no seguinte gráfico:



Como se observa, 45 por cento dos estereótipos detectados inseriam-se no indicador *bela/elegante*. Por outras palavras, a beleza e a elegância podem ser

²⁰ A *beleza*, como outros indicadores que poderiam resultar subjectivos, foram procurados e assinalados quando eram referidos textualmente nos diálogos mas também quando a cena tirava partido dessa característica ou se deixava dominar por ela (por exemplo, quando se recorria a grandes planos de rostos, boca e olhos, sobretudo em contextos de sedução; quando as personagens ‘acordavam’ já completamente maquilhadas e penteadas; quando passeavam no bosque com roupa sofisticada ou saltos altos; etc).

consideradas um dos estereótipos que contextualizam a série – porém, estas características não se circunscrevem às personagens femininas. Embora as raparigas sejam mais frequentemente mostradas como bonitas, sensuais, atraentes e objecto de desejo físico, este traço serve para caracterizar rapazes num significativo conjunto de cenas, mais até do que as mulheres, já que as adultas aparecem num número muito mais reduzido de cenas. Entre as poucas personagens masculinas adultas, contudo, ele não se apresenta sequer como relevante na caracterização. A distribuição deste item por perfil de personagem é ilustrada no gráfico seguinte:



Estes resultados vêm reforçar aquilo que o senso comum nos mostra todos os dias: as pessoas que aparecem na televisão, sobretudo os actores e ainda mais as atrizes, são escolhidos pelo seu aspecto atraente e sensual, tanto ou mais do que pelo seu talento na representação. E mais ainda numa série que procura apelar a uma camada jovem e inculcar-lhe noções de estilo (de vestuário, de linguagem, de consumo).

De facto, tanto rapazes como raparigas do elenco são recrutados para participar em desfiles de moda, protagonizar campanhas publicitárias ou dinamizar e servir de chamariz a eventos sociais, o que nos fornece alguns indicadores sobre a importância e o valor da sua imagem.

Além da sua ‘beleza natural’, os protagonistas são ainda beneficiados em termos estéticos com toda uma produção que inclui vestuário, penteados, acessórios, calçado e outros objectos de estilo.

Independentemente da classe socio-económica a que pertencem na narrativa, os ‘estudantes’ da série usam roupas e acessórios de marca e/ou de acordo com a última moda – o que se deve, em parte, ao facto de algumas dessas marcas patrocinarem o

programa, fornecendo guarda-roupa²¹. Mais de metade das personagens adolescentes, de ambos os sexos, usam cortes de cabelo radicais e penteados compostos e sofisticados.

Há mesmo uma cena (episódio III, 21.05) especialmente ilustrativa desse empenho na construção da imagem. Quando Carlos foge de casa, e depois de a família e a polícia o procurarem cuidadosamente, é Sónia, a sua namorada, quem acaba por encontrá-lo, acampado numa mata, depois de descobrir uma bisnaga de gel para o cabelo nas proximidades do local onde o rapaz se escondera. Ou seja, um adolescente que deixa tudo o que tem para ir para a mata não prescinde, entre os poucos haveres que conserva consigo, de um objecto que valoriza o seu aspecto físico – e é interessante que se trate de um rapaz.

Como sublinha Ana Vicente, “um dos aspectos mais curiosos da transformação do ente masculino nos países ocidentais (...) diz respeito ao traje. O traje feminino e masculino tornou-se numa indústria de grandes dimensões e é manifesto que os homens, e sobretudo os homens mais novos, têm agora uma escolha muito mais ampla de estilos de roupa. Já não parece mal, já não é apontado a dedo o homem que se veste com cores garridas, usa brincos, pinta o cabelo, etc. São comportamentos que têm muito que ver com a pressão da indústria do vestuário, mas também com uma forma mais aberta e plural de identificação” (Vicente, 2002 : 26).

Até porque seguir a moda, ou pelo menos o gosto dominante no grupo a que se pretende pertencer, acaba por constituir um factor de integração – o cantor brasileiro Zeca Baleiro aborda-o numa das suas composições: “Um dia um feio inventou a moda e toda a roda amou o feio”, enquanto o escritor britânico e *dandy* Oscar Wilde dizia com sarcasmo que “só as pessoas superficiais não julgam pela aparência”.

Mas o conteúdo das opções de vestuário parece ter-se tornado meramente estético, ou menos ideológico do que em tempos. Vendo esta “amalgama delirante”, em que surgem misturados “o *piercing* dos sado-masoquistas; os cabelos coloridos dos *punks*; as calças à boca-de-sino dos *hippies*; a bijuteria dos anos 70; os quartzos *new age*”, a escritora espanhola Lucía Etxebarria conclui que, “mais do que nunca, as roupagens não procuram reflectir alguma coisa em concreto, como a posição social – uma das bases do vestuário – mas sim mascarar a falta de discursos, de pensamentos ou de metas. Nunca

²¹ Esta é apenas uma das numerosas formas de incluir na série publicidade a marcas (*product place*) e incitamento a determinados consumos, promovidos pelas personagens. O mesmo sucede com bebidas, computadores, telemóveis, jogos e muitos outros bens que são, também, muitas vezes anunciados no intervalo da telenovela.

como agora os jovens se travestiram em tribos sem qualquer objectivo real, excepto o de se reunirem para dançar ou tomar uns copos” (Etxebarría, 2001 : 140).

Por outro lado, o tipo de silhueta predominante na novela é também bastante homogéneo, sendo a maior parte dos actores e atrizes magros e elegantes ou atléticos. As personagens mais rechonchudas (não foram detectadas personagens verdadeiramente gordas) são também as que usam o vestuário que mais encobre e menos valoriza o corpo.

Um relatório sobre televisão e adolescentes produzido pela Society for Adolescent Medicine, norte-americana, alertava já há quase duas décadas para o facto de os programas de televisão enfatizarem que a mulher ideal deve ser magra, “uma imagem que influencia tanto rapazes como raparigas” (1990 : 42).

O desempenho social das mulheres e o seu valor na vida são mostrados na televisão como estreitamente ligados à sua atracção física, prossegue o documento publicado no *Journal of Adolescent Health Care*, sublinhando que a TV também sugere que as raparigas devem usar grandes quantidades de cosméticos, preocupar-se com a perda de peso e até recorrer à cirurgia para se aproximarem da figura ideal.

1.1. AS NORMAS DA ATRACÇÃO: SER BELO É SER JOVEM

A manifestação repetida deste estereótipo em programas com grande audiência junto do público infanto-juvenil pode ter fortes consequências, entre as crianças e adolescentes, na representação e expectativas relativas ao próprio corpo e ao dos outros.

Paul Schilder afirmava que “a imagem [corporal] é um fenómeno social” (1950 : 240), uma vez que se produz um contínuo “intercâmbio entre a nossa própria imagem e a imagem corporal dos outros” (idem : 251). Uma ideia partilhada também por Seymour Fisher, para quem “a imagem corporal não é só uma construção cognitiva, mas também uma reflexão dos desejos, atitudes emocionais e interação” com os demais (1986 : 8).

E isto logo numa idade muito precoce. Fisher assegura que “as crianças aprendem cedo que a capacidade de atracção do corpo de cada um afecta poderosamente as respostas dos outros” (idem : 67). Não só isso, como também assimilam padrões de beleza e atractividade desde muito pequenas – e de forma muito semelhante à dos adultos da mesma cultura. O autor refere, entre outros exemplos eloquentes, os trabalhos de Dion, de 1973, no âmbito dos quais crianças dos três aos seis anos, depois de terem classificado as fotografias dos seus colegas de acordo com uma escala de beleza, foram chamadas a indicar quais preferiam como amigos e quais eram

socialmente mais agradáveis. As crianças observadas escolheram consistentemente os mais ‘bonitos’ como mais amigos e mais sociáveis (Fisher, 1986 : 67-68).

Todavia, os estereótipos de beleza corporal afectam de forma diferente sujeitos com físicos ‘favorecidos’ ou ‘desfavorecidos’, explica ainda o médico e professor da State University of New York. Enquanto os ‘favorecidos’ “aceitam a relevância do estereótipo para o seu comportamento” (Fisher, 1986 : 69) e reforçam a preferência generalizada porque representa como desejável o tipo de corpo que possuem, os mais ‘desfavorecidos’, nomeadamente os mais rechonchudos, “rejeitam a associação entre o estereótipo e o seu comportamento” (idem, *ibidem*).

Contudo, e apesar desta auto-negação, o certo é que numerosíssimos estudos vieram igualmente demonstrar que as crianças e jovens com características muito desviantes do físico ideal tendem a sentir emoções negativas face ao seu corpo e inferioridade face a pessoas mais próximas do padrão de beleza (Fisher, 1986 : 70).

Além de influenciar a imagem corporal, a televisão também afecta a nutrição. Por um lado, como referimos, apela a corpos magros ou fisicamente vigorosos, com conhecidas consequências em distúrbios alimentares do tipo anorexia ou bulimia sobretudo nos jovens e particularmente nas raparigas, com casos de morte de manequins por subnutrição a fazerem manchetes nos tempos recentes. A morte da brasileira Ana Carolina Reston, em 2006 – depois de um longo período a comer apenas maçãs e tomates, e mesmo assim apenas esporadicamente, o que a deixou com 40 quilos aos 21 anos²² – deu início a uma campanha mundial contra a promoção da anorexia no meio da moda. Foram estabelecidos mínimos de massa corporal para desfilar. Todavia, apenas um ano depois, morria a modelo israelita Hila Elmalich, com 30 quilos aos 34 anos. A esse propósito, a empresa de informação de *media* The Nielsen Company²³ realizou um inquérito junto de 25 mil consumidores de 45 países, em que 81 por cento dos respondentes consideraram que as modelos e celebridades do mundo da *performance* são em geral demasiado magras. Em Portugal, esse valor chegou aos 86 por cento.

Fisher especula também que as atitudes mais auto-críticas quanto ao próprio corpo que se observam nas mulheres “reflectem o especial ênfase cultural no julgamento das mulheres com base unicamente na sua aparência física e na sua conformidade com os padrões de beleza e moda” (1986 : 71).

²² Folha de São Paulo, 16 de Novembro de 2006

²³ Ver relatório completo em http://www.pt.nielsen.com/news/20070205_Magreza_Extrema.shtml

Mas, paradoxalmente, a mesma televisão que convida os espectadores a serem magros contribui para uma vida sedentária e para o aumento de peso, por ser uma actividade ‘imóvel’, por assim dizer; pelo hábito de se petiscar enquanto se assiste aos seus conteúdos e também pela extraordinária presença – e penetração – de anúncios publicitários a comidas processadas (*snacks*), com alto teor de gorduras; alimentos muito salgados ou doces e refrigerantes, que engordam.

Finalmente, como demonstram os gráficos apresentados, o conceito de beleza também se encontra intimamente ligado à ideia de juventude – o que é especialmente reforçado numa série protagonizada por e direccionada a jovens.

É uma ideia já contida em contos clássicos infantis, como o da Branca de Neve, em que, à pergunta da madrasta “Espelho, espelho meu, haverá alguma mais bela do que eu?”, o espelho prefere a beleza da mais jovem, merecedora do amor do príncipe.

“Vivemos numa sociedade obcecada com a juventude, em que os idosos são escondidos em lares como se estivessem com peste”, observa Lucía Etxebarria (2001 : 93), sublinhando que, no mundo ocidental, as mulheres gastam em cremes destinados a retardar o envelhecimento o equivalente anual a “400 mil infantários, dois mil milhões de bisnagas de creme anti-conceptivo, 20 milhões de passagens aéreas à volta do mundo, 400 mil bolsas de estudo universitárias ou meio milhão de clínicas infantis”, enquanto a indústria cosmética – “uma burla comercial bem apresentada – arrecada, por ano, nos seus cofres, 20 mil milhões de dólares, com margens de lucro na ordem dos 50 por cento” (idem, 93-94).

Na actualidade, os jovens urbanos não fazem a menor ideia de como é o rosto de uma mulher madura. “Quando vemos uma senhora de 60 anos com aspecto de ter 60 anos, pensamos que parece demasiado velha, porque a comparamos com uma qualquer cara sorridente que nos contempla das páginas de uma revista ou do pequeno ecrã” (Etxebarria, 2001 : 94). A generalidade das revistas ditas femininas ignora as mulheres que ultrapassaram os 50 anos: os seus retratos são evitados ou, quando não podem deixar de os publicar, as fotografias são retocadas. As apresentadoras de TV, prossegue a autora de *A Eva Futura*, são jovens ou então procura-se que não aparentem a idade que têm e por isso parece-lhe evidente que “as fêmeas mais representativas da nossa sociedade podem ser visíveis [nos *media*] enquanto forem belas e jovens, mesmo quando trabalhem mal” (Etxebarria, 2001 : 95).

Beleza e juventude, quantas vezes vistos como praticamente sinónimos, dificilmente resistem ao teste do espelho ao longo do tempo: ele ali está, o reflexo

carrasco, mostrando os cabelos embranquecidos, as rugas a sulcarem o rosto, a marcha inexorável do tempo. A busca desesperada de beleza-juventude (real ou aparente) “acabou por chegar a representar para as mulheres, na sua procura de *status*, o mesmo papel que o dinheiro entre os homens – e, como ambos os valores são limitados e relativos, nunca nenhum deles é suficiente” e ambos perdem rapidamente toda a relação com a sua “essência real” (idem : 97).

Mas a ideia de juventude reside também na mente e no comportamento. Como notou Jean-Claude Kaufmann, o impulso juvenil cria fugas para a frente que nem sempre sabem que rumo levam: “Pelo contrário, onde não se quer ir, é muito claro, é no sentido de uma instalação na vida adulta demasiado precoce, sentida como um fechamento definitivo da identidade. A juventude é o tempo em que a invenção de si próprio atinge o máximo: o futuro está em aberto” (Kaufmann, 2000 : 132). E é esse fechamento, esse patamar definitivo no processo de construção da identidade que os corpos que envelhecem trazem na sua mensagem – e é por isso que tanto se teme a maturidade.

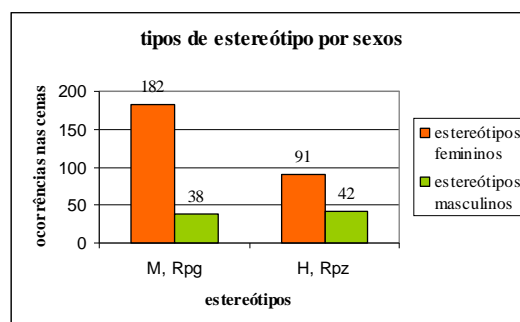
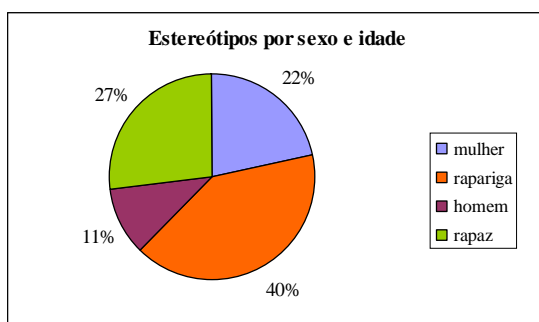
2. QUE MULHERES HÁ NA TELENOVELA?

As personagens femininas de *Morangos com Açúcar* surgem muito mais estereotipadas do que as personagens masculinas, tanto nas suas características de personalidade e comportamento como nos papéis que lhes são atribuídos – o que é congruente com o que defendem diversos autores, como Lígia Amâncio, para quem “o estereótipo feminino traduz um modelo de pessoa condicionada às fronteiras de uma função social específica” (1994 : 68).

Ou seja, a pessoa do sexo masculino apresenta uma “diversidade de competências que a constitui em referente universal, em ideal de individualidade, aparentemente liberta dos contextos” (Amâncio, 1994 : 87), enquanto a pessoa do sexo feminino se constitui como “referente exclusivo das próprias mulheres, como ideal colectivo dessa categoria, e só tem sentido dentro das fronteiras contextuais em que é definida” (Idem, *ibidem*). Mais: numa experiência que conduziu sobre tomadas de decisão num contexto organizacional, Amâncio apurou que, pelo menos no pensar dos sujeitos observados, “não existe um comportamento tipicamente masculino, mas existe um comportamento tipicamente feminino” (1994 : 85).

Resumindo, os traços do estereótipo feminino organizam-se numa espécie de teoria implícita, “normativa para os comportamentos das mulheres e instrumental para a caracterização dos indivíduos da categoria feminina” (Amâncio, 1994 : 87), enquanto as características do estereótipo masculino não apenas “não constituem uma estrutura significativa de orientações comportamentais” (idem, ibidem), como “distinguem os indivíduos mais pelo grau de autonomia que manifestam nas suas acções do que pela sua categoria de pertença” (idem, ibidem).

Nos gráficos seguintes, pode observar-se não só que as mulheres e raparigas apresentam muito mais traços associados aos estereótipos, como um maior peso da representação de estereótipos femininos – tanto nas personagens femininas como nas masculinas:



Como se verifica, as mulheres e raparigas protagonizam mais de metade (62 por cento) das ocorrências de estereótipos nas 291 cenas analisadas. E a totalidade de presenças de estereótipos femininos (273) ultrapassa em muito as 80 ocorrências de estereótipos masculinos.

Regista-se também uma concordância entre este aspecto e um dado que já havíamos apurado anteriormente, num estudo sobre a construção do género na telenovela *Floribella*, formato infanto-juvenil de grande sucesso da SIC. A guionista Raquel Palermo, coordenadora da equipa da Scoop responsável pela adaptação do argumento original, argentino, explicava então que, “nas telenovelas, sobretudo nas de origem latino-americana, ‘a protagonista é a mais ‘forte’, ao contrário de Hollywood, por exemplo, em que a personagem masculina é a mais trabalhada’, porque as novelas se dirigem, tradicionalmente, ao universo feminino. A ideia é ‘mostrar mulheres centralizadoras, que fazem mover as coisas, que mudam as situações’, mesmo que dentro de um contexto tradicional” (Vilar, 2007 : 16), explicava a autora – sublinhando

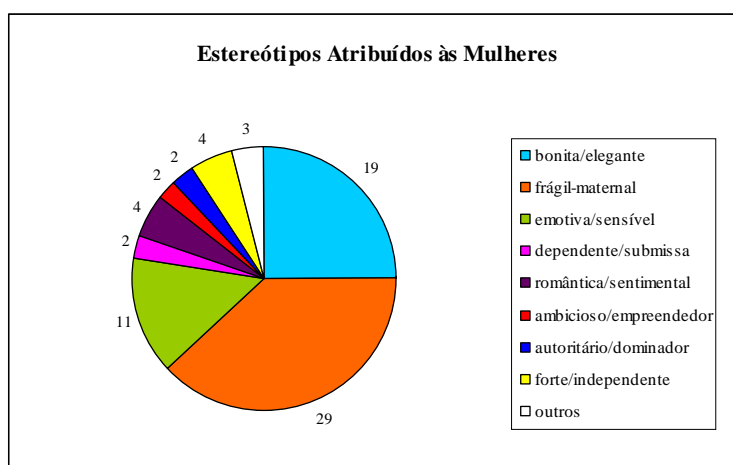
o papel determinante dos directores de estação ou de programação – normalmente homens – na solicitação deste modelo da mulher protagonista. “Acham que é o que o público [feminino] quer”, dizia a guionista (idem, ibidem).

Embora a novela então em causa, bem como o formato aqui em apreço, sejam programas dirigidos a um segmento mais jovem e não à ‘adulta romântica’, Palermo considerava provável que essa tradição de explorar mais as personagens femininas pudesse subsistir na comunidade de autores, independentemente do público.

Para Luisa Passerini, uma bem orquestrada “operação sexista” levou o discurso político, psicológico e estético a caracterizar como “femininas a cultura de massas e as próprias massas, (...) enquanto a alta cultura permanecia um domínio privilegiado masculino” (1995 : 383-384). Nessa cultura de massas contemporânea, acrescenta, a figura feminina surge “como sujeito potencial e como objecto, utilizando tanto sugestões provenientes dos estímulos libertadores políticos e sociais quanto tradições e permanências de velhos estereótipos sobre as mulheres” (Passerini, 1995 : 381).

2.1. O MITO DA VOCAÇÃO MATERNAL

De entre os traços estereotipados usados para caracterizar as mulheres da novela, destaca-se o sentimento *maternal* (com 29 das 76 ocorrências de estereótipos em mulheres), a *beleza/elegância*, e atributos *afectivos* e *emotivos*, como é ilustrado pelo gráfico seguinte:



No contexto da série, seria previsível que as adultas surgissem caracterizadas pelo traço de *maternidade*, uma vez que nela desempenham quase só personagens que são

mães ou professoras de jovens estudantes. Além disso, nos episódios gravados, há um adolescente que foge de casa, o que exacerbou as competências maternas de algumas personagens – nomeadamente da mãe e da irmã mais velha do desaparecido, Olga e Vera, mas também de pessoas próximas, como uma vizinha da família que, precisamente por se identificar com Olga enquanto mãe, participa dos seus cuidados e preocupações.

Todavia, este traço adquire uma predominância exagerada, chegando a quase definir algumas personagens por completo. Por exemplo, embora as mães de *Morangos com Açúcar* trabalhem fora de casa, as suas profissões são desqualificadas e subalternas em relação às dos homens: Olga, viúva, sustenta três filhos e alimenta-lhes os namorados unicamente com os proventos de uma pequena tabacaria; Sílvia tem uma *boutique*, mas a sua ocupação é quase decorativa visto que é o marido, bancário, que se apresenta como o ‘trabalhador’ e ‘ganha-pão’ da casa; Marília, mãe sozinha, é ‘contínua’ na escola e a sua ambição é conseguir um lugar na secretaria.

Estas mulheres não só são mães ‘antes’ de serem profissionais como é para cumprirem o seu papel maternal de cuidado dos filhos que trabalham, pois Olga e Marília, por exemplo, não têm outros contributos para o orçamento familiar. E Sílvia só abriu a sua loja depois de os filhos estarem já ‘criados’.

Este papel maternal não se limita aos filhos propriamente ditos: a professora Isaura, por exemplo, estabelece com um dos alunos, João, um laço mãe-filho, que procura mitigar o luto por um filho que perdeu; Marília aconselha e torna-se confidente da filha do namorado, o professor Manuel, que precisamente lhe pede que cumpra esse papel; Olga, a super-mãe, cuida e educa os namorados dos filhos, sobretudo Diana, a namorada do filho, que está grávida, e cujos pais são figuras ausentes.

É em torno da figura maternal que se organiza o quotidiano doméstico, sobretudo as refeições, e ela torna-se o pilar ‘invisível’ da família. Quando Sílvia (episódio I), agastada com o marido, diz que se “demite da função de fazer o jantar”, Acácio e os filhos ficam atrapalhados e perguntam: “Então e nós, como vamos comer?”.

Já Chiara Saraceno havia chamado a atenção para para este ‘matricentrismo’, sublinhando mesmo que “o papel feminino de activação e manutenção da rede parental é claro em todas as investigações (...). A ponto de, quando a mãe falta, ser mais fácil que as grandes reuniões deixem de ter lugar, ainda que o pai continue presente, ou que continuem na casa de uma filha que por assim dizer toma o seu lugar” (1992 : 77).

Porém, apesar de ser positivamente valorizada, esta função social em vez de conferir poder às mulheres que com ela são caracterizadas, acaba por lho retirar.

Ana Vicente, recordando a expressão de Sigmund Freud segundo a qual, para as mulheres, ‘a anatomia era o destino’, explica que “a posição de inferioridade das mulheres na sociedade e o seu relacionamento com os homens eram determinados pela sua função reprodutora e cuidadora dos filhos” (2002 : 101).

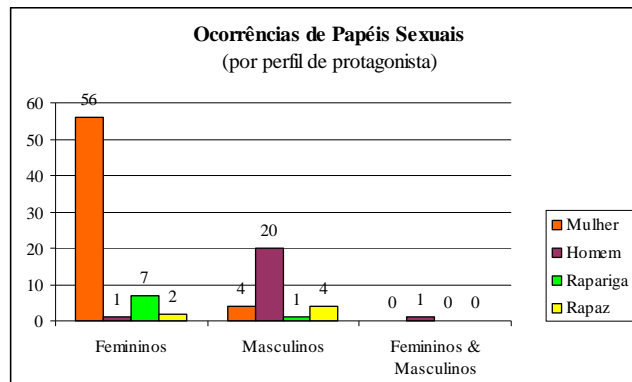
E no entanto, os mui difundidos “mitos da maternidade e do instinto maternal, como do paternal, são projecções de situações ideais que não resistem a qualquer análise histórica séria” (Vicente, 2002 : 109-110).

Vejam-se as teses de Shorter (1995) ou de Badinter (1980) sobre os processos de formação do mito da vocação/instinto das mães, hoje tido por praticamente biológico – quando, segundo aqueles autores, nas sociedades medievais o amor materno era escasso ou inexistente. Shorter identifica uma relativa indiferença dos progenitores pela criança na sociedade tradicional até ao começo do século XIX, sobretudo entre as classes populares mas não só – e ilustra-o com o grande número de mães que mandava os filhos bebés para longe, para serem criados por amas. Logo após o baptismo, a criança era retirada à mãe e levada através de longas estradas para uma aldeia distante, onde, se sobrevivesse à viagem, passaria os dois anos seguintes. Noutros casos, era simplesmente entregue a si mesma, enquanto a mãe se dedicava ao trabalho.

Shorter conclui assim que estas progenitoras não tinham “um sentido articulado do amor maternal, por terem sido forçadas por circunstâncias materiais e por atitudes da comunidade a subordinar o bem-estar do bebé a outros objectivos, tais como prover ao bom andamento da herdade ou ajudar o marido a tecer” (1995 : 184).

Badinter (1980) identifica uma representação da criança como uma espécie de divertimento para os adultos, pelo menos até ao século XVIII. A autora entende o conceito de mãe na época como um papel relativo, concebido por referência ao pai e à criança e, portanto, desprovido de individualidade (1980 : 21).

As mulheres analisadas são também as mais marcadas pela execução de *Papéis de Género Tradicionais*, sendo as grande cuidadoras dos filhos (os homens cumprem um papel mais disciplinador ou protector, em sentido lato, como se verá) – cabendo-lhes também em exclusivo as tarefas domésticas como obrigação natural e os trabalhos menos qualificados, ligados aos serviços, limpeza ou pequeno comércio. Este dado é ilustrado no gráfico seguinte:



Estes papéis são assumidos naturalmente, como o demonstra a frase de Sílvia (episódio I) em que refere a *sua função* de tratar das refeições, e não contestados e o seu reconhecimento não é reivindicado pelas suas protagonistas.

A posição das mulheres empenhadas na emancipação nem sempre foi pacífica a este propósito. O chamado feminismo maternalista (1890-1930) “reclamava a igualdade de direitos económicos e políticos e o reconhecimento social da maternidade, cujo valor era considerado igual, se não superior, ao das actividades masculinas” (Bock, 1995 : 432) – sendo que uma questão crucial no debate social era a actividade que as mulheres realizavam enquanto mães e que “muitas feministas consideravam não pertencer ao domínio da natureza mas ao domínio do trabalho” (idem, ibidem).

Bock recorda a activista Käte Schirmacher (1905), para quem o trabalho doméstico era ‘verdadeiro trabalho’, ‘trabalho que cria valor’, ‘trabalho produtivo’, ainda que ‘pareça nada ser’; em particular ‘o da mãe’” (1995 : 432).

Schirmacher descreveu em pormenor o duro trabalho das mulheres em casa e sublinhou o facto de esse mesmo trabalho ser remunerado quando realizado no mercado. “O trabalho da mulher para o marido é *‘conditio sine qua non* do emprego deste fora de casa’; ele e o seu empregador dependiam da mulher, e enquanto ele parece trabalhar por dois, ‘de facto está apenas a receber por dois’” (idem, ibidem).

Schirmacher protestou contra esta ‘exploração da dona de casa e da mãe’, argumentando que as mulheres, em nome da sua emancipação, não deveriam ter ainda de suportar a exploração acrescida de um emprego mal pago, mas que a sociedade lhes devia o reconhecimento social, político e económico do seu trabalho doméstico.

Por outro lado, quando os Estados-providência prestaram esse ‘reconhecimento’ através de abonos, “só muito poucas mulheres objectaram com o princípio de que o subsídio de maternidade obrigaria as mulheres a cumprir os deveres maternais contra a

sua vontade: (...) praticamente todas as mulheres e as feministas de todos os quadrantes sociais e políticos e de todas as correntes feministas partilhavam nesse período a opinião de que o trabalho doméstico e a criação dos filhos – por mais valorizados ou rebaixados que fossem – eram tarefas de mulheres, mesmo que nem todas as mulheres as realizassem” (Bock, 1995 : 451).

Trabalho produtivo e familiar estão sujeitos a princípios organizacionais distintos, diz Ulrich Beck (2003 : 107). O primeiro guia-se pelas regras e poder do mercado, enquanto a prestação quotidiana de trabalho não remunerado que constitui o segundo é tido como garantido. “A competição e mobilidade individuais, requeridas no reino da produção chocam com as exigências contrárias da família: sacrifício do outro” e diluição do *self* no projecto colectivo da família (idem, ibidem).

As desigualdades são transversais ao sistema de produção industrial: tomar um ‘trabalho produtivo’ torna a pessoa auto-sustentável e portanto independente (devido à retribuição salarial) e objecto dos processos de mobilidade. O trabalho familiar não remunerado é imposto pelo casamento: tomá-lo equivale a tornar-se dependente quanto ao sustento – “E nós sabemos quem o tem feito”, alerta Beck (2003 : 107). Ou seja, o verdadeiro problema é que a distribuição destes ‘trabalhos’ tem permanecido fora do campo das decisões. “São atribuídos pelo nascimento segundo o género” (idem, ibidem).

Isso transparece em vários momentos da telenovela: na cena em que Olga e as raparigas presentes em casa (a filha e as namoradas dos filhos) preparam o jantar em conjunto enquanto Bruno e Nuno conversam e riem com elas mas sem contribuir para a tarefa (episódio IV); ou quando Vera cozinha para que mãe descanse e Bruno, que é convidado a comer lá em casa, a conforta na sua tristeza mas não partilha o trabalho (episódio I); ou ainda a situação (episódio IV) em que Carlos quer ajudar a fazer o jantar, no dia do seu regresso, mas a mãe recusa, por não querer que a família e os convidados ‘fiquem com fome’ e todos se riem com o facto – entre muitas outras.

Este retrato das mulheres parece estar em conformidade com o que afirma Signorelli, no seu *Sourcebook on Children and Television*: “A maioria das mulheres na televisão praticamente não mudou durante as últimas duas décadas” (citada por Powell e Abels, 2002 : 15). E com Mark Barner que, em 1999, examinou os estereótipos de género em programas dirigidos às crianças e descobriu, sem grande surpresa, que as mulheres eram normalmente retratadas em papéis passivos, como domésticas, criadas e secretárias, ao passo que os homens eram retratados em papéis activos, como trabalhadores da construção ou médicos (idem, ibidem).

3. EMOÇÕES NO MASCULINO: “OS RAPAZES TAMBÉM CHORAM”?

A personagens masculinas de *Morangos com Açúcar* surgem frequentemente associadas a traços do tecido emocional e sentimental, tradicionalmente conotado com o estereótipo feminino. São muitas vezes retratados como sensíveis, ternos, meigos, afectuosos ou românticos – e isso, no contexto da telenovela, é apresentado como natural ou positivo.

Traços ligados ao eixo emocional aparecem em 23 das 113 cenas onde há homens e/ou rapazes caracterizados com os indicadores que presidiram à pesquisa. Em algumas delas, surgem combinados com outras características, mas na maior parte dos casos o aspecto emotivo ou sentimental domina toda a cena.

Para além de referências textuais a sentimentos e sensações subjectivas, serviram de critério para marcar a presença de traços ligados à *Afectividade*²⁴ a existência de comportamentos expressivos (expressões faciais e linguagem corporal) e de reacções físicas (chorar de tristeza ou alegria; saltar de contentamento, etc).

Na tabela seguinte, podemos constatar o peso dos estereótipos ligados aos afectos e emoções, pelo menos nos rapazes (a prevalência de estereótipos de *Dominação* nos homens será abordada mais adiante):

DISTRIBUIÇÃO DE ESTEREÓTIPOS
(por Homens e Rapazes)

ESTEREÓTIPOS	HOMENS	RAPAZES	TOTAL MASCULINO²⁵
AFFECTIVOS	6	22	28
ESTÉTICOS	0	62	62
DOMINAÇÃO	23	4	27
OUTROS	9	7	16
TOTAL	38	95	133

²⁴ Agruparam-se sob esta designação os seguintes aspectos: afectuoso/carinhoso/meigo; emotivo/sensível e romântico/sentimental.

²⁵ Foram contabilizadas presenças concomitantes de diferentes traços nas mesmas cenas, ou dos mesmos traços para diferentes protagonistas na mesma cena, o que produz um total de estereótipos para o sexo masculino que ultrapassa o número de cenas em que foram registados homens ou rapazes com características contidas nos indicadores.

Os indicadores parecem demonstrar que se está a tornar socialmente gratificante para os homens e principalmente para os rapazes viverem ‘em contacto’ com os seus sentimentos.

“Há sinais de que muitos homens procuram novas formas de ser e de estar, novas formas de exercer poderes vários, novas formas de se relacionarem com as mulheres e com os outros homens. Menos agressividade e menos competitividade, menos autoritarismo e menos arrogância, menos certezas. Mais envolvimento nas responsabilidades familiares, mais tolerância e mais respeito pelas identidades várias com as quais se cruzam”, sustenta Ana Vicente (2002 : 24).

Estará então a quebrar-se, pelo menos nos conteúdos televisivos destinados aos mais novos, a velha dicotomia que opunha a razão à emoção, considerando a primeira um atributo masculino e a segunda um distintivo feminino? E como se articula este novo papel masculino com a velha dominação do ‘pensamento racional’?

O neurologista António Damásio, um dos ícones do novo pensamento científico sobre o universo emocional, esclarece que “o termo sentimento deve ser reservado para a experiência mental e privada de uma emoção, enquanto o termo emoção deve ser usado para designar o conjunto de respostas que constitui uma emoção, muitas das quais são publicamente observáveis” (2000 : 62-63).

Se aqui os articulamos é porque eles se conjugam, nas representações sociais, numa ‘oposição’ tradicional à racionalidade, que foi sempre vista no pensamento moderno como mais adequada para o exercício do poder, para a orientação da educação, da atribuição de responsabilidades, enfim, para o domínio das situações.

É uma noção que o prémio Nobel da economia Amartya Sen repudia e classifica, com ironia, como uma espécie de egoísmo institucionalizado e ideologicamente sustentado – mas admite que as grandes teorias económicas, e, portanto, as grandes teorias que movem o mundo, a enaltecem como acertada (Sen, 2007 : 50-51).

Em parte, a distinção sexual de emoções é consequência de uma socialização que preparou os sujeitos femininos para o cuidado e a família e reservou aos masculinos a competição, o poder, o controlo e a protecção de outros. Assim, “os rapazes são moldados para minimizarem expressões emocionais, com importantes excepções no que concerne a raiva, o orgulho e o desdém”, ao passo que “as raparigas são levadas a maximizar as emoções que promovem os laços familiares e sociais, como a ternura, a empatia e o respeito, bem como aquelas que promovem impotência e menor poder social, como medo e tristeza” (Brody, 1999 : 2-3).

Ora, Damásio não só demonstrou nos seus trabalhos que “a emoção faz parte integrante dos processos de raciocínio e tomada de decisão, para o melhor e para o pior” (Damásio, 2000 : 61) como é peremptório em afirmar que, “sem qualquer exceção, homens e mulheres de todas as idades, de todas as culturas, de todos os graus de instrução e de todos os níveis económicos têm emoções, estão atentos às emoções dos outros, cultivam passatempos que manipulam as suas próprias emoções e governam as suas vidas, em grande parte, pela procura de uma emoção, a felicidade, e pelo evitar das emoções desagradáveis” (idem : 55).

Também Leslie Brody atesta que as diferenças biológicas – como as de base hormonal, por exemplo – que têm sido invocadas para explicar as diferentes expressividades emocionais segundo os sexos têm na realidade um papel quase irrelevante nesse processo de distinção, se comparadas com factores culturais ou sociais (1999 : 2). E assim sendo, mudanças nas referências culturais ou normas sociais poderiam produzir alterações nos comportamentos – que até podem estar nas expectativas dos próprios homens.

Nas muitas entrevistas que realizou para o seu *Gender, Emotion and the Family*, Brody encontrou interlocutores ‘invejosos’ da expressividade emocional ‘feminina’, como um homem de 47 anos que afirmou: “Quando estou aborrecido ou perturbado, não consigo expressar-me de todo, mas quando a minha mulher está ‘chateada’, parece que estamos a ouvir poesia. Ela consegue exprimir exactamente o que está a sentir por dentro” (1999 : 1).

3.1. O MUNDO ‘BIPOLAR’ DA ADOLESCÊNCIA

Nesse sentido, uma leitura precipitada desta prevalência dos sentimentos na representação das personagens masculinas poderia fazer supor que estamos perante uma nova tendência social – em que a expressão de sentimentos seria não só aceitável como desejada nos homens – e que a televisão estaria a reproduzir nos seus conteúdos. Ou então, poderia levantar-se a hipótese de serem os autores e produtores da série a querer integrar nela novos valores, facilitando a sua aceitação pela comunidade de espectadores ou mesmo correspondendo às suas aspirações ou auto-percepções.

Contudo, se atentarmos à faixa etária de pertença das personagens masculinas caracterizadas pelas emoções, verificamos que estas são exprimidas, na maior parte das

cenar, pelos rapazes (adolescentes e crianças). São 22 as ocasiões em que os jovens revelam emoções, mais do triplo das ocorrências similares envolvendo homens.

Esta particularidade suscita-nos várias reflexões. Por um lado, como já aqui se sublinhou, a série gira em torno de adolescentes e eles são o seu público. Será por isso natural que estes tenham mais tempo de antena e sejam retratados de forma mais complexa e variada do que os adultos, que não apenas são em menor número como poucas vezes são mostrados em contextos onde os jovens não estão presentes ou não são, pelo menos, o alvo das suas acções ou pensamentos. Isso poderia explicar a existência de um maior número de traços diversos e uma mais vincada densidade emocional na caracterização dos rapazes do que dos homens.

Por outro lado, e pelos mesmos motivos, a acção tem lugar num contexto de ruptura com as normas sociais vigentes, em que esta ‘Geração Rebelde’ ensaia novas formas de expressão – mesmo se, por vezes, com algumas resistências ou dilemas. Carlos, por exemplo, é retratado como um rebelde sem causa, aventureiro, desobediente e um pouco conflituoso que, secretamente, é poeta. Assina a sua poesia com um pseudónimo (significativamente, ‘Anjo Negro’) e não quer que na escola, onde adoram os seus textos, saibam que é ele o autor. Quando é exposto, decide, por vergonha, deixar de escrever (episódio IV): admite temer que deixem de o respeitar por verem que, embora armado em mauzão, gosta de poesia (coisa de meninas e ‘totós’). Quando exortado pela família e amigos a continuar, como forma de dar voz à sua sensibilidade, responde desafiador: “Os homens não têm de ser sensíveis!”. E no entanto, no episódio/dia seguinte, comovido pelo apoio dos colegas, decide continuar a escrever.

Também Dalila Cerejo, numa investigação sobre género no contexto do *graffiti* detectava esta conjugação de sensibilidades opostas: “Uma masculina, crucial para a realização das actividades arriscadas e ilegais, e outra, uma sensibilidade artística e estética relacionada com o estereótipo feminino” (Cerejo, 2007 : 27).

Estas contradições nos papéis e comportamentos parecem, de qualquer modo, ser próprias do turbilhão de sensações da adolescência, em que os jovens experimentam uma transição emocional, psicológica e física. As emoções extremas e conflituantes que vivem são instrumentos necessários para despertarem para a vida, para se motivarem, para sentirem mais prazer e lidarem com as situações.

O certo é que, nos *Morangos*, os rapazes são emocionais e isso é visto como natural – sobretudo a expressão de sentimentos e o romantismo em contextos de relação amorosa, comportamento que é sempre reforçado.

À luz desse dado, faz sentido lembrar o aviso de Ana Vicente a propósito da repressão emocional masculina: “Os homens têm de pagar um preço tão elevado como as mulheres se quiserem seguir os modelos artificiais de ‘masculinidade’ como estas de ‘feminilidade’” (Vicente, 2002 : 25).

4. HOMENS DOMINADORES, RAPARIGAS INDEPENDENTES

Os homens da novela, que são poucos e também os menos caracterizados, são quase sempre retratados nas suas funções de pais ou professores, normalmente impondo disciplina, ou, no mínimo, exercendo a autoridade, pelo menos nos episódios analisados.

Como se pode notar no quadro anterior, os homens são caracterizados com estereótipos de *Dominação*²⁶ em 23 das 38 ocasiões em que esse tipo de personagem é retratado de acordo com os indicadores de análise.

Mesmo os rapazes parecem ser ‘preparados’ para assumirem esse papel mais tarde, já que, embora sejam poucas as ocorrências em que foram caracterizados com este traço, elas surgem sempre num quadro de superioridade em relação a personagens femininas.

Além disso, em duas delas trata-se de rapazes que assumem um lugar de dominação em relação às mães por, na ausência de uma figura paterna, serem ‘o homem da casa’. Por exemplo, quando Nuno se encontra na Polónia, toda a família anseia o seu regresso, considerando que a sua presença tornará “mais fácil” (episódios I e II) a resolução do desaparecimento do seu irmão. E quando chega, de facto, toma decisões e tem gestos que até contrariam aqueles que a família (mãe e irmã) havia assumido, mas não é contestado (episódio I).

Estes resultados parecem corroborar aquilo que foi sendo afirmado ao longo desta dissertação sobre a superioridade relativa dos homens face às mulheres.

Num estudo já aqui citado sobre a evolução das representações de famílias nas *sitcoms* norte-americanas, também se atestava que “a figura paterna permaneceu como a autoridade incontestada” ao longo de 40 anos (Olson e Douglas, 1997 : 411).

Nas palavras de Pierre Bourdieu, “a força da ordem masculina deixa-se ver pelo facto de dispensar justificação; a visão androcêntrica impõe-se como neutra e não precisa de se enunciar em discursos visando legitimá-la. A ordem social funciona como uma imensa máquina simbólica tendendo a ratificar a dominação masculina em que assenta (...)” (1999 : 8-9).

²⁶ Foram agrupadas sob esta designação os traços autoritário/dominador/superior; machista/viril e rígido.

E a televisão, manipuladora experiente de simbologias, contribui para esse reconhecimento e para a interiorização desse princípio – mesmo pelos dominados. Reportando-se a estudos da década de 60, relativos à difusão de estereótipos de género, e aos seus próprios resultados, Lígia Amâncio comenta que o consenso que eles revelavam entre ambos os sexos quanto a uma maior prevalência de defeitos no lado feminino e de qualidades no lado masculino deixava antever “um autoconceito negativo entre as mulheres” e levava à conclusão de que “os conteúdos dos respectivos estereótipos seriam incorporados nos autoconceitos de homens e mulheres” (1994: 49). Quando os dominados aplicam aos que os dominam esquemas que são o produto da dominação, ou, repetindo Bourdieu, “quando os seus pensamentos e as suas percepções se estruturam em conformidade com as próprias estruturas da relação de dominação que lhes é imposta, os seus actos de conhecimento são, inevitavelmente, actos de reconhecimento, de submissão” (1999 : 12). E a aprendizagem desta ‘premissa’ é ainda mais eficaz pelo facto de, no essencial, permanecer tácita – deixando as mulheres sujeitas a um “confinamento simbólico” (Bourdieu, 1999 : 25). As relações entre os sexos foram, assim, menos transformadas do que o poderia fazer crer uma observação superficial, sustenta o autor francês – fazendo lembrar uma frase atribuída a Virgínia Wolf, segundo a qual “a história da resistência masculina à emancipação feminina é ainda mais interessante do que a história dessa mesma emancipação”.

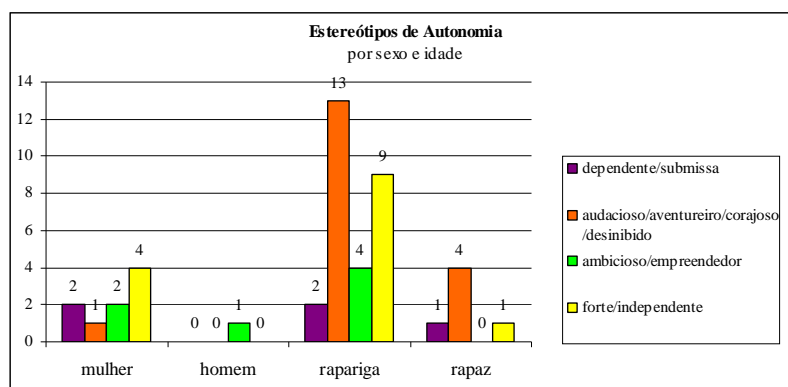
No contexto da novela em estudo, e devido à delimitação dos indicadores analisados, os traços de dominação prendem-se essencialmente, como foi sublinhado, com o exercício da autoridade e a imposição de decisões, bem como a assumpção de atitudes machistas. Mas a supremacia masculina revela-se na sociedade em muitos sectores, dos mais subtis aos mais explícitos. A quem defenda, por exemplo, que muitas mulheres romperam hoje com as normas e as formas tradicionais de reserva e veja no lugar que dão à exibição controlada do corpo um indício de ‘libertação’, bastará contrapor que esse uso do corpo próprio permanece “evidentemente subordinado ao ponto de vista masculino [por exemplo na publicidade]: o corpo feminino ao mesmo tempo oferecido e recusado manifesta a disponibilidade simbólica que (...) convém à mulher, combinação de um poder de atracção e de sedução conhecido e reconhecido por todos, homens ou mulheres, e de molde a honrar os homens dos quais a mulher depende ou aos quais está ligada, e de um dever selectivo de recusa que acrescenta ao efeito de ‘consumo ostentatório’ o preço da exclusividade”, afirma Bourdieu (1999 : 25-26),

lembrando, por exemplo, que as mulheres continuam a preferir sistematicamente companheiros mais altos e mais velhos mesmo nas sociedades ‘livres’ (idem).

4.1. ISTO AGORA É *JUST GIRLS!*

Quem parece romper com este ciclo são as jovens. De facto, enquanto as adultas de *Morangos com Açúcar* correspondem mais à imagem tradicional das mulheres, as raparigas apresentam uma prevalência significativa de comportamentos e papéis associados a estereótipos masculinos.

Os traços masculinos que caracterizam algumas jovens dão-lhes poder e/ou prestígio e os mais frequentemente registados prendem-se com a *Autonomia*²⁷ – sendo mesmo as raparigas o grupo em que estas características estão mais representadas, como pode ser visto no seguinte gráfico:

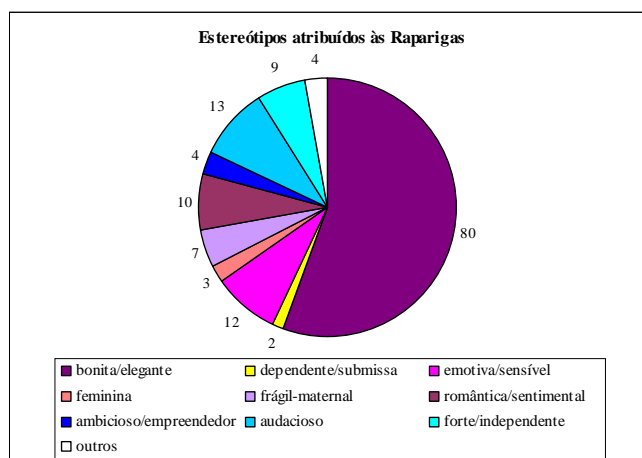


Estas personagens revelam a sua independência e afirmam-na; tomam decisões sem pedir conselho ou permitir a interferência de terceiros, por vezes até contrariando a opinião de familiares ou amigos. São audaciosas e aventureiras, tomam muitas vezes a iniciativa de certas acções, incluindo no contexto das relações amorosas e sexuais, e gostam de correr riscos – pelo prazer da rebeldia mas também para darem provas públicas da sua coragem e da sua divergência social, chegando a embarcar em vandalismo e no consumo de drogas ilegais.

Neste outro gráfico, detecta-se o peso dos estereótipos ligados à *Autonomia* (gama de azuis) no conjunto dos traços usados para caracterizar as raparigas (26 num conjunto

²⁷ Esta designação agrupou os traços ambicioso/empreendedor; audacioso/aventureiro/corajoso/desinibido e forte/independente.

de 144 ocorrências de estereótipos em raparigas, mas em que 80 se reportam a traços estéticos):



Estes resultados reforçam aquilo que Dalila Cerejo já detectara na sua investigação sobre o género no mundo *graffitti* – igualmente um contexto de juventude e ‘insurreição’, no qual, para “conquistar no interior da comunidade em causa uma posição que não alcançaram na sociedade” (Cerejo, 2007 : 23), os rapazes, mas também as raparigas, tendem a “salientar-se pelas suas demonstrações de coragem e destreza física na realização de actividades ilegais” (idem : 27).

Só que, enquanto “as práticas de risco, ou práticas ilegais, no universo em causa [*graffitti*], mais do que manifestações públicas de incoformidade, representam a promoção do ego masculino” (idem: 10), em *Morangos com Açúcar* este atributo está mais presente nas raparigas e, o que é mais significativo, ele é visto como uma característica ‘natural’ dessas personagens, sendo poucas vezes contestado e quase nunca com argumentos baseados no género.

Esta edição da telenovela parece mesmo ter incorporado as tendências do ‘*girl power*’ que vão emergindo em produtos da cultura de massas desde os anos 1990.

Em cada temporada decorrida, a produção de *Morangos com Açúcar* incluiu a formação de uma banda musical ou a emergência de um cantor entre os ‘alunos’ da escola. Cria-se assim uma simbiose, em que a série serve para promover a banda (os cantores dão concertos na escola, a sua música é incluída na banda sonora e os seus discos promovidos no interior da novela e nos intervalos publicitários) e a banda promove a série, granjeando-lhe mais cobertura mediática.

Estes projectos, todos com rapazes (D’ZRT, FF e 4Taste), foram fenómenos de popularidade, com concertos esgotados e vendas extraordinárias – mas o seu sucesso decresceu quando os seus protagonistas abandonaram o elenco dos *Morangos*.

A temporada 2007/2008 (a novela acompanha o ano lectivo e depois muda de cenário para a versão *Férias de Verão*) foi marcada, a esse nível, por uma novidade digna de nota no contexto desta dissertação. É a primeira vez em cinco anos que a banda da telenovela é uma *girls band*, ou seja, é composta apenas por raparigas. Aliás, o projecto musical da série V, que envolve quatro jovens que cantam e dançam, chama-se precisamente *Just Girls* – expressão que, em inglês, tem o duplo sentido de “simplesmente raparigas” e “somente raparigas”. O disco que lançaram em Novembro de 2007 vendeu mais de 10 mil cópias em menos de 24 horas, manteve-se várias semanas no primeiro lugar de vendas e menos de um mês após o seu surgimento no mercado tinha já alcançado a tripla platina, o que se traduz em mais de 60 mil exemplares vendidos.

Estes dados sugerem que houve uma espécie de intenção dos autores/produtores em ‘dar a vez’ às raparigas. É até curioso que, enquanto os rapazes dos projectos musicais masculinos eram o alvo da preferência das raparigas, a quem eram apresentados como talentosos mas também, e muito, como bonitos, atraentes e sensuais, não há uma correspondência simétrica com as *Just Girls*. Isto é, embora a banda feminina também viva sobretudo da imagem, sendo os seus membros as personagens mais ‘produzidas’ da novela, elas não são retratadas como um objecto de desejo para os rapazes mas antes como um farol inspirador para as outras raparigas – e por isso, também são estas que mais vezes surgem como fãs dedicadas das artistas, pedindo-lhes autógrafos e tentando imitá-las.

Longe vão os tempos em que, como acontecia repetidamente na publicação *Menina e Moça*, da ditadura, se criticava a rapariga que embarcasse numa “masculinização de atitudes” e revelasse falta de qualidades domésticas e ‘femininas’, como a doçura e o espírito de sacrifício – conforme nos recorda Fidalgo (2002 : 125-129), sublinhando que a revista da Mocidade Feminina tentava “desesperadamente demonstrar que os comportamentos permitidos aos rapazes não são aplicáveis às raparigas, pois, no fundo, eles continuam a preferir as ‘raparigas sérias’” (idem: 125-126).

Verifica-se, então, que as personagens femininas adolescentes são mais incoformistas em relação ao seu papel social de gênero, mas também que quanto mais adultas as personagens, mais de acordo com os padrões vigentes são retratadas – Isto pode sugerir que se desenham novas tendências na leitura social do papel e das características das mulheres. Mas também pode derivar da ideia de que, enquanto jovens, as raparigas se rebelam contra a remissão ao antigo papel feminino mas que delas é esperado que, ao crescerem, se conformem com os atributos tradicionais.

Todavia, gostaríamos de poder concordar com Ana Vicente, quando afirma que “chegou finalmente a época em que são os homens que têm de se adaptar às novas formas de viver das mulheres. Já não são estas a, eternamente, guiarem as suas vidas por uma estrela masculina, seja essa estrela o pai, o marido, o irmão, o amante, o namorado, o padre, o rei” (Vicente, 2002 : 28).

CONCLUSÃO

Os resultados que acabamos de apresentar deixam claro que os estereótipos de género e a representação em papéis sociais de génese tradicional distribuídos consoante os sexos ocorrem regular e naturalmente nos episódios de *Morangos com Açúcar* que foram analisados.

O ‘feminino’ parece ter um peso particular neste fenómeno, já que não só as mulheres e raparigas da série surgem mais vezes caracterizadas com traços contidos nos indicadores de estereótipos, como os estereótipos femininos são mais frequentemente usados para definir as personagens tanto femininas como masculinas.

As personagens adultas, que desempenham os papéis de pais e professores dos alunos de uma escola onde se situa a acção da telenovela, aparecem menos do que os jovens e são também menos densamente caracterizadas. Todavia, detecta-se que foram retratadas prioritariamente dentro do estereótipo previsível para o seu sexo, com as mulheres a intervirem como mães extremosas e únicas responsáveis pelas tarefas domésticas e os homens a manterem o seu reservado lugar de dominação na sociedade – exercendo a autoridade e cumprindo um papel de disciplinadores e profissionais, que arcam com o sustento do lar.

Como seria de esperar, porém, numa série que tem o subtítulo *Geração Rebelde* e procura apelar a um segmento social (e de mercado!) mais jovem, os rapazes e raparigas do programa apresentam significativamente comportamentos e atitudes de ruptura com a norma dominante.

Aos rapazes, sucede que já não fica mal mostrar as emoções e sentimentos que se costumava associar às meninas. Pelo contrário, esse comportamento é reforçado pelos pares e pelos adultos e não impede sequer os rapazes de se assumirem ao mesmo tempo como rebeldes – ou seja, não há qualquer contradição entre a exteriorização emocional e a masculinidade.

As raparigas, em contrapartida, aproximam-se das características masculinas, sobretudo no que respeita à autonomia, que inclui a independência, a audácia e o poder de iniciativa. Esta caracterização é reconhecida igualmente pelos pares e não muito inibida pelos adultos, que parecem ter-se acostumado a este estado das coisas – mesmo se para si próprios mantêm as condutas conservadoras.

Esse novo poder das raparigas é-lhes gratificante no contexto dos *Morangos*, e tem na banda musical do liceu – uma *girls band* composta por quatro jovens, as *Just Girls* – o seu ícone por excelência.

Uma constante na caracterização de jovens de ambos os sexos, principalmente as raparigas, e também de algumas mulheres adultas, é a beleza – traço socialmente associado à mulher e ao feminino (o próprio substantivo é feminino).

Este dado ilustra um velho princípio do mercado audiovisual que consiste em seleccionar sistematicamente pessoas conformes aos padrões de beleza dominantes para aparecerem nos ecrãs. As personagens dos *Morangos* são apresentadas como belas e com silhuetas esbeltas ou atléticas – o que poderá ter consequências na apreciação que crianças e adolescentes farão do seu próprio corpo.

Mas que consequências, deste e outros traços frequentes ou ausentes, realmente se produzem nesse público? Durkin recorda que os efeitos do conteúdo televisivo “não são lineares e não é provável que sejam os mesmos para todas as crianças” (1985 : 206).

Se é verdade que, “mais do que saber o que os *media* fazem às pessoas, é preciso saber o que fazem as pessoas com os *media*” – como argumenta o investigador israelita Elihu Katz²⁸, que estuda os “usos e gratificações” que os espectadores procuram nos meios de comunicação – esta dissertação deixa transparecer a necessidade e importância de analisar o ‘outro lado’ da mensagem televisiva, isto é, os eventuais efeitos dos programas sobre os seus receptores.

Mais especificamente, este estudo suscita-nos a vontade de entender o lugar deste conteúdo no contexto social dos espectadores mais novos – pois embora se suponha que as crianças e adolescentes são particularmente vulneráveis a estes conteúdos, não abundam os estudos de recepção junto deste público sobre as questões de género, como lembrara Durkin (1984 : 342).

Gostaríamos de apurar se as tendências aqui identificadas serão apreendidas pelas crianças, e quais e de que modo, e ainda qual o peso da televisão na formação dos seus ideais, sobretudo no que concerne os seus papéis baseados no sexo e as relações com as pessoas do sexo oposto. Perceber até que ponto são as suas atitudes e comportamentos influenciados pelas imagens e estereótipos a que estão constantemente expostas seria, portanto, uma matéria atraente para um futuro desafio.

²⁸ Citado por Cristina Ponte, 1998 : 23.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AMÂNCIO, Lígia (1994) *Masculino e Feminino – A Construção Social da Diferença*, Porto: Edições Afrontamento
- ARIÈS, Philippe e Georges Duby (coord) (1999) *Histoire de la Vie Privée – De la Première Guerre Mondiale à nos Jours (Tome V)*, Paris: Seuil
- BADINTER, Elisabeth (1980) *O Amor Incerto*, Lisboa: Relógio d'Água
- BARCUS, F. E. (1983) *Images of Life on Children's Television: Sex-roles, Minorities and Families* New York: Praeger Publishers.
- BARDIN, Laurence (1988) *Análise de Conteúdo*, Lisboa: Edições 70
- BARTKY, Sandra (1990) “Foucault, Femininity, and the Modernization of Patriarchal Power” in *Femininity and Domination*, pp. 63-82, New York: Routledge
- BECK, Ulrich (2003) *Risk Society – Towards a New Modernity*, London: Sage Publications
- BERGER, Peter L. e Thomas Luckmann (1999) *A Construção Social da Realidade*, Lisboa: Dinalivro
- BOCK, Gisela (1995) “Pobreza Feminina, Maternidade e Direitos das Mães na Ascensão dos Estados-Providência” in DUBY, Georges e Michelle Perrot (coords.), *História das Mulheres – O Século XX (5)*, pp. 435-477, Porto: Edições Afrontamento
- BOURDIEU, Pierre (1999) *A Dominação Masculina*, Oeiras: Celta
- BRODY, Leslie (1999) *Gender, Emotion and the Family*, Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press
- CALVERT, S. L. e A. C. Huston (1987) “Television and children’s gender schemata” in LIBEN, L. S. e M. I. Signorella (Eds), *Children’s Gender Schemata – New Directions for Child Development*, San Francisco: Jossey-Bass

CEREJO, Sara Dalila Aguiar (2007) *Risco e Identidade de Género no Universo do Grafitti*, Lisboa: Edições Colibri/Socinova

DAMÁSIO, António R. (2000) *O Sentimento de Si – O corpo, a emoção e a neurobiologia da consciência*, Mem Martins: Publicações Europa-América

DURKIN, Kevin (1984) “Children’s accounts of sex-role stereotypes in television” in *Communication Research*, 11, pp. 341-362

DURKIN, Kevin (1985) “Television and sex-role acquisition 1: Content” in *British Journal of Social Psychology*, 24, pp. 101

ETXEBARRÍA, Lucía (2001) *A Eva Futura – O Que Significa o Feminismo no Século XXI*, Lisboa: Editorial Notícias

FIDALGO, Marta Véstia (2002) *Menina e Moça: Um Ideal de Formação Feminina (1960-1970)*, Lisboa: Organizações Não Governamentais do Conselho Consultivo da CIDM

FISHER, Seymour (1986) *Development and Structure of the Body Image – Volume I*, Hillsdale, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates

GARDNER, R. C. (1994) “Stereotypes as Consensual Beliefs” in ZANNA, Mark P. e James M. Olson (Eds), *The Psychology of Prejudice – The Ontario Symposium, Volume 7*, Hillsdale, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates

JEFFRIES-FOX, Suzanne e Bruce Jeffries-Fox (1981) “Gender differences in socialization through television to occupational roles – An exploratory approach” in *The Journal of Early Adolescence*, 1, pp. 293

KAUFMANN, Jean-Claude (2000) *A Mulher Só e o Príncipe Encantado – Inquérito sobre a vida a solo*, Lisboa: Editorial Notícias

LISBOA, Manuel e Ana Roque (2006) “A Violência no Plural: Olhar os números e procurar as pessoas” in LISBOA, Manuel (coord.) *Prevenir ou Remediar – Os custos sociais e económicos da violência contra as mulheres*, Lisboa: Edições Colibri/SociNova, pp. 121-138

LOURENÇO, Nelson e Manuel Lisboa (1992) *Representações da Violência*, Cadernos do CEJ, nº2/91, Lisboa: Gabinete de Estudos Jurídico-Sociais

MAZZARA, Bruno M. (1997) *Stereotipi e Pregiudizi*, Bologna: Il Mulino

NETO, Felix (1997) “Gender Stereotyping in Portuguese Children Living in Portugal and Abroad – Effects of Migration, Age, and Gender” in *International Journal of Behavioral Development*, 20, pp. 219-229

OLSON, Beth e William Douglas (1997) “The family on television: Evaluation of gender roles in situation comedy” in *Sex Roles*, Vol. 36, Iss. 5/6, Março/97, pp. 409-429

PASSERINI, Luisa, 1995, “Mulheres, Consumo e Cultura de Massas” in DUBY, Georges e Michelle Perrot (coords.), *História das Mulheres – O Século XX (5)*, pp. 381-401, Porto: Edições Afrontamento

POLICARPO, Verónica Melo (s/d), “As Mulheres e a Telenovela: um Estudo Sobre a Recepção de *Terra Nostra*”, in *Agora::net*, nº 3, www.labcom.ubi.pt/agoranet/

PONTE, Cristina (1998) *Televisão Para Crianças: O Direito à Diferença*, Lisboa: Escola Superior de Educação João de Deus

POWELL, Kimberly A. e Lori Abels (2002) “Sex-Role Stereotypes in TV Programs Aimed at the Preschool Audience: An Analysis of Teletubbies and Barney & Friends”, in *Women and Language*, Volume XXV, Issue 1, pp. 14, George Mason University

REPETTI, Rena L. (1984) “Determinants of Children's Sex Stereotyping: Parental Sex-Role Traits and Television Viewing” in *Personality and Social Psychology Bulletin*, 10, pp. 457

RIFFE, Daniel; Stephen Lacy e Frederick G. Fico (1998), *Media Messages: Using Quantitative Content Analysis in Research*, Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates

ROLANDELLI, David R. (1991) “Gender Role Portrayal Analysis of Children's Television Programming in Japan” in *Human Relations*, vol. 44, n. 12, pp. 1273

ROQUE, Ana (2008) *Que Vida Viver? – Para uma análise sociológica da felicidade* (Dissertação de Mestrado), Lisboa: FCSH – Universidade Nova de Lisboa

- SARACENO, Chiara (1992) *Sociologia da Família*, Lisboa: Editorial Estampa
- SCHILDER, Paul (1950) *The Image and Appearance of the Human Body: Studies in the Constructive Energies of the Psyche*, New York: International Universities Press
- SEN, Amartya (2007) *Identidade e Violência – A Ilusão do Destino*, Lisboa: Edições Tinta-da-China
- SHORTER, Edward (1995) *A Formação da Família Moderna*, Lisboa: Terramar
- SIGNORIELLI, Nancy e Aaron Bacue (1999) “Recognition and Respect: A content analysis of prime-time television characters across three decades”, in *Sex Roles*, Vol. 40, Iss. 7/8; pg. 527-546
- SOCIETY FOR ADOLESCENT MEDICINE (1990) “Television and Teens: Health Implications” in *Journal of Adolescent Health Care* 11, pp. 1-93
- SPENDER, Dale (2001) *Man Made Language*, London: Pandora Press
- THÉBAUD, Françoise (coord) (1995) “O Século XX”, in DUBY, Georges e Michelle Perrot (dir.), *História das Mulheres no Ocidente*, volume 5, Porto: Edições Afrontamento
- TV ONTARIO (1995) *Let's Play TV: Resource Kit For Television Literacy*, Ontario: TVO
- VICENTE, Ana (2002) *Os Poderes das Mulheres, Os Poderes dos Homens*, Lisboa: Gótica
- VILAR, Elisabete (2007) *Ainda Precisamos de Gatas Borracheiras? – Para uma leitura dos papéis de género no triângulo amoroso de ‘Floribella’*, Lisboa: Faculdade de Ciências Sociais e Humanas – Universidade Nova de Lisboa (Estudo efectuado no âmbito da cadeira Género & Sociedade)

ÍNDICE

I. Ficha Técnica das Tabelas de Audiência.....	2
II. Conceitos para Interpretação das Tabelas de Audiência.....	2
<i>Audiência Média (Rating)</i>	
<i>Quota de Audiência (Share)</i>	
III. Tabelas de Audiência de Janeiro a Abril de 2008.....	3
Tabela 1: Audiências Universo vs Segmento 4-14 anos – Janeiro 2008.....	3
Tabela 2: Audiências Universo vs Segmento 4-14 anos – Fevereiro 2008.....	4
Tabela 3: Audiências Universo vs Segmento 4-14 anos – Março 2008.....	5
Tabela 4: Audiências Universo vs Segmento 4-14 anos – Abril 2008.....	6
IV. Grelha de Análise.....	8
V. Legenda da Codificação.....	9
VI. Classificação dos Episódios.....	10
Estereótipos.....	10
Papéis Sociais Tradicionais Sexualmente Distribuídos.....	21
VII. Tabelas de Análise Estatística.....	32

Para determinar qual o programa de televisão generalista hertziana mais visto pelos mais novos, foram solicitadas à Marktest as audiências de televisão de Janeiro a Abril de 2008, no conjunto de canais de acesso livre (RTP1, RTP2, SIC e TVI), para a generalidade do público e para o segmento mais jovem.

Nesse grupo, como pode ser verificado nas tabelas seguintes, entre os programas apresentados em séries de episódios, encontra-se sempre nos lugares de topo das audiências, e frequentemente em primeiro, a telenovela Morangos com Açúcar, da TVI.

I. FICHA TÉCNICA DAS TABELAS DE AUDIÊNCIA

O Audipanel, serviço de medição de audiências televisivas, fornecido pela Mediamonitor/Marktest Audimetria, produz dados de audiência por períodos horários e programas de televisão, recebidos no território de Portugal Continental via terrestre, via satélite e via cabo.

A Marktest Audimetria utiliza um sistema de recolha electrónica de audiências de televisão, designado por “*Peoplemeter*”.

Este sistema tem como suporte um painel de 1000 lares (dos quais 454 correspondem a lares com TV Cabo) que representa o comportamento televisivo de 9.459.000 indivíduos com 4 ou mais anos, residentes no Continente.

II. CONCEITOS PARA INTERPRETAÇÃO DAS TABELAS DE AUDIÊNCIA

.Audiência Média (Rating)

Trata-se da Audiência Média por segundo. Para o seu cálculo, cada indivíduo é ponderado relativamente ao tempo de contacto com o programa/suporte.

$$\text{Audiência Média (Rating)} = \frac{\text{Total de Segundos Contactados}}{\text{Duração do período}}$$

.Quota de Audiência (Share)

Quota de audiência de cada canal/suporte/programa calculada a partir do tempo total dispendido a ver esse canal/suporte/programa relativamente ao tempo total dispendido a ver televisão.

III. TABELAS DE AUDIÊNCIA DE JANEIRO A ABRIL DE 2008

TABELA 1. AUDIÊNCIAS TODOS OS CANAIS – UNIVERSO VS SEGMENTO 4-14 ANOS – JANEIRO 2008

Data	Hora Início	Duração_T	Canal	Descrição	Desc2	Universo			Idade 4/14		
						rat%	shr%	rat(000)	rat%	shr%	rat(000)
02/01/2008	18:37:32	01:11:20	TVI	MORANGOS C AÇUCAR V	FERIAS DE NATAL	13,2	39,3	1.246.7	23,4	64,1	269,0
11/01/2008	19:13:14	00:44:11	TVI	MORANGOS C AÇUCAR V		11,5	32,3	1.088.3	21,1	52,1	242,5
21/01/2008	21:19:13	00:19:14	TVI	ESPECIAL INFORMACAO	NADA A DECLARAR	18,3	42,6	1.728.0	20,1	51,6	230,7
11/01/2008	21:16:22	00:19:01	TVI	VASQUINHO & COMPANH		16,1	38,0	1.526.0	20,0	49,4	229,4
25/01/2008	21:48:32	00:53:05	TVI	FASCINIOS		16,5	41,3	1.564.8	18,0	51,5	206,9
30/01/2008	21:25:28	00:19:25	TVI	OS BATANETES		14,7	34,3	1.388.6	16,4	48,3	188,0
29/01/2008	19:59:58	01:07:11	TVI	JORNAL NACIONAL		14,2	34,0	1.341.2	16,3	43,9	187,0
13/01/2008	17:18:43	02:07:51	SIC	FILME DE DOMINGO	AS CRONICAS DE NARNIA	12,6	34,3	1.187.2	16,1	48,3	185,2
01/01/2008	15:38:35	01:30:58	SIC	FILME DA TARDE II	HERBIE - PREGO A FUNDO	12,9	47,4	1.223.4	14,9	55,0	171,3
26/01/2008	21:12:26	01:46:23	TVI	FUTEBOL - BWIN LIGA	V. GUIMARAES X BENFICA	20,2	50,3	1.909.9	14,3	50,5	164,6
13/01/2008	20:59:42	00:29:16	SIC	GRANDE REPORTAGEM	100% VEGETAL	15,8	34,1	1.492.6	14,2	41,9	162,6
14/01/2008	21:05:42	00:32:06	TVI	ESPECIAL INFORMACAO	LEI SEM CODIGO	17,5	41,1	1.655.3	13,9	41,2	159,4
03/01/2008	21:30:56	00:52:31	SIC	SUPER MALUCOS DO RISO		13,2	31,4	1.250.2	13,9	40,6	159,3
06/01/2008	21:40:34	00:49:34	SIC	OS MINI MALUCOS DO RISO		13,2	30,2	1.249.0	13,8	37,7	158,2
07/01/2008	18:01:55	00:58:03	TVI	MORANGOS C AÇUCAR V		6,4	26,7	604,0	13,5	57,7	154,7
13/01/2008	19:11:57	01:41:38	TVI	FUTEBOL - BWIN LIGA	ACADEMICA X SPORTING	18,1	40,0	1.711.1	13,2	36,7	152,1
13/01/2008	21:11:18	00:09:28	TVI	FUTEBOL	COMENTARIOS	17,5	37,7	1.651.4	13,1	38,7	150,4
12/01/2008	22:40:35	01:09:28	TVI	DEIXA-ME AMAR		12,3	38,8	1.161.6	13,0	53,9	148,9
13/01/2008	13:55:43	01:57:03	TVI	MATINE DOMINGO I	O REGRESSO DA MUMIA	8,9	32,5	842,9	12,7	53,4	145,9
06/01/2008	13:57:13	02:05:35	TVI	MATINE DOMINGO I	A MASCARA DE ZORRO	9,2	37,6	872,5	12,6	47,5	145,1
07/01/2008	21:10:59	00:30:51	TVI	ESPECIAL INFORMACAO	DESESPERADOS	14,2	34,0	1.341.1	12,6	34,9	144,4
13/01/2008	16:42:41	01:36:58	TVI	MATINE DOMINGO II	VELOCIDADE + FURIOSA	11,3	35,6	1.067.5	12,5	42,4	142,9
08/01/2008	22:00:04	00:23:25	SIC	CAMILO EM SARILHOS (R)		10,6	24,4	1.002.8	12,3	37,7	141,0

13/01/2008	19:59:58	00:43:40	SIC	JORNAL DA NOITE		14,8	31,9	1.395,8	12,1	35,0	139,3
02/01/2008	18:14:52	00:22:35	TVI	MORANGOS C AÇUCAR V (R)	FERIAS DE NATAL	7,3	28,6	692,7	11,8	41,7	136,0
13/01/2008	10:42:00	01:04:16	SIC	CHIQUITITAS		4,3	28,2	402,4	11,6	43,3	133,2
06/01/2008	13:00:01	00:55:27	SIC	PRIMEIRO JORNAL		8,9	30,1	845,1	11,6	36,2	133,1
01/01/2008	13:58:03	01:17:24	SIC	FILME DA TARDE	MADAGASCAR	8,7	38,1	826,5	11,6	52,2	132,6
12/01/2008	10:19:26	00:41:59	TVI	DETECTIVE MARAVILHAS		3,0	33,8	282,1	11,0	44,9	126,8
20/01/2008	21:58:19	01:33:13	TVI	CASOS DA VIDA	NOIVAS DE MAIO	13,8	40,4	1.306,4	10,8	53,6	124,4

TABELA 2. AUDIÊNCIAS TODOS OS CANAIS – UNIVERSO VS SEGMENTO 4-14 ANOS – FEVEREIRO 2008

Data	Hora Início	Duração_T	Canal	Descrição	Desc2	Universo			Idade 4/14		
						rat%	shr%	rat(000)	rat%	shr%	rat(000)
07/02/2008	19:13:01	00:44:10	TVI	MORANGOS C AÇUCAR V		11,9	33,7	1.125,1	23,7	64,6	272,0
20/02/2008	21:39:47	00:23:57	TVI	FASCINIOS		16,9	41,1	1.600,1	16,9	56,3	193,5
06/02/2008	19:37:42	02:01:24	RTP1	SELECÇÃO MODELO	PORTUGAL X ITALIA	21,4	50,0	2.028,5	16,0	41,7	184,1
20/02/2008	21:22:02	00:17:14	TVI	15º ANIVERSARIO TVI	PASSADEIRA VERMELHA	16,4	38,8	1.548,6	15,4	46,5	177,3
04/02/2008	18:17:33	00:42:57	TVI	MORANGOS C AÇUCAR V		7,0	27,7	665,3	15,2	49,9	174,4
03/02/2008	19:59:58	01:08:08	TVI	JORNAL NACIONAL		15,3	35,1	1.443,0	15,0	40,4	171,9
08/02/2008	21:33:26	00:16:44	TVI	OS BATANETES		14,5	36,9	1.373,3	14,4	39,6	164,7
21/02/2008	19:55:22	01:49:26	TVI	FUTEBOL - TACA UEFA	NUREMBERGA X BENFICA	17,6	39,6	1.668,2	14,3	41,7	163,7
11/02/2008	21:18:32	00:25:59	SIC	GERAÇÃO SCOLARI		13,5	29,7	1.274,1	13,9	36,5	160,0
17/02/2008	12:59:59	00:50:30	SIC	PRIMEIRO JORNAL		11,6	37,5	1.097,9	13,4	45,0	153,3
23/02/2008	21:20:42	00:24:37	SIC	MALUCOS NO HOSPITAL		13,7	33,2	1.292,8	13,3	37,5	152,5
23/02/2008	10:16:04	00:44:03	TVI	DETECTIVE MARAVILHAS		3,2	30,1	298,3	13,2	43,9	151,0
24/02/2008	21:00:04	00:39:45	SIC	GRANDE REPORTAGEM	UMA VIDA NORMAL	16,2	35,6	1.534,6	12,7	39,4	145,8
11/02/2008	21:19:20	00:27:16	TVI	ESPECIAL INFORMACAO	A VIDA POR UM CANUDO	16,6	36,6	1.570,0	12,6	33,3	145,1
13/02/2008	20:42:32	01:41:50	SIC	FUTEBOL - TAÇA UEFA	SPORTING X BASILEIA	18,0	38,7	1.698,5	12,6	32,3	144,9
23/02/2008	17:20:33	01:58:09	SIC	FILME DE SABADO		7,4	26,3	702,8	12,6	46,6	144,4
03/02/2008	17:55:50	01:33:45	TVI	MATINE DOMINGO III	BEM-VINDOS A SELVA	11,4	33,6	1.081,4	12,5	45,5	143,9

02/02/2008	21:11:34	01:42:06	TVI	FUTEBOL - BWIN LIGA	BENFICA X NACIONAL	18,6	49,6	1.758.7	12,5	46,1	143,1
02/02/2008	10:36:38	01:06:28	SIC	CHIQUITITAS		3,6	32,2	337,2	12,4	46,2	142,2
24/02/2008	19:11:14	01:41:24	TVI	FUTEBOL - BWIN LIGA	V. SETUBAL X SPORTING	16,6	38,8	1.574.2	11,9	37,9	137,1
03/02/2008	20:00:00	00:40:11	SIC	JORNAL DA NOITE		11,1	26,2	1.053.4	11,9	34,3	137,0
17/02/2008	20:59:49	00:38:26	SIC	GRANDE REPORTAGEM	UM NO NA ALMA	14,8	33,4	1.404.1	11,9	40,2	136,4
09/02/2008	23:22:18	00:51:57	TVI	DEIXA-ME AMAR		10,9	38,8	1.027.2	11,8	55,3	135,9
17/02/2008	21:59:44	01:21:37	TVI	CASOS DA VIDA	LONGE DEMAIS	13,8	39,4	1.301.8	11,7	56,0	134,8
03/02/2008	20:58:34	00:40:54	SIC	GRANDE REPORTAGEM	O MUNDO SEM LETRAS	12,3	27,9	1.164.4	11,7	29,8	134,5
09/02/2008	20:41:35	01:44:46	SIC	FUTEBOL	SPORTING X MARITIMO	15,3	35,6	1.446.7	11,7	32,7	134,3
25/02/2008	21:18:07	00:27:10	TVI	ESPECIAL INFORMACAO	VELHOS SAO OS TRAPOS	16,9	38,5	1.599.3	11,6	36,9	133,5
17/02/2008	11:53:16	00:52:06	SIC	BBC VIDA SELVAGEM		6,6	29,8	625.0	11,2	41,0	128,3
17/02/2008	19:12:00	01:40:34	TVI	FUTEBOL - BWIN LIGA	NAVAL X BENFICA	17,5	40,5	1.657.4	11,2	36,1	128,1
23/02/2008	09:15:42	00:46:00	TVI	SMACKDOWN! WRESTLING		2,3	26,2	214,5	11,1	38,9	127,5

TABELA 3. AUDIÊNCIAS TODOS OS CANAIS – UNIVERSO VS SEGMENTO 4-14 ANOS – MARÇO 2008

Data	Hora Início	Duração_T	Canal	Descrição	Desc2	Universo			Idade 4/14		
						rat%	shr%	rat(000)	rat%	shr%	rat(000)
24/03/2008	21:34:01	01:11:48	TVI	A OUTRA		21,1	50,1	1.993.2	23,4	66,4	268,2
27/03/2008	19:14:21	00:43:10	TVI	MORANGOS C AÇUCAR V	FERIAS DA PASCOA	11,7	35,3	1.103.9	21,8	58,0	250,0
05/03/2008	19:15:23	00:41:49	TVI	MORANGOS C AÇUCAR V		9,8	28,4	926,9	19,6	57,1	224,7
10/03/2008	21:14:09	00:32:03	TVI	ESPECIAL INFORMACAO	FILHOS DO VENTO	17,7	40,0	1.670.6	18,9	48,2	217,4
12/03/2008	19:55:13	01:44:22	SIC	FUTEBOL - TAÇA UEFA	GETAFE X BENFICA	21,9	49,4	2.070.5	15,8	42,3	181,0
27/03/2008	18:14:17	00:46:12	TVI	MORANGOS C AÇUCAR V	FERIAS DA PASCOA	7,5	34,2	706,9	15,7	59,1	179,7
07/03/2008	21:01:05	01:22:35	TVI	FASCINIOS		14,2	34,5	1.342.9	15,6	45,4	178,6
24/03/2008	20:59:24	00:26:29	TVI	ESPECIAL INFORMACAO	PERIGO DE MORTE	17,4	40,3	1.650.0	14,8	46,3	170,1
11/03/2008	19:59:57	01:11:49	TVI	JORNAL NACIONAL		13,5	31,8	1.277.8	14,7	37,7	169,0
17/03/2008	21:13:04	00:32:35	TVI	ESPECIAL INFORMACAO	HASTA LA VISTA!	17,2	39,2	1.624.5	14,7	42,9	168,8
31/03/2008	21:11:17	00:26:16	TVI	ESPECIAL INFORMACAO	ENTRE DEVER E MEDO	16,2	36,4	1.534.9	14,6	39,0	167,2

22/03/2008	11:06:38	00:33:31	SIC	CHIQUITITAS		4,6	32,6	434,6	14,5	55,7	166,1
26/03/2008	19:25:44	01:49:18	RTP1	SELECÇÃO MODELO	PORTUGAL X GRECIA	20,3	49,2	1.921,8	13,7	33,1	156,7
05/03/2008	19:43:01	02:39:25	RTP1	LIGA DOS CAMPEOES	FC PORTO X SCHALKE	21,0	47,9	1.983,4	13,2	39,7	151,0
13/03/2008	19:55:22	01:45:44	TVI	FUTEBOL - TACA UEFA	SPORTING X BOLTON	18,8	43,0	1.776,0	13,1	38,2	150,5
23/03/2008	22:47:21	01:26:50	TVI	CASOS DA VIDA	POLAROIDES DA M AVO	10,2	37,2	962,1	12,5	65,2	143,0
17/03/2008	18:15:27	00:44:51	TVI	MORANGOS C AÇUCAR V		5,8	27,6	551,2	12,1	49,5	138,4
23/03/2008	21:57:15	00:30:57	SIC	CAMILO EM SARILHOS		8,6	23,3	814,5	11,7	36,6	134,7
27/03/2008	21:58:48	00:29:55	SIC	SUPER MALUCOS DO RISO		9,7	22,8	916,2	11,7	33,4	134,1
18/03/2008	21:22:01	00:10:11	TVI	A OUTRA	APRESENTAÇÃO	11,4	26,5	1.077,3	11,6	32,0	133,1
15/03/2008	17:54:22	01:34:25	TVI	MATINE SABADO III	QUARTETO FANTASTICO	8,2	30,7	778,0	11,0	49,3	126,2
02/03/2008	19:59:58	00:41:59	SIC	JORNAL DA NOITE		12,3	31,5	1.166,6	11,0	40,2	125,7
09/03/2008	17:36:32	01:51:13	SIC	FILME DE DOMINGO	SOZINHO EM CASA II	7,4	23,9	695,6	10,9	41,0	124,7
22/03/2008	23:17:22	00:54:08	TVI	DEIXA-ME AMAR		10,6	39,4	1.004,3	10,8	54,1	124,5
09/03/2008	21:25:25	00:23:26	SIC	GRANDE REPORTAGEM	4 SENTIDOS	14,6	34,2	1.383,3	10,8	35,9	124,2
30/03/2008	21:25:10	00:34:08	SIC	GRANDE REPORTAGEM	DESINIBIDAS	13,2	30,2	1.250,6	10,7	33,7	122,5
06/03/2008	20:28:23	01:39:21	SIC	FUTEBOL - TAÇA UEFA	BENFICA X GETAFE	21,1	47,3	1.993,5	10,7	33,8	122,4
01/03/2008	21:11:35	01:45:47	TVI	FUTEBOL - BWIN LIGA	BOAVISTA X FC PORTO	16,4	41,4	1.548,2	10,6	35,7	122,1
21/03/2008	18:07:11	01:30:52	SIC	FILME DA TARDE III	HERBIE: PREGO A FUNDO	8,8	30,7	829,5	10,4	42,9	119,0
23/03/2008	20:59:59	00:42:42	SIC	GRANDE REPORTAGEM	VASCO DA GAMA: ANO 10	11,0	30,2	1.044,3	10,3	35,5	117,9

TABELA 4. AUDIÊNCIAS TODOS OS CANAIS – UNIVERSO VS SEGMENTO 4-14 ANOS – ABRIL 2008

Data	Hora Início	Duração_T	Canal	Descrição	Desc2	Universo			Idade 4/14		
						rat%	shr%	rat(000)	rat%	shr%	rat(000)
16/04/2008	20:25:04	01:50:45	SIC	TAÇA DE PORTUGAL	SPORTING X BENFICA	27,0	57,0	2.549,8	21,2	53,1	242,8
18/04/2008	21:41:02	00:53:37	TVI	A OUTRA		19,6	45,5	1.852,2	20,8	52,9	238,3
16/04/2008	19:14:04	00:43:20	TVI	MORANGOS C AÇUCAR V		11,6	33,8	1.100,2	20,2	57,1	232,3
18/04/2008	22:52:22	00:45:37	TVI	FASCINIOS		16,6	47,3	1.566,5	15,3	56,8	175,5
20/04/2008	21:10:22	00:07:37	TVI	FUTEBOL - BWIN LIGA	COMENTARIOS	17,9	42,3	1.694,0	14,4	40,5	165,0
26/04/2008	22:03:23	00:22:17	SIC	MALUCOS NO HOSPITAL		8,9	24,2	846,5	13,5	45,9	155,4

10/04/2008	19:42:56	01:44:42	RTP1	FUTEBOL - TACA UEFA		19,5	45,9	1.848,5	13,4	37,9	153,3
20/04/2008	19:12:21	01:38:26	TVI	FUTEBOL - BWIN LIGA	U. LEIRIA X SPORTING	16,1	41,1	1.527,1	13,1	38,1	150,8
15/04/2008	20:23:18	01:46:38	SIC	FUTEBOL	V. SETUBAL X FC PORTO	17,2	39,2	1.626,8	13,1	34,9	150,3
18/04/2008	18:15:28	00:41:12	TVI	MORANGOS C AÇUCAR V		6,0	30,4	564,3	12,8	57,4	147,3
13/04/2008	19:11:19	01:42:32	TVI	FUTEBOL - BWIN LIGA	SPORTING X LEIXOES	15,5	42,9	1.461,5	12,6	43,3	144,2
16/04/2008	22:30:33	00:16:16	SIC	OS HOMENS DO JOGO		18,3	42,8	1.729,7	12,3	46,9	141,6
14/04/2008	21:10:21	00:30:41	TVI	ESPECIAL INFORMACAO	OS SOBREVIVENTES	15,2	34,3	1.433,7	12,3	32,5	140,9
21/04/2008	21:11:55	00:25:12	TVI	ESPECIAL INFORMACAO	MADDIE	15,7	35,9	1.483,3	12,3	33,2	140,8
18/04/2008	19:59:58	01:11:54	TVI	JORNAL NACIONAL		12,9	32,2	1.219,4	12,0	32,8	137,3
05/04/2008	20:41:45	01:48:57	TVI	FUTEBOL - BWIN LIGA	FC PORTO X E. AMADORA	15,1	40,1	1.428,8	11,8	37,0	135,9
26/04/2008	19:42:20	01:45:56	TVI	FUTEBOL - BWIN LIGA	BENFICA X BELENENSES	16,5	52,0	1.559,7	11,8	48,3	135,4
08/04/2008	21:35:35	00:49:37	SIC	MINI MALUCOS DO RISO		10,3	23,8	977,0	11,7	37,1	134,3
29/04/2008	19:42:33	01:46:28	RTP1	LIGA DOS CAMPEOES		17,2	41,4	1.625,5	11,6	29,8	133,6
28/04/2008	21:08:57	00:29:32	TVI	ESPECIAL INFORMACAO	FAMILIA SCOLARI	15,5	35,5	1.468,0	10,9	30,3	125,3
20/04/2008	10:24:09	01:09:21	SIC	CHIQUITITAS		3,3	23,1	310,7	10,7	45,1	123,3
20/04/2008	21:57:39	00:23:30	SIC	CAMILO EM SARILHOS		9,8	24,1	924,2	10,6	31,8	121,5
07/04/2008	21:11:59	00:22:52	TVI	ESPECIAL INFORMACAO	MELHOR INIMIGO HOMEM	15,7	35,3	1.485,3	10,5	31,6	120,8
10/04/2008	21:33:42	00:48:42	SIC	SUPER MALUCOS DO RISO		10,5	23,6	992,7	10,5	32,0	120,7
20/04/2008	21:07:09	00:34:50	SIC	GRANDE REPORTAGEM	NINGUEM FICA PARA ...	11,9	28,6	1.121,2	10,3	30,1	117,9
05/04/2008	22:45:49	00:29:04	TVI	FUTEBOL	FC PORTO CAMPEAO	11,9	34,9	1.122,8	10,1	38,7	115,4
11/04/2008	23:59:28	00:32:31	TVI	DEIXA-ME AMAR		9,1	38,0	860,2	9,7	60,6	111,9
12/04/2008	16:25:45	01:19:46	TVI	MATINE SABADO II	SEGURANÇA NACIONAL	6,7	37,2	632,7	9,5	50,1	109,1
20/04/2008	09:45:38	00:37:22	TVI	O BANDO DOS 4 (R)		2,8	25,7	268,8	9,3	39,5	107,2
13/04/2008	21:07:01	00:40:57	SIC	GRANDE REPORTAGEM	DENTRO DA CASA PIA	13,5	32,4	1.274,1	9,3	29,4	106,8

IV. GRELHA DE ANÁLISE

Categorias	Indicadores	Regra de contagem	Codificação		
ESTEREÓTIPOS DE GÉNERO	<p><u>FEMININOS:</u></p> <p>.afetuosa/carinhosa/meiga .bonita/elegante .dependente/submissa .emotiva/sensível .feminina .frágil-maternal .romântica/sentimental</p> <p><u>MASCULINOS:</u></p> <p>.ambicioso/empreendedor .audacioso/aventureiro/ corajoso/desinibido .autoritário/dominador/ superior .desorganizado .forte/independente .machista/ viril .paternalista .rígido .sério</p>	<p>presença; ausência</p>	<p>mulher, homem, rapariga, rapaz</p>	<p>valorização positiva; valorização negativa</p>	<p>imagem; texto</p>
PAPÉIS SOCIAIS TRADICIONAIS SEXUALMENTE DISTRIBUÍDOS	<p><u>FEMININOS:</u></p> <p>.contexto privado .funções afectivas .cuidado com os filhos, as crianças .prioridade é a família .funções do lar e gestão doméstica</p> <p><u>MASCULINOS:</u></p> <p>.âmbito de acção alargado .competências no mundo do trabalho .sustento do lar e protector da família .resolve avarias; faz arranjos ‘técnicos’ .toma decisões; permite ou proíbe; tem a última palavra; disciplinador</p>	<p>presença; ausência</p>	<p>mulher, homem, rapariga, rapaz</p>	<p>valorização positiva; valorização negativa</p>	<p>imagem; texto</p>

V. LEGENDA DA CODIFICAÇÃO

Na classificação do conteúdo dos episódios foi usada a seguinte codificação:

P, A	Presente; Ausente
M, H, RPG, RPZ	Mulher, Homem, Rapariga, Rapaz
V+, V-	Valorização positiva; Valorização negativa
I/T	Imagem, Texto
QUAIS (ESTEREÓTIPOS)	Descrição do(s) estereótipo(s) presentes(s)
MA, F (PAPÉIS SEXUAIS)	Masculino, Feminino

VI. CLASSIFICAÇÃO DOS ESPISÓDIOS

ESTEREÓTIPOS

Cenas (minuto inicial e tema)	P/A	M,H, Rpg, Rpz	V+, V-	I/T	Quais
-------------------------------	-----	------------------	-----------	-----	-------

EPISÓDIO I

00.00 Nuno e Luís passeiam com a equipa na Polónia	P	Rpz		I	bonito/elegante
00.31 Olga e Vera escolhem foto de Carlos para a polícia	P	M, Rpg		I/T	maternal; sensível
01.00 Nuno e Luís passeiam com a equipa na Polónia	P	Rpz		I	bonito/elegante
01.21 Bruno chega a casa de Vera	A				
01.45 Nuno e Luís passeiam com a equipa na Polónia	P	Rpz		I	bonito/elegante
2.21 Acácio rejeita mudar hábitos alimentares	P	H		T	dominador; rígido
05.20 Luís e Nuno falam sobre Carlos e as namoradas	P	Rpz		I	bonito/elegante
06.06 Acácio e família discutem alimentação	P	M, H		T	M - audaciosa, forte; H - dominador; rígido
07.18 Nuno e Luís fazem as pazes	P	Rpz		I/T	meigo; sensível
08.08 Sónia escreve poema na esplanada	P	Rpg		I/T	sensível; sentimental
10.05 Luís e Nuno falam sobre desaparecimento de Carlos	P	Rpz		I	bonito/elegante
10.44 Luana conforta Sónia	P	M, Rpg	V+	T	M - maternal, sensível; Rpg - sensível
12.19 Acácio e o filho planeiam mentir sobre dieta	P	H		T	paternalista
13.07 Sónia e Luana falam sobre Carlos	P	M, Rpg	V+	T	M - maternal, sensível; Rpg - sensível
14.39 Acácio comunica a Sílvia que vai fazer dieta	P	H		I/T	paternalista
15.27 Olga desespera por Carlos	P	M		I/T	emotiva/sensível; frágil-maternal
18.32 Vera chora no quarto, com Bruno	P	Rpg	V+	I/T	emotiva/sensível
19.09 Diana encontra Sónia na esplanada	P	Rpg		I	bonita/elegante
20.26 Diana e Sónia esperam autocarro	P	Rpg		I	bonita/elegante
21.37 Isaura fala com Susana	P	M	V+	T	maternal; bonita/elegante
23.25 Publicidade					

31.13 Bruno e Vera conversam	P	Rpg, Rpz		I	Rpg - bonita/elegante; Rpz - bonito/elegante
40.27 Olga sofre por Carlos	P	M		I	emotiva/sensível; frágil-maternal
40.52 Interlúdio	A				
40.56 Olga, Vera e Bruno comem	A				
42.51 Henrique janta com Isaura	P	M, H		I/T	M - romântica, empreend; H - sério, romântico
44.20 Sónia procura pistas no quarto de Carlos	P	Rpg		I	bonita/elegante
45.45 Isaura questiona relação com Henrique	P	M		I/T	romântica/sentimental
46.45 Sónia enerva-se em casa de Olga	P	Rpg		I/T	emotiva
47.10 Eugénio fala com Luana	P	M		I	bonita/elegante
47.38 Olga fala com Sónia sobre striptease	P	M		T	maternal
48.28 Isaura discute com Henrique	A				
49.12 Olga convida Sónia a ficar	P	Rpg		I	bonita/elegante
50.01 Interlúdio	A				
50.04 Bruno e Vera discutem sobre o futuro	P	Rpg, Rpz		I	Rpg - bonita/elegante; Rpz - bonito/elegante
51.41 Nuno chega da Polónia	P	Rpz	V+	T	forte
52.26 Sílvia prepara lanche de Acácio	A				
54.04 Nuno grita com Sónia	P	Rpz		I/T	Rpg - bonita/elegante; Rpz - autoritário, bonito/elegante
54.54 Vera vai atrás de Sónia	P	Rpg	V-	I/T	sensível/emotiva; bonita/elegante
55.49 Luís conta à mãe sobre a Polónia	P	Rpz		I	bonito/elegante
56.39 FIM					

EPISÓDIO II

00.00 Vera e Sónia conversam no jardim	P	Rpg		I	bonita/ elegante
01.23 Marília conta a Luís que recebeu Manuel em casa	P	Rpz		T	autoritário
01.51 Sónia rouba pipocas	P	Rpg		T/I	aventureira; bonita/ elegante
03.02 Luís repreende a mãe	P	M, Rpz			M - submissa; Rpz - autoritário
03.46 Sónia e Vera conversam e aproximam-se	P	Rpg		I	bonita/ elegante
04.14 Interlúdio	A				
04.17 Sara e Bernardo falam de Jennifer	P	Rpg		I	bonita/ elegante

05.08 Nuno conversa com a mãe sobre Carlos	P	Rpz		I	bonito/ elegante
06.33 João e Pulga planeiam férias (21.11)	P	Rpz		I	bonito/ elegante
21.47 Sara e namorado desentendem-se sobre Pulga	P	Rpg		I	bonita/ elegante
22.37 Isaura fala com João. Chega Henrique	P	M		I/T	bonita/ elegante; maternal
24.24 Pulga recusa sentar-se com Sara	P	Rpg, Rpz		I	bonita/ elegante; bonito/ elegante
25.28 Henrique amua e vai embora do café	P	H		T	sensível
27.08 Salvador mente para proteger o pai	P	M		T	maternal
28.20 Vera e Nuno observam a mãe a dormir	P	Rpg, Rpz		I/T	Rpg-bonita/eleg; terna/meiga; Rpz-bonito/eleg
29.16 Sara lamenta frieza de Pulga	P	Rpg		I/T	sensível; bonita/elegante
30.08 Vera e Nuno tentam ligar a Carlos	P	Rpg, Rpz		I/T	Rpg - bon/ eleg; Rpz - b/e; terno/m
31.20 Luís telefona a Jennifer	P	Rpz		I	bonito/ elegante
31.59 'Just Girls' dão autógrafos no café	P	Rpg	V+	I/T	bonita/ elegante; feminina
32.35 'Just Girls' cantam uma canção	P	Rpg		I	bonita/ elegante; feminina
34.15 Vera e Nuno, preocupados, não conseguem dormir	A				
35.01 'Just Girls' cantam uma canção (cont.)	P	Rpg		I	bonita/ elegante; feminina
36.42 Olga chora por Carlos	P	M		I	sensível; maternal
37.38 Mariana acorda Salvador	P	Rpg		I	bonita/ elegante
38.00 Acácio acorda Inês	P	Rpg		I	bonita/ elegante
38.27 Vera e Nuno levantam-se	P	Rpg; Rpz		I	bonita/ elegante
39.25 Luana, Isaura e Susana tomam pequeno-almoço	P	M		I/T	bonita/ elegante; feminina
39.48 Acácio e filhos esperam Sílvia	P	Rpg		I/T	bonita/ elegante; terna/meiga
41.08 Olga e Vera tomam pequeno-almoço	P	Rpg	V+	T	forte
41.50 Luís pede a Marília saldo para o telemóvel	P	Rpz		I	bonito/ elegante
42.25 Acácio e a família tomam pequeno-almoço	P	M, Rpg		I	bonita/ elegante
43.26 Marília dá dinheiro a Luís	P	M, Rpz		I/T	M - maternal; Rpz - bonito/ elegante
43.57 Manuel e Raquel vão ao bar da escola	A				
45.05 Mariana obriga Salvador a fazer-lhe a cama	P	Rpg		I	bonita/ elegante
45.32 Manuel questiona Raquel sobre Tomás	P	Rpz		I	bonito/ elegante
46.18 Acácio chama os filhos para saírem	P	M, Rpg		I	bonita/ elegante
46.58 Sónia afixa poema na parede	P	Rpg		I	bonita/ elegante
47.39 Tomás recorda momentos com Raquel	P	Rpg, Rpz		I	Rpg - bonita/elegante; Rpz - bonito/elegante
48.59 Pulga pede desculpa a Sara	P	Rpz		I/T	sensível

50.48 Luís, Vera, Raquel, Mariana e Diogo conversam	P	Rpg, Rpz		I	Rpg - bonita/elegante; Rpz - bonito/elegante
52.21 Professores falam sobre educação sexual	P	M		I	bonita/ elegante
53.41 João comenta a sua relação com Isaura	P	Rpg, Rpz		I	Rpg - bonita/elegante; Rpz - bonito/elegante
54.14 Isaura e Henrique discutem	P	M, H		I	M - bonita/ elegante; independ; H - autoritário, sério
55.38 Manuel repreende Nuno e Luís	P	Rpz		I	bonito/ elegante
56.00 FIM					

EPISÓDIO III

00.00 Genérico					
00.45 Luís, Vera, Raquel, Mariana e Diogo conversam	P	Rpg, Rpz		I	Rpg - bonita/elegante; Rpz - bonito/elegante
01.57 Professores falam sobre educação sexual	P	M		I	bonita/ elegante
03.15 João comenta a sua relação com Isaura	P	Rpg, Rpz		I	Rpg - bonita/elegante; Rpz - bonito/elegante
03.51 Isaura e Henrique discutem	P	M, H		I/T	M - bonita/ elegante; independ; H - autoritário, sério
05.15 Manuel repreende Nuno e Luís	P	Rpz		I	bonito/ elegante
05.36 Isaura e Henrique beijam-se	P	M, H		I/T	M - romântica, bonita/elegante; H - romântico
06.55 Luís e Nuno defendem-se mas são castigados	P	H, Rpz		I/T	H - autoritário; Rpz - bonito/elegante
07.59 Amigos comentam castigo de Nuno e Luís	P	H, Rpg, Rpz	V- (H)	I/T	H - autoritário; Rpg - bonita/eleg; Rpz - bonito/eleg
08.45 Pulga e Sara falam sobre cursos da faculdade	A				
09.19 Publicidade					
11.23 Raquel recusa falar com Tomás	P	Rpg, Rpz		I/T	Rpg-corajosa, forte, indep; Rpz-paternalista
12.36 Diana e Sónia falam sobre Carlos na casa-de-banho	P	Rpg		I/T	audaciosa, empreendedora, bonita/elegante
14.46 Isaura e Sílvia falam sobre desaparecimento de Carlos	P	M	V+	I/T	maternal, bonita/elegante
15.11 Sónia tem uma ideia	A				
15.45 Luís conta que não vai jogar	P	Rpg, Rpz		I	Rpg - bonita/elegante; Rpz - bonito/elegante
17.00 Xiang e Ricardo falam sobre Raquel e Tomás	A				
17.31 Xana conta às amigas que quer superar Eugénio	P	Rpg	V+	T	corajosa, forte, independente
18.28 Sónia corre pelas ruas	P	Rpg		I	bonita/elegante
18.44 Nuno conta a Diana que não vai jogar	P	Rpg, Rpz		I	Rpg - bonita/elegante; Rpz - bonito/elegante

19.52 Sónia procura Carlos na mata	A				
20.47 Professor faz a chamada e marca falta a Carlos	A				
21.05 Sónia chora e encontra uma pista	P	Rpg		I	sensível; sentimental
22.05 Susana dá aula de revisões	A				
22.56 Bruno avisa Vera de que Sónia pode encontrar Carlos	P	Rpg, Rpz		I	Rpg - bonita/elegante; Rpz - bonito/elegante
23.32 Sónia encontra tenda de Carlos	A				
23.49 Sílvia e Olga tomam café	P	M	V+	I/T	maternal; sensível; bonita/elegante
24.04 Sónia encontra Carlos	A				
24.59 Olga recebe telefonema de Vera	P	M		T	maternal
25.06 Carlos repudia Sónia	P	Rpg, Rpz		I/T	Rpg-sentim, corajosa; Rpz-machista, superior
28.22 Sónia e Carlos beijam-se	P	Rpg, Rpz		I/T	sentimental, romântica(o)
29.44 Interlúdio	A				
29.49 Nuno e Diana felizes com aparecimento de Carlos	P	Rpg, Rpz		I	Rpg - bonita/elegante; Rpz - bonito/elegante
30.29 Vera diz a Olga que Carlos apareceu	P	M	V+	I/T	maternal; sensível
30.55 Mariana e Xiang conversam	P	Rpg, Rpz		I	Rpg - bonita/elegante; Rpz - bonito/elegante
31.06 Sara, Bernardo, Pulga e João comentam Carlos	P	Rpg, Rpz		I	Rpg - bonita/elegante; Rpz - bonito/elegante
31.48 Clube de Poesia lamenta ausência de Carlos	P	Rpg, Rpz		I	Rpg - bonita/elegante; Rpz - bonito/elegante
32.36 Inês propõe acção colectiva	P	Rpg, Rpz		I	Rpg - bonita/elegante; Rpz - bonito/elegante
32.52 Olga tenta ligar a Carlos	P	M	V+	I/T	maternal; sensível
33.31 Sónia e Carlos têm sexo antes de regressar	P	Rpg, Rpz		I	Rpg - bonita/elegante; Rpz - bonito/elegante
34.38 Bruno conta a Vera que largou balões com Olga	P	Rpg, Rpz		I	Rpg - bonita/elegante; Rpz - bonito/elegante
35.04 Carlos e Sónia conversam	P	Rpg, Rpz		I	Rpg - bonita/elegante; Rpz - bonito/elegante
36.49 Olga, Vera e Bruno mandam balões para o céu	A				
37.44 Nuno e Clube de Poesia montam recepção	P	Rpg, Rpz		I	Rpg - bonita/elegante; Rpz - bonito/elegante
38.47 Olga conta a Sílvia que Carlos foi encontrado	P	M	V+	I/T	maternal; sensível; bonita/elegante
39.31 Rosa escreve e afixa texto na parede	A				
39.57 Vera recebe telefonema de Sónia	A				
41.25 Zeca e Albino falam no parque	A				
42.39 Carminho provoca Rosa na aula de dança	P	Rpg		I	ambiciosa
43.57 FIM					

EPISÓDIO IV

00.00 Genérico					
00.43 Marília fala com Diana sobre gravidez	P	M, Rpg		I/T	M - maternal, machista; Rpg - bonita/elegante
01.54 Diana e Nuno encontram-se no corredor	P	Rpg, Rpz		I	Rpg - bonita/elegante; Rpz - bonito/elegante
02.48 Tomás convence Diogo e Luís a ajudá-lo	P	Rpz		T	corajoso, desinibido
03.44 Raquel despede-se de Manuel	P	H		T	autoritário, rígido
04.42 Diogo e Luís aceitam ajudar Tomás	P	Rpz		I	bonito/elegante
05.38 Xiang oferece presente a Mariana	P	Rpg, Rpz		I/T	Rpg - bonita/eleg; Rpz - bonito/eleg; romântico
06.24 Sara e Bernardo falam sobre Jennifer	P	Rpg, Rpz		I/T	Rpg - bonita/elegante; Rpz - bonito/elegante
07.03 Acácio encontra Sílvia na loja	P	M, H		T	M - submissa; H - autoritário
07.57 Interlúdio	A				
08.01 Manuel deixa o gabinete	A				
08.15 Olga fecha a loja	A				
08.40 Sílvia e Acácio cumprimentam Olga	A				
09.00 Olga vai buscar Bruno	A				
09.15 Nuno sai do trabalho	A				
09.31 Manuel tenta falar com Tomás	P	H		T	empreendedor, machista
09.57 Interlúdio	A				
10.02 Olga e os filhos chegam a casa	A				
11.19 Mariana experimenta fato oferecido por Xiang	P	Rpg		I	bonita/elegante
12.22 Mulheres fazem a comida em casa de Olga	P	M, Rpg		I	maternal
13.01 Marília estuda com Luís	P	M		T	maternal
14.09 Sónia chega e conta o que aconteceu na mata	A				
14.52 Inês faz penteado a Mariana	P	Rpg		T	romântica
15.17 Nuno encontra o irmão a dormir no quarto	A				
16.14 Acácio não quer que Mariana saia com Xiang	P	H		T	dominador, machista
17.06 Dão-se as boas vindas a Carlos	P	M, Rpg, Rpz		I/T	M - maternal; Todos - sensível
17.54 Acácio não goste que a filha namore um chinês	P	H		T	dominador, machista, superior
19.07 Carlos explica-se à família	P	M, Rpz		I/T	M - maternal; Rpz - sensível; afectuoso
21.08 Marília e Luís falam de Jennifer	P	Rpz		I	bonito/elegante

21.40 Just Girls jantam no 24	P	Rpg		I	bonita/elegante
22.44 Isaura e Susana conversam sobre ser famoso	P	M		I	bonita/elegante
23.52 Just Girls têm incidente com fãs	P	Rpg		I	bonita/elegante
25.02 Mariana janta com Xiang e os pais deste	P	Rpg, Rpz		I/T	Rpg - bonita/elegante; Rpz - bonito/elegante
26.23 Just Girls dão autógrafos	P	Rpg		I	bonita/elegante
27.27 Família Dias prepara-se para jantar	A				
29.03 Mariana aprende a comer com pauzinhos	P	Rpg		I	bonita/elegante
30.00 Em casa de Olga muda-se a mesa para caberem todos	A				
30.15 Mariana sente-se observada pelo tio de Xiang	P	Rpg		I	bonita/elegante
31.03 Acácio detesta a comida do jantar	A				
32.07 Carlos pede desculpa e diz que vai deixar de escrever	P	Rpg, Rpz		I/T	Rpg - bonita/elegante; Rpz - bonito/elegante
33.26 Acácio quer desistir da dieta	A				
35.02 Carlos insiste em deixar de escrever	P	Rpz	V+-	T	sensível
33.44 Diana e Nuno combinam estratégia	P	Rpg	V+	T/I	empreendedora
36.17 Diana e Nuno desafiam Carlos para concurso	P	Rpg, Rpz		I/T	Rpg - bonita/elegante; Rpz - bonito/elegante
37.25 Acácio come sandes de presunto às escondidas	A				
38.24 FIM					

EPISÓDIO V

00.00 Genérico					
00.39 Luana e Susana vão dormir. Isaura fica no sofá	P	M		I	bonita/elegante
01.31 Vera sonha que Carlos continua desaparecido	A				
02.37 Vera verifica se Carlos está no quarto	P	Rpg	V+	T/I	maternal, sensível, afectuosa
03.28 Isaura tem crise de sonambulismo	P	M		I	bonita/elegante
04.18 Interlúdio	A				
04.21 Raquel espera na praia	A				
05.15 Nuno e Carlos acordam	P	Rpz		I/T	sensível
06.17 Acácio e Sílvia tomam pequeno-almoço	A				
07.04 Acácio fala com Salvador sobre más companhias	P	H		T	autoritário, sério
08.21 Acácio critica roupa da filha	P	H		T	autoritário, dominador

09.23 Raquel telefona a Diogo	A				
10.16 Luís fala com Diogo e liga a Tomás	A				
11.19 Acácio sai para o trabalho	A				
11.44 Susana e Luana encontram confusão na sala	P	M		I	bonita/elegante
13.24 Tomás tapa os olhos de Raquel e condu-la	P	Rpz		I	bonito/elegante; audacioso
13.44 Luís e Nuno treinam com a equipa	P	Rpz		I	bonito/elegante
14.06 Tomás beija Raquel	P	Rpg, Rpz		I/T	Rpg - independente; Rpz - desinibido, audac
15.04 Mariana recorda jantar com Xiang	A				
15.30 Tomás e Raquel discutem na praia	P	Rpg		I/T	independente; forte
16.40 Manuel dá sermão no treino de andebol	P	H		T	autoritário; sério
18.22 Olga leva pequeno-almoço à cama de Carlos	P	M		I/T	maternal
19.50 Salvador faz cama da irmã pela última vez	P	Rpg, Rpz		I/T	Rpg - dominadora; Rpz - submisso
20.20 Interlúdio	A				
20.24 Raquel conta às amigas o que aconteceu com Tomás	P	Rpg		T	independente; forte
21.06 Diana e Sónia discutem com raparigas	P	Rpg	V+	I/T	audaciosa, desinibida, machista
22.59 Amigas elogiam coragem de Raquel	P	Rpg	V+	T	independente; forte
24.17 Isaura e Henrique discutem e beijam-se	P	M, H		I/T	M-bonita/eleg, romântica; H-sério; romântico
25.56 Susana e Manuel entram na sala de professores	A				
26.32 Sónia e Diana riem nas escadas	P	Rpg		I	bonita/elegante
27.55 Sara e Bernardo discutem sobre Jennifer	A				
29.19 Xiang e Mariana namoram no bar	P	Rpg, Rpz		I/T	bonita(o)/elegante; romântica(o)
30.12 Carlos chega à escola e vê cartazes de apoio	A				
31.23 Sara e Bernardo zangam-se mas fazem as pazes	P	Rpg, Rpz	V+	I/T	sensível, romântica (o)
32.31 Carlos é rodeado pelos amigos	P	Rpg, Rpz		I	Rpg - bonita/elegante; Rpz - bonito/elegante
33.48 Eugénio e Zeca falam sobre ida ao médico	A				
34.25 Carlos questionado sobre a escrita	P	Rpg, Rpz		I	Rpg - bonita/elegante; Rpz - bonito/elegante
35.45 Henrique está só na sala	A				
36.04 Susana espera os alunos	A				
36.13 Carlos decide continuar a escrever	P	Rpg, Rpz		I	Rpg - bonita/elegante; Rpz - bonito/elegante
37.11 Professores chamam alunos no corredor	A				
37.19 Marília diz que gostaria de trabalhar na secretaria	P	M	V+	T	independente, empreendedora
38.20 FIM					

EPISÓDIO VI

00.00 Genérico					
00.52 Henrique repreende os alunos	P	H		I/T	autoritário
01.40 Susana fala sobre os exames	A				
02.15 Henrique zanga-se com a turma	P	H	V-	I/T	autoritário
02.30 Interlúdio	A				
02.34 Carlos afixa poema e lê texto anónimo	A				
04.17 Rosa fala com professora	A				
04.43 Marília fala com Raquel sobre Tomás	P	M		T	maternal
05.57 Rosa sente-se insegura perante concurso	P	Rpg	V-	T	frágil
06.38 Bruno e Vera discutem por causa da roupa	P	Rpg, Rpz		I	Rpg - bonita/elegante; Rpz - bonito/elegante
08.22 Manuel fala com Carlos sobre faltas e notas	P	H		T	autoritário
09.26 Publicidade					
11.34 Bruno e Vera discutem sobre diferenças entre si	P	Rpg, Rpz		I	Rpg - bonita/elegante; Rpz - bonito/elegante
12.52 Sónia aparece na esplanada e Vera conta desavença	P	Rpg		I	Rpg - bonita/elegante
13.42 Carlos tenta evitar que Manuel chame a mãe	P	H		T	autoritário
15.15 Sónia exorta Vera a ser menos 'certinha'	P	Rpg	V+	T	audaciosa, aventureira; bonita/elegante
18.28 Nuno está a trabalhar no salão de jogos	A				
18.49 Sónia e Carlos falam sobre Vera	P	Rpg, Rpz		I	Rpg - bonita/elegante; Rpz - bonito/elegante
19.59 Luís, Vera e Raquel queixam-se do amor	P	Rpg, Rpz		T	romântica (o)
21.31 Diogo e Inês falam sobre a faculdade	P	Rpg, Rpz		I	Rpg - bonita/elegante; Rpz - bonito/elegante
22.37 Inês e Diogo entram no salão de jogos	A				
23.19 Grupo de dança ensaia na escola	P	Rpg, Rpz		I	Rpg - bonita/elegante; Rpz - bonito/elegante
24.18 Eugénio fala sobre o pai com Manuel	A				
25.15 Isaura marca trabalho aos alunos	A				
26.54 Inês ganha jogos e Diogo amua	P	Rpg, Rpz		I	Rpg- bonita/elegante; Rp - bonito/eleg; superior
28.46 Sara e Isaura desculpam-se mutuamente	A				

28.59 Diogo faz cena de ciúmes perante Inês e Nuno	P	Rpg, Rpz	rpz V-	I/T	Rpg - forte, independente ; Rpz - autoritário
31.10 Interlúdio	A				
31.14 Rosa conversa com amigo e observa Carlos	P	Rpz		I	bonito/elegante
32.16 Sara intrigada com laço entre João e Isaura	A				
33.28 Sónia e Carlos decidem escrever poema a meias	P	Rpg, Rpz		I	Rpg - bonita/elegante; Rpz - bonito/elegante
35.12 Sónia e Carlos visitam Zeca no parque	P	Rpg, Rpz		T	romântica (o)
37.22 Luís telefona a Jennifer	P	Rpz		T	romântico
38.58 Acácio come sandes e mente a Sílvia	A				
40.10 Olga chega a casa com compras	A				
40.50 Sónia e Carlos escrevem no quarto. Entra Olga	P	M	V+	T	maternal
42.48 Sara e Bernardo namoram no 24	P	Rpg, Rpz		T	romântica (o)
43.56 FIM					
EPISÓDIO VII					
00.00 Genérico					
00.40 Salvador conta que já pode comer tudo	A				
00.55 Bruno e Carlos vêm passar Rosa	P	Rpg, Rpz		I	Rpg - bonita/elegante; Rpz - bonito/elegante
01.28 Homem oferece dinheiro a Sónia para despir-se	P	H, Rpg	V-	T	H - machista, viril; Rpg - independente
02.27 Sónia e Vera cruzam-se no corredor	A				
03.58 Diana espera Nuno no bar	P	Rpg		I	bonita/elegante
04.20 Nuno, em casa, recebe telefonema de Diana	A				
04.47 Anabela dá autógrafo no corredor	P	Rpg	V+	I	bonita/elegante
05.11 Aula de Henrique	P	Rpz		I	sensível, romântico
07.33 Interlúdio	A				
07.38 Nuno, os irmãos e Sónia atravessam o pátio	A				
07.59 Eugénio fala com Luana sobre adaptação do pai	P	H	V+	T	afetuoso, meigo
08.38 Zeca e Lino, no parque, elogiam juventude	A				
10.57 Irmãos Dias e outros comentam vídeo de vandalismo	P	Rpz, Rpg	V+-	T	aventureiro (a)
12.06 Sara e Bernardo sentam-se com Pulga	A				
13.05 Sónia e Vera falam sobre Bruno	P	Rpg	V+	T	audaciosa; empreendedora

14.44 Nuno vai comprar bolo a Diana	P	Rpg, Rpz	V+	I/T	afetuosa (o)
16.04 Olga desmarca almoço com Sílvia	P	M	V+	T	maternal
16.45 Interlúdio	A				
16.48 Mariana, Vera e Raquel estudam na biblioteca	P	Rpg		T	submissa; independente
19.02 Isaura convida João à sala multimedia	P	M	V+	T	maternal
19.45 Vera recorda palavras das amigas e sai da biblioteca	A				
21.06 Carlos teme visita da mãe à escola	A				
23.13 Olga chega à escola e Carlos dá-lhe 'graxa'	A				
24.03 Manuel recebe Olga no gabinete	A				
24.48 João entusiasmado com programa sugerido por Isaura	P	M	V+	T	maternal
25.33 Sara surpreende João e Isaura abraçados	P	M, Rpz		I	M - afetuosa; Rpz - afetuoso
25.39 Olga desculpa-se de Carlos com Manuel	P	M	V+	T	maternal
26.22 Sónia e Vera encontram-se no pátio	P	Rpg		I	bonita/elegante
27.29 Olga repreende Carlos pelas más notas	P	M		T	autoritária
28.15 Sara conta a Bernardo que viu Isaura e João	A				
29.23 Publicidade					
45.00 Sónia convida Vera a fumar um charro	P	Rpg	V+	I/T	audaciosa
46.28 Carlos e Olga visitam site na sala de informática	A				
47.06 Bernardo acha impossível romance entre João e Isaura	A				
48.38 Vera hesita mas experimenta charro. Chega Olga	P	Rpg		I/T	audaciosa
50.28 Ricardo senta-se na mesa de Raquel	A				
51.11 Marília inquire Raquel sobre Tomás	P	M		T	maternal
51.49 Vera defende-se junto da mãe	P	M, Rpg		I/T	M - autoritária; Rpg - submissa
53.41 Marília conta segredo antigo a Raquel	P	M	V+	I/T	maternal
55.49 Carlos tem orgulho por Vera ter fumado haxixe	P	Rpg, Rpz		I	Rpg - bonita/elegante; Rpz - bonito/elegante
56.59 Raquel e Vera decidem faltar às aulas	P	Rpg		T	audaciosa, aventureira
57.27 Zeca assiste à aula de Eugénio	A				
59.08 FIM					

PAPÉIS SEXUAIS

Cenas (minuto inicial e tema)	P/A	M,H, Rpg, Rpz	V+, V-	Ma/F	I/T
-------------------------------	-----	------------------	--------	------	-----

EPISÓDIO I

00.00 Nuno e Luís passeiam com a equipa na Polónia	A				
00.31 Olga e Vera escolhem foto de Carlos para a polícia	P	M		F	I/T
01.00 Nuno e Luís passeiam com a equipa na Polónia	A				
01.21 Bruno chega a casa de Vera	A				
01.45 Nuno e Luís passeiam com a equipa na Polónia	A				
2.21 Acácio rejeita mudar hábitos alimentares	P	M		F	T
05.20 Luís e Nuno falam sobre Carlos e as namoradas	A				
06.06 Acácio e família discutem alimentação	P	M		Ma	I/T
07.18 Nuno e Luís fazem as pazes	A				
08.08 Sónia escreve poema na esplanada	P	Rpg		F	T
10.05 Luís e Nuno falam sobre desaparecimento de Carlos	A				
10.44 Luana conforta Sónia	P	M	V+	F	I/T
12.19 Acácio e o filho planeiam mentir sobre dieta	A				
13.07 Sónia e Luana falam sobre Carlos	P	M	V+	F	I/T
14.39 Acácio comunica a Sílvia que vai fazer dieta	P	M		F	T
15.27 Olga desespera por Carlos	P	M, Rpg		F	I/T
18.32 Vera chora no quarto, com Bruno	P	Rpg		F	I/T
19.09 Diana encontra Sónia na esplanada	A				
20.26 Diana e Sónia esperam autocarro	A				
21.37 Isaura fala com Susana	P	M	V+	F	I/T
23.25 Publicidade					
31.13 Bruno e Vera conversam	A				

40.27 Olga sofre por Carlos	P	M		F	I/T
40.52 Interlúdio	A				
40.56 Olga, Sílvia e Bruno comem	A				
42.51 Henrique janta com Isaura	A				
44.20 Sónia procura pistas no quarto de Carlos	A				
45.45 Isaura questiona relação com Henrique	A				
46.45 Sónia enerva-se em casa de Olga	P	M		F	T
47.10 Eugénio fala com Luana	A				
47.38 Olga fala com Sónia sobre striptease	P	M	V+	F	T
48.28 Isaura discute com Henrique	A				
49.12 Olga convida Sónia a ficar	P	M		F	T
50.01 Interlúdio	A				
50.04 Bruno e Vera discutem sobre o futuro	A				
51.41 Nuno chega da Polónia	P	H		Ma	T
52.26 Sílvia prepara lanche de Acácio	P	M		F	I/T
54.04 Nuno grita com Sónia	P	H		Ma	I/T
54.54 Vera vai atrás de Sónia	A				
55.49 Luís conta à mãe sobre a Polónia	P	M		F	T
56.39 FIM					

EPISÓDIO II

00.00 Vera e Sónia conversam no jardim	A				
01.23 Marília conta a Luís que recebeu Manuel em casa	A				
01.51 Sónia rouba pipocas	A				
03.02 Luís repreende a mãe	P	Rpz		Ma	T
03.46 Sónia e Vera conversam e aproximam-se	A				
04.14 Interlúdio	A				
04.17 Sara e Bernardo falam de Jennifer	A				
05.08 Nuno conversa com a mãe sobre Carlos	P	M		F	I/T
06.33 João e Pulga planeiam férias (21.11)	A				

21.47 Sara e namorado desentendem-se sobre Pulga	A				
22.37 Isaura fala com João. Chega Henrique	P	M		F	I/T
24.24 Pulga recusa sentar-se com Sara	A				
25.28 Henrique amua e vai embora do café	A				
27.08 Salvador mente para proteger o pai	P	M		F	T
28.20 Vera e Nuno observam a mãe a dormir	A				
29.16 Sara lamenta frieza de Pulga	A				
30.08 Vera e Nuno tentam ligar a Carlos	A				
31.20 Luís telefona a Jennifer	A				
31.59 'Just Girls' dão autógrafos no café	P	Rpg	V+	Ma	I/T
32.35 'Just Girls' cantam uma canção	A				
34.15 Vera e Nuno, preocupados, não conseguem dormir	A				
35.01 'Just Girls' cantam uma canção (cont.)	A				
36.42 Olga chora por Carlos	P	M		F	I
37.38 Mariana acorda Salvador	A				
38.00 Acácio acorda Inês	A				
38.27 Vera e Nuno levantam-se	A				
39.25 Luana, Isaura e Susana tomam pequeno-almoço	A				
39.48 Acácio e filhos esperam Sílvia	P	M		F	T
41.08 Olga e Vera tomam pequeno-almoço	A				
41.50 Luís pede a Marília saldo para o telemóvel	P	M	V+	F	T
42.25 Acácio e a família tomam pequeno-almoço	P	M		F	I/T
43.26 Marília dá dinheiro a Luís	P	M	V+	F	I/T
43.57 Manuel e Raquel vão ao bar da escola	A				
45.05 Mariana obriga Salvador a fazer-lhe a cama	P	Rpz	V-	F	T/I
45.32 Manuel questiona Raquel sobre Tomás	P	H		F	T
46.18 Acácio chama os filhos para saírem	P	H	V+	Ma	I/T
46.58 Sónia afixa poema na parede	A				
47.39 Tomás recorda momentos com Raquel	A				
48.59 Pulga pede desculpa a Sara	A				
50.48 Luís, Vera, Raquel, Mariana e Diogo conversam	A				
52.21 Professores falam sobre educação sexual	P	H		Ma	T/I

53.41 João comenta a sua relação com Isaura	A				
54.14 Isaura e Henrique discutem	A				
55.38 Manuel repreende Nuno e Luís	P	H		Ma	T/I
56.00 FIM					

EPISÓDIO III

00.00 Genérico					
00.45 Luís, Vera, Raquel, Mariana e Diogo conversam	A				
01.57 Professores falam sobre educação sexual	P	H		Ma	T/I
03.15 João comenta a sua relação com Isaura	A				
03.51 Isaura e Henrique discutem	A				
05.15 Manuel repreende Nuno e Luís	P	H		Ma	T/I
05.36 Isaura e Henrique beijam-se	A				
06.55 Luís e Nuno defendem-se mas são castigados	A				
07.59 Amigos comentam castigo de Nuno e Luís	A				
08.45 Pulga e Sara falam sobre cursos da faculdade	A				
09.19 Publicidade					
11.23 Raquel recusa falar com Tomás	A				
12.36 Diana e Sónia falam sobre Carlos na casa-de-banho	A				
14.46 Isaura e Sílvia falam sobre desaparecimento de Carlos	P	M	V+	F	T
15.11 Sónia tem uma ideia	A				
15.45 Luís conta que não vai jogar	A				
17.00 Xiang e Ricardo falam sobre Raquel e Tomás	A				
17.31 Xana conta às amigas que quer superar Eugénio	A				
18.28 Sónia corre pelas ruas	A				
18.44 Nuno conta a Diana que não vai jogar	A				
19.52 Sónia procura Carlos na mata	A				
20.47 Professor faz a chamada e marca falta a Carlos	A				

21.05 Sónia chora e encontra uma pista	A				
22.05 Susana dá aula de revisões	A				
22.56 Bruno avisa Vera de que Sónia pode encontrar Carlos	A				
23.32 Sónia encontra tenda de Carlos	A				
23.49 Sílvia e Olga tomam café	P	M	V+	F	T
24.04 Sónia encontra Carlos	A				
24.59 Olga recebe telefonema de Vera	P	M		F	T
25.06 Carlos repudia Sónia	A				
28.22 Sónia e Carlos beijam-se	A				
29.44 Interlúdio	A				
29.49 Nuno e Diana felizes com aparecimento de Carlos	A				
30.29 Vera diz a Olga que Carlos apareceu	P	M		F	T
30.55 Mariana e Xiang conversam	A				
31.06 Sara, Bernardo, Pulga e João comentam Carlos	A				
31.48 Clube de Poesia lamenta ausência de Carlos	A				
32.36 Inês propõe acção colectiva	A				
32.52 Olga tenta ligar a Carlos	P	M		F	T/I
33.31 Sónia e Carlos têm sexo antes de regressar	A				
34.38 Bruno conta a Vera que largou balões com Olga	A				
35.04 Carlos e Sónia conversam	A				
36.49 Olga, Vera e Bruno mandam balões para o céu	A				
37.44 Nuno e Clube de Poesia montam recepção	A				
38.47 Olga conta a Sílvia que Carlos foi encontrado	P	M		F	T
39.31 Rosa escreve e afixa texto na parede	A				
39.57 Vera recebe telefonema de Sónia	A				
41.25 Zeca e Albino falam no parque	A				
42.39 Carminho provoca Rosa na aula de dança	A				
43.57 FIM					

EPISÓDIO IV

00.00 Genérico					
00.43 Marília fala com Diana sobre gravidez	P	M		F	T
01.54 Diana e Nuno encontram-se no corredor	A				
02.48 Tomás convence Diogo e Luís a ajudá-lo	A				
03.44 Raquel despede-se de Manuel	P	H	V+	Ma	T
04.42 Diogo e Luís aceitam ajudar Tomás	A				
05.38 Xiang oferece presente a Mariana	A				
06.24 Sara e Bernardo falam sobre Jennifer	A				
07.03 Acácio encontra Sílvia na loja	P	M, H		F, Ma	T/I
07.57 Interlúdio	A				
08.01 Manuel deixa o gabinete	P	H		Ma	I
08.15 Olga fecha a loja	P	M		Ma	I
08.40 Sílvia e Acácio cumprimentam Olga	A				
09.00 Olga vai buscar Bruno	A				
09.15 Nuno sai do trabalho	A				
09.31 Manuel tenta falar com Tomás	P	H		F, Ma	T
09.57 Interlúdio	A				
10.02 Olga e os filhos chegam a casa	A				
11.19 Mariana experimenta fato oferecido por Xiang	A				
12.22 Mulheres fazem a comida em casa de Olga	P	M, Rpg		F	I
13.01 Marília estuda com Luís	P	M		F	T
14.09 Sónia chega e conta o que aconteceu na mata	A				
14.52 Inês faz penteado a Mariana	A				
15.17 Nuno encontra o irmão a dormir no quarto	A				
16.14 Acácio não quer que Mariana saia com Xiang	P	H		Ma	T
17.06 Dão-se as boas vindas a Carlos	P	M		Ma	I/T
17.54 Acácio não goste que a filha namore um chinês	P	H		Ma	T
19.07 Carlos explica-se à família	A				
21.08 Marília e Luís falam de Jennifer	A				

21.40 Just Girls jantam no 24	A				
22.44 Isaura e Susana conversam sobre ser famoso	A				
23.52 Just Girls têm incidente com fãs	A				
25.02 Mariana janta com Xiang e os pais deste	A				
26.23 Just Girls dão autógrafos	A				
27.27 Família Dias prepara-se para jantar	P	M, Rpg		F	I/T
29.03 Mariana aprende a comer com pauzinhos	A				
30.00 Em casa de Olga muda-se a mesa para caberem todos	P	M, Rpg		F	I/T
30.15 Mariana sente-se observada pelo tio de Xiang	A				
31.03 Acácio detesta a comida do jantar	P	M		F	I/T
32.07 Carlos pede desculpa e diz que vai deixar de escrever	A				
33.26 Acácio quer desistir da dieta	P	M		F	T
35.02 Carlos insiste em deixar de escrever	A				
33.44 Diana e Nuno combinam estratégia	A				
36.17 Diana e Nuno desafiam Carlos para concurso	A				
37.25 Acácio come sandes de presunto às escondidas	A				
38.24 FIM					

EPISÓDIO V

00.00 Genérico					
00.39 Luana e Susana vão dormir. Isaura fica no sofá	A				
01.31 Vera sonha que Carlos continua desaparecido	A				
02.37 Vera verifica se Carlos está no quarto	P	Rpg		F	I
03.28 Isaura tem crise de sonambulismo	A				
04.18 Interlúdio	A				
04.21 Raquel espera na praia	A				
05.15 Nuno e Carlos acordam	A				
06.17 Acácio e Sílvia tomam pequeno-almoço	P	M		F	I/T
07.04 Acácio fala com Salvador sobre más companhias	P	H		Ma	T
08.21 Acácio critica roupa da filha	P	H		Ma	T

09.23 Raquel telefona a Diogo	A				
10.16 Luís fala com Diogo e liga a Tomás	A				
11.19 Acácio sai para o trabalho	P	H	V+	Ma	T
11.44 Susana e Luana encontram confusão na sala	A				
13.24 Tomás tapa os olhos de Raquel e condu-la	A				
13.44 Luís e Nuno treinam com a equipa	A				
14.06 Tomás beija Raquel	A				
15.04 Mariana recorda jantar com Xiang	A				
15.30 Tomás e Raquel discutem na praia	A				
16.40 Manuel dá sermão no treino de andebol	P	H		Ma	T
18.22 Olga leva pequeno-almoço à cama de Carlos	P	M		F	I/T
19.50 Salvador faz cama da irmã pela última vez	P	Rpz	V-	F	I/T
20.20 Interlúdio	A				
20.24 Raquel conta às amigas o que aconteceu com Tomás	A				
21.06 Diana e Sónia discutem com raparigas	A				
22.59 Amigas elogiam coragem de Raquel	A				
24.17 Isaura e Henrique discutem e beijam-se	A				
25.56 Susana e Manuel entram na sala de professores	A				
26.32 Sónia e Diana riem nas escadas	A				
27.55 Sara e Bernardo discutem sobre Jennifer	A				
29.19 Xiang e Mariana namoram no bar	A				
30.12 Carlos chega à escola e vê cartazes de apoio	A				
31.23 Sara e Bernardo zangam-se mas fazem as pazes	A				
32.31 Carlos é rodeado pelos amigos	A				
33.48 Eugénio e Zeca falam sobre ida ao médico	A				
34.25 Carlos questionado sobre a escrita	A				
35.45 Henrique está só na sala	A				
36.04 Susana espera os alunos	A				
36.13 Carlos decide continuar a escrever	A				
37.11 Professores chamam alunos no corredor	A				
37.19 Marília diz que gostaria de trabalhar na secretaria	P	M	V+	Ma	T
38.20 FIM					

EPISÓDIO VI

00.00 Genérico					
00.52 Henrique repreende os alunos	P	H		Ma	I/T
01.40 Susana fala sobre os exames	P	M		F	I/T
02.15 Henrique zanga-se com a turma	P	H		Ma	I/T
02.30 Interlúdio	A				
02.34 Carlos afixa poema e lê texto anónimo	A				
04.17 Rosa fala com professora	A				
04.43 Marília fala com Raquel sobre Tomás	P	M		F	T
05.57 Rosa sente-se insegura perante concurso	A				
06.38 Bruno e Vera discutem por causa da roupa	A				
08.22 Manuel fala com Carlos sobre faltas e notas	P	H		Ma	T
09.26 Publicidade					
11.34 Bruno e Vera discutem sobre diferenças entre si	A				
12.52 Sónia aparece na esplanada e Vera conta desavença	A				
13.42 Carlos tenta evitar que Manuel chame a mãe	A				
15.15 Sónia exorta Vera a ser menos 'certinha'	A				
18.28 Nuno está a trabalhar no salão de jogos	P	Rpz		Ma	I
18.49 Sónia e Carlos falam sobre Vera	A				
19.59 Luís, Vera e Raquel queixam-se do amor	A				
21.31 Diogo e Inês falam sobre a faculdade	P	Rpz		Ma	T
22.37 Inês e Diogo entram no salão de jogos	A				
23.19 Grupo de dança ensaia na escola	A				
24.18 Eugénio fala sobre o pai com Manuel	A				
25.15 Isaura marca trabalho aos alunos	A				
26.54 Inês ganha jogos e Diogo amua	A				
28.46 Sara e Isaura desculpam-se mutuamente	A				

28.59 Diogo faz cena de ciúmes perante Inês e Nuno	A				
31.10 Interlúdio	A				
31.14 Rosa conversa com amigo e observa Carlos	A				
32.16 Sara intrigada com laço entre João e Isaura	P	M		F	I/T
33.28 Sónia e Carlos decidem escrever poema a meias	A				
35.12 Sónia e Carlos visitam Zeca no parque	A				
37.22 Luís telefona a Jennifer	P	M		F	T
38.58 Acácio come sandes e mente a Sílvia	P	M		F	T
40.10 Olga chega a casa com compras	P	M		F	I/T
40.50 Sónia e Carlos escrevem no quarto. Entra Olga	P	M		F	T
42.48 Sara e Bernardo namoram no 24	A				
43.56 FIM					

EPISÓDIO VII

00.00 Genérico					
00.40 Salvador conta que já pode comer tudo	A				
00.55 Bruno e Carlos vêm passar Rosa	A				
01.28 Homem oferece dinheiro a Sónia para despir-se	A				
02.27 Sónia e Vera cruzam-se no corredor	A				
03.58 Diana espera Nuno no bar	A				
04.20 Nuno, em casa, recebe telefonema de Diana	A				
04.47 Anabela dá autógrafo no corredor	A				
05.11 Aula de Henrique	A				
07.33 Interlúdio	A				
07.38 Nuno, os irmãos e Sónia atravessam o pátio	A				
07.59 Eugénio fala com Luana sobre adaptação do pai	A				
08.38 Zeca e Lino, no parque, elogiam juventude	A				
10.57 Irmãos Dias e outros comentam vídeo de vandalismo	A				
12.06 Sara e Bernardo sentam-se com Pulga	A				
13.05 Sónia e Vera falam sobre Bruno	A				

14.44 Nuno vai comprar bolo a Diana	P	Rpz		Ma	I/T
16.04 Olga desmarca almoço com Sílvia	P	M		F	T
16.45 Interlúdio	A				
16.48 Mariana, Vera e Raquel estudam na biblioteca	A				
19.02 Isaura convida João à sala multimedia	P	M	V+	F	I/T
19.45 Vera recorda palavras das amigas e sai da biblioteca	A				
21.06 Carlos teme visita da mãe à escola	P	M	V-	F	T
23.13 Olga chega à escola e Carlos dá-lhe 'graxa'	P	M		F	I/T
24.03 Manuel recebe Olga no gabinete	P	M, H	V+	F, Ma	T
24.48 João entusiasmado com programa sugerido por Isaura	P	M	V+	F	I/T
25.33 Sara surpreende João e Isaura abraçados	P	M		F	I/T
25.39 Olga desculpa-se de Carlos com Manuel	P	M		F	I/T
26.22 Sónia e Vera encontram-se no pátio	A				
27.29 Olga repreende Carlos pelas más notas	P	M		F	I/T
28.15 Sara conta a Bernardo que viu Isaura e João	A				
29.23 Publicidade					
45.00 Sónia convida Vera a fumar um charro	A				
46.28 Carlos e Olga visitam site na sala de informática	A				
47.06 Bernardo acha impossível romance entre João e Isaura	A				
48.38 Vera hesita mas experimenta charro. Chega Olga	A				
50.28 Ricardo senta-se na mesa de Raquel	A				
51.11 Marília inquire Raquel sobre Tomás	P	M		F	T
51.49 Vera defende-se junto da mãe	P	M		F	T
53.41 Marília conta segredo antigo a Raquel	P	M	V+	F	T
55.49 Carlos tem orgulho por Vera ter fumado haxixe	A				
56.59 Raquel e Vera decidem faltar às aulas	A				
57.27 Zeca assiste à aula de Eugénio	A				
59.08 FIM					

VII. TABELAS DE ANÁLISE ESTATÍSTICA

1. PRESENÇA DE ESTEREÓTIPOS DE GÊNERO

	Frequência	%	Percentagem Acumulada
Válidos ausência	83	28,5	28,5
presença	208	71,5	100,0
Total	291	100,0	

2. PRESENÇA DE PAPÉIS SEXUAIS

	Frequência	%	Percentagem Acumulada
Válidos ausência	201	69,1	69,1
presença	90	30,9	100,0
Total	291	100,0	

3. VALORIZAÇÃO DE ESTEREÓTIPOS DE GÊNERO

	Frequência	%	Percentagem Acumulada
Válidos neutro	252	86,6	86,6
valorização negativa	6	2,1	88,7
negativa/positiva	2	,7	89,3
valorização positiva	31	10,7	100,0
Total	291	100,0	

4. VALORIZAÇÃO DE PAPÉIS SEXUAIS

	Frequência	%	Percentagem Acumulada
Válidos	271	93,1	93,1
valorização negativa	3	1,0	94,2
valorização positiva	17	5,8	100,0
Total	291	100,0	

5. MODO DE APRESENTAÇÃO DE ESTEREÓTIPOS DE GÊNERO

	Frequência	%	% acumulada
Válidos	84	28,9	28,9
imagem	95	32,6	61,5
imagem&texto	61	21,0	82,5
texto	51	17,5	100,0
Total	291	100,0	

6. MODO DE APRESENTAÇÃO DE PAPÉIS SEXUAIS
(segundo os papéis sexuais presentes)

		papel feminino ou masculino				Total
		feminino	masculino	f&m	ausente	
imagem&texto	imagem	3	3	0	0	6
	imagem e texto	29	12	1	0	42
	texto	28	12	2	0	42
	ausente	0	0	0	201	201
Total		60	27	3	201	291

7. FREQUÊNCIA DE ESTEREÓTIPOS DE GÊNERO
(por sexo e idade dos protagonistas)

		Frequência	%	Percentagem Acumulada
Válidos	ausente	83	28,5	28,5
	H	16	5,5	34,0
	H, Rpg	1	,3	34,4
	H, Rpg, Rpz	1	,3	34,7
	H, Rpz	1	,3	35,1
	M	34	11,7	46,7
	M, H	7	2,4	49,1
	M, Rpg	8	2,7	51,9
	M, Rpg, Rpz	1	,3	52,2
	M, Rpz	4	1,4	53,6
	Rpg	53	18,2	71,8
	Rpg, Rpz	54	18,6	90,4
	Rpz	28	9,6	100,0
	Total	291	100,0	

8. DISTRIBUIÇÃO DE PAPÉIS SEXUAIS
(por sexo e idade dos protagonistas)

		papel feminino ou masculino				Total
		feminino	masculino	f&m	ausente	
sexo e idade	ausente	0	0	0	201	201
	H	1	18	1	0	20
	M	50	4	0	0	54
	M, H	0	0	2	0	2
	M, Rpg	4	0	0	0	4
	Rpg	3	1	0	0	4
	Rpz	2	4	0	0	6
	Total	60	27	3	201	291

9. DISTRIBUIÇÃO DE ESTEREÓTIPOS DE GÊNERO
(por sexo e idade dos protagonistas)

	MULHER	HOMEM	RAPARIGA	RAPAZ	TOTAL ¹
FEMININOS:					
afetuosa/carinhosa/meiga	1	1	2	5	9
bonita/elegante	19	0	80	62	161
dependente/submissa	2	0	2	1	5
emotiva/sensível	11	1	12	8	32
feminina	0	0	3	0	3
frágil-maternal	29	0	7	0	36
romântica/sentimental	4	4	10	9	27
TOTAL FEMININOS	66	6	116	85	273
MASCULINOS:					
ambicioso/empreendedor	2	1	4	0	7
audacioso/aventureiro/corajoso/desinibido	1	0	13	4	18
autoritário/dominador/superior	2	17	1	4	24
desorganizado	0	0	0	0	0
forte/independente	4	0	9	1	14
machista/ viril	1	3	1	0	5
paternalista	0	2	0	1	3
rígido	0	3	0	0	3
sério	0	6	0	0	6
TOTAL MASCULINOS	10	32	28	10	80
TOTAL	76	38	144	95	353

¹ Foram contabilizadas presenças concomitantes de diferentes traços nas mesmas cenas, ou dos mesmos traços para diferentes protagonistas na mesma cena, o que produz um total de estereótipos que ultrapassa o número de cenas em que foram registadas personagens com características contidas nos indicadores.