

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DO RIO GRANDE DO SUL  
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO SOCIAL  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

**As mulheres só querem ser salvas:  
*Sex and the City* e o pós-feminismo**

Márcia Rejane Postiglioni Messa

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Ana Carolina Escosteguy  
Orientadora

Dissertação apresentada como pré-requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Comunicação, no Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUCRS.

20/12/2006

**Instituição depositária:  
Biblioteca Ir. José Otão  
Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul**

**Dados Internacionais de Catalogação na Publicação ( CIP )**

M583m Messa, Márcia Rejane Postiglioni

As mulheres só querem ser salvas : Sex and the City e o pós-feminismo / Márcia Rejane Postiglioni Messa. – Porto Alegre, 2006.

138 fls.

Diss. (Mestrado em Comunicação Social) – Fac. de Comunicação Social, PUCRS.

Orientação: Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Ana Carolina Escosteguy

1. Comunicação de Massa. 2. Programas de Televisão – Crítica e Interpretação. 3. Televisão – Seriadados. 4. Feminismo e Televisão. 5. Mulheres. I. Escosteguy, Ana Carolina.

CDD 301.161

Ficha Catalográfica elaborada por  
Vanessa Pinent  
CRB 10/1297

MÁRCIA REJANE POSTIGLIONI MESSA

**AS MULHERES SÓ QUEREM SER SALVAS:  
SEX AND THE CITY E O PÓS-FEMINISMO**

Dissertação apresentada como pré-requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Comunicação, no Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da PUCRS.

BANCA EXAMINADORA:

---

Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Ana Carolina D. Escosteguy - PUCRS

---

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Cristiane Freitas Gutfreind - PUCRS

---

Prof. Dr. João Freire Filho - UFRJ

## **AGRADECIMENTOS**

A Deus por permitir esta caminhada; à minha orientadora e grande mestra, Prof<sup>a</sup>. Ana Carolina, pelo incentivo e questionamentos constantes; à minha família, pela dedicação e amor incondicional; ao meu namorado, Dilvar, por todo carinho, paciência e risadas nos dias mais difíceis e, por fim, às minhas informantes, pelo precioso tempo e atenção dispensados.

“Naquele dia eu fiquei pensando em contos de fada. Será que se o príncipe encantado não tivesse aparecido, a Branca de Neve teria dormido em um caixão de vidro para sempre? Ou ela teria acordado, cuspidor a maçã, arrumado um emprego com plano de saúde e um bebê no banco de espera mais próximo? Será que dentro de toda solteira segura de si e ambiciosa há uma princesa frágil e delicada que só espera ser salva? Charlotte teria razão: as mulheres só querem mesmo ser salvas?”

Carrie Bradshaw (Ep.1, 3ª temporada)

## RESUMO

O presente trabalho utiliza o circuito de cultura de Richard Johnson como ferramenta para refletir acerca do programa norte-americano *Sex and the City*, da HBO. Os três momentos do circuito (produção, texto e recepção) são contemplados a fim de desenvolver um estudo cultural crítico que permita um melhor entendimento de questões sobre as mulheres e a cultura da mídia na sociedade contemporânea. A pesquisa de recepção foi realizada exclusivamente com mulheres, fãs do programa, e o objetivo da articulação entre os três momentos do processo é delinear quais as representações da mulher que o programa difunde, investigar como as representações da feminilidade e masculinidade expostas em *Sex and the City* são interpretadas, reproduzidas e/ou resistidas por suas fãs, assim como até que ponto o programa reconfigurou, remodelou e/ou reafirmou uma determinada identidade feminina.

Palavras-chave: cultura, gênero, identidade, *Sex and the City*

## ABSTRACT

This study uses Richard Johnson's circuit of culture as a means to analyze the North-American sitcom *Sex and the City*, produced by HBO. The three moments of the circuit (production, text, reception) are analyzed, in order to present a critical cultural study and have a better understanding of issues concerning women and the media culture in modern society. The reception research was conducted exclusively with women who were fan of the show, and the objective of this articulation for the three moments of the process is to outline the representations of women presented on the show, investigate how the representations of femininity and masculinity on *Sex and the City* are assimilated, reproduced and/or defied by the female fans, as well as determine the extension to which the sitcom reconfigured, reinvented and/or reaffirmed a feminine identity.

Key Words: culture, gender, identity, *Sex and the City*

## SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	8
1. CULTURA DA MÍDIA, GÊNERO E IDENTIDADE.....	12
1.1. Quem precisa de identidade?.....	13
1.2. (Re) produzindo gênero: “pós-feminismo” e cultura televisiva.....	17
2. ESTUDOS SOBRE O FEMININO: DOIS CENÁRIOS.....	24
2.1. O cenário anglo-americano dos estudos feministas sobre a televisão.....	25
2.1.1. <i>Do surgimento à institucionalização: três décadas de debates</i> .....	28
2.1.2. <i>Diferentes olhares dos estudos feministas sobre a televisão</i> .....	34
2.2. O cenário brasileiro dos estudos de gênero em Comunicação.....	37
2.3. Intersecções.....	40
3. SEX AND THE CITY: UMA PERSPECTIVA <i>MADE IN BRAZIL</i> .....	42
3.1. O âmbito de produção.....	42
3.1.1. <i>Sex and the City e a comédia de situação</i> .....	43
3.1.2. <i>A criação de um programa “pós-feminista”</i> .....	45
3.2. O texto: descrição e análise dos episódios.....	53
3.2.1. <i>O poder do sexo feminino (Ep. 05, 1ª temporada)</i> .....	55
3.2.2. <i>A dor maravilhosa (Ep. 12, 2ª temporada)</i> .....	60
3.2.3. <i>Sexo e outra cidade (Ep. 14, 3ª temporada)</i> .....	66
3.2.4. <i>Apenas diga sim (Ep. 12, 4ª temporada)</i> .....	69
3.2.5. <i>Pecado não original (Ep. 02, 5ª temporada)</i> .....	72
3.2.6. <i>Luz, câmera, relacionamentos (Ep. 05, 6ª temporada)</i> .....	75
3.2.7. <i>Uma americana em Paris – Part une (Ep. 19, 6ª temporada)</i> .....	78
3.2.8. <i>Uma americana em Paris – Part deux (Ep. 20, 6ª temporada)</i> .....	81
3.2.9. <i>Ser solteira em Sex and the City</i> .....	84
3.3. A recepção: fãs e suas leituras.....	88
3.3.1. <i>O Sexo</i> .....	101
3.3.2. <i>O Comportamento</i> .....	105
3.3.3. <i>O Consumo</i> .....	117
ALGUMAS REFLEXÕES À GUIA DE CONCLUSÃO.....	121
REFERÊNCIAS.....	124
APÊNDICES.....	130
ANEXOS.....	135



## INTRODUÇÃO

Quatro décadas depois das mulheres terem sido as agentes de um movimento que deu partida em mudanças irreversíveis – embora ainda pequenas - para a evolução do feminino, muitas ainda enfrentam em suas rotinas situações paradoxais. A inserção no mercado de trabalho, por exemplo, lhes atribuiu uma jornada dupla da qual até a mais emancipada das mulheres não consegue escapar: “Mesmo que se tenha um marido do tipo participante e engajado, a dupla jornada ainda é uma realidade para a maioria das mulheres” (PINHEIRO; MAXIMILIANO, 2006). No que se refere às solteiras, a inserção no mercado e na universidade também surtiu efeitos. Segundo matéria da Revista Veja especial Mulher, as brasileiras têm mais anos de estudo que os homens e estão mais aptas a obterem carreiras de prestígio, entretanto, este fato estimula a “solteirice”: “Se isso ajuda profissionalmente – triste ironia -, pode também atrapalhar sentimentalmente” (SEKEFF, 2006).

Diante destes - e tantos outros - paradoxos que nos deparamos a todo instante através da mídia e de nossas interações sociais, propomos aqui voltar nosso olhar a uma produção norte-americana que obteve grande repercussão no Brasil e que tematiza questões como as descritas acima, onde o feminino é exposto constantemente a questionamentos e momentos de instabilidade. O programa em questão é a *sitcom Sex and the City* (STC a partir de então), que estreou no dia 6 de junho de 1998 nos Estados Unidos, pelo canal a cabo HBO, encerrando em 22 de fevereiro do ano de 2004. No Brasil, esta estreou quatro anos depois, em 19 de agosto de 2002 pelo Multishow e encerrou em 23 de agosto de 2004, mantendo-se até então na programação<sup>1</sup>.

STC teve seis temporadas (todas disponíveis em DVD), um total de 94 episódios e cerca de 45 horas de programa (cada episódio tinha, em média, 25 minutos) e trazia a história de quatro mulheres solteiras, bonitas, inteligentes, independentes, sexualmente ativas e com idades entre 30 e 40 anos. O pano de fundo era Nova York e, a cada semana, os amores, sonhos, frustrações, alegrias, desafios profissionais e aventuras sexuais destas mulheres eram motivo para um episódio que, embora sempre trouxesse a marca do humor, discutia temas referentes à condição do feminino na contemporaneidade.

No programa, as representações femininas eram construídas de forma estereotipada (como toda *sitcom*) e as personagens tinham anseios e características que, no senso comum, são típicas do imaginário feminino. Charlotte York (Kristin Davis) é puritana e o símbolo da

---

<sup>1</sup> A HBO, nos Estados Unidos, e o Multishow, no Brasil. Este último exhibe atualmente uma versão com cortes do programa, sem cenas de sexo, recebendo, por esta razão, o nome *Sex and the City Light*.

mulher “para casar”. Seus posicionamentos são bastante tradicionais e seu maior sonho é entrar em uma igreja de branco e constituir uma família. Samantha Jones (Kim Cattrall) é a mais velha das amigas, uma mulher liberada sexualmente, símbolo de poder e prazer. Busca relações momentâneas e tem como objetivo aproveitar o sexo de todas as formas. Miranda Hobbes (Cynthia Nixon) é uma *workaholic*, símbolo de uma mulher bem-sucedida profissionalmente, dona de sua própria vida e que prega que a mulher não precisa de um homem para ser feliz. Carrie Bradshaw (Sarah Jessica Parker) é uma mistura das três e está sempre refletindo sobre o que acontece ao seu redor. É instável, adora consumir, principalmente sapatos, e vive um relacionamento complicado com Mr. Big (Chris Noth), onde oscila entre as posições de amiga, namorada e amante.

Após essa breve apresentação, peço licença para relatar de onde falo, pois considero esta posição determinante na construção do meu objeto de estudo. STC já era um sucesso no Brasil quando comecei a assisti-lo. Foi através da indicação de um amigo que passei a acompanhar a *sitcom*, assistindo à primeira temporada em DVD, que ele já havia adquirido e se dispôs a me emprestar, quando esta foi lançada no Brasil (2003). O argumento utilizado por este amigo para me convencer a ver o programa – o qual eu realmente nunca havia visto – foi que era a “minha cara” e eu “tinha” que assistir. Diante de tão direto argumento, cedi. Digo que a primeira temporada foi a única que vi em DVD emprestado. Depois disso, me tornei fã do programa: vi todos os episódios, adquiri os DVD’s e tentei acompanhar o que era divulgado na mídia sobre o programa.

Até pouco tempo me perguntava o que meu amigo quis dizer com o programa ser a “minha cara”, mas já tenho uma hipótese. Eu estava, naquele momento, me aproximando dos 30 anos e sem namorado. Tinha um gosto particular não para sapatos, mas bolsas. Além disso, tinha um grupo de amigas com quem sempre saía e costumava trocar “figurinhas” sobre relacionamentos. Qualquer semelhança não era, no caso de sua indicação, mera coincidência.

No entanto, foi a admiração pelo modo como o programa abordava temas do cotidiano feminino que despertou meu interesse para este que tanta controvérsia gerou. Se, de um lado, mulheres de todo o mundo assistiam e comentavam sobre STC, de outro, a *sitcom* era considerada de valor escasso<sup>2</sup>. Estes pontos de vista tão drasticamente opostos me inquietavam e a possibilidade de abordar o programa através de um olhar mais sistemático foi meu grande motivador.

---

<sup>2</sup> Isto aconteceu especialmente no primeiro ano do programa por uma parte da crítica feminista. Charlotte Raven (1999), do jornal *The Guardian*, é uma delas. Para ler a matéria completa intitulada “All men are bastards. Discuss...”, acessar: <http://www.guardian.co.uk/Columnists/Column/0,,238284,00.html>

Sendo assim, o que guia esta pesquisa é investigar quem é a mulher representada em STC e como a espectadora brasileira interpreta, reproduz e/ou resiste às representações da feminilidade e masculinidade veiculadas pelo programa. Os objetivos gerais são desenvolver um estudo cultural crítico que contemple o circuito de cultura proposto por Richard Johnson (basicamente composto pela produção, texto e recepção) e produzir uma análise que contribua para uma melhor compreensão da situação da mulher na sociedade contemporânea, assim como levantar questões pertinentes acerca do papel que a cultura da mídia tem neste contexto, com especial atenção ao panorama brasileiro. Como objetivos específicos, a proposta é descrever e analisar a *sitcom* STC tanto do âmbito da produção<sup>3</sup> quanto do texto e da recepção com o intuito de delinear as representações da mulher contemporânea que o programa difunde e investigar como as representações da feminilidade e masculinidade expostas em STC são por elas interpretadas, reproduzidas e/ou resistidas. Neste processo, o uso que as fãs fazem de seu texto e as razões de sua identificação com o programa também serão abordados.

A trajetória desta investigação pode ser conhecida em três capítulos. Sobre a divisão destes, adianto que o primeiro traz a fundamentação teórica da pesquisa e apresenta minha posição, construída a partir de autores com os quais dialogo, sobre questões centrais em minha problemática: a cultura da mídia, as relações de gênero e a identidade. No segundo capítulo está a constituição de um – entre outros possíveis - quadro sinóptico sobre os estudos feministas de mídia nos cenários anglo-americano e brasileiro. Estes, por sua vez, são levantamentos que realizei e que também fundamentam esta pesquisa na medida em que fornecem conhecimento sobre uma problemática afim e justificam a necessidade de ampliar a pesquisa sobre o feminino. O terceiro e último capítulo apresenta o objeto STC e o insere em reservado estudo sobre o circuito de cultura de Johnson em seus três momentos: produção, texto e recepção. Esclareço ser esta separação meramente didática, uma vez que se pressupõe uma interconexão/interdependência entre estes. As estratégias metodológicas adotadas não serão nesta introdução abordadas, mas descritas no decorrer dos capítulos, o que acredito que possibilitará que a leitura flua melhor.

Aqui, como no estudo de Ien Ang (1985), um clássico dos Estudos Culturais feministas, estou sujeita a questionamentos devido ao meu envolvimento com o objeto, porém, também como ela, deixo para julgamento alheio, ao término deste trabalho, se minha análise é suficientemente profícua e pertinente dentro do campo da Comunicação.

---

<sup>3</sup> Por produção, entenda-se o contexto em que o programa foi produzido, com que fins e quais repercussões obteve na mídia.

Gostaria de salientar que estou ciente das limitações desta pesquisa, especialmente no que se refere ao momento da recepção. Não desconsidero o fato de que as informantes possam, em alguns momentos, ter auto-produzido seus discursos de acordo com o que imaginavam ser o ideal ou o esperado de minha parte. Entretanto, acredito que as fãs significaram a partir do texto STC e este é um dado importante para o entendimento desta pesquisa. Também saliento que este estudo não tem a intenção de ser representativo das fãs brasileiras. A intenção é, sim, apresentar uma posição que, no grupo entrevistado, se sobressaiu em determinado momento da vivência e do contexto histórico em que as informantes estavam inseridas.

## 1. CULTURA DA MÍDIA, GÊNERO E IDENTIDADE

A mídia é, hoje em dia, um elemento central em nossas vidas. É a partir de suas mensagens e imagens que a vida cotidiana do nosso século se constrói e é constantemente alterada. Segundo Douglas Kellner, os produtos da indústria cultural “fornecem modelos do que significa ser homem ou mulher, bem sucedido ou fracassado, poderoso ou impotente” (2001, p.9). Como cabe ao indivíduo, de suas diversas posições, fazer uso ou não destes modelos (embora esteja sempre a eles exposto), lançar um olhar crítico sobre estas produções e verificar como elas se inserem nas práticas sociais de seus receptores e agentes é uma necessidade do momento em que vivemos.

E por que contemplar a relação entre mídia, gênero e identidade? Podemos dizer que o modo como construímos nossas identidades sofre uma influência direta daquilo que consideramos características condicionadas ao masculino e ao feminino. Estas características, por sua vez, são construídas dentro de nossas culturas vividas, mas também oferecidas pela mídia através de suas representações do que é ser homem ou mulher. David Gauntlett (2001) aponta que seria improvável descartar o fato que a quantia de imagens de homens e mulheres, assim como de mensagens sobre a sexualidade, não causa impacto algum no senso de identidade dos indivíduos. Como evitar a interpelação de uma novela se, mesmo não a acompanhando, nos vemos expostos ao seu discurso e debate informal nos ambientes de trabalho e lazer? Como evitar a interpelação de uma notícia em rede nacional que afirma que as mulheres são a maioria do eleitorado brasileiro<sup>4</sup>, mesmo sabendo que a sua representação na Câmara e no Senado é mínima? Como evitar a interpelação de uma edição especial da Revista Veja Mulher<sup>5</sup>, que coloca em sua capa a manchete “O que sobrou do feminismo”, mesmo sabendo que as conquistas femininas estão ainda muito longe de serem dadas por encerradas?

Diante da impossibilidade de evitar o contato com a cultura midiática – e com suas mensagens -, o indivíduo entra no ciclo: lê jornais e revistas, olha *outdoors* nas ruas da cidade, escuta rádio no carro, assiste televisão, navega na internet e discute com seus amigos, familiares e colegas de trabalho sobre os temas que a mídia coloca na agenda. Ele, entretanto, não copia ou “pega emprestado” as identidades veiculadas pela mídia, mas é afetado pela sua “pedagogia cultural” (KELLNER, 2001, p.10). A mídia lhe mostra, a partir do “outro”, como

---

<sup>4</sup> Em pesquisa informada no Jornal Nacional de 29/09/06.

<sup>5</sup> Edição Especial número 65. Ano 39. Junho de 2006.

agir, pensar e se comportar, o que acaba por interferir de forma determinante em seu cotidiano, nas suas interações sociais. Como argumenta Richard Johnson (2004), os produtos culturais são materiais brutos que, a partir de seu contato com determinado público - como STC para as mulheres -, adquirem re-apropriações dos elementos que foram – no momento de sua produção – tomados da cultura vivida e de suas formas de subjetividade.

### **1.1. Quem precisa de identidade? <sup>6</sup>**

O debate acerca da identidade tem dado ao termo o status de conceito-chave dentro dos estudos sobre a cultura. É através da linguagem e dos sistemas simbólicos pelos quais ela é representada que a identidade adquire sentido. Identificar-se com algo significa engajar-se, fazer uma escolha, dividir com o outro o mesmo senso de pertencimento e reconhecimento (WOODWARD, 2000). Como indivíduos, entretanto, não temos uma só identidade, mas a possibilidade de remanejar múltiplas identidades: podemos ser mulheres, brancas, solteiras, publicitárias e torcedoras do Internacional simultaneamente, por exemplo. Mas a existência de cada uma destas identidades depende, necessariamente, de algo fora dela, de seu contraponto, ou seja, uma outra identidade. Logo, temos que a identidade é relacional e marcada por um outro termo: a diferença (WOODWARD, 2001). No momento em que afirmo que sou uma mulher, excluo uma cadeia de possíveis identidades ocultas e me posiciono neste espaço por si só já marcado pela diferença: sou uma mulher, não um homem. O mesmo com o fato de ser solteira, que exclui a possibilidade de ser casada e assim sucessivamente.

Em outras palavras, isto expressa que diferença e identidade são termos interdependentes, construídos em um contexto de relações culturais e sociais e que não podem ser compreendidos fora dos sistemas de significação dos quais fazem parte (SILVA, 2000). Levando em conta que os sistemas de significação (linguagem) são estruturas instáveis, é preciso assumir sua indeterminação. O “ser mulher” (e não ser homem), por exemplo, não tem um referente fixo, algo natural que nos permita decodificá-lo. O “ser mulher” só pode ser compreendido dentro do processo de produção simbólica e discursiva em que estamos inseridos, em relação a outros tantos significados, entre eles, o que significa ser homem e o que implica se constituir como mulher. A construção do ser homem e ser mulher está, por sua vez, sujeita a relações de poder (SILVA, 2000), faz parte de um constante tensionamento

---

<sup>6</sup> Título do artigo escrito por Stuart Hall (2000) e publicado no Brasil conforme referência no final deste trabalho.

entre um mais forte e outro mais fraco: “A identidade hegemônica é permanentemente assombrada pelo seu Outro, sem cuja existência ela não faria sentido. Como sabemos desde o início, a diferença é parte ativa da formação da identidade” (SILVA, 2000, p. 84).

Douglas Kellner, ao estudar a cultura da mídia, nos diz que, “segundo o folclore antropológico e sociológico, nas sociedades tradicionais a identidade era fixa, sólida e estável” (2001, p.295). Na pré-modernidade, nascia-se e morria-se dentro de um mesmo sistema, tanto de parentesco, quanto de clã, tribo ou grupo. Não existiam mudanças na trajetória de um indivíduo, não havia crises de identidade e tampouco modificações nesta. “Alguém era caçador e membro da tribo, e por meio desse papel e dessas funções obtinha a sua identidade” (KELLNER, 2001, p. 295).

Hoje isto está ultrapassado. Stuart Hall (2000, p. 103) questiona o que tem acontecido nos últimos anos para que o debate acerca do conceito tenha tido uma “verdadeira explosão discursiva”. Em diversas disciplinas, teóricos se empenham em explicar suas mudanças e redefinições, mas em um ponto todos concordam: a identidade não é mais rígida, ela se encontra em um estágio onde sua mobilidade e multiplicidade são fatores determinantes para seu entendimento. Como explica Hall:

O conceito de identidade aqui desenvolvido não é, portanto, um conceito essencialista, mas um conceito estratégico e posicional. Isto é, de forma diretamente contrária àquilo que parece ser sua carreira semântica oficial, esta concepção de identidade *não* assinala aquele núcleo estável do eu que passa, do início ao fim, sem qualquer mudança, por todas as vicissitudes da história. Esta concepção não tem como referência aquele segmento do eu que permanece, sempre e já, “o mesmo”, idêntico a si mesmo ao longo do tempo. (...) Essa concepção aceita que as identidades não são nunca unificadas; que elas são, na modernidade tardia, cada vez mais fragmentadas e fraturadas; que elas não são, nunca, singulares, mas multiplamente construídas ao longo de discursos, práticas e posições que podem se cruzar ou ser antagônicos. As identidades estão sujeitas a uma historicização radical, estando constantemente em processo de mudança e transformação. (2000, p.108)

Na contemporaneidade, a discussão sobre identidade está vinculada às mudanças nas estruturas de nossa sociedade. Para Hall (2000), processos e práticas como a globalização e a migração forçada (ou não), afetaram nossos referenciais culturais, conceituais e até mesmo geográficos. Neste novo lugar, já não sabemos “quem somos” ou “de onde viemos”, mas temos uma ampla gama de opções do que “podemos nos tornar”. As possibilidades de apropriação neste *shopping* de identidades são tantas que criam um paradoxo: ao mesmo tempo em que é difícil escolher uma das posições de sujeito ofertadas, é prático ter possibilidades distintas para diferentes ocasiões ou contextos sociais.

Sendo assim, é através da representação que a identidade e a diferença se tornam visíveis e conectam-se aos sistemas de poder. “Quem tem o poder de representar, tem o poder de definir e determinar a identidade” (SILVA, 2000, p. 91), dessa forma, é assistindo à televisão, vendo um anúncio de revista ou lendo um jornal que ficamos expostos à representação dominante – e corrente.

Se nos voltarmos à abordagem construtivista, veremos que existem dois domínios na vida: o simbólico e o material. Este primeiro domínio reconhece o caráter social e público da linguagem – que funciona através da representação -, o que significa que não está nem no indivíduo, tampouco nas coisas o poder de fixar sentidos (HALL, 1997). O sentido é construído através de sistemas de representação, que são os conceitos e signos que fazem parte da linguagem e com os quais interpretamos o mundo. Hall (1997) alerta que nesta abordagem não se deve confundir o mundo material (aquele onde as pessoas vivem) com o simbólico (onde palavras e coisas funcionam como signos dentro da vida social), pois é no simbólico que o significado – seja através da linguagem ou de qualquer outro sistema de representação - toma forma. As linguagens funcionam através da representação porque fazem uso de elementos que representam o que queremos dizer. Uma música, uma idéia ou um sentimento não têm sentido sozinhos. O sentido é construído nas práticas:

A representação é o processo através do qual os membros de uma cultura fazem uso da linguagem (geralmente definida como qualquer sistema que dispõe de signos, qualquer sistema de significação) para produzir sentido. Esta definição, por sua vez, carrega a importante premissa que as coisas – objetos, pessoas e eventos do mundo – não têm neles nenhum significado final ou verdadeiro. Somos nós, na sociedade, dentro de culturas humanas – quem fazemos as coisas ter sentido, significar. (HALL, 1997, p. 61)<sup>7</sup>

Como consequência, os sentidos estarão se alterando constantemente, não há garantia entre eles de uma para outra cultura. Ser mulher no Brasil é diferente, por exemplo, do ser mulher nos Estados Unidos. Assim, é possível que algumas representações em STC não façam parte da vivência da mulher brasileira. Os códigos a que cada cultura está exposta – os modos como cada uma classifica e organiza os seus sentidos – podem ser, muitas vezes, radicalmente diferentes (HALL, 1997).

É importante assinalar também que, para o autor, identidade e identificação são dois termos diferenciados. Hall (2000) argumenta que pensar a identidade a partir de seu processo de subjetivação – a identificação – é de suma relevância para sua compreensão. A

---

<sup>7</sup> Tradução livre da autora. A partir de então, todas as citações da língua inglesa serão traduzidas para o português pela pesquisadora.



identificação, segundo ele, é um processo de articulação onde nunca há um ajuste completo, sendo a identidade o seu ponto de encontro, de sutura entre as práticas que tentam nos convocar para assumir determinados lugares como sujeitos sociais e as subjetividades que nos constroem como esses sujeitos. “As identidades são, pois, pontos de apego temporário às posições-de-sujeito que as práticas discursivas constroem para nós” (HALL, 2000, p. 112). Em outros termos, somos “chamados” pelo discurso publicitário, televisivo, jornalístico a partilhar de suas idéias e representações, a nos apegarmos, mesmo que temporariamente, às suas “fábulas morais” que mostram o que é certo e errado, o que deve ou não ser feito (KELLNER, 2001, p.212).

Sabemos então que a cultura veiculada pela mídia fornece recursos para que seu público produza significados – e novas identidades - a partir das representações por ela disseminadas. Ao apresentar um programa como STC, sobre a vida de quatro mulheres solteiras e independentes, há uma certa determinação na mensagem, um sentido preferencial (HALL, 2003c). Estando o público já inserido em um campo de luta social, onde são cobrados pela sua identidade a todo instante – ser homem ou mulher, brasileira ou norte-americana, negra ou branca, advogada ou secretária - parece-nos improvável pensar que, ao acompanhar o programa e observar como aquelas personagens lidam com seus dilemas profissionais, sexuais e emocionais, seu público não seja de alguma maneira afetado por tais representações. O sentido preferencial de que falamos transparece através da identidade cultural da mulher em STC que, por sua vez, é expressa pelo modo de vestir, de agir, de ser das personagens e, em determinado momento, pode ser negociado com a espectadora como o modo “certo” ou “ideal” de vestir, de agir, de ser mulher.

A questão da identidade é, desde a modernidade, um problema pessoal e teórico (KELLNER, 2001). Na academia o debate está instituído e dá o tom a partir das tensões dentro de diferentes teorias sobre identidade. No campo pessoal, ela se estabelece como um problema por ser fruto de práticas balizadas pela ansiedade. Nunca se está apto a saber – por si só - se o caminho escolhido é o certo, se a escolha feita é a correta, se a identidade abraçada é definitiva ou resultado de uma (auto) criação. A identidade na contemporaneidade ainda é dependente de fatores como o reconhecimento e a validação pelo outro e não deixa de estar vinculada à individualidade, mas é cada vez mais mediada pela mídia<sup>8</sup> (KELLNER, 2001). Minha constituição de sujeito, enquanto mulher, estava sujeita a uma imagem, a uma aparência:

---

<sup>8</sup> O autor afirma que na modernidade isto também acontecia, mas a maior diferença desta para a contemporaneidade está na importância assumida pela mídia na construção das identidades pessoais.

É como se cada um tivesse de ter um jeito, um estilo e uma imagem particulares para ter identidade, embora, paradoxalmente, muitos dos modelos de estilo e aparência provenham da cultura de consumo; portanto, na sociedade de consumo atual, a criação da individualidade passa por uma grande mediação (KELLNER, 2001, p. 297).

Diante disso, a resposta à pergunta que abre este subcapítulo – já indagada em outro lugar por Hall (2000) -, é simples, embora suas significações estejam muito longe desta suposta simplicidade. Como já apontava Gilles Deleuze (2000), um problema não deve ser definido pelas suas soluções. Não é na resposta, em sua qualificação, que deve estar o foco, mas no problema instituído e investido em seus próprios campos simbólicos. Ou seja, a premissa que a identidade faz parte de toda e qualquer interação social deve prescindir ao questionamento elaborado. Para nos indagarmos a respeito de quem precisa de identidade devemos antes assumir que há uma ou várias identidades vigentes e isso é o que, para nós, é o mais relevante neste contexto.

## **1.2. (Re) produzindo gênero: “pós-feminismo” e cultura televisiva**

Os estudos sob uma perspectiva de gênero nasceram da necessidade de compreender e analisar a situação da mulher na sociedade. Os primeiros escritos feministas, datados da década de 60/70, conceituavam gênero como diferença sexual e este se encontrava no centro da crítica. Era esta a base para toda argumentação acerca do feminino em todas as áreas do conhecimento (como a história, a psicologia, a antropologia e a sociologia). A diferença sexual, neste lugar, precisava ser apontada, analisada e afirmada. Teresa de Lauretis (1994) argumenta que, ao dar ênfase ao sexual, a crítica feminista privilegiava a diferença, o masculino em detrimento do feminino, perpetuando e reproduzindo a crítica dominante das narrativas culturais centradas no patriarcado. De acordo com esta percepção, era possível compreender os sexos separadamente, mas isto acabou se tornando uma limitação, algo “como uma deficiência do pensamento feminista” (LAURETIS, 1994, p. 206).

Hoje estamos diante de uma outra perspectiva. A categoria analítica “gênero” (SCOTT, 1995) não serve como um substituto de referência para mulher ou homem, mas é culturalmente determinada. O gênero dá sentido à organização e à percepção do conhecimento histórico e indica formas do que Joan Scott (1995) chama de “construções culturais” (criação social de idéias sobre quais os papéis adequados para homens e mulheres). Isso denota que o gênero é uma parte da cultura e estrutura comportamentos e práticas associadas a homens e

mulheres em determinados contextos. Sendo o homem e a mulher entidades dependentes uma da outra, não há como estudá-las separadamente, tampouco construí-las sem uma servir de referência à outra. Maria Luiza Heilborn (1992) diz que o termo designa - ou assim deveria fazê-lo - a dimensão inerente de uma escolha cultural e de conteúdo relacional. Ou seja, o gênero é uma escolha social e culturalmente construída.

Para Joan Scott (1990, p.76), o termo “gênero” enfatiza um sistema de relações que pode incluir o sexo, mas não é diretamente determinado por ele, tampouco é determinante da sexualidade. Em uma simplificação de sua definição de gênero, temos que se trata de um elemento constitutivo de relações sociais baseadas nas diferenças percebidas entre os sexos e, também, uma forma primária de dar significado às relações de poder. As relações de gênero, como relações de poder, são marcadas por hierarquias, obediências e desigualdades. São nelas que estão presentes os conflitos, as tensões, as negociações, as alianças, seja através da manutenção dos poderes masculinos, seja na luta das mulheres pela ampliação e conquista de poder, isto é, na contestação do posicionamento ocupado.

Observar as relações de gênero na mídia pode ser elucidativo para a compreensão de seu próprio conceito. Se nos concentrarmos apenas na ficção seriada brasileira produzida pela Rede Globo, por exemplo, teremos um vislumbre não só do papel sócio-cultural da mulher em nossa sociedade, como também da política dominante a que ela esteve (e ainda está) submetida.

As telenovelas, a partir de meados dos anos 60<sup>9</sup> foram responsáveis pelas construções (e reproduções) de gênero que até hoje, de certa forma, ainda temos como referência. Ao observar a primeira e última novela da emissora (atualmente em exibição no horário das 21h) vemos que pouca coisa mudou. A primeira telenovela da Rede Globo, *Ilusões Perdidas*, de 1965, trazia a estreadora Leila Diniz, conhecida no meio artístico por sua filosofia de vida livre e posicionamentos feministas, como a grande vilã da trama. Na novela *Páginas da Vida*, a também estreadora Grazi (ex-Big Brother), conhecida por sua “meiguice” e por ser uma moça “de família”, teve o papel de uma jovem do interior que “balançará” o coração do filho do patrão de seus pais escrito especialmente para ela na trama<sup>10</sup>. Aqui há uma disparidade que no mínimo chama a atenção na história destas duas estreadoras na televisão: à mulher livre, o papel da vilã; àquela dentro dos padrões masculinos, um quase papel de heroína.

---

<sup>9</sup> Aqui nos concentramos apenas na Rede Globo de televisão por ser a maior rede de TV nacional. Entretanto, a primeira telenovela da televisão brasileira, *Sua vida me pertence*, foi ao ar em 1951, pela TV Tupi.

<sup>10</sup> Fonte: Folha Online de 06/07/2006 (<http://www1.folha.uol.com.br/fofha/ilustrada/ult90u62154.shtml>)

Nas séries brasileiras, a representação da mulher, apesar de algumas exceções, segue esta mesma linha. Segundo o Dicionário da TV Globo, as séries ganham destaque na programação em 1979, com uma faixa específica intitulada *Séries Brasileiras*. Foi a partir de então “que os seriados passaram a retratar as transformações da sociedade brasileira, mostrando ao telespectador os dilemas e as aflições do homem e da mulher comuns” (2003, p. 5). Nesta tentativa de “retratar” as transformações, algumas tiveram repercussão. Um exemplo é *Malu Mulher*, onde temos a história de Malu (Regina Duarte), uma socióloga casada há 13 anos que descobre que o marido a trai e começa a questionar sua vida e sua rotina doméstica. Decidida pelo divórcio e com uma filha de 12 anos para criar, ela precisa ir à luta, voltar a trabalhar e buscar seu lugar na sociedade. *Malu Mulher* foi uma obra de extrema visibilidade no que tange a revolução feminina, uma vez que abordava a busca pela independência da mulher e a sua própria superação diante de situações onde o homem não era a figura centralizadora de atenção. A personagem Malu foi a primeira a ter um orgasmo e a tomar pílula anticoncepcional na TV brasileira. Por tratar de temas polêmicos para a época – o Brasil estava sob regime militar – o programa teve problemas com a censura (DICIONÁRIO TV GLOBO, 2003).

Na década de 80, *Armação Ilimitada*, direcionado ao público jovem, misturava aventura e esportes radicais e trazia inovações à linguagem televisiva no Brasil e também à representação feminina. A personagem Zelda (Andréa Beltrão), apesar de ter um cargo de estagiária em um jornal, pregava o amor livre ao não ver problema em amar dois homens ao mesmo tempo – ou não conseguir se decidir por nenhum deles.

Em 1997, *A Justiceira* trouxe à tela uma mulher à frente de uma série de ação, algo até então inédito no Brasil. A protagonista é Diana (Malu Mader), uma policial que abandonou a carreira depois de matar por acidente seu parceiro. Diana decide ingressar em uma organização internacional que luta contra o crime organizado após ter seu filho seqüestrado. Apesar de aparentemente mostrar sua força, determinação e engajamento com a justiça, a personagem é, na verdade, uma mulher traumatizada que faz da busca pelo filho uma maneira de redimir sua culpa em três esferas: por ter uma profissão masculina, ter matado seu companheiro e permitido que o seqüestro do filho acontecesse.

Em 1997, uma *sitcom* ganhou destaque na programação: *Sai de Baixo*. Gravado com platéia, bem nos moldes norte-americanos, o programa tinha como marca o imprevisto dos atores. Entre as personagens, a “burra Magda”, interpretada por Marisa Orth e imortalizada através da fala de seu marido que ordenava: “Cala a boca, Magda!”

A série *Mulher*, em contraponto a esta representação do feminino, estreou em 1999 tendo as mulheres como público-alvo. A ação focalizava a rotina de duas médicas de gerações diferentes que lidavam com temas como prática do amor livre, uso de contraceptivos, aborto, divórcio, violência contra a mulher, frigidez, ética médica, eutanásia e deficiência física. Especializadas em ginecologia e obstetrícia, muitas vezes elas abriam mão de suas vidas pessoais em prol da missão de salvar vidas. Aqui vemos dois pontos relevantes: a obstetrícia como o lugar da medicina feita por mulheres – vide a personagem Helena, em *Páginas da Vida* - e a incapacidade da mulher conciliar o campo pessoal com o profissional. Neste último caso, um está sempre em detrimento do outro: ou se é feliz no campo profissional e não no amor ou vice-versa.

No ano de 2001, um *remake* de *A Grande Família*, com Marieta Severo e Marcos Nanini, volta à programação da Rede Globo. Em sua primeira versão, de 1972, a *sitcom* explorava as confusões de uma família típica da classe média-baixa brasileira onde temas como o desemprego, problemas financeiros e afetivos eram discutidos. No entanto, a crítica política tão presente nesta versão foi excluída de seu *remake*. Na versão atual, a representação feminina é centrada na vida doméstica, embora em alguns episódios tentativas de sair desta esfera sejam exploradas. Este é o caso, por exemplo, do episódio *Pastelaria Imperial* (21/09/2006), quando Nenê (Marieta Severo) assume a pastelaria de Beijola (Marcos Oliveira) e a transforma em um sucesso com sua receita de família.

*Os Normais*, protagonizado por Fernanda Torres e Luis Fernando Guimarães, com texto de Fernanda Young e Alexandre Machado, foi previsto para ir ao ar em 12 capítulos, no ano de 2001. Porém, o programa obteve tamanha repercussão que a Globo decidiu mantê-lo na grade de programação por mais dois anos. Sendo a *sitcom* um dos maiores sucessos da categoria na emissora, a Globo produziu um longa-metragem para o cinema com a dupla de atores, marcando então o fim do programa. Rui e Vani eram um casal atípico e estão noivos há anos, para desespero de Vani, que sonha com seu casamento. Ela, por sua vez, era uma mulher neurótica que estabelecia com seu parceiro uma relação cheia de confusões devido a sua constante crise existencial. Segundo o Dicionário da TV Globo (2003), *Os Normais* era “um programa que mostra as manias, implicâncias e paranóias de cada um”. Principalmente femininas.

*Sexo Frágil* foi lançado em 2003 com uma proposta ousada: homens representando os papéis femininos, dando a sua visão do universo das mulheres. Originado da peça *Homem Objeto*, baseada na obra de Luís Fernando Veríssimo, a *sitcom* tinha como objetivo suprir o

espaço deixado por *Os Normais* e acabou reproduzindo a mesma idéia de que as mulheres são seres complicados e difíceis de entender ou agradar.

Em *Sob Nova Direção*, lançado em 2003, Pit (Ingrid Guimarães) e Belinha (Heloisa Perissé) são duas amigas inseparáveis, na faixa dos 30 anos, que vivem uma eterna luta de egos, em que ambas são capazes das maiores loucuras para conseguir o que querem: seja um elogio, um novo trabalho ou namorado. Fazendo uso do humor, elas reafirmam a imagem de que a mulher solteira é instável e vive em crise sem um par.

Já em *A Diarista*, do mesmo ano, Marinete (Cláudia Rodrigues) é uma faxineira de idade não definida, que vive de “bicos” e vai sobrevivendo com muito bom-humor apesar de todas as dificuldades. Grande parte do elenco fixo é feminino, exceção do chefe de Marinete. Entre suas amigas, uma mecânica desejada pelos homens da redondeza e uma de pouca capacidade intelectual, sempre menosprezada pelas amigas.

Em 2004, Fernanda Young e Alexandre Machado voltam à rede Globo assinando um novo *sitcom*, *Os Aspones*. Estrelado por Pedro Paulo Rangel, Selton Mello, Andréa Beltrão, Marisa Orth e Drica Moraes, tem como tema central a convivência de cinco funcionários públicos de uma repartição (sob a sigla FMDO) que vivia no marasmo. O programa era uma sátira ao funcionalismo público brasileiro e mostrou pela primeira vez a mulher em um cargo público, embora ela não cumprisse horários, tratasse mal os contribuintes e preferisse ficar “focando” durante o expediente.

Desde 2005 temos no ar o programa *Minha nada Mole Vida*, já em sua segunda temporada, protagonizado por Luís Fernando Guimarães. Neste, a ex-mulher de Jorge Horácio (Guimarães), protagonista do programa, não se conforma com o fim do relacionamento e vive armando táticas para chamar a atenção do ex-marido e importuná-lo nos momentos mais impróprios. A representação de Silvana (Maria Clara Gueiros) é calcada na vida doméstica: não trabalha, vive na frente da televisão e sustenta a ela e ao filho com a pensão do ex-marido.

Este breve retrospecto que, com certeza, não contempla todas as produções brasileiras passadas, mas serve de indício do que (e como) estava sendo produzido através das décadas, nos aponta para mais de 40 anos (re) produzindo gênero em um movimento constante, onde a mulher hora aparece em um lugar de destaque, hora em uma posição inferiorizada. Sua busca pela igualdade, embora pareça uma efetiva conquista ao longo dos anos (afinal, ela está à frente de vários programas), não deixa de ser apenas um golpe para mantê-la em um lugar onde não possa representar uma ameaça. Desde a colocação de Leila Diniz em um papel de vilã na década de 60, passando pela discussão feminista de *Malu Mulher*, nos anos 70, até

chegar à representação de Silvana, em *Minha nada mole vida*, em meados do ano 2000, temos escassas representações femininas positivas na tela da televisão brasileira, o que acaba pouco contribuindo para que a mulher saia da marginalização ou conquiste sua igualdade. Do avanço silencioso de *Malu Mulher* à sombra permanente de representações como as de *Minha nada mole vida*. É esta discriminação, este contra-ataque quase sempre silencioso que Susan Faludi (2001) chama de *backlash*<sup>11</sup>.

Podemos afirmar que o *backlash* é uma resposta aos avanços feministas e a base para o que veio a ser chamado de “pós-feminismo”. Neste *backlash*, não é à toa que tanto os avanços ou recuos das mulheres são geralmente descritos através da metáfora do combate: batalhas vencidas ou perdidas, territórios cedidos ou conquistados (FALUDI, 2001). Como em todo combate, há de se ter uma força contrária a ser detida e vice-versa. É esta força, este arranque contra as mulheres e suas chances de continuarem a busca por sua igualdade, que dá munição ao *backlash*:

Quando o feminismo está em baixa, as mulheres assumem o papel reativo – lutando isoladamente e quase sempre às escondidas para se afirmarem contra a onda cultural dominante. Mas quando o próprio feminismo se torna a onda, para a oposição a recíproca não é verdadeira: ela finca o pé, agita os punhos, constrói muralhas e represas. E a sua resistência cria traiçoeiras ressacas e conflitantes correntezas. (FALUDI, 2001, p. 20)

Angela McRobbie (2006) ao analisar o caso *Bridget Jones* (inicialmente uma coluna de jornal, depois um livro e dois filmes) diz que o *backlash* é uma resposta conservadora e arranjada ao feminismo que sugere que a igualdade entre homens e mulheres está alcançada, logo, não é mais necessário lutar por ela. A autora detecta que o feminismo só é levado em consideração quando é dado como morto. Este é o caso de *Bridget Jones* e outros produtos culturais (como os que vemos na televisão brasileira) que reproduzem mulheres mostrando seu corpo com orgulho, pagando suas contas e tendo o livre arbítrio para escolher seus futuros, decidir entre casar ou morar junto e tomar a iniciativa de um relacionamento. As ações destas mulheres, filhas do “pós-feminismo”, são frutos de um querer consciente, não sendo elas mais exploradas, como as feministas costumavam dizer ao se opor às imagens reproduzidas pela mídia de mulheres seminuas ou fazendo *strip-tease* (MCROBBIE, 2006). A condição primeira para o “pós-feminismo” existir é assumir que o feminismo está ultrapassado e que a mulher de hoje está em outro patamar: foi educada pela ironia e pelas imagens televisivas e não se altera diante de representações negativas (como nas propagandas

<sup>11</sup> Termo do inglês que significa, literalmente, retrocesso/recuo.

da Antártica, por exemplo, quando a atriz Juliana Paes faz um trocadilho com a cerveja dizendo “Essa é a boa!”). Muito pelo contrário, ela é capaz de compreender os sentidos ali subentendidos e “entender a piada” (MCROBBIE, 2006).

Direcionando o olhar para a produção norte-americana, Joke Hermes (2005) indica que programas televisivos “pós-feministas” como STC colocam a mulher não só como capaz de ganhar sua própria vida, mas como um ser capaz de fugir do estigma da heterossexualidade doméstica. O lar – e todas suas significações - passa a ser o grande inimigo da mulher contemporânea, embora ela, no silêncio de seu quarto, “sonhe” com ele, já que nem só de benefícios vive esta nova “pós-mulher”. Diante de tantas supostas mudanças e conquistas alcançadas, ela acaba inserida em um novo universo de ansiedades: tem medo da solidão, de não casar, de não ter filhos. Mas o mais relevante neste seu processo de “evolução” é que ela é confiante o suficiente para não ter vergonha de admitir isto (MCROBBIE, 2006).

Sabendo que o feminismo não faz mais parte de sua cartilha e só é lembrado para demonstrar o quanto está ultrapassado, as mulheres, amparadas pela esfera midiática, sentem-se aptas a (re) produzir o discurso de que podem tudo e sentem falta de quase nada. Isto é o que McRobbie (2006) chama de “duplo enredamento”, ou seja, a co-existência de valores neo-conservadores em relação a gênero, sexualidade e vida familiar com fluxos de liberação em relação à escolha e à diversidade nas relações domésticas, sexuais e de parentesco, além da existência do feminismo como algo que foi em algum momento transformado em algo repudiado pelas mulheres (MCROBBIE, 2006). É esta contingência que dá o tom do “pós-feminismo” e, conseqüentemente, estabelece um novo regime de gênero a que programas como STC parecem tão bem servir de sinalizadores.



## 2. ESTUDOS SOBRE O FEMININO: DOIS CENÁRIOS

A representação feminina na mídia sempre esteve no alvo da crítica feminista. Foi a partir de preocupações oriundas do movimento feminista<sup>12</sup> – como o sexismo e o papel do poder nas relações entre homens e mulheres – que as reflexões que tinham como foco a questão do gênero na comunicação ganharam destaque (DOW e CONDIT, 2005).

Se hoje a pesquisa feminista de mídia encontra-se em franca expansão<sup>13</sup>, é devido à disseminação e circulação de trabalhos pioneiros, cujo esforço de pesquisa trouxe contribuições ímpares à comunicação e se tornaram obras de referência no campo. Sendo assim, propomos delinear uma possível trajetória dos estudos feministas que tiveram destaque nos contextos anglo-americano e brasileiro. Por tratar-se de um universo amplo, definimos que os estudos sobre a televisão serão o nosso recorte por dois motivos: é o meio de comunicação que tem o papel de decodificar o mundo, fornecendo assunto para se falar e unificar os indivíduos (WOLTON, 2003) e é aquele para o qual nosso objeto de estudo (a *sitcom* STC) foi produzido, sendo através dele apresentado e disseminado ao seu público.

Para traçar o contexto anglo-americano, nos ancoramos em uma pesquisa bibliográfica - se não extensiva, cuidadosamente selecionada para o devido fim. Fazendo uso de obras de autores de referência na área, primeiramente centramos-nos naqueles estudos inseridos na tradição dos Estudos Culturais e, na seqüência, nos de outras perspectivas. Os dados foram levantados através de uma pesquisa documental em publicações sobre o assunto<sup>14</sup>, privilegiando as investigações que de alguma forma dialogam com a proposta desta dissertação. Por trabalharmos, particularmente, dentro do campo dos Estudos Culturais e termos como objetivo delinear um quadro sinóptico dos estudos feministas que contemplam o

<sup>12</sup> Podemos demarcar alguns momentos em que as lutas e conquistas das mulheres foram determinantes para constituir sua história e o que conhecemos por movimento feminista. O primeiro destes momentos se dá em 1759, quando Olympe de Gouges, revolucionária francesa, lança o manifesto “Declaração dos Direitos da Mulher” onde denuncia a “Declaração dos Direitos do Homem” como um instrumento de cidadania restrito ao sexo masculino e questiona o direito das mulheres serem decapitadas se não podem subir à tribuna. Como represália, é decapitada. Mais tarde, em 8 de março de 1857, 129 operárias são queimadas em uma fábrica em Cotton, EUA. Elas queriam redução de sua carga horária de 14 para 10 horas, além de licença-maternidade. Em 1963, Betty Friedan escreve “A mística feminina” que, juntamente com o “Eunuco feminino”, de Germaine Greer, faz uma crítica ao papel subordinado da mulher na sociedade. Em 1970 é aprovado no Reino Unido a igualdade salarial entre homens e mulheres. Um histórico mais detalhado sobre o movimento feminista no Brasil e no mundo pode ser obtido no *Núcleo Interdisciplinar de Estudos sobre Mulher e Gênero*, da UFRGS, disponível em <http://www.nucleomulher.ufrgs.br/>

<sup>13</sup> O trabalho *The State of Art in Feminist Scholarship in Communication*, de DOW e CONDIT (2005), que contempla textos publicados em revistas e jornais científicos de 1998 a 2003 é uma demonstração disto.

<sup>14</sup> Preferencialmente nas obras de BRUNDSON, Charlotte (1997; 2000); ZONEN, Liesbet van (1996); THORNHAM, Sue (2000); McGUIGAN, Jim (1997); STEVENSON, Nick (1998); CURRAN, J.; MORLEY, D.; WALKERDINE, V. (1998).

meio televisão<sup>15</sup>, nos estudos de outras perspectivas não nos ateremos a identificar as teorias neles desenvolvidas.

O contexto brasileiro será desenhado através de trabalhos acadêmicos que contemplaram a vinculação gênero e comunicação destacando também na análise a presença da televisão. Esta parte da investigação foi também realizada através de uma pesquisa documental, constituída pelo rastreamento de teses e dissertações, apresentadas no período de 1992 a 2002<sup>16</sup>, em programas de pós-graduação em comunicação<sup>17</sup>. Para uma melhor sistemática de exposição e comparação dos dados, o decênio será dividido em 1992-1999 e 2000-2002. O conjunto<sup>18</sup> de investigações inventariadas do decênio que se debruçam sobre a questão do gênero e meio televisão perfaz 12 trabalhos.

Ratificamos não ser nossa intenção esgotar o assunto, mas oferecer dois cenários destes estudos, até mesmo para mostrar a pertinência destes no contexto acadêmico nacional. Temos como propósito apresentá-los como constituintes de um cenário onde nosso estudo sobre STC também se insere e com o qual esperamos contribuir.

## 2.1. O cenário anglo-americano dos estudos feministas sobre a televisão

Quando nos propusemos a traçar este panorama dos estudos feministas que contemplavam o meio televisão, sabíamos que não estávamos diante de algo simples. A relação entre os estudos culturais e o feminismo foi, desde seu princípio, nos anos 60, visto como uma “intricada relação” (THORNHAM, 2000).

---

<sup>15</sup> Observe-se que, dado o recorte adotado (televisão), muitas pesquisas que servem de referência nos Estudos Culturais não estão aqui contempladas. Entretanto, um relato completo desta pesquisa (contemplando não só a televisão, mas outros meios de comunicação, onde constam algumas dessas obras de referência) está publicado online no website *Cartografias*, <http://www.pucrs.br/famecos/pos/cartografias>

<sup>16</sup> A delimitação do decênio se dá em virtude de que a série de resumos em que nos baseamos aqui, de Ida Stumpf e Sérgio Capparelli (referência completa na bibliografia), ter sua primeira e última edição nos anos correspondentes, sendo dividido em três edições: (1992-1996) (1997-1999) (2000-2002).

<sup>17</sup> O inventário das pesquisas foi elaborado através da consulta aos dois volumes publicados de *Resumos de Teses e Dissertações em Comunicação no Brasil (1992-1996) e (1997-1999)*, organizados por Ida Regina Stumpf e Sérgio Capparelli. Os resumos do período de 2000 à 2002 foram obtidos através de contato direto via e-mail com Ida Stumpf e consulta online ao banco de dados da UFRGS, no endereço <http://www6.ufrgs.br/infotec/teses00-02/tes2000.html>. Foram analisados os resumos que tinham como palavra-chave “gênero” e enfocavam prioritariamente esta problemática. Optamos por não incluir a listagem das teses e dissertações nas referências do presente trabalho, o que ampliaria demasiadamente sua extensão, no entanto, todas as informações necessárias para localizá-las estão no corpo do mesmo.

<sup>18</sup> O relato completo desta pesquisa, contemplando a mídia audiovisual e impressa, é ainda inédito e encontra-se em processo de avaliação de uma revista acadêmica. Entretanto, um resumo do texto foi apresentado no Seminário Pesquisa no Pós, realizado pelo PPGCOM da PUCRS em 2005.

Enquanto Liesbet van Zoonen (1996) nos aponta para a heterogeneidade da teoria feminista, para sua fragmentação política, onde gênero e poder<sup>19</sup> são elementos-chave, Ann Gray tenta identificar uma unidade nos mesmos:

A pesquisa feminista não é só aquela feita por mulheres, com mulheres, para mulheres, mas uma metodologia, um modo de pesquisa desenvolvido através de uma política e uma prática onde o político, o teórico e o epistemológico tem sido *pensados juntos* para entender, analisar, explicar e criticar a posição da Mulher na sociedade (1997, p. 98).

Stuart Hall (2003a) sinaliza que o desenvolvimento dos Estudos Culturais foi várias vezes “interrompido” por rupturas e forças exteriores que o tiraram do eixo. Uma destas “intervenções” foi o feminismo, tendo sido decisivo para diversos projetos teóricos, inclusive para a constituição dos Estudos Culturais. Hall (2003a, p. 209) explica que o feminismo não teve uma data certa de chegada, tampouco um lugar certo, mas “chegou como um ladrão à noite, invadiu; interrompeu”. Em entrevista concedida à Kuan Hsing Chen, Hall (2003b) declara que convidou, juntamente com Michael Green, algumas feministas para entrar para o *Centre for Contemporary Cultural Studies* (CCCS), em Birmingham, a fim de projetar a questão do feminismo, já que os Estudos Culturais estavam “sensíveis à política feminista” (2003b, p. 428).

Apesar dos estudos feministas só terem alcançado visibilidade em 1978, na publicação da primeira coleção *Women Take Issue*, do CCCS, Ana Carolina Escosteguy (1998) demarca que a obra *A Thief in the night: stories of feminism in the 1970's at CCCS*, de Charlotte Brunson (1996), já havia nomeado textos de importância produzidos no Centro a partir de 1974. Circulando de forma mimeografada, o primeiro deles foi intitulado de *Images of Women* (1974) e trazia trabalhos das feministas Helen Butcher, Rosalind Coward, Marcella Evaristi, Jenny Garber, Rachel Harrison e Janice Winship.

Abraçados pelos Estudos Culturais, a partir deste momento os estudos feministas pareciam ter encontrado um amplo espaço de discussão e colaboração, mas nem tudo era o que parecia. Ann Gray (1997) afirma que o potencial dos estudos feministas foi subestimado pelos Estudos Culturais, não tendo recebido o devido valor. Para a autora, na publicação de 1991, *Off Centre: Feminism and Cultural Studies*<sup>20</sup>, esta parceria já havia sido colocada em dúvida. As feministas, ela continua, muito precisaram batalhar e insistir pela inserção de

<sup>19</sup> A autora não desconsidera questões como raça, sexualidade, classe e até mesmo outros discursos que se interrelacionem com estes.

<sup>20</sup> Organizado por FRANKLIN, S; LURY, C; STACEY, J. Editora HarperCollins, 1991.

discussões como política e poder na esfera doméstica, “a importância da representação e consumo para entender os processos culturais, da necessidade de conceituar prazer e desejo, e, principalmente, a centralidade da sexualidade em questões de subjetividade e identidade” (1997, p.87). Sheila Rowbotham, ainda nos anos 70, denunciava o preconceito dos Estudos Culturais com o “novo continente” que seria o feminismo (THORNHAM, 2000). Em seu trabalho intitulado *Woman’s Consciousness, Man’s World* (1973), a autora diz que o feminismo, dentro dos Estudos Culturais, é um terreno firmemente ocupado pelo patriarcado.

Esta intrincada relação fica mais clara quando Sue Thornham (2000) critica Stuart Hall pela forma autoritária de falar a respeito da “intervenção” e do caráter de ruptura do feminismo nos Estudos Culturais<sup>21</sup>. Thornham diz que o feminismo foi marginalizado em Birmingham, dando continuidade, em seus próprios corredores, ao caráter discriminatório que os estudos feministas tentavam denunciar. O feminismo era uma prática de segunda, onde o ator principal fora sempre os Estudos Culturais (THORNHAM, 2000). Hall, entretanto, discorda desta posição ao falar sobre a sua saída do CCCS, no final dos anos 70:

A questão do feminismo foi muito difícil de levar por duas razões. Uma é que se eu tivesse me oposto ao feminismo, teria sido uma coisa diferente, mas eu estava a favor. Ser alvejado como ‘inimigo’, como a figura patriarcal principal, me colocava numa posição contraditória insuportável. É claro que as mulheres tiveram que fazer isso. Tinham que me calar, essa era a agenda política do feminismo. Se eu tivesse sido calado pela direita, tudo bem, nós todos teríamos lutado até a morte contra isso. Mas eu não podia lutar contra minhas alunas feministas. (...) As feministas me deram um xeque-mate; eu não poderia me conciliar com isso, trabalhando no Centro. Não foi nada pessoal. Sou amigo de muitas feministas daquele período. Foi uma coisa estrutural. Eu não poderia produzir nada de útil no Centro, ocupando aquela posição. Era hora de partir. (2003b, p. 429-30)

Apesar desta dualidade de perspectivas, algumas semelhanças entre os movimentos os aproximam. Tanto os Estudos Culturais, quanto a teoria feminista, nasceram fora da Academia – nos contextos sociais, educacionais e políticos -, não sendo institucionalizados e tendo muita dificuldade para serem aceitos no meio acadêmico. Além disso, ambos dedicavam-se a grupos oprimidos e marginalizados e foram alvos de críticas ao declarar não existir conceitos e teorias que dessem conta de seus objetos (GRAY, 1997).

---

<sup>21</sup> A autora faz referência ao texto “Cultural Studies and its theoretical legacies”, de 1992, publicado em português em 2003. Neste, Hall discorre sobre sua perspectiva do desenvolvimento dos Estudos Culturais e de seus legados teóricos, passando por sua visão do surgimento do feminismo dentro do campo. Esta é, na realidade, a versão de maior circulação do desenvolvimento destes estudos na tradição britânica.

Diante de tanta controvérsia, uma zona de tensionamento foi claramente estabelecida. De acordo com Gray (1997), os estudos de mídia feministas não eram uma prática comum na década de 70 e, quando apareciam, tendiam a trazer uma abordagem marginal ou trivial a respeito desta. A autora aponta que os livros, revistas e a própria televisão não eram considerados objetos dignos de estudo científico, da mesma forma que não existiam ainda métodos adequados para sua análise. Apesar da clássica obra de Betty Friedan, *The Feminine Mystique*<sup>22</sup> (1963), é somente a partir da metade daquela década que os estudos de mídia e a cultura popular tomam força e alcançam certo reconhecimento (BRUNSDON, 2000). E, vale dizer, os Estudos Culturais tiveram grande responsabilidade nisto.

### 2.1.1. Do surgimento à institucionalização: três décadas de debates

Conforme já delineado, os Estudos Culturais estavam em fermentação nos anos 70. Organizados através do CCCS, fundado por Richard Hoggart, em 1964, é neste momento que se dá início à publicação dos *Working Papers*, que teriam como função dar visibilidade e repercussão à produção científica do Centro (ESCOSTEGUY, 2001). A atenção para a emergência das subculturas foi um fato na primeira metade da década. Na segunda metade, o desenvolvimento dos trabalhos concentrou-se nos meios de comunicação de massa que, além de entreter, eram também vistos como aparelhos ideológicos do Estado (ESCOSTEGUY, 2001).

O feminismo surge em cena apontando para as diferenças de gênero e para a idéia de “resistência”. Os trabalhos da década aparecem até então de forma esparsa, sendo em 1978, no volume *Women Take Issue*, do *Women’s Studies Group*, do CCCS, que houve a primeira tentativa de colocar em prática um “trabalho intelectual feminista” conjunto (ESCOSTEGUY, 2001, p. 33). Na década, foram poucos os trabalhos feministas que alcançaram reconhecimento.

Carol Lopate (1977) é a autora do primeiro texto feminista sobre *soap opera*<sup>23</sup>, *Daytime television: you’ll never want to leave the home*. Consideradas pelas feministas um lugar perfeito para a reprodução do estereótipo da mãe de família e da dona de casa, as *soap*

<sup>22</sup> Nesta obra a autora traça um retrato da vida das mulheres de subúrbio nos Estados Unidos, acusando a mídia e especialistas de diversas áreas - como médicos e sociólogos - de instaurar uma política de insegurança, medo e frustração nas mulheres que não atendessem ao modelo de dona de casa por eles idealizado e proliferado. Este pode ser considerado o primeiro estudo feminista que já incluía posições sobre a mídia.

<sup>23</sup> Apesar de ter o mesmo formato, as novelas norte-americanas se diferenciam das brasileiras pelo tempo de duração. Uma novela, no Brasil, é diária e dura em média 6 meses. Nos Estados Unidos, elas são semanais e não existe um prazo de encerramento, podendo durar anos.

*operas* eram vistas com relutância e criticismo (BRUNSDON, 2000). O texto de Lopate, polêmico e com forte impulso político, faz primeiramente uma discussão sobre a família e os papéis que circulam naquele espaço para depois passar para o exame da programação americana e da *soap opera*. Esta obra, embora pioneira, recebeu críticas de feministas como Tânia Modleski (1979), por tratar a fantasia como algo construído solitariamente.

O fenômeno da *soap opera* é investigado pela própria Tania Modleski (1979) em *The search of Tomorrow in Today's Soap Operas*. Modleski se inspira na teoria filmica de Laura Mulvey (1975) para falar do potencial subversivo da fantasia neste tipo de programa, uma vez que nega a estrutura de prazer masculino da sociedade. Seu texto foi inovador por argumentar que o prazer que as mulheres sentem ao assistir este tipo de narrativa popular não deve ser rejeitado, mas compreendido a partir da audiência inscrita em seu texto. Segundo ela, a *soap opera*, em sua narrativa múltipla, é capaz de aliviar ansiedades reais e satisfazer necessidades reais, embora não esteja livre de distorcê-las.

Na década de 80 os Estudos Culturais têm um período profícuo. Na segunda metade da década, muitos daqueles que se formaram no CCCS deslocaram-se para diversos países para dar aulas, internacionalizando a problemática e alastrando o seu alcance. É o momento em que os Estudos Culturais expandem-se e afirmam-se.

A pesquisa de recepção toma forma nesta década, passando a ser produzida e debatida com afinco. Primeiramente focada no texto e no receptor - diferentemente da abordagem etnográfica e antropológica praticada nas Ciências Sociais e, mais tarde desenvolvido nos Estudos Culturais da mídia - ela passa a uma segunda fase quando o receptor e o contexto são as peças-chave da pesquisa.

O primeiro trabalho de destaque sobre a televisão foi o de Dorothy Hobson (1982), *Crossroads: the Drama of a Soap Opera*. Hobson já havia investigado os modos como as mulheres utilizam o rádio e a televisão<sup>24</sup> em sua rotina diária, constatando que as respostas das mulheres ao meio televisão é um indicativo de que existe uma ideologia de dois mundos distintos de atividades e interesses: o masculino e o feminino. De acordo com a pesquisadora, as mulheres selecionam seus programas televisivos mais conscientemente que os radiofônicos. Durante o dia elas ouvem o rádio como um pano de fundo para seu afazeres, enquanto que a televisão é tida como lazer, quando elas não estão mais sujeitas a constantes interrupções devido aos trabalhos domésticos. As notícias, por exemplo, são vistas como um programa masculino, que mostram o “real”, algo que elas respeitam por ser importante para

---

<sup>24</sup> Uma parte deste texto foi publicado no livro organizado pela autora e outros pesquisadores: *Culture, Media and Language* (1996).

os homens, mas que rejeitam para si, preferindo programas como *Coronation Street* e *Crossroads*, que julgam mostrar seu cotidiano. Entretanto, este cotidiano nada tem em comum com sua rotina. O principal mecanismo de identificação destas mulheres com a *soap opera* é o modo como as personagens resolvem os conflitos e dilemas diários, forma com que, na verdade, estes programas perpetuam uma ideologia de feminilidade. Em seu estudo posterior, *Soap Operas at work* (1989), a autora investigou o modo como ver *soap opera* contribui para as relações interpessoais da mulher operária e para a cultura nos seus locais de trabalho. Segundo Hobson, falar sobre o que aconteceu na novela no dia anterior é uma rotina durante o trabalho.

Em 1984, surge o trabalho de Annette Kuhn, *Women's genres*, que faz uma diferenciação entre espectador e audiência. Segundo Kuhn, os estudos feministas sobre o melodrama e a televisão, neste caso, a *soap opera*, apesar de parecerem ter uma audiência feminina em comum, sofrem diferentes abordagens em diferentes estudos. Os estudos sobre cinema/melodrama, por exemplo, tendem a utilizar uma noção de espectador baseada no texto, enquanto que na televisão/*soap opera*, estes estudos tendem a basear-se no contexto de sua audiência.

No mesmo ano, Tânia Modleski (1984) discute o potencial subversivo da cultura de massa em *Loving with a Vengeance: Mass Produced Fantasies for Women*. Nesta obra, também considerada um clássico tanto para a teoria fílmica quanto para os Estudos Culturais e feministas, ela discute sobre três formas de narrativa popular: a *soap opera*, os romances femininos e as novelas góticas. Para Modleski, estas são narrativas que se constituem como um modo específico de prazer feminino que, apesar de serem vistos como subterfúgios utópicos, não deixam de apresentar problemas e situações do mundo real. Uma de suas conclusões é que estes textos femininos populares, mesmo não questionando a hegemonia patriarcal, indicam saídas para as inconformidades femininas com tais condições.

Julie d'Acci (1987) produziu *The case of 'Cagney and Lacey'*. *Cagney and Lacey* foi escrito para o cinema, mas, depois de negado por diversos estúdios por não ter representações femininas tradicionais, acabou virando uma produção para a televisão em 1981. A autora faz um estudo da produção da série policial que tinha como personagens duas mulheres nova iorquinas que trabalhavam em uma profissão tida como não feminina, já que eram policiais. Nesta produção, a personagem mais problemática era Cagney, uma mulher solteira cuja independência e forte amizade com Lacey (por sua vez, casada) teve que ser suprimida pelos produtores do programa devido a uma possível implicação de lesbianismo. Este estudo é de suma relevância para a pesquisa feminista de mídia por dois motivos: é uma crítica cultural ao

sistema do entretenimento que pretende construir o feminino de acordo com seus interesses e um estudo de caso representativo, já que *Cagney and Lacey* se propôs a representar o feminino de forma diferenciada.

*Watching Dallas: Soap Opera and Melodramatic Imagination*, de Ien Ang (1985), é um clássico da década. Ang tenta explicar a popularidade da *soap opera* norte-americana na Holanda através da interpretação dos prazeres da audiência e de sua própria assistência ao programa. Seu estudo trazia as mesmas premissas de Modleski (1979) mas, ao vincular os prazeres do texto à sua recepção, obteve maior alcance. A autora tirou da marginalização o prazer privado da mulher de assistir a programas deste tipo e chamou a atenção para as conexões existentes entre as relações sociais da vida real e as identificações psíquicas. Além disso, Ang demonstrou ser possível realizar uma pesquisa estando envolvida emocionalmente com seu objeto.

Carol Lopate e Tânia Modleski, juntamente com Michèle Mattelart, podem ser consideradas as mais importantes autoras da primeira fase do feminismo vinculada aos estudos de mídia (BRUNSDON, 2000). Mattelart traz na bagagem várias contribuições, inclusive na América Latina, sendo os textos que mais interessam nesta pesquisa *Women and the Cultural Industries* (1982) e *Women, Media and Crisis: femininity and disorder* (1986). Nestes dois trabalhos, a autora reuniu vários artigos por ela produzidos sobre a fotonovela e a telenovela na América Latina. Brunsdon (2000) indica que as preocupações de Mattelart no período giravam sobre três eixos: a qualidade transnacional em expansão da mídia; o papel político e ideológico das mensagens transmitidas pela mídia e a especificidade da experiência (e da audiência) feminina. Por esta razão, hoje, tais textos são vinculados aos Estudos Culturais.

A classe operária feminina americana merece o olhar de Ellen Seiter (1989) em *Don't treat us like we're so stupid and naive: towards an ethonography of soap opera viewers*. A autora descobre que as mulheres sentem-se intimamente ligadas às personagens e não só criticam seus programas favoritos, como também têm conhecimento do formato que assistem. Seiter tem uma extensa bibliografia, inclusive dedicada à questão de como pais e filhos consomem os produtos culturais.

No final do século XX, precisamente nos anos 90, os Estudos Culturais já estavam institucionalizados. Tendo o debate já se inserido nos principais centros acadêmicos, colocase em pauta os riscos deste processo e as possíveis transformações de programas de pesquisa. A estruturação deste campo intelectual é permeado de críticas quando busca uma organização



acadêmica legítima<sup>25</sup>. Os trabalhos dos anos 90 desenvolveram estudos sobre a audiência. Segundo ESCOSTEGUY:

Questões como raça e etnia, o uso e a integração de novas tecnologias como o vídeo e a TV, assim como seus produtos na constituição de identidades de gênero, de classe, bem como as geracionais e culturais, e as relações de poder nos contextos domésticos de recepção, continuam na agenda, principalmente das análises de recepção (2001, p. 37).

Estas tendências do estudo de audiência são comprovadas, entre outros, no trabalho de Dorothy Hobson (1990), *Women, audiences and the workplace*, onde a autora continua sua investigação sobre o fenômeno da *soap opera* entre as operárias já iniciado em 1989. Neste, Hobson analisa as conversas de 17 mulheres de uma indústria farmacêutica e descobre que elas fazem uso deste tipo de programa para elaborar e elucidar suas vidas afetivas. Ou seja, estas mulheres usam o programa em seu benefício para entender melhor suas ações e o mundo em que vivem, logo, Hobson diz, o mito que as pessoas que assistem televisão estão perdendo tempo não é mais vigente.

No mesmo ano, Christine Geraghty (1990) observa as *soap operas* americanas e britânicas em seu trabalho *Women and Soap Opera, a study of prime time soap*. Geraghty retoma seu estudo de *Coronation Street*, *Eastenders* e *Brookside*, discutindo a construção da posição de espectadora. Segundo ela, esta posição é caracterizada pela ambigüidade entre “distância e envolvimento” (ZONEN, 1996, p.119).

Ainda sobre as *soap operas*, temos *Class, gender and the female viewer*, de Andrea Press (1992), que analisa o modo como diferentes classes sociais assistem a *soap opera*. Para Press, mulheres da classe média tendem a posicionar-se criticamente em relação à novela, enquanto que as mulheres da classe operária tendem a levar aquilo que está representado na tela para as suas vidas sem nenhum tipo de crítica ou julgamento.

Uma mudança de foco é proposta em *Video Playtime: The Gendering of a Leisure Technology* (1992), de Ann Gray, que é um estudo não especificamente sobre a televisão, mas para o qual ela é instrumento. Gray investiga o uso do videocassete como ferramenta tecnológica de entretenimento. A autora queria verificar como a mulher operária, dentro de seu contexto doméstico, usava esta tecnologia para o prazer e como se dava esta interação. É importante salientar que tanto Ann Gray quanto Ien Ang e Janice Radway chegaram a mesma conclusão: o ato de ver um produto cultural confere mais poder às mulheres em seu ambiente

---

<sup>25</sup> Para mais dados acerca destas críticas, consultar MATTELART, Armand; NEVEU, Érik. *Introdução aos Estudos Culturais*. São Paulo: Parábola Editorial, 2004.

doméstico. No momento em que elas estão entregues à leitura ou à televisão, estão “libertas” de suas responsabilidades.

Inspirada em Laura Mulvey e sua teoria filmica psicanalítica, Christine Geraghty (1995) escreve *Feminism and media consumption*<sup>26</sup>, onde se volta para a ficção cinematográfica e televisiva, dedicando sua atenção às representações de “mãe” em produções culturais. Segundo Geraghty, a figura da mãe é sempre forte e decidida nas *soap operas* para gerar uma identificação com sua audiência. No cinema, isso funciona diferente. As mães cinematográficas são representadas como a causa dos problemas dos filhos, sendo sempre de alguma forma castigadas na narrativa.

Charlotte Brundson é uma das feministas mais engajadas com os estudos de mídia. Suas contribuições para a produção científica sobre estes estudos datam desde a década de 80 – vide *Crossroads: notes on soap opera* (1981), *Women watching television* (1986) e *Feminism and Soap Opera* (1988) – mas é a partir dos anos 90 que ela tem seu período mais profícuo acerca do debate sobre a crítica feminista da televisão. Em 1993, por exemplo, Brundson apresenta seu estudo *Identity in feminist television criticism*. Nele, Brundson faz uma análise da crítica feminista sobre a televisão e observa que existe, desde seu surgimento em 1976, uma ambivalência entre este tipo de estudo e os prazeres experimentados por aquelas que os consomem, principalmente o caso da *soap opera*. A autora faz uma espécie de tipologia entre a feminista crítica e a espectadora e, de seu ponto de vista, houve uma mudança no paradigma destes estudos que, em uma primeira fase – até meados dos anos 80 -, mostravam-se hostis com a mídia e, mais tarde, passaram a ter uma posição mais acadêmica, preocupada com a mídia, mas capaz de visualizar suas outras funções. Já em 1997, Brundson publica *Feminist Television criticism: a reader*, juntamente com Julie D’Acci e Lynn Spiegel. As autoras fazem um levantamento sobre o que há de mais relevante produzido no meio acadêmico em relação ao feminismo e a produção e recepção da televisão. Entre os artigos, textos que contemplam *soap operas*, séries de TV e programas direcionados ao público feminino, como *The Oprah Winfrey Show*.

Valerie Walkerdine mantém seu foco na cultura popular das garotas em *Daddy’s Girl: young girls and popular culture* (1997). A autora, que já havia produzido trabalhos nesta linha desde os anos 80<sup>27</sup>, investiga aqui o modo como a fantasia, inserida pela ficção (programas

<sup>26</sup> Livro organizado por CURRAN, James; MORLEY, David; WALKERDINE, Valerie. A obra consultada foi a tradução em espanhol, mas a data original de publicação é 1995.

<sup>27</sup> Um destes textos é *Someday my prince will come* (1984), onde ela toma como objeto os quadinhos femininos para investigar como as meninas são preparadas para a heterossexualidade e, conseqüentemente, para o amor romântico. Disponível em: <http://p208.ezboard.com/ffeministarticles11744frm3.showMessage?topicID=1.topiciz>

britânicos) estrutura a subjetividade feminina. Fantasia esta que é predominantemente masculina. Walkerdine descobre, olhando para as representações femininas contemporâneas, que o modo como as espectadoras recebem as imagens midiáticas depende muito de sua classe sócio-econômica.

Podemos dizer que, ao lançar nosso olhar sobre os estudos que seguiram a tradição dos Estudos Culturais, observamos que estes, embora privilegiem de um a dois momentos do circuito de cultura de Johnson (2004), não os deixam de relacionar com os demais, mostrando sua total interdependência (produção, texto, recepção). Apesar disto, o aspecto da produção foi o menos destacado, em contraponto à recepção, que foi investigada por diversas autoras, principalmente no que diz respeito aos prazeres da audiência feminina. Um outro ponto relevante é que grande parte dos estudos dedicam sua atenção à questão da representação do feminino na televisão, especialmente nas *soap operas*, embora outros tipos de ficção seriada (o caso de séries como *Cagney and Lacey*) sejam também abarcadas.

### 2.1.2. Diferentes olhares dos estudos feministas sobre a televisão

Nesta fase de nosso levantamento, ilustraremos os trabalhos feministas anglo-americanos que oferecem diferentes olhares sobre a televisão. Como naqueles inseridos na tradição dos Estudos Culturais, estes também anunciam uma variedade de temáticas e abordagens. Não descartamos aqui a possibilidade de alguns autores citados dialogarem com os Estudos Culturais, mas partimos do princípio de que estes mantêm uma visão mais compartimentada do processo.

Na década de 70, a primeira obra que destacamos é de Judith Hole e Ellen Levine (1971), *Rebirth of feminism*. As autoras argumentam que a mulher representada na mídia (inclusive na televisão) é mãe e dona de casa para o homem, se faz bonita para o homem e é um objeto sexual usado para vender produtos para o homem.

A defesa do prazer de assistir *soap opera* foi defendida por Terry Lovell, Jean McCrindle e Richard Dyer (1977) em *Soap Opera and Women*. O trabalho de H. Franzwa (1978), *The Image of Women in Television: an annotated bibliography*, discute as imagens femininas na televisão e conclui que as mulheres ali representadas são falsas. Segundo ela, na verdade, as mulheres na televisão só parecem com o que os homens querem que elas sejam: estão no auge de seus 20 anos, são bonitas, submissas, vulneráveis e ocupam posições estereotipadas, como enfermeiras, secretárias, etc.

Nos anos 80, Margaret Gallagher (1980), em *Unequal Opportunities: The Case of Women and the Media*, encontra similaridades entre as representações femininas na mídia (televisão inclusa) em diferentes partes do mundo, sendo elas submetidas ao par masculino, seja ele o pai, filho ou chefe. Nessas relações, a mulher é sempre bonita, passiva e dependente.

Muriel Cantor e Suzanne Pingree (1983) atentam para a questão da busca de algum tipo de gratificação na mídia em *The Soap Opera*. O estudo das autoras indica que a mulher satisfaz várias necessidades ao assistir uma *soap*, entre elas, a busca de companhia, o relaxamento, escapar das preocupações domésticas, soltar-se emocionalmente. Além, é claro, de entreter-se e buscar informação.

Leslie Steeves (1987), em *Feminist Theories and Media Studies*, relaciona o tempo de exposição à televisão com atitudes sexistas nas crianças. Steeves fala especialmente sobre as *soap operas*, argumentando que crianças que as assistem muito tendem a acreditar que as relações entre homem e mulher estão sempre permeadas por traições e divórcios, assim como assimilam que as mulheres têm como função cuidar da casa e por isso não trabalham.

Os estudos de mídia feministas também têm espaço para a representação da mulher negra. *Blacks in British Television Drama: the underlying tensions*, de Preethi Manuel (1985), diz que as mulheres negras quase não aparecem na televisão britânica, enquanto seus pares também sofrem com sua condição racial, pois só ganham papéis de trabalhadores baixos, estudantes, contraventores ou simplesmente figurantes.

A obra de Marguerite Moritz (1989), *American Television Discovering Gay Women: the changing context of programming decisions at the networks*, examina a representação das lésbicas na televisão americana e diz que o homossexualismo virou assunto na mídia somente depois da aceitação prévia na sociedade. Mas esta não é a única razão. O público, segundo Moritz, gosta de ouvir assuntos polêmicos e as emissoras de TV – frente à competição dos canais a cabo - tiveram que procurar por programas diferenciados para angariar telespectadores.

Na década de 90, nossa trajetória começa com Mary Ellen Brown (1990), sendo ela a organizadora do livro *Television and Women's Culture: The Politics of the Popular* (1990). Mais tarde, Brown (1994) produz *Soap Opera and Women's Talk*, onde defende que as *soap operas* são textos hegemônicos que reforçam as conceitualizações dominantes da mulher, mas dão espaço a uma disputa ideológica quando as mulheres que as assistem criticam e discutem os valores ali representados.

*The Export of Meaning: cross-cultural readings of Dallas*, de Elihu Katz e Tamar Liebes (1990), é a obra resultante do estudo dos autores que investigaram as leituras de *Dallas* em dez grupos focais formados por três casais (o primeiro deles convidava os demais), com pessoas de diferentes origens, mas de idade e grau escolar similar<sup>28</sup>. O estudo foi feito em Israel e as discussões, guiadas pelos autores, eram na língua mãe dos casais entrevistados, uma vez que muitos não entendiam inglês e liam as legendas traduzidas em hebreu ou árabe. Uma das conclusões da pesquisa é que, apesar da dificuldade da língua e das diferenças culturais, os entrevistados compreenderam a narrativa, dando pistas de que os elementos/relações ali apresentados são universais.

*Backlash: The Undeclared war against American Women*<sup>29</sup>, de Susan Faludi (1991), mostra a reação anti-feminista nos Estados Unidos que, fazendo uso da mídia, se encarregou de atacar o movimento a partir dos anos 80. Ela encontra evidências disto em filmes hollywoodianos, na publicidade, em programas de televisão, na educação, etc.

O estudo de Martha Nochimson (1992), *No end of her: soap opera and the female subject*, tenta demonstrar que a *soap opera* valida uma perspectiva feminina e responde a questões sobre o desejo e o poder feminino ao criar personagens fortes e ativos.

Mais tarde, sobre o assunto, temos os estudos de Louise Spence (1995), *They killed off Marlena but she's on another show now: fantasy, reality and pleasure in watching the daytime soap operas* e o de Rosalyn Jennings (1998), *Watching from the margins: female television audiences*, são também da última década e demonstram o interesse pela *soap opera*.

Ao visualizar os estudos de mídia que se debruçaram sobre perspectivas alheias aos Estudos Culturais, notamos que as associações entre os diferentes momentos do circuito quando existem, são muito tênues. Estes apresentam uma visão mais compartimentada, dicotômica do processo comunicativo. Além disso, a *soap opera* manteve seu destaque dentro dos estudos feministas de mídia, mas houve também espaço para as minorias (como as negras e lésbicas).

---

<sup>28</sup> O fenômeno *Dallas* começou a ser estudado pelos autores em *Mutual aid in the decoding of Dallas: Preliminary Notes from a Cross-Cultural Study*, de 1985, sendo o texto preliminar deste mesmo estudo então publicado em sua totalidade em 1990.

<sup>29</sup> Texto já traduzido para o português. Referência completa na bibliografia.

## 2.2. O cenário brasileiro dos estudos de gênero em Comunicação

Dentro das universidades brasileiras, os vínculos entre a pesquisa de comunicação e os estudos de gênero são ainda pouco explorados<sup>30</sup>. Apesar de ainda tímida, a presença dessa temática vem ganhando força no campo. Este é um dos pontos revelados pelo presente trabalho. No período de 1992-1999, por exemplo, das 1589 teses e dissertações defendidas em programas de pós-graduação em Comunicação, apenas 29 foram classificadas como estudos de gênero e Comunicação, sendo apenas cinco sobre a televisão.

A primeira dissertação em que a televisão aparece como objeto nesse período é de Flailda Brito Garboggini. Sob o título *A Mulher Margarina: uma representação dominante em comerciais de TV nos anos 70 e 80* (1995), a autora faz um estudo da representação feminina nos comerciais da margarina *Doriana*, ratificando que este tipo de propaganda é um reforçador do protótipo da feminilidade baseado no cumprimento de papéis tradicionais. Em *Doriana*, aquele papel de mãe, esposa e dona da casa.

Em outro trabalho, o movimento feminista no Brasil, no período de uma década, na cidade de São Paulo, é retratado por Telma Elita Juliano a partir das produções videográficas de dois grupos principais. Este é o tema de *Olhar Feminino: uma década de produção videográfica feminista no Brasil – 1983/1993* (1995).

Sobre o vídeo, ainda temos a pesquisa de Jacira Vieira de Melo, *Trabalho de formiga em terra de tamanduá: a experiência feminista com vídeo* (1993). O propósito deste é observar o uso do vídeo por grupos femininos como apoio a suas ações na realidade social, algo de certa forma similar ao trabalho feito por Ann Gray (1992) no cenário anglo-americano.

Sabendo que o gênero é uma construção social e cultural e está relacionado não só a mulher, mas também ao homem, identificamos uma produção que faz do masculino na televisão seu objeto de estudo. A tese de doutorado de Flailda Brito Garboggini Siqueira (1999) é um estudo sobre a representação masculina na publicidade televisiva dos anos 90, chamando-se *O homem no espelho da publicidade: reflexão e refração da imagem masculina em comerciais de TV nos anos 90*. Trata-se de uma análise dos elementos do discurso publicitário, à luz da teoria semiótica. Retomando a metodologia greimasiana, a autora

---

<sup>30</sup> Ver, por exemplo, Nassif, Vanuzzi et al. (2005) onde se apresenta um inventário da produção acadêmica sobre a temática de gênero, publicada nas revistas *Intercom*, *Comunicação & Sociedade* e *Dia-logos de la Comunicación*, no período de 1990 a 1999.

procura identificar uma tipologia de estereótipos de gênero utilizados nos comerciais mais representativos da década.

O trabalho de Ademir dos Santos Galvão, *Mulher, margarina, clichês e outros ingredientes: um estudo sobre mudanças conceituais na criação da propaganda de margarina* (1997), aborda as mudanças ocorridas na estrutura das mensagens publicitárias do produto margarina, tendo como referência os parâmetros criativos observados a partir de 1993, oportunidade em que se constatou uma nova forma de representar na propaganda as personagens femininas que caracterizam a dona de casa. O autor utilizou a publicidade tanto da mídia impressa quanto da televisão para estudar seu objeto.

Observamos que, nestes sete anos de teses e dissertações defendidas no Brasil (1992-1999), a abordagem privilegiada está centrada na mensagem – estereótipos e representações da mulher nos meios.

Na América Latina, em meados dos anos 80, teve início uma corrente de pesquisa que objetivava conhecer o receptor, aquele sujeito que todos julgavam passivo e vítima dos meios, principalmente o público infantil e feminino (CHARLES, 1996). Era o momento de entender a Comunicação como um processo de interação, em que o receptor não só aceitava o que lhe era imposto, mas também o modificava quando dava ao produto midiático novos sentidos, de acordo com seu universo cultural. Esse tipo de estudo buscava saber como o público feminino era afetado pelos meios e, também, como se dava essa co-produção de sentido.

Estudar a recepção a partir de uma perspectiva de gênero implica conhecer como e por que a mulher se aproxima de diferentes meios de comunicação, em que contexto recebe suas mensagens e que uso faz delas em sua vida. Isto permite acentuar a interação dos meios com a realidade social e cultural das receptoras, conhecer seus gestos e preferências, assim como as razões que fazem com que elas se apropriem dos meios (CHARLES, 1996, p.43).

Na virada do século XXI (2000-2002)<sup>31</sup>, tivemos uma mudança significativa nas teses e dissertações nacionais. Além do número de trabalhos defendidos ter dado um salto, 1665 em apenas dois anos (em comparação ao período anterior, de sete anos, que teve 1589 trabalhos defendidos), 36 vinculavam-se à temática de gênero. Destas, sete já dizem respeito à televisão, mais uma amostra do crescimento em comparação ao período anterior (cinco trabalhos em sete anos) e assinalamos que o subconjunto destaca a temática das representações do feminino em diferentes esferas.

---

<sup>31</sup> Dados coletados online em 06/09/05, no endereço: <http://www6.ufrgs.br/infotec/teses00-02/tes2000.html>

Uma das pesquisas sobre representação – e a primeira sobre a telenovela no período<sup>32</sup> - é de Cláudia Rejane do Carmo (UFRGS, 2001), que partiu da premissa que a telenovela age como instrumento de construção da realidade e manutenção da ordem social. Sua dissertação *A Mulher no horário nobre da TV: estudo sobre as representações do feminino da telenovela brasileira* teve como foco a identificação de regras que estruturam a (re)construção do *habitus* de gênero na telenovela, o processo de transfiguração que faz ignorar ou reconhecer a violência de gênero nela encerrada.

*Na telinha da TV: a mulher no exército*, de Cristiane Rosas Villardo (2001) analisa o perfil da mulher no exército brasileiro e como sua imagem vem sendo veiculada pela mídia televisiva. Gisele Paulucci também discorre sobre a problemática em *A Representação do Feminino no Seriado Mulher: análise do discurso* (2002). Este trabalho consiste na análise do discurso do produto ficcional televisivo *Mulher*, um seriado produzido pela Rede Globo e exibido semanalmente durante os anos de 1998 e 1999. Um dos objetivos deste é avaliar os modelos propostos de atuação feminina na sociedade brasileira no final da década de 90.

Mudando o foco do texto para a recepção, temos o trabalho de Denise Teresinha da Silva em *Mulher e publicidade: um estudo da produção e da recepção da identidade da mulher-mãe na mídia televisiva* (2002) que faz uma análise das diferentes lógicas de construção e apropriação de sentido na relação produção-produto e recepção-produto, envolvendo a imagem da mulher-mãe na propaganda televisiva. Esta dissertação teve como objeto as campanhas de Dia das Mães das Lojas Colombo, Renner e Claro Digital.

A telenovela também é objeto do olhar em *A temática do feminino em Laços de família: processando alternativas de compreensão do feminino como oposição e complementaridade* (2002), de Fabiane Rosana da Silva. Trata-se de um estudo sobre a temática do universo feminino na novela citada, principalmente sobre os tipos e alternativas de construção do feminino nela propostos.

O trabalho de Celsi Brønstrup, *Gênero, Política e Eleições* (2000) traz um panorama sobre a trajetória política da mulher no Brasil, destacando a conquista do direito ao voto e a recente inclusão do sistema de cotas; examina a influência da mídia – inclusive da televisão - no trato das questões de gênero, e por último, analisa dois roteiros de programas de campanhas eleitorais com o propósito de destacar nas duas situações discursivas a articulação das questões de gênero.

---

<sup>32</sup> Jane Sarques (1981), por exemplo, já havia defendido no Mestrado em Comunicação da UnB *A ideologia sexual dos gigantes*, mas as décadas de 70 e 80 não são contempladas no levantamento de Stumpf e Capparelli.



*Beleza à venda na TV – O merchandising de produtos de emagrecimento e estética no programa Note e Anote da TV Record (2002)*, de Margarete Vieira Pedro, analisa como é construído o merchandising de produtos de beleza e emagrecimento veiculado nos programas femininos de televisão.

Observamos que, no que diz respeito ao levantamento sobre os estudos de gênero na Comunicação no contexto brasileiro, estamos em um momento de crescimento. A temática das relações de gênero passa a ser cada vez mais debatida a partir de suas articulações com a mídia, neste caso, a televisão. Nos dois primeiros anos de produções acadêmicas do ano 2000 (2000-2002), houve uma superação do total atingido no período anterior, de sete anos (1992-1999)<sup>33</sup>. Neste processo de interesse crescente pela problemática das relações de gênero, a mensagem permanece em destaque.

### **2.3. Intersecções**

As pesquisas que aqui visualizamos são apenas uma amostra do potencial dos estudos que contemplam a mídia televisiva e o feminino. No contexto anglo-americano de estudos que atendem à tradição dos Estudos Culturais, podemos detectar um crescimento nos anos 80, época de seu desenvolvimento e afirmação, assim como a preferência pelo estudo de produtos da mídia televisiva. Por não ser nossa intenção quantificá-los - e também por termos destacado apenas alguns dos principais trabalhos de repercussão na pesquisa em Comunicação - absteremo-nos dos números e da tendência a fazer desta uma pesquisa encerrada. Já no contexto brasileiro, seu crescimento estabelece-se a partir do ano 2000.

Queremos atentar especialmente para três pontos que, durante o levantamento, tornaram-se significativos em nossa perspectiva: o volume de estudos sobre as *soap operas*, a preocupação com a representação da mulher na mídia e os estudos sobre a audiência feminina.

Consideramos estes dados importantes uma vez que, na sociedade brasileira, até então - e ainda - dominada por valores do patriarcado, a telenovela era considerada um produto de menor valor, assim como a mulher seu público-alvo. O fato de, na pesquisa acadêmica de gênero em Comunicação brasileira, a televisão só ter tido um crescimento a partir da virada do século - e em um número ainda tímido - em contraponto com o cenário anglo-americano,

---

<sup>33</sup> Apontamos que o surgimento dos programas de pós-graduação em comunicação no Brasil aconteceu a partir dos anos 70 (Mestrado) e só uma década mais tarde (anos 80) para os cursos de Doutorado. No Sul do Brasil se dá a partir de 1994, ano de implantação dos cursos de Mestrado na PUCRS e UNISINOS. Em 1995, a UFRGS dá início ao seu programa.

onde a *soap opera* é, indubitavelmente, destaque, só vem a reforçar a idéia de que a pesquisa acadêmica brasileira ainda se encontra em um estado embrionário e precisa de pesquisadores que voltem-se à questão do feminino na televisão.

Salientamos que visualizar tantas intelectuais e feministas anglo-americanas – possivelmente também mães e donas de casa - direcionarem suas pesquisas para a televisão é significativo a partir do momento em que seus trabalhos são difundidos na comunidade acadêmica internacional e incentivam o debate e o surgimento de novas problemáticas. Entretanto, o fato de poucos pesquisadores<sup>34</sup>, neste contexto, terem dado atenção a este produto cultural é capaz, sim, de outorgar a ele – e aos prazeres televisivos da mulher - o *status* nada velado de ainda rejeitado pelo patriarcado, assim como no Brasil ainda é velado na comunidade acadêmica da área de Comunicação, inclusive pelas pesquisadoras.

Conforme observamos na construção destas duas possíveis trajetórias, o campo de investigação para aqueles que se interessam em estudar a Comunicação sob uma perspectiva de gênero é um desafio. O tema permite inúmeras possibilidades e variações acerca das interações dos meios (neste caso, a televisão) com seu público - na maioria das vezes - genericamente diferenciado. Parece-nos claro que estudos de outros produtos da ficção seriada, como as séries televisivas e as *sitcoms*, sejam necessários para que possamos compreender com maior precisão o significado das mediações de gênero neste veículo. Também nos parece de suma importância que a pesquisa em Comunicação brasileira se dedique com mais vigor às reflexões acerca da articulação produção, texto e recepção (JOHNSON, 2004) a fim de permitir uma melhor compreensão de como este processo se dá.

---

<sup>34</sup> Ver, por exemplo, David Morley (1986), *Family television*; Robert Allen (1985), *Speaking of Soap Operas* (1985); Jostein Gripsrud (1995), *The Dynasty Years*.

### 3. SEX AND THE CITY: UMA PERSPECTIVA *MADE IN BRAZIL*

Richard Johnson (2004), ao propor o circuito de produção, circulação e consumo de produtos culturais, argumenta que existem três modelos principais de pesquisas em Estudos Culturais: aqueles centrados na produção, os centrados no texto e outros baseados no consumo/recepção. O autor indica, em contraponto a esta divisão, que o desenvolvimento de uma compreensão do mecanismo de produção e circulação de produtos culturais tem maiores chances de se efetivar se percebermos as diferentes articulações entre estes três momentos. Cada um deles (produção, texto e recepção) é uma engrenagem indispensável ao funcionamento e entendimento do todo e, apesar de distintos, estes momentos são completamente dependentes um do outro: “quero sugerir que, nas condições sociais modernas, esses processos são intrínsecos aos circuitos culturais e que eles são produzidos por *relações de poder*, ao mesmo tempo que as produzem” (JOHNSON, 2004, p.41).

Neste capítulo, partimos para a aplicação do circuito de cultura proposto pelo autor a fim de obtermos um melhor entendimento de como STC se inseriu no contexto brasileiro e afetou as práticas sociais das mulheres a ele expostas. Esclarecemos que um melhor detalhamento de cada momento do processo será dado ao longo da análise, em seus respectivos momentos.

#### 3.1. O âmbito da produção

O momento da produção é, segundo Hall (2003c), aquele onde o circuito começa e a construção da mensagem se dá a partir de referenciais estabelecidos pelos produtores. O meio, assim como sua estrutura são, neste processo, também fornecedores de mensagens codificadas que estarão impressos no texto que chega ao receptor. Johnson (2004) complementa dizendo que o exame das formas culturais do ponto de vista de sua produção deve incluir as condições e meios de produção, especialmente seus aspectos subjetivos e culturais.

Para compormos o âmbito da produção de STC faremos um levantamento bibliográfico em *websites*, revistas, livros autorizados<sup>35</sup> ou não pela HBO sobre a *sitcom*, programas televisivos e jornais da época<sup>36</sup>. Nosso interesse será tanto nas entrevistas dos criadores do programa, quanto das protagonistas, além das matérias e artigos acerca de seu

<sup>35</sup> O único livro autorizado pela HBO, de onde tiramos grande parte das entrevistas com as atrizes, roteiristas e criadores, é o *Sex and the City Kiss and Tell* (2003).

<sup>36</sup> De 1998, quando iniciou nos Estados Unidos, até 2004, quando teve seu final exibido no Brasil.

lançamento e repercussão. Na medida do possível, buscaremos estas informações em seu contexto de origem, mas o que foi publicado no Brasil a respeito do programa também será avaliado. Por esta razão, realizaremos uma entrevista com a jornalista brasileira Teté Ribeiro, que escreveu um livro sobre a *sitcom*. O momento da produção sinaliza as formas de produzir que irão afetar o produto final (HALL, 2003c). Direcionar nossa atenção para este momento fornecerá evidências do período em que este foi concebido, assim como indicará suas intenções e motivações ao entrar no mercado de bens de consumo cultural norte-americano e mundial.

### 3.1.1. *Sex and the City* e a comédia de situação

Antes de entrarmos propriamente na discussão da produção de STC, faz-se necessário um preâmbulo para esclarecer de que gênero televisivo estamos falando quando referimo-nos à STC. Isto é de suma relevância uma vez que, ao se configurar, ao nosso ver, como uma *sitcom*, STC assume suas prerrogativas e dá às suas personagens – e, em consequência, ao seu público - se não um mesmo tipo de construção, ao menos o mesmo tipo de desfecho natural da ficção romântica.

As *sitcoms* são histórias curtas centradas na vida e nas atividades de uma determinada família ou grupo, em locações pré-estabelecidas: a casa, o trabalho ou aquelas que gerem as tensões e relações que servem de base para o programa (CASEY et al, 2002). O termo é uma abreviação da expressão *situation comedy* (comédia de situação/costumes), originalmente utilizado nos programas de rádio dos anos 20, e sua estrutura assemelha-se à crônica literária, uma vez que trata de assuntos corriqueiros da sociedade de uma forma aparentemente superficial e cômica. As personagens são estereotipadas, pois, devido a sua duração (em média 25 minutos, sem os comerciais), a identificação do espectador precisa ser imediata. Sua narrativa é circular, sendo cada episódio uma história independente que pode ou não se relacionar com as demais, podendo, assim, ser assistido individualmente. Nos Estados Unidos, até o final dos anos 90, grande parte das *sitcoms* era encenada em estúdio, incorporando as risadas do público ao programa final que ia ao ar. Atualmente, isso não é mais uma prerrogativa, pois muitas *sitcoms* trazem tomadas externas e dispensam as “risadas” como uma maneira de engajamento. Esta sensação, nas *sitcoms* de hoje, se dá cada vez mais pela verossimilhança, pela inserção do cotidiano na narrativa.

A verossimilhança, ao contrário do realismo - que é um termo problemático por ser a realidade sempre construída pela ficção -, se refere não necessariamente ao que reconhecemos como parte do mundo, mas ao que a cultura dominante em que estamos inseridos acredita que é o mundo, o que é geralmente aceito e crível (GLEDHILL, 1997). Logo, há uma diferença entre verossimilhança cultural e genérica. Ao ser reconhecido como uma *sitcom*, STC obedeceu aos critérios deste tipo de produção, às convenções do gênero. A verossimilhança genérica permite brincar com a fantasia dentro da credibilidade genérica oferecida pelo programa (por exemplo, Carrie sair flutuando depois de um encontro bem sucedido com um pretendente, como veremos logo em seguida na análise do primeiro episódio), enquanto que a verossimilhança cultural se refere às normas e ao senso comum da vida social fora da ficção (GLEDHILL, 1997), ou seja, ainda usando como referente o programa STC, à noção de sentimentalismo feminino, que as mulheres dão grande valor e se envolvem rapidamente com homens que as cortejam e tratam bem.

Seguindo na descrição do gênero *sitcom*, conforme aponta Bonnie Dow (1996), um outro aspecto relevante é que o modo como um assunto é tomado e interpretado em uma *sitcom* e em um melodrama são diferenciados. A autora diz que as *sitcoms* são orientadas para a resolução de conflitos: “as personagens não ficam alienadas ou morrem, como na tragédia; elas aprendem com seus erros e reintegram-se ao grupo” (DOW, 1996, p.36). Isso significa que atitudes que poderiam ser bastante polêmicas no melodrama, por exemplo, tornam-se aceitáveis via *sitcom*<sup>37</sup>.

Lynn Spangler (2003) complementa dizendo que o riso na *sitcom* permite uma espécie de catarse para nossas frustrações e raivas, e que as imagens que elas reproduzem nos afetam principalmente através das personagens e estereótipos. Para ela, que fez um estudo sobre os últimos 50 anos de *sitcoms* e feminismo<sup>38</sup>, houve um grande avanço na questão do feminino dentro deste tipo de programa: o sexo é mais discutido e os problemas individuais não são mais resolvidos em apenas um episódio. Em consequência, a experiência social aparece com

---

<sup>37</sup> Como exemplo, podemos citar a descoberta dos prazeres de um vibrador pela recatada Charlotte (Ep.9, 3ª temporada). O mesmo assunto foi trazido à tona em recente capítulo da telenovela *Páginas da Vida* (15/07/06) e gerou problemas para a Rede Globo, que teve que emitir uma nota oficial pedindo desculpas ao público pelo “excesso”. É claro que as duas situações são de ordens distintas, já que na telenovela o assunto masturbação não estava na trama, mas no depoimento que encerra o capítulo. E, mais que isto, trata-se de dois tipos de público (TV aberta e fechada). De qualquer maneira, o fato como a situação foi levada dá uma idéia das diferenças entre os gêneros.

<sup>38</sup> Spangler faz uma abordagem acerca de 50 anos de *sitcoms* na televisão americana ressaltando as representações femininas vigentes em cada década. Consideramos este estudo uma importante referência em nosso trabalho, embora a autora não considere STC uma *sitcom*, mas uma série de comédia. Os motivos de nossa discordância em relação ao seu posicionamento são apresentados neste texto e dizem respeito especialmente à sua narrativa, que segue os mesmos moldes das tradicionais *sitcoms*.

mais frequência nas duas últimas décadas, inclusive de forma dramática (2003). STC também demonstra isso com momentos como o câncer de mama de uma das personagens (Samantha Jones). Desta forma, a comédia se torna um veículo para discussão, com a garantia de que traz situações conflitivas e contraditórias pelo viés seguro do humor (SPANGLER, 2003). O fato de rir de situações mostradas na tela permite um certo distanciamento, uma licença emocional que não desvela a natureza ou razão de ser dos sentimentos experienciados.

Com base na definição traçada, consideramos STC uma *sitcom*. Trata-se de uma comédia de situação sobre mulheres solteiras que traz sempre quatro pontos de vistas sobre uma mesma questão. As tristezas e decepções que acontecem com as personagens têm sempre um lado cômico e favorecem o seu crescimento e amadurecimento.

O programa traz, em sua maioria, tomadas externas, uma inovação no gênero, assim como a utilização de estratégias como filmagem em 35mm (a primeira temporada foi filmada em 16mm), narração em off e depoimentos de personagens ficticiais nas duas primeiras temporadas<sup>39</sup>. Entretanto, estas inovações em sua produção não se refletem em sua narrativa que, apesar de ousar no tratamento dos temas que dizem respeito à intimidade feminina, dá ênfase aos mesmos parâmetros tradicionais das narrativas do gênero, onde o humor é algo esperado e há um triunfo do indivíduo e de suas possibilidades de integração (DOW, 1996).

### **3.1.2. A criação de um programa “pós-feminista”**

Candace Bushnell era uma mulher de seus 30 e poucos anos quando escrevia uma coluna intitulada *Sex and the City* para o *New York Observer*, um jornal focado na cultura de Manhattan e direcionado aos ricos e poderosos que nela habitavam. Nesta coluna, Bushnell relatava e ironizava as experiências amorosas de modelos e solteiros cobiçados de Manhattan através de seu alter-ego, Carrie Bradshaw. Darren Star, criador de sucessos televisivos para adolescentes, como *Melrose Place* e *Barrados no Baile*, estava morando em Nova York em 1995, pois produzia uma nova série, *Central Park West*, pela CBS, e era um dos leitores de sua coluna. Depois de uma entrevista concedida à Bushnell, sob o pretexto de seu novo programa, os dois se tornaram amigos e começaram a discutir a possibilidade de criar uma série baseada na coluna de Bushnell. Para Star, o que realmente chamava a atenção era a idéia

---

<sup>39</sup> Estes depoimentos tinham a intenção de fornecer visões extras sobre o tema discutido no episódio. Por exemplo, no primeiro episódio do programa (*Sexo e a cidade*), homens solteiros reclamam do fato de que as mulheres são muito exigentes e explicam como escolhem as mulheres para se relacionar.

de uma mulher solteira de seus 30 anos escrever sobre relacionamentos e fazer disso uma ferramenta de auto-conhecimento.

O produtor levou a idéia adiante e queria realmente criar uma comédia (um formato até então não explorado por ele) sobre sexo de um ponto de vista feminino, o que ainda não havia sido feito na televisão. Criar um comédia adulta onde o sexo pudesse ser encarado de um modo honesto era o seu maior objetivo. Utilizar o formato tradicional de *sitcom* estava fora de cogitação: “eu queria que as pessoas vissem o programa e não sentissem que estavam vendo televisão. (...) Queria preencher a lacuna que separa uma série de TV de um filme” (STAR apud SOHN, 2002, p.14).

Em 1996 <sup>40</sup>, depois de apresentar o projeto para a ABC, que sentiu que não poderia satisfazer àquilo que tinha em mente, ele procura a HBO. A emissora imediatamente apóia a idéia e propõe um acordo para que ele escreva e produza um piloto de STC. Em sua primeira concepção, não haveriam as quatro amigas, apenas Carrie Bradshaw. Mas, assim que o livro com as colunas de Bushnell foi publicado, ainda em 1996, ele decide que ela terá a companhia das três mulheres citadas no livro: Miranda, Charlotte e Samantha.

STC foi ao ar pela HBO em junho de 1998. Para nos situarmos no tempo, neste ano Rudolph Giuliani<sup>41</sup> era o prefeito de Nova York e a cidade havia passado por uma repaginação depois de ser considerada um dos locais mais violentos do mundo. Com medidas que reduziram em 65% a ocorrência de delitos graves<sup>42</sup>, Giuliani tentou devolver aos nova-iorquinos uma certa qualidade de vida. O prefeito, entretanto, era controverso: para alcançar seus objetivos, chegou a decretar medidas como proibição de casas noturnas e *strip-tease*. Sua intenção era descartar da cidade sua cultura erótica, tirar dela a “aura” de mercado do sexo. A *sitcom*, de certa maneira, veio como um recurso a mais para publicizar a cidade, mostrando como poderia ser bom viver em Manhattan e - por que não? - como ainda poderia ser fácil fazer sexo em Manhattan.

Em agosto do mesmo ano, Bill Clinton estava no poder e Monica Lewinsky, então sua estagiária (e solteira), foi o pivô do escândalo sexual que levou ao processo de *impeachment* contra o presidente. O adultério de Clinton tomou conta das manchetes do planeta e sua

---

<sup>40</sup> Ano em que chegava às livrarias o livro *O Diário de Bridget Jones*, de Helen Fielding. Apontamos que este foi, na década de 90, o grande desencadeador da atenção à mulher solteira como um público-alvo diferenciado.

<sup>41</sup> Sua gestão durou de 1994 a 2002. Tornou-se conhecido por implantar uma política de “tolerância zero” contra criminosos na cidade de Nova Iorque, o que ajudou a diminuir os índices de criminalidade. Foi nomeado Personalidade do Ano pela revista Time em 2001, recebeu da rainha Elizabeth II o título de Cavaleiro honorário do Império Britânico em 2002 e recebeu das mãos da ex-primeira dama, Nancy Reagan, o prêmio Presidencial Ronald Reagan de Liberdade. Para mais informações, ver [http://www.manhattan-institute.org/html/port\\_iape.htm](http://www.manhattan-institute.org/html/port_iape.htm)

<sup>42</sup>Fonte: Intercâmbio Inter-Americano de Políticas Públicas - [http://www.manhattan-institute.org/html/port\\_iape.htm](http://www.manhattan-institute.org/html/port_iape.htm)

estagiária de 21 anos tornou-se um símbolo da mulher independente – e solteira - que ameaçava o lar e os bons costumes da tradicional e puritana família americana.

É neste contexto conturbado que Darren Star lança *STC*. A HBO, canal de televisão a cabo que colocou em prática o projeto *STC*, foi criada em 1972 e pioneira em novas formas de distribuição via satélite nos Estados Unidos. De propriedade privada, sem nenhum tipo de ligação governamental, a HBO é um canal que diz proporcionar liberdade criativa aos seus autores (AKASS e McCABE, 2004). Sua preocupação constante é com programas originais e direcionados a diferentes públicos. Abordar temas como o sexo, sem cortes, é uma marca registrada do canal. *STC* foi exibido no domingo à noite, em horário nobre, sem intervalos comerciais. A *sitcom* teve diretores de cinema convidados<sup>43</sup> para alguns episódios. Estas e outras estratégias, como a possibilidade de rever o episódio da semana em diferentes horários e a contratação de profissionais exclusivos para a promoção e o marketing dos produtos *STC*, foram adotadas a fim de transformar a série em um sucesso televisivo (AKASS e McCABE, 2004).

É importante ressaltar que *STC* foi idealizado e escrito por dois homossexuais assumidos: Darren Star e Michael Patrick King. Os criadores expõem no programa uma política sexual que pretende mostrar-se livre de preconceitos. Em uma sociedade americana onde o puritanismo ainda é uma regra – embora a sexualidade e todas as suas manifestações sejam toleradas - o programa veio na tentativa de legitimar práticas antes veladas na televisão. No mesmo momento que o programa subverte as convenções heterossexuais ao propor outras opções de relacionamento (como o lesbianismo, por exemplo), fornece modelos de relações tradicionais (AKASS e McCABE, 2004).

Este apelo não é surpreendente se nos voltarmos aos grandes centros urbanos, onde o grupo de mulheres financeiramente independentes sem um companheiro é cada vez mais numeroso. Segundo Gilles Lipovetsky (2003), este é um fenômeno dos países desenvolvidos, resultado do próprio individualismo característico da nova modernidade que vivemos. Elas são maioria nas universidades, destacam-se no mercado de trabalho e, só no Brasil, são quase 20 milhões (MAGESTRE, 2003). A revista *Time* (2000), em matéria de capa sobre *STC* e a mulher solteira, destaca que, nos Estados Unidos, o número de mulheres entre 30 e 34 anos que ainda não casaram cresceu de 6% para 22% nos últimos 30 anos. As norte-americanas

---

<sup>43</sup> Este foi o caso de Allison Anders, premiada pela Associação de Críticos de Nova York como Melhor Diretora Revelação de 1992. Entre seus filmes lançados no Brasil estão *Sonhos Femininos* (indicado para o Leão de Ouro de Berlim e para o Festival de Sundance e vencedor dos prêmios de Melhor Atriz para Fairuza Balk no Independent Spirit Awards e prêmio da crítica no Festival de Deauville) e *Minha Vida Louca* (dirigido e escrito por Allison). Fonte: Academia Internacional de Cinema. Acesso em: 16 out. 2006. Disponível em: [http://www.aicinema.com.br/2\\_3\\_direcao.htm](http://www.aicinema.com.br/2_3_direcao.htm)



solteiras, 43 milhões, são consideradas um nicho de mercado com grande poder de consumo, uma espécie de *yuppies* do século XXI.

Diante deste panorama, a escolha do *casting* do programa era realmente definitiva. Era necessário mostrar a vida das mulheres de uma forma que as espectadoras pudessem se identificar e, assim, tornar o programa bem quisto. Sarah Jessica Parker<sup>44</sup> foi, desde o princípio, a única escolha do idealizador de STC. Ele era um grande fã da atriz e acreditava que ela seria a única pessoa capaz de tornar uma personagem bastante emocional - que pratica o sexo livremente, é independente e fala muito sobre sexo - simpática ao público: “Eu senti que Sarah Jessica traria um senso de romantismo e humanidade à personagem. Eu precisava da combinação dela e do papel” (STAR apud SOHN, 2002, p.15). Depois de relutar um pouco em aceitar (Parker não atuava na televisão há dez anos), ela aceitou a oferta de Star, que prometeu torná-la uma das produtoras executivas do programa.

A colunista Carrie Bradshaw, segundo o também escritor e produtor executivo Michael Patrick King (apud SOHN, 2002), é o coração, a cabeça e, quase literalmente, a voz de STC. Sua busca pelo homem certo foi sempre a linha central do programa. Ao contrário das heroínas tradicionais, Carrie não vê o casamento como o final de uma jornada e é esta tensão que torna sua personagem tão ambivalente. Parker declara, ao falar sobre sua personagem, que a considera bastante “antiquada”: “se não o fosse, ela não estaria nesta busca interminável” (PARKER apud SOHN, 2002, p. 22). Segundo ela, todas as personagens colheram os benefícios do movimento feminino, pois demonstram sua liberdade sexual, senso de oportunidade e a habilidade para o sucesso: “se você já cresce com o direito de escolher, votar, se vestir como bem entender, dormir com quem quiser e ter o tipo de amizade que deseja, isto é o que a constitui enquanto mulher” (PARKER apud SOHN, 2002, p. 24).

Entretanto, a atriz diz que o programa não tem uma proposta feminista<sup>45</sup>, uma vez que, se assim o fosse, as feministas “de verdade” iriam questionar aquelas mulheres e querer que algumas coisas fossem diferentes para elas. Esta não é só sua opinião. Suas parceiras de elenco também vêm desta forma, embora não cheguem a fazer, em nenhum momento, qualquer menção ao feminismo. Cynthia Nixon (Miranda) coloca que sua personagem,

<sup>44</sup> A atriz estreou na televisão aos 8 anos, mas foi a partir da série de TV *Square Pegs* (1982) que ela começou a ser chamada para outros papéis. Antes disso, só havia atuado em peças e musicais da Broadway, pois desde pequena também cantava e dançava. Entre seus filmes, *Footloose* (1984), *L.A. Story* (1991), *Lua de mel a três* (1992) e *Ed Wood* (1994). Parker nasceu em 1965, é casada desde 1997 com o ator Mathew Broderick e está grávida de seu segundo filho.

<sup>45</sup> Durante as seis temporadas há apenas uma menção explícita ao movimento feminista/feminismo, quando Charlotte decide que largará seu trabalho para se dedicar ao marido e filhos, ao que as amigas são contra (Ep.7,4ª temporada). Apesar de decidida, Charlotte se sente constrangida e pressionada, por isso tenta se justificar dizendo que também será voluntária em um programa de prevenção à AIDS. Em uma discussão com Miranda, reclama: “O movimento feminista fala sobre escolhas. Se eu quiser largar meu trabalho, essa é minha escolha”.

juntamente com Samantha Jones, são o masculino em STC, enquanto Carrie e Charlotte seriam personagens mais femininas. Para ela, o programa mostra o quanto as amizades são importantes quando você não é casada e não tem uma família:

O programa fez a ‘solteirice’ parecer mais divertida. Acabem ou não estas mulheres casadas, o casamento não é a única medida de suas vidas. Há momentos em que STC faz com que você tenha muito orgulho de ser uma mulher ou estar solteira, em outros momentos, entretanto, faz com que você se sinta muito triste por estas duas coisas. (NIXON apud SOHN, 2002, p. 86)

Kim Cattrall (atriz que interpretava Samantha Jones) considera que ela e as colegas são tão pioneiras quanto Mae West ou Madeleine Kahn, já que são também comediantes a aventurar-se por um território ainda não explorado na televisão. Ela aponta que as mulheres sexualmente livres ou “promíscuas” sempre foram punidas através dos tempos, sendo sempre mortas ou abusadas. STC, segundo Cattrall, “tornou possível para a mulher falar a respeito do que ela gosta ou não sexualmente. Levantou a bandeira da honestidade. Eu acredito que STC é sobre a luta pela intimidade e pela gratificação” (CATTRALL apud SOHN, 2002, p. 108).

Kristin Davis (que interpretava Charlotte) afirma que o programa é sobre o movimento cultural de uma geração que cresceu tendo escolhas, podendo não casar em determinada idade se assim não quisesse e optar por seguir uma carreira profissional. Diferente das mães desta geração, as mulheres agora têm escolhas, logo, podem ter a vida que querem (SOHN, 2002).

Mostrar a vida e as escolhas das mulheres independentes era, aliás, uma característica de STC, sendo seu roteiro uma das razões apontadas para seu sucesso. Em entrevista via e-mail com a jornalista Teté Ribeiro, autora do livro não-autorizado de STC mais completo sobre o programa no Brasil, ela também sinaliza isto:

*Sex and the City* é um trabalho único – aquele time de profissionais muito provavelmente nunca mais fará nada tão bom quanto *Sex and the City*. (...) Era o roteiro, a direção, as locações, os atores coadjuvantes enfim, o trabalho em grupo que fazia o talento de cada pessoa despontar. *Sex and the City* não é um bom seriado porque é feminista, ou porque tem um bom time de atores ou porque tem um bom time de escritores. É bom porque tem tudo isso, porque é feito com o que há de melhor na TV atual. (RIBEIRO, 2006)

O núcleo de roteiristas era de apenas oito pessoas no começo da *sitcom*: Cindy Chupack, Jenny Bicks, Allan Heinberg, Julie Rottenberg, Elisa Zuritsky, Amy B. Harris, Darren Star e Michael Patrick King. Na primeira temporada, todos os episódios foram escritos por King e Star. A partir da 2ª temporada, tendo uma maior equiparidade entre os roteiristas,

acabou sendo natural que, quando as mulheres escrevessem, trouxessem para STC situações que passaram em suas vidas, originando a verossimilhança cultural do programa a que nos referimos anteriormente.

O processo de criação de um episódio de STC era demorado. No outono, cerca de quatro meses antes de começarem a filmar uma nova temporada, os roteiristas reuniam-se no escritório de Los Angeles para começar a discutir as histórias que iriam ao ar. Eles basicamente combinavam quais seriam os questionamentos de Carrie Bradshaw em sua coluna, eixo para cada episódio, e só a partir de então que os demais temas eram desenvolvidos. “Durante um mês nós sentamos e falamos sobre as nossas vidas e depois colocamos em nosso roteiro e está criada a temporada”, diz King (apud SOHN, 2002, p. 34). Por volta do mês de novembro, quando tinham uma idéia básica da temporada, era o momento de se reunir com a produtora executiva Sarah Jessica Parker. Após a sua aprovação, era a vez do roteirista preparar o texto. Geralmente o escolhido para escrevê-lo era aquele que se sentia próximo emocionalmente do assunto a ser discutido no episódio. A HBO também dava o seu aval eventualmente e, por volta do mês de fevereiro, quando o primeiro grupo de episódios já estava escrito, a equipe se mudava para Nova York e finalmente começavam as gravações.

Darren Star conta que toda a primeira temporada da *sitcom* foi filmada antes de ir ao ar, logo, foi muito tranquilo já que eles ainda não estavam preocupados com os números de audiência e a reação do público. Aos poucos ele foi tendo este retorno nas ruas e teve finalmente a certeza de que estava no caminho certo. O criador de STC sabia que a temática do sexo, vista pelo ângulo feminino, era importante: “as pessoas não assistem STC para ficarem excitadas, mas porque é engraçado. Nós podemos fazer coisas diferentes e explícitas porque elas são engraçadas” (STAR apud SOHN, 2002, p. 36). Razões não faltam para a repercussão do programa, pois, segundo ele, as mulheres se vêem na tela da TV, passando por aquelas situações:

Eu acho que o programa empoderou muita gente. É muito mais fácil casar quando você sente que está de bem consigo mesma e sozinha. Quando se chega aos 30, você tem um senso de identidade e sabe que sua identidade não depende de outra pessoa ou do fato de ser ou não casada. (...) As mulheres do programa são como muitas mulheres de hoje que não sentem esta pressão para casar, elas estão focadas em suas carreiras. Então, as suas jornadas são muito mais sobre auto-conhecimento e empoderamento pessoal do que qualquer outra coisa. (...) Uma das grandes mensagens de STC é que não há problema em ser solteira. (STAR apud SOHN, 2002, p. 36)

Michael Patrick King foi um dos co-produtores executivos de *Murphy Brown*<sup>46</sup> e começou em STC como roteirista e co-produtor, passando para o cargo de produtor executivo já na 2ª temporada e, depois, assumindo o programa na 4ª temporada, quando Darren Star ficou apenas como consultor executivo. King vê STC como um programa humano, onde eles dizem o que ninguém ainda havia ousado dizer às pessoas de 30 anos: “talvez sua vida seja melhor do que a das pessoas casadas. Talvez.” (KING apud SOHN, 2002, p. 37) Dentro desta humanidade, tanto as falhas quanto os pontos positivos de casadas e solteiras são mostrados, ficando a critério do espectador tomar uma posição.

Cindy Chupack, uma das principais roteiristas de STC, diz que ao entrar para a equipe tinha 32 anos, era solteira e sentia muito a pressão deste estigma em um mundo onde os seus amigos estavam todos casando e tendo filhos. Segundo ela, as pessoas assistiam STC toda semana por causa “da procura, da dor, da confusão e da amizade” (CHUPACK apud SOHN, 2002, p.38). Ao ver que STC estava na capa da revista *Time* sob o título *Quem precisa de um marido?*, ela confessa ter pensado que “o clima havia mudado para as solteiras e parte da responsabilidade disto foi de STC” (CHUPACK apud SOHN, 2002, p.38).

Jenny Bicks, outra roteirista de STC, também havia participado de outro sucesso televisivo, *Seinfeld*, e estava trabalhando para a série adolescente *Dawson's Creek* quando viu o episódio piloto e pensou que as mulheres da vida “real” não falavam daquele jeito (SOHN, 2002). Na segunda temporada ela foi uma das responsáveis por trazer aquelas mulheres mais para perto do cotidiano feminino, questionando que, talvez, as mulheres dissessem aquilo, mas de uma outra maneira. De acordo com Bicks, os roteiros são pessoais e o que realmente funciona no programa é que ele é “real”, fala sobre o medo, a solidão, a insegurança e todos os demais problemas que a mulher de 20, 30 ou 40 anos passa.

Todo este esforço para fazer uma série de TV diferenciada teve sua recompensa. Só em Porto Alegre foram vendidos, até o dia 20 de outubro de 2006, mais de 700 boxes de DVD's da *sitcom* na maior livraria da cidade<sup>47</sup>. As atrizes tornaram-se conhecidas, assim como as roupas e marcas que usavam (*Manolo Blahnik*, *Roberto Cavali*, entre outras), bebidas que tomavam (*Cosmopolitan*) e lugares que frequentavam. Em Nova York, por exemplo, foi

---

<sup>46</sup> *Murphy Brown* foi criado por uma mulher, Diane English, esteve no ar de 1988 à 1992 e, segundo Bonnie Dow (1996), era o ícone pós-feminista para os anos 90, em contraponto com seu antecessor na CBS, Mary Tyler Moore (1970-1977), que foi o ícone feminista dos anos 70. O programa era centrado na vida de uma repórter de um jornal televisivo chamado FYI, uma mulher forte e determinada, cheia de auto-confiança que é bem-sucedida profissionalmente (já havia ganho diversos prêmios de jornalismo), mas tem problemas no campo afetivo: “Ela representa o estereótipo do tipo de mulher que tem todo seu foco na carreira e não tem tempo ou talento para relacionamentos” (DOW, 1996, p. 144)

<sup>47</sup> Informação fornecida pela Livraria Cultura de Porto Alegre, que tem sua sede em São Paulo e outras filiais em Recife e Brasília.

criado um *tour Sex and the City*, onde se tinha a oportunidade de passear pelos lugares onde o programa foi gravado, ir nas lojas e danceterias, entre outros pontos turísticos.

Além disso, STC foi também um fenômeno da cultura globalizada. Vários livros sobre o programa foram lançados ou traduzidos pelo mundo. Entre eles, *Ele simplesmente não está a fim de você* (ROCCO, 176p), de Liz Tuccillo e Greg Behrendt, consultores de STC, que foi inspirado em um episódio da última temporada da *sitcom*. A premissa defendida no livro – e também abordada no episódio (Ep. 4, 6ª temporada) – é de que os homens inventam desculpas para não dizer a verdade às mulheres, coisa que eles detestam. Em recente entrevista à Revista Veja, Behrendt (2006), que era o responsável pela construção das personagens masculinas na *sitcom*, afirma que muitas de suas descrições sobre o comportamento masculino soam “chocantes” para as mulheres, mas depois elas se sentem fortalecidas por saber a verdade. Segundo ele, os homens têm maneiras diferentes de lidar com um rompimento. Enquanto a mulher pensa no que deu errado no relacionamento 24 horas por dia, o homem já está convidando outra para sair. E mais: uma mulher não deve convidar um homem para sair se quiser mais que diversão e sexo casual. O consultor diz que os homens adoram este tipo de abordagem, mas dificilmente se envolvem com as mulheres que tomam a iniciativa (BEHRENDT, 2006).

Kim Cattrall (a “liberada” Samantha), também aproveitou o sucesso de sua personagem para lançar um livro: *Satisfação: a arte do orgasmo feminino* (2002). No Brasil ainda tivemos mais duas publicações relacionadas diretamente ao programa, nenhuma autorizada pela HBO. A primeira delas, um guia com o melhor de *Sex and the City*<sup>48</sup>, trazendo os roteiros de Nova York de acordo com os lugares mostrados no *sitcom*, assim como um guia dos episódios. O segundo é o *Almanaque Sex and the City*<sup>49</sup>, que traz perfis das quatro personagens principais, um guia de episódios das três primeiras temporadas, além de passatempos e um teste.

Longe do mercado editorial, STC ganhou diversos prêmios, entre eles *Globos de Ouro* e *Emmy Awards*, símbolos de grande sucesso na televisão. A repercussão de STC também pode ser vista em números: estima-se que o último episódio do programa, em 2004, teve uma audiência de 10.6 milhões de pessoas, uma das maiores audiência do canal HBO. Também é importante ressaltar que outros programas do gênero já foram gerados a partir da influência de STC, todos com o mesmo formato: quatro mulheres, humor, busca de um par. E não só nos

<sup>48</sup> RIBEIRO, Tetê. *A Nova York de Carrie, Samantha, Charlotte e Miranda*. São Paulo: Arx, 2004.

<sup>49</sup> RUIZ, Cristhiane. *Almanaque Sex and the City*. Rio de Janeiro: Nau Editora, 2004.

Estados Unidos, mas em diversos países, como Rússia (*The Balzac Age*) e Brasil (*Avassaladoras*<sup>50</sup>).

O intuito de romper com alguns paradigmas da televisão, principalmente em relação ao sexo, era o propósito da *sitcom* (STAR, 2004). O modo como Darren Star fala sobre o assunto deixa isto evidente: “eu queria mostrar o sexo de um modo que nós pudéssemos rir e nos divertir com ele, não o levar tão a sério e fazer uma comédia R-Rated<sup>51</sup>, coisa que não se podia fazer até então na televisão” (STAR, 2004). Em suma, do ponto de vista da produção, a intenção declarada era mudar o paradigma de que o sexo na TV é proibido e, simultaneamente, empoderar as mulheres, mostrar que elas têm – felizmente - a permissão para fazer sexo livremente, usufruir de seu corpo como bem entenderem e sentirem-se bem sozinhas, sem ter necessariamente um homem ao seu lado, sem o estigma do casamento.

Como McRobbie (2006) já apontava ao falar sobre as propagandas do *Wonderbra*, a mulher exposta à STC, é fruto de uma educação na ironia e de uma alfabetização visual. A grande eficácia deste repertório, segundo a autora, é que ele reside na garantia de desencadear reações efusivas contra um regime tirânico de puritanismo feminista (MCROBBIE, 2006). O feminismo, como os próprios criadores e atrizes aqui colocaram – tendo sido apenas mencionado, e negativamente, por Parker, aliás, outra estratégia para o deixar à margem - só é levado em consideração para mostrar que estamos em um outro momento. O feminismo, para eles, é passado, não merece atenção. Distanciados do seu debate e cientes de sua negação, o pós-feminismo toma forma em STC que, de acordo com esta noção, se torna um de seus representantes nos últimos anos. Afinal, segundo Darren Star, as mulheres de STC são como a maioria das mulheres de hoje que assistem ao programa: enquanto esperam pelo par ideal, não se sentem pressionadas a casar, mas a progredir em suas carreiras. A pergunta que inquieta e que pretendemos ainda aqui responder é: será mesmo?

### 3.2. O texto: descrição e análise dos episódios

De acordo com Hall (2003c), o texto é um fator delimitador da decodificação. É a partir dele que a codificação é efetivada e que preferências de leitura são apresentadas ao

<sup>50</sup> Produção conjunta entre Fox e Record (2006) que teve 22 episódios de uma hora cada. Segundo o website oficial do programa ([www.avassaladoras.com.br](http://www.avassaladoras.com.br)), não há no momento previsão de continuação.

<sup>51</sup> R-Rated (Indicação restrita) é o termo utilizado nos Estados Unidos para indicar que determinado filme ou programa não é aconselhável para menores de 17 anos, salvo caso de estarem acompanhados do pai ou adulto responsável. Esta restrição se dá por diversas razões, entre elas utilização de termos de baixo calão, cenas de sexo, violência ou nudez.

receptor. Os sentidos preferenciais do texto trazem as práticas e crenças que este objetiva apresentar que, quase sempre, é a ordem dominante institucionalizada.

Sendo assim, aqui faremos uma análise crítica de oito episódios de STC a partir de três eixos que consideramos recorrentes no programa: Sexo, Comportamento e Consumo. Optamos por circular entre estes tópicos por considerá-los essenciais para o entendimento do processo de reconfiguração, remodelagem e/ou reafirmação das identidades pessoais, neste caso específico, da identidade feminina, fazendo com que suas fãs legitimem ou rejeitem práticas sociais propostas pela *sitcom*.

Dado o fato que todos os episódios tematizam uma questão sexual e o sexo foi algo que os produtores do programa queriam ressaltar, como “Sexo” definimos as relações sexuais *strictu sensu*. Estando visível, mencionado, ou apenas subentendido, este eixo nos possibilita analisar como as personagens lidam com o sexo, sua potencialidade ou falta. Como “Comportamento”, entenda-se os valores que engendram atitudes, estando relacionado às condutas e posicionamentos das protagonistas diante de determinadas situações, excluídas aquelas que envolvem sexo, por já serem contempladas no eixo anterior. O último eixo, “Consumo”, deve ser entendido em seu cerne: como as protagonistas se relacionam com o ato de comprar/consumir.

Optamos, em virtude da extensão de episódios (94), por trabalhar com apenas um de cada temporada, além dos dois últimos episódios da *sitcom*, por estes trazerem o desfecho da trajetória das personagens. Como o Brasil foi um dos países mais mencionados em STC (juntamente com a França), selecionamos aqueles episódios que fazem menção, preferencialmente verbal, ao Brasil ou a brasileiros (as). Dizemos isto pelo fato de que o programa também fez menção ao Brasil, de forma não explícita, através da inserção de sua música como trilha sonora e do uso da moda de estilistas brasileiros. A moda brasileira, por exemplo, foi utilizada no figurino dos episódios 3, 4 e 5 da 4ª temporada e no episódio 3 da 6ª temporada (RIBEIRO, 2004). A trilha sonora brasileira, apesar de também não ser mencionada, foi utilizada nos seguintes episódios: 14, da 3ª temporada; 3, 4, 10, 11, 12 e 16, da 4ª temporada; 2, 7 e 8, da 5ª temporada (RIBEIRO, 2004). Utilizamos como referência o livro de Teté Ribeiro (2004) e a própria assistência da autora deste trabalho aos episódios para chegar a estes dados.

Na 1ª, 2ª, 3ª e 6ª temporadas, contabilizamos apenas um episódio que fazia menção verbal ao Brasil, sendo estes os selecionados destas temporadas. Na 4ª temporada, tivemos

quatro episódios onde houve menção verbal ao país<sup>52</sup>. Destes, foi selecionado aquele que melhor contemplava os três eixos de nossa análise: sexo, comportamento e consumo. A 5ª temporada foi a única que não apresentou nenhuma menção verbal ao Brasil, porém, três episódios continham música brasileira em sua trilha sonora. Entre estes, adotamos o mesmo critério de seleção da temporada anterior.

Foram definidos, então, como *corpus* de pesquisa, oito (8) episódios: O poder do sexo feminino (Ep. 05, 1ª temporada), A dor maravilhosa (Ep. 12, 2ª temporada), Sexo e outra cidade (Ep. 14, 3ª temporada), Apenas diga sim (Ep. 12, 4ª temporada), Pecado não original (Ep. 02, 5ª temporada), Luz, câmera, relacionamentos (Ep. 05, 6ª temporada), Uma garota americana em Paris - Part une (Ep. 19, 6ª temporada) e Uma garota americana em Paris - Part deux (Ep. 20, 6ª temporada).

Antes da análise de cada episódio, faremos uma descrição dos acontecimentos nele contidos, incluindo as tramas referentes às quatro personagens femininas, excluindo aquelas que relacionam-se aos seus amigos gays, por não ser este o foco de nossa pesquisa. A descrição, por sua vez, tentará manter o teor informal da narrativa de STC a fim de facilitar seu entendimento tanto por parte daqueles que acompanharam o programa, quanto daqueles que só agora tomam conhecimento de sua narrativa.

Esclarecemos que, mesmo tendo STC uma estrutura narrativa diferenciada das *sitcoms* tradicionais (narração em off da personagem-narradora Carrie, diálogo de Carrie com a câmera/espectadora), optamos por não dar destaque técnico a estas na descrição do episódio<sup>53</sup>, apenas incluí-las, quando relevante, em itálico.

Não nos ateremos às diversas citações ou menções sobre a cidade de Nova York durante nossa análise. Devido ao fato de termos conhecimento de todo o desenrolar da *sitcom*, em alguns momentos, se necessário, poderemos recorrer a alusões ou relações com episódios anteriores ou posteriores para melhor proceder a análise.

### **3.2.1. O poder do sexo feminino (Ep. 05, 1ª temporada)**

Roteiro: Jenji Kohan - Direção: Susan Seidelman.

Data de exibição nos EUA: 05/07/1998 - Data de exibição no Brasil: 16/09/2002

<sup>52</sup> Três destes episódios tiveram a participação da atriz brasileira Sonia Braga, como a namorada lésbica de Samantha Jones.

<sup>53</sup> Reconhecemos a importância da mediação tecnológica, conforme MARTÍN-BARBERO (2003). Ao assumir que a *sitcom* é uma produção feita exclusivamente para o meio televisão, de certa forma abordamos esta mediação, embora ela não seja nosso foco aqui.



Carrie e Samantha não conseguem mesa no badalado restaurante Balzac - *o único restaurante que faz a diferença em Manhattan*. A culpada é a host do estabelecimento que, segundo Carrie, *é a mulher mais poderosa de Nova York no momento*. Faminta e furiosa por não ter conseguido convencer a host a lhes conseguir uma mesa, e depois de ter pensado até mesmo em suborná-la para isso, Samantha reclama:

- Eu era aquela mulher dez anos atrás, mas eu lidava com meu poder com mais benevolência. (...) Você percebe? Se ela fosse um homem nós não só estaríamos comendo agora, mas também bebendo de graça!

Depois do almoço em um restaurante tailandês perto dali, Carrie vai “investigar” sobre sua teoria de que *consumir libera a criatividade subconsciente* quando tem seu cartão recusado e quebrado pelo vendedor ao tentar comprar sapatos na *Dolce & Gabbana*. Ela é salva por Amalita, sua amiga italiana, que também está fazendo compras na loja e paga sua conta. Amalita é uma “festeira internacional”, ou seja, sai com milionários e aproveita tudo que eles podem lhe oferecer.

Ao chegar em casa, Carrie depara-se com muitas contas e, ao preparar sua coluna, escreve que inveja Amalita, pois ela não trabalha para se sustentar, mas tem *um poder sexual deslumbrante do qual sabia tirar proveito*. Um dilema então foi por ela colocado: “*Onde fica o limite entre uma namorada profissional e uma profissional?*”

As amigas, em um sábado à noite, jogam pôquer na casa de Carrie e discutem:

- As mulheres têm o direito de usar qualquer recurso para obter poder, diz Samantha.
- A não ser transar para subir na vida, retruca Miranda.
- Pode, se esse for o último recurso, argumenta Samantha.
- Não, isso é exploração! Intromete-se Charlotte.
- De homens, o que é perfeitamente legal. (...) Homens e mulheres são exploradores de oportunidades do mesmo nível, finaliza Samantha.

As amigas conversam sobre Neville Morgan, um famoso pintor que convidou Charlotte para ir à sua casa ver seu novo trabalho. Charlotte vê uma grande oportunidade para sua galeria e quer que ele exponha lá suas obras, mas tem medo que ele tente algo. Ela pergunta às amigas, envergonhada: “E se ele quiser...”

- Que você segure o pincel dele? Ironiza Carrie.

Ao que Miranda prontamente responde:

- Se ele tentar ou sugerir isto que você está sugerindo, me ligue imediatamente que eu acabo com ele no tribunal. É esse o modo apropriado de trocar sexo por poder.

Miranda está saindo com o romântico Skipper. Ela se incomoda com o fato dele ter ido busca-la com uma hora de antecedência do combinado. Sua insatisfação é visível ao abrir a porta para ele e reclamar do horário. Skipper, de forma submissa, diz que irá espera-la no corredor. Miranda diz que estava mesmo de saída e se despede das amigas.

Obcecado sexualmente por Miranda, Skipper questiona Carrie no dia seguinte:

- É possível ser viciado em uma pessoa? O sexo é tão bom que eu só penso nisso. Eu nunca fui obcecado por sexo, mas acho que estou começando a assustá-la.

Ele então confessa que Miranda não o deixa dormir em sua casa e, diante disto, Carrie conclui que talvez *a sexualidade de Miranda estivesse dominando o pobre Skipper*.

Carrie está na cama quando recebe o telefonema de Amalita dizendo que tem alguém que gostaria muito conhecê-la. Apesar de não querer – afinal, estava sem dinheiro, como Amalita bem sabia – ela *racionaliza que os seus sapatos novos não deviam ser punidos pelo fato de ela estar sem dinheiro*. Amalita apresenta Carrie à Gilles, um arquiteto francês a caminho do Brasil a negócios.

- Gilles sabe tudo sobre você. Eu lhe disse que você é a mulher mais bonita, talentosa e fascinante de Nova York.

Gilles pergunta:

- E solteira? Como isso é possível?

- Oh, entendi. Você é arquiteto e comediante.

Depois de muito conversarem, ele a convida para ir com ele ao Brasil, mas Carrie explica que não pode aceitar o convite, pois está com dificuldades financeiras. Ele indaga:

- Jornalistas não ganham bem?

- Sim, ganham, mas eu tenho um vício... Sapatos caros!

Ele ri e a convida para passearem no dia seguinte. Ela concorda e os dois trocam elogios. Ela nitidamente parece estar nas nuvens e mostra-se fascinada com aquele *que a fez ver alguns sinais: Divorciado, francês e quase lindo demais, mas eu me sentia como flutuando no ar*.

Depois de um dia maravilhoso com Gilles, Carrie explica a ele que tem uma regra para seus encontros: nunca transa com alguém que só conhece há um dia. Respondendo ao beijo dele, ela pensa que em Paris já seria outro dia e cede, livre de toda culpa. Na manhã seguinte ele se despede e deixa mil dólares em dinheiro para ela. Decepcionada, Carrie chama Samantha e Miranda ao hotel para tomar café com ela e discutir sobre o acontecido.

- Eu não entendo! O que exatamente em mim dá a entender que eu sou uma vagabunda?

- Além dos mil dólares no criado-mudo? Ironiza Miranda.

Samantha não entende a irritação de Carrie.

- Por que você está tão irritada? Dinheiro é poder, sexo é poder. Portanto, sexo por dinheiro é troca de poder.

- Esqueça Camille Paglia.

- Devo ficar muito ofendida ou lisonjeada?

- Os homens dão, as mulheres recebem. É destino biológico.

- Hello!! Você realmente disse isso? - retruca Miranda - É exatamente isso que os homens vêm dizendo desde sempre para explorar as mulheres.

Charlotte é convidada para posar para o pintor Neville Morgan. Seu novo trabalho é sobre o que ele considera a força universal de Deus: a vagina. Morgan diz ser esta sua maior obra e apresenta a ela algumas vaginas já pintadas e diz que todas as mulheres que ele pintou foram marcantes em sua vida. Charlotte se sente desconfortável com a situação, ao contrário da mulher dele, que oferece biscoitos e suco enquanto comenta:

- Aposto que você tem uma vagina linda.

Apesar de detestar a palavra vagina, ela em nenhum momento ousa corrigir o pintor. *Ele não é um homem que se corrija e Charlotte se pergunta naquele momento até onde irá pelo amor à arte e à galeria.*

Carrie e Samantha voltam ao Balzac *com o dinheiro de prostituta* de Carrie e tentam conseguir mais uma vez uma mesa. Não conseguem e, ao ir ao banheiro antes de ir embora, Carrie encontra Amalita com alguns amigos em uma mesa. Ela pensa que *poderia se tornar um investimento de alto risco, transformando aqueles mil dólares em jóias, viagens e um divórcio milionário*. Mas chega à conclusão que *não é porque Veneza está afundando que a sua moral teria que ir junto*.

No banheiro, Carrie se olha no espelho e assume que não tem como devolver à Gilles o dinheiro recebido, sendo assim, ela *por uma noite teve seu preço*. Neste momento, a host, que também estava no banheiro, pede a ela um favor: um absorvente. Samantha e Carrie sentam finalmente no Balzac juntas para jantar, sem que Carrie tenha contado *a fonte de seu poder*.

Na exposição de Neville Morgan na galeria de Charlotte, as amigas tentam descobrir qual vagina é a de Charlotte. Ela conta no ouvido de Carrie, que passa adiante para as amigas. As quatro dirigem-se para a vagina de número três e Carrie, finaliza: *Eles dizem que uma imagem vale por mil palavras mas, neste caso, eu fiquei sem nenhuma*.

Neste episódio, observamos que o Sexo está configurado na trama de Miranda, através do poder sexual que esta exerce sobre Skipper. Os dois vivem um relacionamento onde a base é o sexo. Ele, um rapaz romântico, que acredita no amor e busca um relacionamento, está obcecado sexualmente por Miranda e não entende o fato dela não convidá-lo para passar a noite em sua casa. Notamos o despreendimento de Miranda com o relacionamento e uma troca de papéis: não é o homem que tem o domínio da relação, mas a mulher, e através do sexo. Isso é também visualizado no modo como ela o recebe na casa de Carrie, assim como na reação submissa dele. É ele que tem medo de irritá-la, assustá-la e, enfim, perdê-la. Vale lembrar que Miranda é a personagem, neste momento, mais masculinizada da *sitcom*, tanto na aparência quanto na profissão (advocacia) e nas ações, extremamente racionais. Miranda tira proveito do sexo com Skipper, mas o fato de não deixá-lo dormir em sua casa mostra que ela não quer envolvimento, que é ela quem dá as cartas no relacionamento que, por sua vez, representa para ela apenas sexo. Ele, aos olhos das amigas, é o “pobre” Skipper, o “meigo”, o “viciado” e recebe um tratamento correlato ao de pena, como se estivesse se submetendo a uma situação visivelmente sem futuro, já que ele e Miranda buscam coisas diferentes.

As tramas de Carrie e Charlotte podem ser visualizadas sob o eixo Comportamento, já que seus valores transparecem através das atitudes que estas tomam. Tanto Carrie quanto Charlotte usam seu poder feminino, uma inconscientemente, a outra não. Carrie recusa o convite de Gilles para acompanhá-lo ao Brasil por não ter como pagar suas despesas. Isso significa que a mulher de STC não espera que o homem lhe pague tudo, mas que ela, com seu trabalho, possa arcar com suas próprias despesas e prazeres. Carrie não imagina que será paga pelo dia que passa com Gilles. Sua esperança em um romance fica clara quando ela parece flutuar depois de uma conversa agradável com Gilles. Ela vê nele uma possibilidade de romance, enquanto foi vista por ele como uma prostituta de luxo e se sente incomodada com isto. Já Charlotte tira vantagem profissional de sua aparência para conseguir o que quer, mesmo tendo que passar por cima de seus princípios. Na discussão na casa de Carrie, as amigas posicionam-se sobre a questão. Charlotte demonstra medo de assédio sexual antes de encontrar o pintor Neville mas, ao final, diante de uma galeria cheia de convidados, está bastante satisfeita, o que sugere que tirar vantagem de seu corpo (sem o sexo estar envolvido) – e abrir mão de alguns princípios em prol da carreira - não foi tão difícil e trouxe resultados significativos para sua pessoa. No decorrer da discussão, Samantha deixa claro que as mulheres têm tanto direito quanto os homens de usar qualquer recurso para obter poder, inclusive seu corpo, por isto é mais válido lidar com o sexo oposto nos negócios. Miranda, ao contrário, diz que os recursos são válidos, desde que o sexo não esteja envolvido. As posições

antagônicas de Samantha e Miranda as revelam: uma é a mulher liberada, a outra, a mulher racional. O relevante é que as duas opiniões são levadas em consideração na decisão de Charlotte, que acaba liberando-se de seus princípios e racionalizando que ela teria uma vantagem competitiva junto às demais galerias – e profissionais da área - se expusesse sua intimidade à arte, ou seja, à Neville Morgan.

O Consumo está materializado também na trama de Carrie, no momento que esta se propõe, depois de um almoço frustrante, dirigir-se a uma loja *Dolce & Gabbana* para comprar, sob a desculpa de testar sua teoria que consumir libera a criatividade subconsciente. Na verdade, Carrie tem dificuldades financeiras, mas não consegue evitar de comprar sapatos de griffe, ainda mais depois de uma decepção (não almoçar no Balzac). Sua teoria é uma desculpa bem consciente para comprar, para sentir o prazer que comprar sapatos lhe proporciona. Podemos dizer que quando Carrie assume para Gilles que tem um “vício”, ela justifica para si mesma seu prazer enquanto busca nele uma “autorização” para sua “doença”.

### **3.2.2. A dor maravilhosa (Ep. 12, 2ª temporada)**

Roteiro: Ollie Levy e Michael Patrick King - Direção: Allison Anders

Data de exibição nos EUA: 22/08/1999 - Data de exibição no Brasil: 27/01/2003

*Quando se trata de relacionamentos, como saber qual é o limite?* Esta é a pergunta que se faz Carrie neste episódio que tem como foco relações sadomasoquistas. As amigas são convidadas por Samantha para conhecer *a mais nova sensação na já repleta noite de atrações de Manhattan: o restaurante sadomasoquista La Douler Exquise, tradução, a dor maravilhosa*. A empresa de RP de Samantha é a responsável pela inauguração. Carrie comenta com Miranda:

- É isso que acontece quando o prefeito fecha todos os Sex Shops. Nós os substituímos pela gastronomia.

Todos os convidados deveriam estar vestidos de modo “pervertido”, assim como os garçons. Por esta razão, quando Samantha vê Charlotte chegar vestida “normalmente” a repreende com palavras e com o chicote que carrega, ao que esta prontamente responde:

- Eu perverti o meu cabelo.

Na mesa, o garçom erra o pedido de Samantha. Ela o faz abaixar-se para apanhar e então o chicoteia. As amigas assistem à cena espantadas, mas se divertem. Charlotte pergunta:

- Como ele pode trabalhar assim?

Carrie justifica:

- No Howard Johnson eu tinha que usar um boné cor de laranja.

Samantha provoca Charlotte:

- Não seja tão moralista! Isto é só uma forma de expressão erótica. Todo mundo aqui trabalha e paga suas contas. Estão só se divertindo com seus fetiches... Fico imaginando qual seria o seu fetiche...

- Eu não tenho fetiche!

- Todos têm um fetiche. A única diferença entre eles e nós é que eles os expõem. Eu acho isso ótimo e fabuloso.

Carrie diz que precisa ir embora para encontrar Big, que viajará na manhã seguinte para Paris, e aconselha as amigas:

- Lembrem-se que não fica bem chicotear no primeiro encontro.

Samantha entrega seu chicote e sua cartola para que ela tenha uma boa noite de divertimento com Big. Chegando na casa dele, o próprio não entende a brincadeira e o modelito, em um primeiro momento, não surte efeito. Mas ela então dá uma chicotada nele e Big entra na brincadeira. Carrie pensa que não sabe *se foi o chapéu, o chicote ou ela, só sabe que funcionou*.

Charlotte tem o seu fetiche por sapatos contrabalanceado com o fetiche por pés de um vendedor de sapatos. Ela, *que como qualquer mulher normal em Manhattan, tem adoração por sapatos*, entra em uma loja só para dar uma olhadinha. “Eu já tenho muitos sapatos”, diz ela ao vendedor, mas acaba experimentando um por insistência deste, que mostra um par exatamente do tamanho dela. “Você é malvado”, diz ela.

Antes mesmo de provar, ela justifica que não tem como pagar, pois vai alugar uma casa em Hamptons no verão. Ao vê-los nos pés, ela diz que são lindos e pergunta o valor.

- \$400.

- Tire-os antes que eu comece a chorar!

- \$200.

- Por quê?

- Porque os sapatos precisam ser adorados e você precisará deles para usar em Hamptons.

Miranda, que é apaixonada por biografias históricas, conhece Jack em uma livraria. Jack também gosta deste tipo de leitura e os dois saem juntos. Mas Jack tem um problema: só se interessa por sexo em lugares públicos, onde corra o risco de ser pego. No primeiro encontro, eles transam no beco que dá acesso à casa onde viveu Mark Twain.

Carrie passa a noite com Big e, na manhã seguinte, o vê arrumando as malas e diz que sentirá sua falta. Numa brincadeira, ela coloca uma peça de roupa na mala dele e fala que

também o ajudou a fazê-las. Ele diz que semana que vem estará desfazendo-as ali mesmo, ao voltar para casa. Carrie conta a Mr. Big que Charlotte vai alugar uma casa em Hamptons e pergunta se “eles” não poderiam ir. Ele diz que não, pois existe a possibilidade dele não estar em Nova York no verão, de ter que se mudar para Paris a trabalho por uns sete meses, um ano.

Carrie fica confusa e decepcionada. Pergunta quando ele lhe contaria, ao que ele responde que faria isso quando soubesse mais detalhes. “Fique calma!”, diz ele.

Em um Café, Carrie desabafa com as amigas sobre o que aconteceu. Ela está indignada com o fato de Mr. Big não ter lhe contado – ou ao menos ter nela pensado – ao tomar sua decisão. Charlotte, a mais otimista das amigas, diz que não é tão grave assim, que há como contornar a situação, ela pode ir visitá-lo em Paris, ele vem visitá-la...

- Não é isso! Ele nem pensou em mim no seu processo de decisão.

Samantha responde:

- Os homens agem sempre assim. As mulheres só pensam em “nós”. E a versão deles de “nós” é “eu e meu pênis”.

Carrie indaga se é pedir demais que ele a tivesse consultado sobre a ida à Paris. As amigas dizem que ela está certa. Por fim, ela desabafa:

- Uma hora ele está todo romântico comigo. Depois, me põe de lado. Não posso acreditar que isso esteja acontecendo... novamente! Por que eu não paro de fazer isso comigo? Eu devo ser uma masoquista ou coisa parecida.

Então ela percebe que estava tendo uma relação sadomasoquista com Big. Em casa, ao produzir sua coluna, ela escreve que há uma linha tênue entre prazer e sofrimento em um relacionamento. *Na verdade, se acredita que uma relação sem dor não vale a pena. Será que somos otimistas ou masoquistas se continuamos insistindo em andar nesta linha tênue? Como saber quando chegamos ao limite?*

Na ausência de Big, Carrie convida Stanford, seu amigo gay, para vir até sua casa tomar um drink com ela. Bêbada, ela liga para Mr. Big em Paris, que diz que está dormindo, afinal, são 5h30 da manhã. Ela não se intimida e fala para ele tudo que queria ter dito, principalmente o questiona sobre o por que dele não ter dito a ela que iria para Paris. Ele, sonolento, fala:

- Nós não podemos discutir isto outra hora? Eu estava dormindo.

- Nunca é uma boa hora para você. Você está sempre dormindo ou indo ou chamando seu maldito táxi! (...) Você está velho, devia pensar em outra pessoa. Não há um “nós” de mentira, é real. Mesmo que você não saiba, é real. Eu sou uma mulher. Uma mu-lher!

Mr. Big, entre impaciente e cansado do outro lado da linha, profere:

- Tome outro coquetel, mulher!

Ela se enfurece ainda mais e diz que aquilo não era uma questão de coquetéis, mas de decência humana, de ser responsável, de ser adulto. *É sobre ser um homem!*

- Eu sou um homem... um homem cansado. São 5h30 da manhã aqui.

Carrie fala para ele se acostumar, pois assim será se ele se mudar. Ela então vira o coquetel sobre si e Big diz que vai desligar, pois tem uma reunião às 9h. Ela pede que ele não lhe ligue quando estiver dormindo, pois ela, *se ele não sabe*, também trabalha. Ao desligar, mesmo bêbada, Carrie sabia *que tinha ido longe demais*.

Charlotte volta à loja de Buster para olhar outro sapato, mas dessa vez ele quer dar a ela o sapato de graça. Para isso só o que ela tem que fazer é relaxar e receber uma massagem em seus “pés cansados”. Charlotte olha para a porta da loja e não vê impecilho, então, concorda. Buster, depois da massagem, agradece.

Caminhando na rua, Carrie explica para Charlotte e Miranda que talvez não seja mesmo tão complicado Big morar em Paris, ela pode se adaptar e ir com ele, pois vale a pena.

Charlotte fica enojada ao ouvir onde Miranda anda transando com Jack, em banheiros públicos, táxis, museus, etc. Miranda, por sua vez, está insegura, pois eles nunca transaram em casa ou deitados. Charlotte a aconselha:

- Miranda, isso deve ser um relacionamento, não uma aventura juvenil. Leve esse cara para o quarto e descubra qual é a dele.

- Eu tenho medo de tentar. Ele gosta de correr riscos. E se eu só não for o suficiente?

Carrie interrompe a conversa ao ver as sandálias que Charlotte está usando. Como uma boa conhecedora de sapatos, Carrie acerta de primeira o preço que custou. Charlotte explica que não foi tanto assim pois, na verdade, ganhou do vendedor. Miranda, desconfiada, pergunta por que. Charlotte diz que o vendedor simplesmente gosta de pessoas que gostam de sapatos. Carrie arremata:

- Querida, nós estamos em Nova York. Ninguém gosta tanto assim de nada.

Ela então conta às amigas que deixou Buster “segurar seus pés um pouco” e ela mesma, ao dizê-lo, sabe o que terá que fazer.

Ao voltar à loja, Buster diz que os sapatos já foram usados e ele não pode recebê-los de volta. Se ela não os quer, ele vai “jogá-los no lixo”. Charlotte não permite e Buster propõe uma negociação: aceitá-los em troca de experimentar uma linha de sapatos que recém chegaram e que ninguém ainda experimentou para ele ver.

- E só o que eu tenho que fazer é experimentá-los?



Enquanto ela experimenta, Buster tem um orgasmo ajoelhado em frente a uma Charlotte atônita. *Cinderela em um universo sujo, corrompido e perverso.*

Carrie vai à casa de Big para pedir desculpas pelo ridículo do telefonema vestida ao estilo francês. Ela fala que está disposta até mesmo a se mudar para Paris se for necessário e de lá escrever sua coluna. Mr. Big questiona:

- Mas você se mudaria para Paris por você, certo? Não se mude por minha causa.
- Por que eu me mudaria para Paris se não fosse por você?
- Eu quero dizer que não quero que você mude sua vida e espere algo em troca.

Carrie atira o Big Mac que havia trazido para ele na parede e grita que é uma idiota. Ele, não entendendo sua reação, pergunta:

- O que é isso?
- Eu saio com uma boina, compro comida gordurosa para você e você não dá a mínima pra mim!!

- Dá pra se acalmar?

Ela diz que está farta de se acalmar e ele, agora furioso, diz:

- Olha, eu preciso de um relacionamento no qual se eu tiver que ir à Paris, eu vou. (...)

Isto não é sobre “nós”, é sobre “trabalho”.

Big diz que não quer mais falar no assunto e Carrie começa a chorar.

- Por que é tão difícil para você me considerar como um fator importante em sua vida?
- Velhos hábitos não mudam.

Ela o olha decepcionada e diz que talvez não possa mais ir em frente. Ele diz que entende sua posição.

- Estou certa que entende. (...) Você disse que me amava.
- Eu amo.
- Então por que dói tanto?

Voltando para sua casa, chorando, ela está furiosa com ela mesma e pensa que ela é a sádica nesta história. *Ele tinha o chicote, mas era eu que me amarrava. Me amarrava em um homem que morria de medo de se amarrar.*

Miranda e Jack vão finalmente para casa dele. Quando ela finalmente sente-se segura de que ela só bastava para ele, os pais dele entram no quarto e flagram Jack tendo um orgasmo. Miranda não acredita na situação.

Carrie não consegue dormir quando Big bate em sua porta. Sem dizer uma palavra – *não havia mais palavras, havíamos dito tudo* – ele entra e a abraça. No dia seguinte, depois de fazerem amor, ela sabe que tudo acabou. *Será que eu amava mesmo Big ou estava viciada em*

*dor? A dor maravilhosa de querer alguém tão inatingível.* Ela então se liberta de Big, pois sabe que chegou ao seu limite.

Ao analisar este segundo episódio, observamos que o Sexo está novamente centrado em Miranda, que se aventura a transar com Jack em lugares públicos. Este é o fetiche dele, com o qual ela acaba concordando por receio de que para ele a relação não seja tão prazerosa. Isso não significa que ela não tenha prazer com a situação, mas é ela que fica mais preocupada, mais tensa ao infringir “às regras”. O fato deles terem transado somente em lugares públicos e ainda não em uma cama, pode posicioná-la como uma mulher aventureira. Mas o fato dela desejar fazer sexo em uma cama permite transparecer seu lado mais tradicional e também sua insegurança como mulher, já que ela cogita que, devido ao fetiche dele, ela não seria motivo suficiente para satisfazê-lo. No momento em que Miranda recebe o conselho de Charlotte, ela toma coragem para incitá-lo a ficar entre quatro paredes. Quando consegue isto e sente-se finalmente segura, depara-se com os pais dele assistindo à transa, o que significa que ela realmente não era motivo suficiente e que a cama pode não ser um lugar tradicional. Jack sempre precisava do risco, até mesmo em casa, deixando a porta do quarto aberta.

O eixo Comportamento se configura na relação “sadomasoquista” de Big e Carrie. A individualidade de Big – o homem – não permite que ela – a mulher – faça parte de sua vida. As decisões são dele e não cabe a ela interferir. As diferenças entre homem e mulher ficam aqui bem claras: Carrie é sentimental, Big racional; Carrie é aquela que precisa se acalmar, Big o que tem o controle; Carrie é a que pensa nos dois, Big o que só pensa nele; Carrie é a que fica bêbada após a discussão, Big aquele que dorme tranquilamente; Carrie é a mulher, Big o homem. Carrie é capaz até mesmo de propor mudar sua vida e ir para Paris para acompanhá-lo, quando ele nem ao menos a ouviu antes de decidir partir, tampouco pediu que ela o fizesse depois disso. Big deixa claro que não quer nenhum tipo de dependência no relacionamento e, Carrie, ao contrário, não vê como alguém pode amar sem depender do outro, sem incluir o outro em sua vida por completo. Neste momento da análise, observamos que a mulher é exposta ao homem com suas vulnerabilidades, se torna dependente de seu amor, enquanto o homem é capaz de administrar uma relação sem maiores arrebatamentos. Em outras palavras, para a mulher, em primeiro lugar está o relacionamento, para o homem, o trabalho.

No que diz respeito ao Consumo, detectamos sua inserção na trama de Charlotte que, mesmo sem condições financeiras para isso, não resiste a entrar em uma loja de sapatos e comprar um par. A narradora-personagem Carrie coloca essa adoração por sapatos como algo

“normal” para qualquer mulher nova-iorquina, que está acostumada com esta volatilidade de marcas. Diante de um vendedor “facilitador”, ela não se intimida e cede ao seu fetiche, mesmo sabendo que aquilo é errado, afinal, ela é a mais correta e tradicional das personagens, como insinua Samantha na mesa do restaurante *La Douleur Exquise*, quando diz que gostaria de saber qual é o seu fetiche. Podemos visualizar que a mulher, pelo prazer de ter um sapato novo nos pés (Charlotte o usa já no dia seguinte, para passear com as amigas), é capaz de qualquer coisa. E, salientamos, não se trata de um sapato “normal”, mas sapatos caros e de griffe. A própria Carrie, ao olhar os pés de Charlotte, afirma que aquele se trata de um par de sapatos de 500 dólares.

### **3.2.3. Sexo e outra cidade (Ep. 14, 3ª temporada)**

Roteiro: Jenny Bicks - Direção: John David Coles

Data de exibição nos EUA: 17/09/2000 - Data de exibição no Brasil: 23/06/2003

*Quando se pensa em cidades, bolsas e homens, é o exterior que conta?* Com base nesta pergunta, o terceiro episódio de nossa análise é desenvolvido. Carrie está há uma semana em Los Angeles, pois um estúdio quer fazer um filme de sua coluna. Deprimida pelo fim de seu namoro com Aindan Shaw – a quem traiu com Big - e do seu caso com Big, ela convida Samantha e Miranda para acompanharem-na, já que Charlotte está casada com Trey. Carrie faz uma depilação super cavada e em alta naquela temporada nos Estados Unidos, chamada *Brazilian Wax*. Sobre a depilação, Carrie declara às amigas: “Sinto-me como um sexo ambulante”. À noite, ao tentarem entrar na estréia de um filme, Carrie e Samantha são barradas por não estarem na lista de convidados, mesmo Carrie apresentando-se como uma jornalista de Nova York. Ela então conhece Keith Travers, que diz a ela que representa o ator Matt Damon e coloca as duas para dentro da festa. Keith a convida para jantar no dia seguinte no famoso restaurante Linc e os dois acabam transando, depois de um banho de jacuzzi ao ar livre, na casa dele. Carrie ainda está fascinada com aquele ambiente milionário e glamouroso das estrelas de cinema, quando é acordada pela atriz Carrie Fisher, que é a verdadeira dona da casa. Keith é uma espécie de “caseiro” dos astros de Hollywood quando estes estão fora e mentiu para conquistar Carrie. Ela, envergonhada pela situação e por ter “caído na conversa” dele, pega suas roupas e sai dali.

Charlotte, ao chegar de seu primeiro baile beneficente com Trey, pergunta a ele como se portou. Ele a elogia e ela então aproveita para sugerir que ele tome Viagra, já que sofre de impotência. Trey diz que não quer falar sobre isso e que está tenso, por isso vai se exercitar. É a quinta vez na semana que ele foge do assunto e ela, ao verificar a correspondência de Carrie,

na manhã seguinte, sente saudade das amigas e dá-se conta que não sente falta apenas de sua vida sexual, mas de sua vida de solteira. Assim, Charlotte decide encontrar as amigas em L.A. Ao chegar lá, comenta com as amigas que está feliz por ter superado a fase “das camisinhas”.

Miranda, ironicamente, pergunta:

- Não seria a fase dos 30?

Charlotte finalmente conta para Samantha e Miranda que seu casamento é uma farsa, pois nunca transou com Trey. Charlotte casou-se com ele sem saber que ele era impotente, pois ela queria que ele a “levasse a sério” e por isso não queria o sexo antes do casamento. Ela descobre sua impotência na noite anterior ao casamento, quando não agüenta mais esperar e vai até o apartamento dele para transarem, já que no dia seguinte serão marido e mulher.

Samantha, ao fazer compras na Gucci para passar a irritação de estar no meio de pessoas tão felizes, encontra um camelô que a oferece uma bolsa Fendi falsa por 150 dólares, enquanto as verdadeiras custam, em média, três mil dólares. Ela o indica para as amigas, afinal, o que importa, principalmente em L.A., é a aparência. Miranda diz que não se interessa por imitações, mas Carrie vai com Samantha até a casa do camelô para comprar uma. Lá chegando, diz que as bolsas, dentro daquele porta-malas, não pareciam elegantes, apenas baratas, e que preferia uma autêntica, mesmo que tivesse que esperar para tê-la.

Samantha conhece Hugh Hefner, o criador da Playboy, na mesma festa que Carrie conhece Keith. Ela diz ser sua fã e ele a convida para uma outra festa, desta vez na Mansão Playboy. Samantha vai com as amigas e leva a bolsa Fendi falsa que comprou do camelô. Ela deixa-a em um canto e a bolsa some. Minutos depois, vê uma coelhinha de Hefner com a Fendi e vai tirar satisfações, mas é humilhada ao ver que a bolsa é mesmo da moça e, mais que isso, a dela é verdadeira, por mais que Samantha tivesse pensado que tudo *na coelhinha era falso*. Samantha e as amigas são expulsas da festa. Antes, Charlotte paquera um homem que, em cinco minutos de conversa, diz que ela precisa de silicone nos seios. Isto a faz pensar que seu casamento, *mesmo com o problema de Trey, é melhor que a vida de solteira*.

Miranda marca um encontro com seu velho amigo Letterman Lew, de Nova York e que agora mora e trabalha em L.A. Se surpreende ao encontrá-lo mais magro e feliz, diferente daquele rapaz de Nova York. Em uma churrascaria, em um novo encontro, ela percebe que ele apenas mastiga a carne para sentir o gosto, depois a joga fora para não engordar. Ela então vê que o otimismo e a magreza dele é apenas fachada e que ele, na verdade, é tão neurótico e infeliz quanto antes.

Ao final, as quatro amigas retornam para *Manhattan mais leves: umas sem pêlos e todas com menos dignidade*. Elas não vêm a hora de retornar para seus mundos, *onde as ruas são seguras, os homens engolem a comida e existe Trey*.

Observamos a manifestação do eixo Sexo exatamente na ausência deste no casamento de Charlotte, devido ao marido ser impotente. A impotência é aqui manifestada como um problema que a mulher propõe discutir, ajudar, enquanto o homem quer fugir do assunto. Trey se excita com revistas masculinas, mas não é capaz de manter uma ereção com a própria mulher. Charlotte sente falta do sexo no relacionamento e se insinua constantemente, mas o marido foge e diz sentir-se tenso quando ela toca no assunto, sente-se inferior, teme falhar. Encontramos um dos maiores tabus masculinos exposto neste episódio. A mulher, apesar de insatisfeita sexualmente, busca meios de tocar no assunto sem magoar ou ofender a masculinidade do marido, enquanto ele torna-se agressivo, não reconhece o esforço de Charlotte, assim como a nega sexualmente.

O Comportamento, por sua vez, se manifesta na preocupação com a aparência. As amigas estão em Los Angeles, onde elas mesmas dizem que está em oposição à Nova York, que é o lugar de pessoas mais intelectualizadas e neuróticas. Em L.A. tudo está focado na aparência, razão pela qual, aliás, elas se sentem desconfortáveis: Carrie não é uma celebridade em Los Angeles, apenas uma desconhecida até mesmo confundida com prostituta por Carrie Fisher; Miranda sente-se culpada pela sua irritação e pessimismo frente ao seu amigo Lew, mas acaba por descobrir que tudo nele é aparência; e Charlotte vê que sua vida de casada, mesmo com o problema da impotência de Trey, é melhor que a vida de solteira, cheia de preocupações e cobranças com a aparência. Mesmo desconfortáveis com aquele universo de aparências, as amigas, ao despedirem-se da cidade, sentem-se felizes ao poder voltar para casa, onde elas têm o controle, são celebridades (no caso de Carrie) e sentem-se seguras.

O Consumo está evidenciado em Samantha que, mesmo tendo dinheiro e fazendo compras na Gucci, dá uma “folga para seu talão de cheques” comprando uma bolsa Fendi falsa. Ela diz às amigas que a melhor maneira de passar o tempo em L.A. é fazendo compras. Depois, ao ser humilhada por dizer que tem uma bolsa Fendi “made in China” na festa da Playboy, ela percebe que a cópia não vale a pena e que sua dignidade nunca teria sido abalada se ela tivesse comprado uma bolsa original. Esta mesma posição é defendida por Carrie, que prefere esperar para ter uma bolsa original do que uma falsa, que nada mais é que uma bolsa “triste” e nada “elegante”. O que notamos aqui é uma ambivalência entre as personagens Carrie e Samantha. Para Carrie, o valor está muito mais relacionado a si própria do que ao outro, já para Samantha, acontece o contrário. Lipovetsky (2005) aponta para a dinâmica do

individualismo da contemporaneidade que faz com que o “viver para si”, o privilegiar suas emoções íntimas, o sentir-se diferente do outro é o que marca a particularidade do indivíduo. Para Carrie, o importante é saber que se possui uma bolsa Fendi de três mil dólares, muito mais que “aparentar” ter uma Fendi – o caso de Samantha – e ter sua “dignidade” abalada devido ao fato.

### **3.2.4. Apenas diga sim (Ep. 12, 4ª temporada)**

Roteiro: Cindy Chupack - Direção: David Frankel

Data de exibição nos EUA: 12/08/2001 - Data de exibição no Brasil: 20/10/2003

*Como saber se é o momento certo?* Este é o questionamento de Carrie ao escrever sua coluna neste episódio. Ela está novamente namorando Aidan Shaw, que a perdeu da traição com Big, quando recebe a notícia que terá que sair de seu apartamento, pois este se encontra a venda. Ela não tem o dinheiro para comprá-lo, mas Aidan sugere que pode fazê-lo para que os dois morem juntos. Ela não gosta muito da idéia e fica ainda mais surpresa ao encontrar, mexendo nas roupas dele, jogadas por toda casa, um anel de diamante que considera horrível. Passa mal e vomita.

Ao encontrar com as amigas em um café, Carrie comenta:

- Vi o anel e vomitei. Isso não é normal.

Ao que Samantha responde:

- Esta é a minha reação ao casamento.

Ela diz que é tão pouco tempo que estão juntos e que não sabe se é a hora certa.

- Será que vou me casar pelo meu apartamento? (...) E se eu disser: não estou pronta para casar, mas eu te amo e quero morar com você. O que parece?

- Um não – diz Samantha.

- Mas um Sim para vivermos juntos.

Carrie confessa que o fato do anel ser de ouro amarelo e em formato de pêscoço também é um fator relevante para sua dúvida.

- Como posso casar com um homem que não conhece meu gosto?

Samantha a aconselha:

- Anel errado, homem errado.

Ela então fica sabendo que Miranda ajudou Aidan a escolher aquele anel. Em casa, ao produzir sua coluna ela se questiona. *Charlotte teria razão? Nós reconhecemos quando é a hora certa? E como? Haverá sinais? Fogos de artifício? A hora certa é quando nos sentimos*

*confortáveis ou o conforto é um sinal de que não há fogos de artifício? Seria hesitação um sinal que não está na hora ou um sinal de que não se está pronta?*

A partir daquele instante ela teme que ele lhe peça em casamento. Carrie convida Aidan para jantar, na tentativa de adiantar-se ao seu pedido de casamento dizendo que quer apenas morar com ele. Ela está nervosa e quando desconfia que ele tocará no assunto, vai ao banheiro. Mas ele não toca no assunto e ela diz que concorda que os dois morem juntos. O pedido de casamento ocorre alguns dias depois, no meio da rua, ele ajoelhado. Quando ela abre a caixinha, depara-se com um anel diferente, que tem o seu estilo. Samantha ajudou Aidan a escolher. Ela pensa: *talvez não tenha um homem certo ou resposta certa. Tudo o que se tem que fazer é ouvir seu coração.* E então responde sim.

Charlotte está tomando hormônios para engravidar. Caso a inseminação não dê certo, ela já entrou na lista de adoção de um bebê chinês. Ela e Trey têm problemas de fertilização, o que para ela é doloroso, pois seu grande sonho é ser mãe. Bunny, mãe de Trey - que nunca gostou de Charlotte – diz a ela, num baile da Sociedade escocesa de Nova York, que é contra a adoção, que sua família não aceitará um chinês na família, apenas filhos legítimos. Trey e Charlotte brigam durante a festa, pois ela não admite que ele converse sobre o assunto com Bunny. Ele, ao chegar em casa, diz que não quer mais ter filhos – “nós dois seremos o bastante” - , que não imaginava que um casamento era tão difícil assim.

Mr. Big, que agora é apenas um amigo ciumento de Carrie, dá uma carona para ela quando esta volta das compras. Ele nota um sorriso em seu rosto e ela então conta que vai se casar.

- Com Aidan? Não vai dar certo. Ele não é seu tipo.
- Eu só não estou pronta ainda.
- Você nunca estará pronta, baby. Você não é o tipo casadoura.

Samantha está trabalhando com Richard Wright, que reclama o tempo todo por resultados de seu trabalho. Porém, Samantha sempre o enfrenta, o que o deixa excitado. Em uma conversa, ele confessa que gosta de sua liberdade, de transar com várias mulheres sem se envolver. “Para que uma esposa se você tem a vida?” Samantha concorda e é convidada para ir com ele ao Rio de Janeiro, em seu jato particular, onde Richard tem um hotel cinco estrelas. Os dois transam no avião e ela pensa ter encontrado o homem ideal.

Miranda conta a Steve, seu antigo namorado, que está grávida. Ele, sabendo de sua vida sexual movimentada, pergunta, entre desconfiado e surpreso:

- Você só transou comigo?

Ela, ironicamente, responde:

- Tem sido um verão fraco.

Steve teve câncer no testículo e fica feliz que seu único testículo ainda funciona. Miranda achava que isso não pudesse acontecer, já que os dois transaram uma única vez, o que Miranda chamou de “transa por pena”. Ela diz que terá o filho e cuidará dele sozinha, que ele não precisará se envolver. Steve a pede em casamento ajoelhado na sua porta. Sua reação é: “Você está louco?” Ela responde não, afirmando que não há mais amor entre eles. Ele fica desiludido, mas concorda que, depois desta recepção, realmente não há amor entre eles.

Observamos que o Sexo está configurado na personagem Samantha que, ao perceber que seu chefe só quer aventuras sexuais, aceita misturar trabalho e prazer. Ela não parece intimidar-se com o fato de se relacionar sexualmente com o chefe, não vê nisso um problema e até comenta, enquanto transam, se receberia algo em seu salário por aquilo, já que era muito talentosa. Samantha não demonstra ter pudores com sua sexualidade, até mesmo insinua que ele não teria como pagar por seus “talentos”, ou seja, seu sexo não está à venda, mas se equipara ao de uma prostituta: sem envolvimento.

Como Comportamento detectamos a relação das quatro amigas com o casamento. Carrie não se sente pronta e inclusive concorda com Mr. Big – com quem sente “fogos de artifício” - que não é do tipo casadoura, mas acaba por aceitar o pedido de Aidan, com quem se sente confortável. Samantha se mostra como uma mulher liberada, que se opõe ao casamento, pois a vida tem muito mais a oferecer do que um homem apenas, uma mentalidade que, no senso comum, faz parte do masculino. Miranda nega o pedido de Steve por entre eles não haver mais amor. Steve, por sua vez, quer se casar em virtude do filho que terão juntos. Miranda o alerta e o aconselha a ter cuidado, pois toda vez que ele olhar para ela com seu filho, vai pensar que está apaixonado (o que acaba acontecendo com ela em outro episódio). Charlotte, a única das amigas casada, coloca todas as expectativas de seu casamento dar certo na maternidade. A partir das quatro posições das personagens, notamos que Carrie e Charlotte representam o tradicionalismo, enquanto Samantha e Miranda estão em oposição a este comportamento. Elas não se submetem ao controle masculino e prezam sua individualidade, mesmo frente a reações adversas do planejado, como um filho. O fato de Miranda decidir por ter o filho é considerado um marco na *sitcom* (HERMES, 2005), uma vez que toda a dinâmica do programa foi alterada em virtude disto. Ainda mais considerando-se que Miranda sempre fora uma das mais relutantes em relação à instituição família. Carrie opta pelo conforto de sua relação com Aidan e Charlotte pelo desconforto dos hormônios para aquilo que parece ser a única razão de ser de seu casamento: engravidar. O casamento é visto pelas amigas de formas diferenciadas, mas a idéia mais forte no episódio, independentemente destas diferenças, é de



que ele não é uma solução ou a melhor saída. Muito pelo contrário, é um prelúdio da infelicidade, estando você certa do que quer (Charlotte) ou não (Carrie).

O Consumo está ilustrado na preocupação de Carrie com o seu anel de noivado. Ela reluta em aceitá-lo – e até mesmo vomita ao vê-lo – por este não “fazer seu estilo”. Ela questiona se seria a hora certa de casar ou não com Aidan, já que este nem ao menos conhece seu gosto. Aqui notamos o quanto o valor simbólico de uma aliança está em baixa, já que o que importa, para Carrie, é apenas a beleza, estilo e oponência deste, em outras palavras, a aparência.

### **3.2.5. Pecado não original (Ep. 02, 5ª temporada)**

Roteiro: Cindy Chupack - Direção: Charles McDougall

Data de exibição nos EUA: 28/07/2002 - Data de exibição no Brasil: 15/12/2003

*Qual é o mal em acreditar?* Carrie se pergunta isto, afinal, está sem namorado e começa a achar que ficará sozinha, sem encontrar um grande amor. Além disso, suas colunas sofrem por falta de assunto devido à sua vida afetiva estar apática. Contando sobre sua situação às amigas, Miranda sugere um tópico para a coluna:

- Eu posso lhe dizer como tornar uma casa segura para as crianças.

Samantha ironiza:

- Eu também sei. Use camisinha.

Ao “ir a campo” com Charlotte para brincar de julgar os homens pela aparência, atribuindo-lhes notas. Carrie sugere que ela é uma “prostituta imaginária”, pois dos 46 homens que passaram por elas, Charlotte confessou que dormiria com oito deles. Durante a brincadeira, Carrie encontra seu chefe, que diz que uma editora quer transformar sua coluna em um livro. Ao encontrar-se com as editoras – duas solteiras que adoram suas colunas – ela surpreende-se:

- O livro será um sucesso!

- Por quê?

- Porque existem muitas mulheres solteiras desesperadas por algo do tipo. (...) Você está olhando pra duas delas.

Carrie já está quase ficando convencida disto quando uma das editoras lhe diz que só o que ela tem que fazer é escolher algumas colunas e fazer uma introdução ao livro, dizendo se é uma otimista ou pessimista.

- Há esperança? Você acha que ele está lá fora, certo?

A outra editora, diante do silêncio de Carrie, indaga:

- Ou devemos nos matar?

Em sua casa, à noite, Carrie pensa sobre crença. *Talvez não seja aconselhável ser uma otimista depois dos 30. Talvez o pessimismo fosse como um hidratante para usar diariamente. Senão, como se recuperar quando a realidade abalar suas crenças e o amor não superar tudo, conforme prometido? Esperança é a droga que devemos largar ou a que nos mantém vivas?*

Charlotte, separada de Trey, convida Carrie para assistir com ela a uma palestra de auto-ajuda para mulheres solteiras. O propósito da palestra (e da palestrante) é fazer as mulheres assimilarem que o amor pode surgir a qualquer momento, basta acreditar. Carrie também não acredita em auto-ajuda, mas aceita o convite para acompanhar Charlotte. Lá chegando, ela nota que a sala está repleta. *Parece que as mulheres são o mercado da esperança.* Charlotte pega o microfone e diz à palestrante que, mesmo fazendo as afirmações sugeridas em seu livro e audio-book, não está dando certo. Esta responde que Charlotte não está fazendo com determinação e crença, por isso ainda não funcionou.

Samantha está namorando Richard Wright, mas descobre que foi traída. Ela o pegou fazendo sexo oral em outra mulher. Ele diz que fez isto por medo, por estar assustado com o rumo do relacionamento dos dois. Ela justifica às amigas:

- Richard é um homem carismático e bem-sucedido. Uma vagina interessante pode aparecer e ele se sentir atraído. E se ele se sentir atraído e fizer algo, será só sexo. Pode ser uma falha. Ninguém é perfeito mesmo.

As amigas se surpreendem com o otimismo de Samantha e Carrie diz que talvez já tenha assunto para sua próxima coluna: mulheres solteiras desesperadas que acreditam em tudo. Samantha não gosta muito e volta a ficar desconfiada de Richard, que lhe dá um lindo anel de diamantes. Ela então decide ter fé no relacionamento novamente, mas não sem antes fazê-lo sofrer um pouco, só então descobre que não conseguirá perdoar seu pecado.

Steve quer que Brady, seu filho com Miranda, seja batizado. Ele diz que seria importante para sua mãe. Miranda reclama que nunca ouviu falar em sua mãe enquanto eles namoravam e agora ele quer que ela batize seu filho por causa dela. Miranda é contra, mas acaba aceitando. Miranda e Carrie saem para fazer compras para o bebê.

- Isso não era o que tinha em mente quando você me convidou para comprar roupas.

Miranda aproveita para convidar Carrie para ser a madrinha de Brady. Carrie reluta dizendo que Charlotte seria uma melhor candidata. Porém, Miranda a convence ao confessar que não acredita em nada daquele ritual, mas acredita em Carrie. Ao falar com o padre, Miranda propõe mudanças no sermão do batismo, ao que o padre concorda. *A verdade é que,*

*nesses dias, a Igreja Católica é como uma desesperada mulher solteira de trinta e seis anos disposta a aceitar qualquer coisa.*

Mais tarde, ao escrever o prefácio de seu livro, Carrie o dedica a todas as solteiras esperançosas, especialmente sua amiga Charlotte: a eterna otimista que sempre acredita no amor.

Na análise deste episódio, o eixo Sexo está configurado em Richard que, sob a desculpa de adorar sexo oral, acaba traindo Samantha com outra mulher. Ela, depois de terminar com ele, acaba o desculpando e tenta justificar seu ato, como se fosse algo passível de acontecer por ele ser um homem interessante. Observamos que Samantha, sempre exposta no programa de forma mais liberada, usa aqui esta liberdade a seu favor, ao justificar a traição dele, embora não se sinta realmente satisfeita com ela. Na verdade, ela está apaixonada por Richard e não vê charme algum no sexo livre que tanto defendera anteriormente. Tal qual uma esposa traída, Samantha perdoa o “marido”, mas o faz pagar por isso, como ter que ouvir o tempo todo sobre sua traição e etc. No episódio, Samantha é para as amigas não uma mulher liberada, mas uma mulher desesperada.

Como Comportamento, observamos a questão da descrença no amor de Carrie. Na situação de estar solteira e sem perspectivas afetivas, ela está tornando-se amarga. A trama sugere que existe um nicho de mercado, as mulheres solteiras, que estão desesperadas pelo tipo de conselho que Carrie oferece em suas colunas, algo que ela mesma classifica como “amenidades”. O otimismo de Charlotte está em contraponto ao pessimismo de Carrie, que está cansada de ter tantas decepções no amor e, mais que isso, de não encontrá-lo, conforme “prometido” (uma alusão ao senso comum, ao prometido pelos contos de fadas). Também está incluída nesta categoria a trama de Miranda com Steve, quando ela aceita batizar Brady em consideração à Steve, que “tem sido bom para ela”. Mesmo com ressalvas, Miranda aceita batizá-lo não sendo católica. Miranda conhece a mãe de Steve e está cada vez mais centrada na vida doméstica. Acompanhando este processo, ela está mais feminina, seus cabelos estão crescidos, ela ganha peso e usa mais maquiagem.

O Consumo está ilustrado na mudança da rotina das amigas Carrie e Miranda que saem para fazer compras para o bebê, ao invés de para si próprias. Acostumadas a gastar em prol de si mesmas, as duas parecem esforçar-se para se adaptar a este novo universo, principalmente Miranda que, embora confesse não gostar disso (fazer compras de bebê), “ele será batizado e precisa de um vestido”. Mais uma vez o senso comum, com o qual Miranda teima em flertar cada vez mais frequentemente depois de assumir sua condição de mãe.

### 3.2.6. Luz, câmera, relacionamentos (Ep. 05, 6ª temporada)

Roteiro: Michael Patrick King - Direção: Michael Engler

Data de exibição nos EUA: 20/07/2003 - Data de exibição no Brasil: 03/05/2004

*Em toda relação, chega a hora de dar um passo importante.*

- Estou bem?

- Não se preocupe, eles vão adorá-lo.

*Para alguns casais, o mais importante é conhecer os pais, para mim, a loja Prada.*

Carrie leva o escritor Jack Berger, seu novo namorado, para conhecer a loja Prada, no SoHo. Ele fica impressionado com os preços e, mesmo gostando de uma camisa, comenta que ela é demasiado cara. Carrie presenteia-o com a mesma camisa em comemoração ao seu pagamento de 25 mil dólares dos direitos de publicação de seu livro na França, onde suas colunas são um sucesso.

No dia seguinte, Carrie encontra sua editora – que é também a de Berger - que lhe conta que o livro dele foi um fracasso e que seu contrato foi cancelado. Como não sabia de nada, ela fica surpresa e abatida, pois imagina que ele deve ter se sentido inferiorizado pelo seu cheque de 25 mil dólares. Ela comenta com Miranda:

- E eu comprando presentes e exibindo meu cheque. Me sinto péssima! Por que tive que exibir o meu cheque?

- Porque você mereceu e está contente.

Miranda está apaixonada por Steve, mas ele ainda não sabe, até mesmo porque está namorando outra mulher, Debbie, a quem Miranda detesta. Determinada manhã, ela chega mais cedo à casa dele para pegar Brady e Steve está fazendo *cupcakes* para o aniversário de Debbie. Mesmo morrendo de ciúmes, Miranda diz que vai ajudá-lo, mas acaba desistindo, pois assume que nunca se perdoaria por isso.

Em outra noite, Carrie confessa ao namorado que sabe de tudo. Ele diz que está orgulhoso de seu sucesso e ela então questiona se ele quer que ela o ajude falando com sua editora.

- Jesus Cristo! É claro que não. Eles só recusaram meu livro. Eu vou superar.

Carrie conversa com Samantha sobre sua delicada situação. A amiga é clara:

- Quando os homens fracassam...

- Ele não fracassou...

- Quando os homens estão preocupados, eles precisam de uma mulher forte que os ajude, como eu fiz com Jerry.

Jerry, o novo namorado de Samantha, muito mais jovem que ela, diz que não poderá transar com ela na sexta, pois decidiu investir em uma carreira de ator e tem a pré-estréia de sua peça. Samantha fica desolada, pois os dois sempre transam na sexta. Ele então propõe que, se ela for prestigiá-lo, ele a fará a mais feliz das mulheres depois da peça. Samantha se empolga e vai, mesmo a peça sendo no Brooklin – lugar detestado pelas quatro amigas. Ela está quase dormindo de tédio quando ele faz sua única fala e fica nu em cena. Ela decide ajudá-lo na sua carreira de ator e se torna sua relações-públicas. Curiosa, Carrie pergunta:

- Ele não está se sentindo ameaçado com sua ajuda?

- É uma outra geração. Homens mais novos não se sentem ameaçados por mulheres com poder.

Em casa, Carrie reflete sobre isso ao escrever sua coluna. *As pessoas acreditam que os homens evoluem junto com as mulheres. Existem centenas de artigos sobre o “novo homem”, mas será que ele existe mesmo? Ou será que é o mesmo homem de sempre com uma embalagem nova, criada por uma competente RP? Os homens de hoje se sentem menos ameaçados por mulheres com poder ou eles só são bons atores?*

Carrie e Berger são convidados para a estréia da peça de Jerry, com direito à tapete vermelho e celebridades. Ele vêm pegá-la em casa de motocicleta, enquanto ela está vestindo seu novo vestido Prada. Depois de discutirem, – ela diz que Prada não é apropriado para andar de moto – acaba decidindo ir mesmo na sua garupa, desde que ele não corra. Segundo ela, existe uma regra nos relacionamentos: *quando seu homem está para baixo, você deve ajudá-lo a se levantar.*

Chegando no Brooklin, Carrie está furiosa e despenteada.

- Eu não vou morrer para que você se sinta um macho em cima da moto!

- O que isso significa?

- Você sabe muito bem. E não vou pedir desculpas por ter recebido aquele dinheiro. Eu batalhei muito por ele. Nunca pensei que você fosse o tipo de homem que tivesse problemas com isso.

- Nem eu. Mas acho que tenho, não é mesmo? (...) desculpe. Eu não quero me sentir ameaçado pelo seu sucesso. Farei o que for necessário. Não quero me sentir assim.

Os dois se reconciliam e ela vê que ele está vestindo a camisa Prada. No tapete vermelho, antes de entrar no teatro, os *flashes* são todos para ela, mas os fotógrafos querem sua foto sozinha.

- Carrie, qual o nome dele?

- Jack Berger. Ele é um escritor também.

Ele sente-se menosprezado, diz que aquela não é o tipo de festa que combina com ele e se despede.

Charlotte virou judia para casar-se com Harry, advogado de seu divórcio com Trey. Mas como está solteira novamente, as amigas querem que ela volte “ao mercado”. Charlotte diz que só pode sair com judeus e recusa ser apresentada para um amigo de Carrie, vendedor da Prada, que também está solteiro. Mas, na estréia da peça de Jerry, *Charlotte está sentada entre casais e se dá conta de como seria sua vida sem um homem*. Assim, Carrie a apresenta ao vendedor da Prada, que também havia sido convidado e os dois conversam a noite toda. *Nenhuma mulher solteira em Nova York recusaria um presente de Prada*.

Na saída da peça, Samantha pergunta por Berger.

- Ele está gripado. Foi embora.

A história se encerra com a reflexão de Carrie: *Talvez todos nós estejamos atuando o tempo inteiro. Hoje o meu papel era de uma mulher em uma relação maravilhosa, cujo namorado estava gripado*.

No episódio aqui analisado, observamos que o Sexo está representado na relação de Samantha e Jerry. Ela confessa que faz coisas inacreditáveis – como ir ao Brooklin – por uma “boa transa”. Jerry é mais novo e tem tanta necessidade de sexo quanto Samantha. A relação dos dois, somente sexual, transforma-se quando ela decide, orgulhosa, ser sua relações públicas. Samantha não vê futuro em Jerry como ator, só consegue pensar nele “atuando” em sua cama, mas faz do nu frontal na peça dele o carro chefe da publicidade de sua peça, que se torna um sucesso.

Como Comportamento, visualizamos o sucesso profissional de Carrie interferindo na sua relação com Berger. Ele se sente desconfortável com o sucesso dela, principalmente por ele estar passando por um situação inversa. Vemos aqui que a mulher tem oportunidades equivalentes ao homem de alcançar o sucesso profissional, mas que, ao tê-la, enfrenta dificuldades por parte de seu parceiro para lidar com isso. Berger não quer se sentir dessa maneira, mas sua posição masculina é mais forte e ele se sente inferior. E isso acontece em todos os momentos que divide com ela: ao ganhar uma camisa cara, ao ser preterido nas fotos, ao ter seu livro rejeitado. Carrie é um sucesso, Berger, um fracasso. Neste processo, é papel da mulher ser forte e “reerguer” seu homem, conforme Samantha diz à Carrie quando conta que está “ajudando” Jerry na carreira. O poder de uma mulher pode ofuscar um homem e Carrie reflete acerca da real existência de um “novo homem”, este que estaria supostamente mais preparado para lidar com uma nova condição feminina, esta em que, supostamente, Carrie se encontra. As duas situações se apresentam, pois Jerry está preparado para aceitar a

ajuda de Samantha, enquanto Berger, mais velho, ainda não. A evolução a que Carrie se refere é das mulheres, os homens, na verdade, não as acompanharam.

O eixo Consumo se manifesta na relação de Carrie com a loja Prada, a quem vai “apresentar” seu novo namorado, tal qual um tradicional ritual de apresentação aos pais. A importância do consumo, neste momento, é elevada ao seu máximo. Carrie está nervosa para saber se Berger irá gostar das roupas ou se sentir à vontade com ela lá dentro. Notamos uma tentativa de trazê-lo para o seu mundo, o mundo de glamour de Carrie: roupas e sapatos caros, amigos famosos e satisfação com seu poder de compra.

### **3.2.7. Uma garota americana em Paris - Part une (Ep. 19, 6ª temporada)**

Roteiro: Michael Patrick King - Direção: Tim Van Patten

Data de exibição nos EUA: 15/02/2004 - Data de exibição no Brasil: 09/08/2004

Carrie está de partida para Paris com seu novo namorado, o artista plástico russo Alesandr Pertrovsky. Miranda tenta lhe convencer de não ir, mas Carrie está bastante empolgada com a viagem. Tanto que Mr. Big liga para dizer que está na cidade e ela apaga o seu recado da secretária eletrônica. Para marcar a despedida, as amigas combinam de jantar mas, ao sair de casa, Carrie encontra Mr. Big. Ele pede mais uma chance, a convida para sair, e Carrie diz que está indo embora para Paris encontrar o namorado.

- Você vai para Paris? E quando ia me contar?

Carrie não acredita no que escuta e acaba estourando quando ele faz uma brincadeira sobre seu novo namorado.

- Você faz isso o tempo todo. Você tem algum tipo de radar? “A Carrie está feliz, é hora de estragar sua felicidade”.

Ele retruca:

- Não, eu vim aqui pra te dizer uma coisa. Eu errei. Você e eu...

- Você e eu? Nada!!! Você não pode fazer isso comigo de novo. Não pode brincar comigo!!

- Carrie, escute. É diferente.

Nunca foi diferente em seis anos. Acabou! Pra mim chega! Nunca mais me ligue. Esqueça que tem meu telefone. Melhor, esqueça que sabe meu nome!

No jantar, Carrie ainda está ressentida por Big ter estragado sua última noite em Nova York. Mas então as amigas fazem um brinde à amizade e choram. Samantha, para quebrar o clima de tristeza, diz que a quimioterapia adiantou a sua menopausa e que está sentindo muitos calorões. Ela está em recuperação de seu câncer de mama.

- Mal consigo ficar vestida.

Carrie, rindo, indaga:

- Sério? Qual era a desculpa para isso antes da quimio?

Em casa, Carrie pega a corrente dourada com seu nome inscrito e vai para o aeroporto. Na manhã seguinte está em Paris no hotel Plaza Athenée, para encontrar Petrovsky. Ele a recebe com sua filha Chloé, que a trata com desdém. Carrie sugere que ele e a filha passem o dia juntos, assim ela pode desfazer as malas com calma e descansar da viagem. Ele agradece e diz que voltará cedo para que os dois ainda possam sair. Mas isso não acontece, ele chega tarde demais, quando Carrie, ainda arrumada, está dormindo na cama. Ele pede desculpas e acaba seduzindo-a, fazendo uma brincadeira com as diversas camadas de seu vestido.

Em Nova York, Harry e Charlotte estão tentando adotar uma criança. Ela parece bastante paciente com a burocracia da adoção, ao contrário de Harry, que não se conforma com o fato de precisar de tanta coisa, mesmo tendo tantas crianças carentes por aí.

Samantha é convidada para fazer um discurso em um evento beneficente para o câncer de mama. Ao ler seu discurso para Jerry (Samantha achou melhor mudar o nome Jerry Jerrod para Smith Jerrod, para que ele tivesse mais visibilidade como ator), ele diz que o discurso não parece real, que não tem a sua cara. Ele sugere que ela fale a verdade, pois a verdade tem poder. Ela desconsidera o comentário. No evento, depois de fazer um discurso tradicional, ela está molhada de suor e com a maquiagem borrada quando finalmente diz que está cansada daquilo, que qualquer mulher que sinta aqueles calorões merece uma medalha. Ela tira sua peruca e diz que sente bem melhor sem ela. É ovacionada em meio a diversas mulheres que também repetem o gesto. Smith a aplaude orgulhoso.

Uma semana depois de estar em Paris, Carrie se sente segura para ir às compras pela primeira vez, mas acaba tropeçando logo na entrada da *Maison Dior*. Para compensar a vergonha de cair no meio da loja cheia, ela gasta quase todo o limite de seu cartão de crédito. De volta ao hotel, comenta com Petrovsky o acontecido:

- Eu decidi que quanto mais eu comprasse, menos eles lembrariam de mim como a “americana que caiu na *Dior*”.

Ela garante que suas compras tiveram este efeito, quase como uma lobotomia, tamanho o valor de compras que fez.

Enquanto Petrovsky fala no telefone, ela descobre que perdeu sua corrente de estimulação, que havia comprado com as amigas em uma feira em Nova York, onde seu nome está inscrito. Ele quase não lhe dá atenção e ela, no dia seguinte, vê quatro amigas almoçando e sente saudades de suas amigas. Liga para Miranda e diz que se sente triste, pois está sempre



sozinha, não fala francês e perdeu sua corrente de estimação. Miranda pede para ela voltar e fica chocada ao ouvir a confissão de Carrie de que tem pensado em Big, que pensa em como seria estar em Paris com ele. Diante do silêncio de Miranda, ela se justifica dizendo que sempre faz isso quando suas relações não estão muito bem.

Charlotte vai até a casa de Carrie e ouve uma ligação de Big na sua secretária. Ele diz que a ama e que não quer perdê-la. Charlotte atende à ligação e marca de encontrá-lo no Café onde as amigas costumavam tomar *brunch* juntas. Big chega lá e encontra Samantha, Miranda e Charlotte. Mesmo sabendo que elas não gostam muito dele, Big confessa que ama Carrie e que sabe que cometeu muitos erros com ela. Ele diz que se as amigas acharem que ela está feliz em Paris, ele desistirá mas se, ao contrário, elas acharem que ele ainda tem uma chance, pegará o próximo voo para Paris e irá buscá-la.

Miranda é categórica:

- Vá buscar nossa garota.

Em Paris, Carrie sai com Petrovsky, que a presenteia com um colar de diamantes para compensar a perda de sua outra corrente. Ele promete que quando a exposição estreiar tudo irá mudar e serão só eles dois. Carrie não sabe se deve acreditar, pois um grupo de amigos dele entra no bar e Petrovsky conversa com eles em francês, como se ela não estivesse ali. Carrie continua sozinha em Paris.

Notamos que o Sexo está sutilmente inserido no episódio através de Petrovsky. No dia de chegada de Carrie, ele tenta compensá-la por esperar por mais de dez horas para os dois saírem. Mesmo tendo adormecido, cansada de esperar, Carrie aparenta perdoá-lo quando ele explica que o jantar no Museu foi até mais tarde que ele pensava e insere-se dentro do vestido de Carrie. Há uma sugestão de sexo oral e os dois acabam resolvendo a decepção de Carrie na cama, sem que ela manifeste seu desapontamento ou conversem a respeito.

O Comportamento se configura na solidão de Carrie, mesmo estando em uma relação. Ela deixou Nova York para dividir sua vida com Petrovsky, largou seu trabalho e amigas, porém, ele não a inclui completamente em sua vida: ela está em segundo plano. O fato de estar em Paris, uma cidade que sempre quis conhecer, mas solitária, a faz pensar em Big, que sempre a colocou em segundo plano também, mas a quem ela amava. Carrie se sente sozinha, sem amigos, em um lugar onde ninguém a entende e tem nostalgia de uma relação que só a fez sofrer. A perda de sua corrente pode ser uma metáfora para a perda de si própria, de sua identidade.

O Consumo primeiramente se manifesta para Carrie como um prêmio, uma recompensa pela sua estada em Paris e a evolução de seu francês. Depois, como a única saída

para evitar de ser lembrada pelo seu tombo na *Maison Dior*. Carrie inclusive compara a quantidade de compras que fez a uma “lobotomia”, como se o valor gasto na loja fosse capaz de fazer com que as pessoas esquecessem sua vergonha. Isto mostra a instabilidade emocional de Carrie que, ao comprar, vê-se não apenas satisfeita, mas capaz de alterar a percepção das pessoas a seu respeito através de seu poder de compra.

### **3.2.8. Uma garota americana em Paris - Part deux (Ep. 20, 6ª temporada)**

Roteiro: Michael Patrick King - Direção: Tim Van Patten

Data de exibição nos EUA: 22/02/2004 - Data de exibição no Brasil: 23/08/2004

*Depois de duas semanas em Paris, era a hora de experimentar o máximo da sofisticação à francesa: almoçar com o namorado e a ex-mulher dele, Juliet.* Carrie está insegura com a situação, mas fica ainda mais quando ele liga para o celular da ex para avisar que não virá. Juliet comenta:

- Nada mais existe além da arte, não é?

Carrie desvia de assunto e as duas conversam sobre banalidades. Ela comenta que acha maravilhoso que os dois tenham tanta consideração um pelo outro. Ao que Juliet responde:

- Por que não? Tivemos um casamento maravilhoso, enquanto durou. Relacionamentos são como a alta costura: se não lhe caem perfeitamente, é um desastre total. Eu não me acostumei a ficar sempre em segundo lugar. Não era pra mim.

Carrie sente-se acoada e volta a fumar. Quando falam sobre sua carreira em Nova York, Juliet questiona se Petrovsky se sente a vontade com isso.

- Ele me apóia muito.

- Então as pessoas mudam.

Carrie encontra com Petrovsky, que diz que ela foi elogiada por sua ex-mulher. Entretanto, mais uma vez a deixa sozinha em Paris para atender compromissos no Museu. Carrie está aborrecida: leva um tapa de uma criança, pisa em cocô pela rua e almoça sozinha em restaurantes. Sente-se feliz ao ser reconhecida por dois vendedores em uma livraria que combinam de marcar um encontro com seus fãs franceses. Na noite da festa, Petrovsky tem um ataque de pânico e pede que ela o acompanhe ao Museu, onde ele encontrará o curador de sua exposição, muito mais jovem que ele. Ela cede.

Em Nova York, Smith Jerrod e Samantha vão pintar o cabelo, ambos da mesma cor. Ele comenta que os dois não transam há muito tempo. Ela diz que é culpa da quimioterapia, que destruiu seu tesão. Smith vai filmar no Canadá e Samantha pede que ele transe se tiver vontade, ao que ele responde:

- Esse assunto de novo?

- Eu não quero perder você, mas ficar com você. Se alguém sabe como o sexo é importante, essa pessoa sou eu. Correção: era eu!

- É a quimio. Seu corpo precisa de tempo para se recuperar.

- Eu quero que você transe. É sério. Sei o que sentimos. Sexo é só sexo. Eu entendo isso.

- Eu não quero só sexo.

- (...) Não seja tão careta.

Samantha, dias depois, recebe flores de Smith. Ela liga para pedir que ele não transe com ninguém. Ele diz que não irá fazê-lo e pega um voo para dizer que esqueceu de falar no telefone que a ama. Samantha se emociona e diz que nunca sentiu por nenhum homem o que sente por ele. Quando Smith volta definitivamente do Canadá, ela já está recuperada, os dois transam e ela tem o primeiro orgasmo depois do câncer.

Charlotte vai até a *Chanel* com seu amigo gay para comprar algo “simples” para usar no primeiro encontro com os pais biológicos da criança que ela e Harry irão adotar. A adoção acaba não acontecendo, os pais da criança dizem que vão ficar com ela, para o desapontamento de Harry, que está cansado demais desta espera. Charlotte é, mais uma vez, compreensiva:

- Amor, nós somos judeus. Já passamos por coisas piores.

Dias depois, Charlotte está arrumando a mesa para o jantar, falando que não é uma boa esposa, pois está pedindo comida chinesa, quando Harry entra com uma carta da China dizendo que uma menina chinesa está a caminho. Os dois, que já têm três cachorros, comemoram o aumento da família.

Mary, a mãe de Steve, começa a agir estranhamente, confundindo nomes e não reconhecendo as pessoas. Steve a leva a um hospital e descobre que ela teve um derrame enquanto estava sozinha no apartamento onde morava. Miranda fica comovida e diz que ela pode ir morar com eles no Brooklin. Mary, em outra oportunidade, sai de casa sem avisar, sendo encontrada por Miranda comendo uma pizza que tirou da lata do lixo. Miranda a traz para casa e a banha. Sua empregada, ao ver seu gesto, diz que isso é amor.

No Museu, em Paris, Carrie é deixada de lado mais uma vez por Petrovsky, que está ocupado demais com o curador para dar-lhe atenção. Ela, mexendo na bolsa para pegar um cigarro, encontra uma fenda, onde sua corrente se inseriu. Fica feliz por ter sua corrente de volta e sai correndo para o encontro com seus fãs. Lá chegando, a janta já havia terminado e eles tinham ido embora, deixando seu livro sob a mesa, manchado de vinho. De volta ao

hotel, ela discute com Petrovsky, falando tudo que estava sentindo. Ele diz que sente muito, mas que achava que tivesse deixado claro desde o início quem ele era. Sem querer, ele bate no rosto de Carrie e arrebenta a corrente de diamantes que havia lhe dado. Ela desabafa:

- Bem, talvez seja a hora de deixar claro quem eu sou. Eu sou alguém que está procurando um amor. Um amor de verdade. Ridículo... inconveniente... que consome... um amor do tipo “eu não posso viver sem você”. E não acho que este tipo de amor esteja aqui neste quarto lindo e caro de hotel em Paris. Não é sua culpa. É minha. Eu não devia ter vindo.

Ela agradece, se despede com um beijo em seu rosto e sai do quarto, dizendo que está tudo bem. Na recepção, pede um quarto de solteiro enquanto tenta juntar os diamantes que estão por dentro de seu vestido. Mr. Big a surpreende ao entrar pela porta do hotel e ela começa a chorar, dizendo que tudo deu errado. Big diz ser ela a mulher da vida dele e ela pede que a leve de volta para Nova York.

No dia seguinte, já em Nova York, ela reencontra suas amigas no Café e escreve sua coluna contando a saga de quatro amigas na busca pelo amor. *Mais tarde, comecei a pensar sobre relacionamentos. Existem aqueles que a levam a um mundo novo e exótico e aqueles que não são nenhuma novidade. Aqueles que trazem muitas perguntas e aqueles que levam a um lugar inesperado. Aqueles que a levam bem longe do lugar onde você começou e aqueles que a trazem de volta. Mas o mais empolgante, desafiador e significativo de uma relação é aquela que você tem consigo mesma. Se você encontrar alguém que ame o você que você ama... Isto é fabuloso!!*

Carrie termina sua saga passeando na Quinta Avenida, carregando uma sacola da loja *Manolo Blahnik* quando seu celular toca. É Mr. Big, ou melhor, John (seu nome, nunca antes revelado), dizendo que está chegando em Nova York. Os dois estão apaixonados e Carrie finalmente tem a vida que sempre quis, ao lado de quem sempre amou.

O eixo Sexo é observado na volta à ativa de Samantha, depois de recuperar-se do câncer de mama. Apesar dela pedir a Smith que ele transe com outras mulheres, acaba voltando atrás e pedindo exclusividade, pois descobre que está realmente envolvida com ele. O sexo, então, não é só sexo quando se está realmente envolvida em uma relação.

O Comportamento está configurado na trama de Carrie, que redescobre-se em Paris, depois de mais uma vez sofrer uma decepção. Ela percebe que sua vida com Petrovsky não seria o que ela sonhava, que sua busca pelo amor não cessaria em Paris. Ela seria infeliz, pois Petrovsky não amava quem ela era e tampouco ela mesma se reconhecia naquela mulher que desistiu de tudo para mudar-se para Paris. Mr. Big, a quem ela sempre amou, preenche sua vida e assume com ela finalmente um relacionamento, depois de tantas idas e vindas.

Como Consumo, observamos a naturalidade de Charlotte ao dizer que quer algo “simples” para comprar na *Chanel*. Ela e o marido terão um encontro com os pais biológicos da criança que pretendem adotar que, por não terem condições de criá-la, a entregarão para adoção. O fato de Charlotte preocupar-se com a roupa que irá vestir e procurar na *Chanel* algo “simples”, denota a importância do consumo de luxo na construção de sua identidade. O eixo Consumo também se revela no desfecho de Carrie, que em sua última cena caminha pela Quinta Avenida, cheia de sacolas *Manolo Blahnik*. Ela demonstra sua satisfação com sua volta à Nova York e ao seu estilo de vida, onde comprar sapatos sempre foi um traço marcante. Carrie, no final de STC, mostra que pode tudo: é uma mulher bem sucedida, feliz e ao lado do homem que ama. Sua busca incessante teve, por fim, a melhor recompensa: a volta para casa e o amor de Mr. Big.

### **3.2.9. Ser solteira em *Sex and the City***

Na análise destes oito episódios, observamos que a mulher representada em STC é atriz principal em um jogo onde as cartas são dadas por terceiros. A mulher em STC pode tudo: compra o quer, faz sexo com quem deseja, alcança os objetivos profissionais que traça, frequenta lugares concorridos e até mesmo supera decepções e doenças. A busca pelo prazer, assim como seu poder de compra, são uma espécie de resistência ao poder masculino, mas, por trás desta independência e despreendimento, a mulher tem medo de ficar sozinha.

STC explora a instabilidade feminina de duas maneiras: através dos sentimentos e da cultura de consumo. A troca de parceiros constante (Carrie, em cada temporada analisada está com um namorado, com exceção da quinta), a falta de uma referência familiar, a relação narcisística com seu corpo e com o universo de consumo mantém a mulher como objeto de uma cultura hegemônica onde o homem dá a última palavra e é só com ele que a realização é completa. Uma mulher pode optar por não ter filhos (Carrie/Samantha), por adotá-los (Charlotte), por tê-los sozinha (Miranda) mas, se um homem não estiver ao seu lado, nada disso terá valido a pena.

Apontamos que a partir da 5ª temporada a vida real começa a interferir na trama de STC. Com a gravidez de Sarah Jessica Parker e Cynthia Nixon quase na mesma época, mudanças tiveram que ser feitas. Como a personagem Miranda, na trama, já havia sido mãe, não houve problemas em disfarçar a barriga e o excesso de peso de Nixon. Já o caso de Parker foi diferenciado. Ela gravou até o sétimo mês, enquanto sua barriga pudesse ser disfarçada.

Daí a razão pela qual a 5ª temporada foi a que Carrie não teve relacionamentos, logo, a mais curta de todas: apenas oito (8) episódios.

Apesar dos produtores do programa terem a intenção de exaltar a “solteirice”, as sexualidades alternativas e a diversão da mulher atual, detectamos, em nossa leitura, traços do conservadorismo patriarcal. Três das amigas exercem profissões mais próximas do que, no senso comum, está relacionado ao feminino (Relações públicas, jornalista e *marchand*). Miranda é a única que é advogada, uma profissão que, no mundo televisivo, esteve sempre mais ligada ao masculino (COOPER, 2001). O homossexualismo (feminino e masculino) aparece com certa frequência, mas cuidadosamente estabelece-se que a heterossexualidade é a melhor opção. O ponto de vista determinante é o feminino, mas o olhar masculino está sempre ali impresso. O feminino está sempre em função dele.

A mulher apresentada na tela é aparentemente desprovida de pudores sexuais, mas infeliz caso não tenha um laço afetivo. O diferencial de STC é que o casamento não é a única saída (apenas Charlotte e Miranda finalizam suas sagas românticas casadas), mas a união estável com um par é, sem dúvida, a melhor estratégia feminina para a felicidade. Mesmo ao trazer traços que o posicionariam como um programa feminista (a mulher independente, igualdade entre homem e mulher, sua posição favorável ao sexo sem compromisso, por exemplo) - , STC deixa implícito sua adesão ao “pós-feminismo” e à manutenção da submissão aos valores do patriarcado. A mulher, no programa, não está solteira por opção, mas pela falta de. Mesmo que muitas das oportunidades de sexo casual tenham sido por elas desfrutadas – principalmente por Samantha, adepta convicta do sexo sem compromisso até a quarta temporada - a possibilidade de um romance estava sempre à espreita. Quase todo homem em STC era visto com potencialidades para um compromisso, que eram derrubadas ou não por alguma exigência das amigas (como não suportar o sucesso da parceira, ter um pênis fora dos padrões, sofrer de déficit de atenção, beijar mal, ser “perfeito demais”, etc.) ou até do parceiro (Miranda em um dos episódios convida um de seus pretendentes para subir até seu apartamento e este a rejeita por não ter gostado dela). Mesmo ao consumir, o que seria uma decisão e ação solitária – e feminina -, na qual o homem não está incluído, a mulher depende da legitimação do parceiro. Carrie, em dois dos episódios analisados, deixa claro aos seus parceiros que gosta de roupas e sapatos caros, em outras palavras, que é uma mulher de gosto sofisticado e que se sente satisfeita em poder arcar com estes vícios. A ele não compete julgá-la, apenas aceitar o fato e conviver bem com isto caso fique com ela.

Outro fator relevante em nossa análise é que não há uma referência familiar para as personagens. Nenhuma delas têm uma mãe presente, que dê conselhos ou indague quando

chegarão os netos, por exemplo. A família, naquele ambiente, é representada pelas quatro amigas, uma dando apoio e aconselhando à outra, ou, vez que outra, pelos familiares de seus pares, como é o caso da mãe de Trey (primeiro marido de Charlotte), a mãe de Mr. Big (namorado de Carrie) e a mãe de Steve (namorado de Miranda). Neste aspecto fica transparente a relação da mulher solteira com a solidão, já que esta não tem vínculos familiares<sup>54</sup>. Estes vínculos, na *sitcom*, serão construídos pelo homem. Mas, enquanto elas não encontram o ideal, são as amigas que tentam suprir esta falta.

STC traz uma psicologia popular sobre as relações de gênero. Os limites do que é ser homem e mulher não são bem claros. No episódio em que Carrie e Big brigam por ele não ter lhe contado que ia se mudar definitivamente para Paris (Ep.12, 2ª temporada), torna-se evidente a posição de cada um no relacionamento: ele é o racional, ela a sentimental. No entanto, no penúltimo episódio do programa, é Big que questiona Carrie por ela não ter lhe contado antes que iria para Paris viver com seu atual namorado: ele passa então a ser o sentimental. Em outro episódio, quando Miranda conta à Steve que será pai e diz que cuidará de tudo, inclusive financeiramente, a figura paterna torna-se apenas figurativa e Steve, embora incomodado, aceita a situação (Ep.12, 4ª temporada).

Consideramos que estes e outros paradoxos do programa se configuram como uma tentativa de empoderamento da mulher, exatamente como era a proposta de seu criador Darren Star: os assuntos dizem respeito ao feminino, as personagens são mulheres, o público-alvo são mulheres e muitas diretoras e roteiristas também eram do sexo feminino. Nos oito episódios analisados, por exemplo, cinco foram escritos e dois dirigidos por mulheres. Segundo Corinne Squire (1997), o termo “empoderamento” indica um interesse na evolução política, econômica e educacional da mulher e também na sua própria consciência das escolhas individuais e sociais que estão ao seu dispor. João Freire Filho (2006) aponta que o conceito, em linhas gerais, diz respeito ao processo através do qual indivíduos ou grupos sociais passam a ter sua capacidade de decidir sobre suas vidas ampliada a partir de uma evolução na maneira como compreendem suas potencialidades e sua inserção na sociedade. Ou seja, STC empodera a mulher a partir do momento que expõe na tela opções que desestabilizam as representações que estão no consenso cultural, mas a aprisiona quando legitima estas mesmas representações ao se aproximar do desfecho do programa. Miranda se apaixona novamente pelo pai de seu filho, aquele a quem ela mesma alertou que tivesse

---

<sup>54</sup> A mãe de Miranda falece em um dos episódios (Ep.8, 4ª temporada). As amigas vão à Filadélfia encontrá-la no enterro, mas sua inserção no programa se resume a isto. Em outro episódio (Ep. 17, 4ª temporada), Carrie cogita que não tem boas relações com os homens devido à sua relação com o pai, que abandonou-a aos cinco anos de idade, mas depois disso não há nenhuma outra menção explícita à família.

cuidado para não se apaixonar ao vê-la com seu filho; Carrie sente-se culpada pelo seu sucesso e se vê na obrigação de ajudar seu namorado quando este fracassa; Charlotte tem vergonha de sua condição de solteira novamente, depois de ter casado duas vezes; Samantha tem ciúmes de Richard Wright, etc.

Esta legitimação pode ser observada, principalmente, no último capítulo da *sitcom*, dividido em duas partes, onde as quatro personagens têm seu “final feliz”, aos moldes dos romances folhetinescos. Miranda e Steve estão casados e mudaram-se para o Brooklin, onde Miranda permite que sua sogra, vítima de derrame, também more com eles. Samantha, depois de curada de um câncer de mama, descobre-se apaixonada por Smith Jerrod, o ator a quem ela ajudou na carreira e que a ajudou a superar o câncer, assumindo com ele uma vida a dois. Charlotte, diante da impossibilidade de ter filhos, cria diversos cachorros e aguarda um bebê chinês para adotar com seu novo marido, Harry. Carrie muda-se para Paris com o artista plástico russo Aleksandr Petrovsky, mas o relacionamento não é o que ela espera. Tampouco a sua satisfação ao comprar é a mesma. Mr. Big, tal qual um príncipe encantado, vai buscá-la em Paris e diz que ela é a mulher de sua vida e os dois voltam para Nova York, onde finalmente vivem “felizes para sempre”. Enfim, todas alcançam a “felicidade” na relação afetiva ao (re)encontrar seus pares (masculinos).

Como vemos, as posições que as personagens colocaram em dúvida - e muitas vezes rejeitaram - durante o programa, foram as mesmas que as fizeram felizes em seu final. Samantha rejeitava o fato de ter um relacionamento estável. Miranda sempre se opôs ao fato de casar, diminuir sua carga horária no trabalho, ser uma dona-de-casa e morar no subúrbio com a sogra, mas assim o fez pela sua família. Charlotte sonhava com um “príncipe encantado”, casar de branco na igreja e ter muitos filhos. Casou duas vezes, sendo a última com o advogado do seu divórcio, Harry, em uma sinagoga. Ele, por sua vez, tem alguns quilos a mais, é careca, tem problema de excesso de pêlos e sudorese. Para suprir seu lado maternal, Charlotte cria cachorros de raça enquanto aguarda por uma adoção. E, por fim, Carrie fica com Mr. Big que, mesmo depois de fazê-la sofrer durante as seis temporadas, é ainda o dono de seu amor.

Após esta análise, podemos dizer que a trajetória da *sitcom* nestes seis anos é condizente com a tese de Faludi (2001) sobre o *backlash*: projeta uma outra possibilidade, faz pensar sobre uma nova condição da mulher contemporânea, mas acaba por encarcerá-la em um mesmo lugar, em um refluxo antifeminista onde os avanços da mulher devem ser apenas decorativos, já que sua saída para a felicidade – e igualdade – está sempre dependente do homem. A mulher, segundo a proposta de STC, está independente e solteira aos 30 anos,



casando-se (ou encontrando seu par ideal) cada vez mais tarde, depois de ter diversas experiências, com diferentes parceiros (as). Entretanto, sua independência e liberdade sexual de forma alguma afetou àquela necessidade de ter um lar, de estar segura em um núcleo familiar. O ponto de vista no produto midiático aqui analisado é o da mulher, mas é construído em dependência do masculino. As contradições nos comportamentos das personagens – e talvez até mesmo o desfecho de cada uma - são frutos de suas significações que, por sua vez, estão ainda condicionadas a uma cultura de significação patriarcal (STACEY, 1994). Esta nova mulher tem a liberdade de procurar por sua felicidade, como foi o caso de Carrie, Samantha, Charlotte e Miranda, desde que nesta felicidade esteja implícita a condição de talvez um dia não mais ser solteira. A mulher de STC, ao contrário do que os produtores queriam passar, não está convicta de seu poder: ela sente solidão, demonstra instabilidade e se compara constantemente às “mulheres casadas”. No caso desta nova mulher finalmente encontrar a felicidade, o que aparentemente aconteceu com as protagonistas, restará saber se ela, como as personagens, terá realmente a encontrado - em seu par - ou simplesmente se acomodado com a idéia de que esta, enfim, era a norma e, assim, conformado-se dentro das mesmas posições que a cultura patriarcal desde muito cedo a condicionou.

### **3.3. A recepção: fãs e suas leituras**

O momento da recepção (ou decodificação) tem, para Hall (2003c), suas próprias condições de existência e é também fruto de uma construção. Se a codificação produz alguns parâmetros dentro dos quais as decodificações vão operar, é fato que alguma correspondência entre ambos deve estar impressa, do contrário não haveria uma troca comunicativa. O autor nos indica três posições hipotéticas a partir das quais a decodificação de um discurso televisivo pode ser construída: a posição hegemônica-dominante (a espectadora opera dentro do proposto pelo produtor, decodifica a mensagem de acordo com o esperado), o código negociado (a espectadora reconhece definições hegemônicas, mas se permite adaptá-las ao seu lugar, podendo ou não dar sua adesão) e o código de oposição (a espectadora se posiciona de modo totalmente contrário àquele do produtor, opondo-se à sua mensagem). Segundo Hall (2003c), estas não são posições estáticas, mas posições entre as quais o receptor se desloca dependendo do que a mensagem codificada nele aciona. Em outras palavras, a fã de STC, ao deparar-se com o desfecho de Carrie com Mr. Big pode reagir negativamente por não

concordar com que ela aceite novamente aquele que muito a fez sofrer, entretanto, pode achar que o desfecho de Miranda – casada, no Brooklin e morando com a sogra – é condizente com sua personagem dependendo do que foi nela acionado: seu gênero, sua frustração afetiva, seu lado mais romântico, etc.

Para que nossa reflexão possa contribuir para uma maior problematização e entendimento do papel social, político e cultural de *sitcoms* como STC, faz-se necessário, então, além de investigar seu contexto de produção e texto, direcionar nosso olhar para a recepção de sua audiência. Em nosso recorte, uma audiência composta unicamente por mulheres que consideram-se fãs do programa, residentes em Porto Alegre<sup>55</sup> e indicadas, em um primeiro momento, por amigos, colegas e conhecidos do catálogo de endereços eletrônico da pesquisadora (rede de contatos) através do método que denominamos *networking snowball* (via e-mail), uma versão informatizada da tradicional “bola de neve”.

Das 53 pessoas contatadas de nossa rede de contatos, 19 deram retorno indicando 21 mulheres, fãs do programa. Deste total de indicações, cinco (5) eram de mulheres da própria rede de contatos da pesquisadora que ofereciam-se para colaborar com a pesquisa, pois assumiam ser fãs do programa. Duas (2), entretanto, foram eliminadas da amostragem, juntamente com mais oito (8) das indicações, totalizando dez (10) indicações eliminadas<sup>56</sup>. Das onze (onze) indicações restantes, três (3) eram as daquelas mulheres que no primeiro contato se assumiram fãs e oito (8) de mulheres indicadas pela nossa rede de contatos, todas devidamente entrevistadas. Além destas, cinco (5) foram indicações das próprias entrevistadas que, após a entrevista forneceram o contato de suas amigas que também eram fãs do programa. Assim, perfazendo um subtotal de dezesseis (16) mulheres entrevistadas em profundidade em conversas devidamente registradas em gravador que duraram de quinze<sup>57</sup> (15) a 90 min. Além destas, entrevistamos mais uma fã de STC, Teté Ribeiro<sup>58</sup>, autora de um dos livros publicados sobre STC no Brasil. Totalizando, então, dezessete (17) entrevistas que seguiam um roteiro básico (Apêndice B), embora não se mantivessem a ele atrelado.

<sup>55</sup> Apenas uma das indicadas morava em uma cidade da grande Porto Alegre. Como ela vinha sempre à Porto Alegre devido ao fato de seu namorado ser daqui, ela foi integrada à pesquisa.

<sup>56</sup> Entre as que assumiram-se fãs e foram eliminadas, os motivos foram: residente de outra cidade (1), ter um relativo conhecimento de meu trabalho (1). Entre as demais eliminações temos: entrevista cancelada duas vezes pela entrevistada (1); não manteve interesse na entrevista (2); e-mail da entrevistada retornou (1); não respondeu ao convite de participação por e-mail (3); informou não ser fã do programa (1).

<sup>57</sup> Apenas uma entrevista durou 15 minutos, sendo a filha que indicou a mãe no momento de sua entrevista, na mesma visita que fiz a sua casa. Como a mãe tinha compromisso, estipulou este prazo para nossa conversa. Decidimos considerar esta entrevista por ela, mesmo neste tempo reduzido, ter trazido elementos pertinentes para a pesquisa.

<sup>58</sup> Teté Ribeiro, no momento da entrevista, residia em Washington, sendo esta a única entrevista realizada por e-mail, de 24/03/06 à 30/04/06. Neste período foram trocados nove (9) e-mails com a autora, entre o convite para participação e a efetiva resposta às questões formuladas pela pesquisadora.

O perfil destas mulheres, todas brancas e de estrato médio<sup>59</sup>, entre 23 e 53 anos, pode ser visualizado conforme as tabelas abaixo. Salientamos que estes dados não tem o propósito de quantificar, já que esta é uma pesquisa qualitativa, apenas servem de baliza para traçarmos um perfil das informantes.

**Tabela 1 - Estado Civil x Idade das entrevistadas**

<i>Estado Civil</i>	<i>20-30 anos</i>		<i>31-40 anos</i>		<i>Mais de 40 anos</i>		<i>TOTAL/BASE</i>	
	V.A.	V.R.	V.A.	V.R.	V.A.	V.R.	V.A.	V.R.
Solteiras	9	90	3	60	-	-	12	70
Casadas	1	10	1	20	1	50	3	18
Viúva/Separada	-	-	1	20	1	50	2	12
<b>BASE/TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100</b>	<b>5</b>	<b>100</b>	<b>2</b>	<b>100</b>	<b>17</b>	<b>100</b>

Base: total de entrevistadas - Valores relativos foram arredondados  
V.A = valor absoluto / V.R = valor relativo

**Tabela 2 – Tipo de moradia das mulheres solteiras <sup>60</sup>**

<i>Estado Civil</i>	<i>Sozinhas</i>		<i>C/família/mãe</i>		<i>C/parceiro/namorado</i>		<i>TOTAL/BASE</i>	
	V.A.	V.R.	V.A.	V.R.	V.A.	V.R.	V.A.	V.R.
Solteiras	6	50	4	33	2	17	12	100

Base: total de solteiras da amostra - Valores relativos foram arredondados  
V.A = valor absoluto / V.R = valor relativo

**Tabela 3 – Situação de trabalho das entrevistadas por faixa etária**

<i>Situação de trabalho atual</i>	<i>20-30 anos</i>		<i>31-40 anos</i>		<i>Mais de 40 anos</i>		<i>TOTAL/BASE</i>	
	V.A.	V.R.	V.A.	V.R.	V.A.	V.R.	V.A.	V.R.
Não tem trabalho fixo/estudam	6	60	2	40	-	-	8	47
Trabalham, mas ainda estão insatisfeitas	4	40	1	20	-	-	5	29
Estabilizadas profissionalmente	-	-	2	40	2	100	4	24
<b>BASE/TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100</b>	<b>5</b>	<b>100</b>	<b>2</b>	<b>100</b>	<b>17</b>	<b>100</b>

Base: total de entrevistadas - Valores relativos foram arredondados  
V.A = valor absoluto / V.R = valor relativo

<sup>59</sup> Isto foi suposto pela pesquisadora a partir do nível de formação das entrevistadas (a maioria tem pós-graduação completo ou em curso), de suas condições de moradia (no caso das entrevistadas em suas casas) e de suas atividades profissionais.

<sup>60</sup> Tanto as casadas quanto a viúva e divorciada não foram aqui contabilizadas pelos seguintes motivos: casadas vivem com seus maridos; viúva e separada com seus filhos (ambos filhos únicos).

**Tabela 4 – Situação afetiva das solteiras/viúvas/separadas**

<i>Estado Civil</i>	<i>Tem parceiro fixo/namorado</i>		<i>Não tem parceiro fixo/namorado</i>		<i>TOTAL/BASE</i>	
	V.A.	V.R.	V.A.	V.R.	V.A.	V.R.
Solteiras/Viúva/Separada	10	71	4	29	14	100

Base: total de solteiras/viúva/separada - Valores relativos foram arredondados

V.A = valor absoluto / V.R = valor relativo

**Tabela 5 – Grau de instrução das entrevistadas**

<i>Grau de instrução</i>	V.A.	V.R.
Superior em curso	3	18
Superior completo	5	29
Pós-graduação (M/D/Especialização) ou em curso	9	53
<i>TOTAL/BASE</i>	17	100

Base: total de citações de preferências por parte das entrevistadas – Valores relativos arredondados

V.A = valor absoluto / V.R = valor relativo

**Tabela 6 – Preferências televisivas das entrevistadas**

<i>Preferências televisivas</i>	<i>BASE/TOTAL</i>	
	V.A.	V.R.
Séries de TV/Variedades (TV a cabo)	10	59
Noticiário Globo News (TV a cabo) e Globo (TV aberta)	6	35
Novelas da Globo (TV aberta)	6	35
Documentários/filmes europeus (TV a cabo)	2	12

Base: total de citações de preferências por parte das entrevistadas – Valores relativos arredondados

V.A = valor absoluto / V.R = valor relativo

Visualizamos que, apesar de em sua maioria serem solteiras, estas mulheres não estão sozinhas, têm um parceiro fixo ou namorado. Isto nos defronta com a primeira ambivalência dentro do grupo. Enquanto algumas das solteiras consideram-se “casadas” (o caso de Duda<sup>61</sup>), indisponíveis para outros relacionamentos, para outras o fato de ter um namorado não significa que tenham, necessariamente, um compromisso ou a garantia de uma vida onde o “felizes para sempre” seja uma premissa (como Luísa e Manoela). Nos dois últimos casos, o futuro do relacionamento é uma incógnita:

<sup>61</sup> Utilizaremos pseudônimos para identificar as informantes durante o trabalho. Para uma lista destas informantes, assim como seus dados de identificação, consultar apêndice C.

Moro com o meu namorado, a gente é meio casado, já mora há dois anos juntos então é uma coisa meio complexa. E as pessoas dizem: ‘teu namorado não sabe que é uma coisa meio séria’? (Duda)

É um namoro assim... não é... não tô vendo assim... futuro. Hoje é sempre eu: eu com minha vida profissional, eu com meus amigos, eu com a minha casa. Eu viajando, não com alguém. Não dependendo muito de outras pessoas. Senão eu já estava louca, né? Com 31! (Luísa)

O que eu estou buscando no meu relacionamento hoje é o hoje. O mês que vem, sabe? Esse ano a gente tá junto e faz planos de férias, aquela coisa toda. Mas aquela idéia de depositar a tua felicidade na mão do outro e achar que ele vai te fazer feliz é meio infantil. (...) Enquanto der certo, está dando certo. Quando não der certo, paciência! Vou chorar? Vou chorar por um tempo, mas vou me levantar e continuar (Ela ri). E não vou ficar muito tempo sozinha, com certeza!! (Manoela)

Zygmund Bauman (2003) compara os relacionamentos na contemporaneidade a um investimento em ações, uma transação comercial. Segundo ele, compramos as ações (leia-se um relacionamento) e as mantemos enquanto seu valor está em alta, mas as vendemos assim que seu valor decai ou outras ações parecem mais rentáveis. Em outras palavras, não há segurança nos relacionamentos atuais. A longo prazo, não há nenhuma garantia que o parceiro ou parceira se manterá fiel ao investimento. De acordo com esta visão, o mercado está repleto de novos investimentos e a oferta pode se tornar o potencial de uma procura. Fazendo uma relação com o texto STC, podemos dizer que há uma ambiguidade, já que as mulheres ali trocam de parceiros com certa frequência, mas o que almejam mesmo é uma união estável.

Vemos também nos quadros a situação profissional das entrevistadas. Apenas 24% estão estabilizadas profissionalmente. As demais estão ainda em busca de espaço, trabalhando, estudando para concursos ou especializando-se, fazendo cursos de Mestrado/Doutorado, sejam elas financeiramente ativas ou dependentes de terceiros.

Um outro ponto relevante, é a porcentagem de mulheres solteiras que moram sozinhas (50%) ou com seus parceiros (17%), o que nos indica que a mulher procura, em certo momento, desvincular-se de seu núcleo familiar, ter não só sua independência financeira, mas emocional. Como observaremos mais adiante, este pode ser um indicativo de que, ao estabelecer estas prioridades, a mulher pode estar construindo os alicerces para uma futura vida a dois, onde ela – e não mais seus pais - será o centro de uma nova família. No texto STC também se observa tal situação, uma vez que todas as personagens moram sozinhas.

Sobre a televisão, observamos que as entrevistadas têm familiaridade com a TV paga. Todas, sem exceção, já tiveram algum contato com a programação da televisão a cabo, mesmo que no momento não sejam assinantes. Tanto que esta programação obteve destaque

(59%) quando as entrevistadas foram questionadas a respeito de que programas assistem na televisão. Isto nos alerta para dois fatores: primeiro, seu nível sócio-econômico e cultural; segundo, o abandono do hábito de ver TV aberta, exceção de noticiário e novelas. Entre as que assistem novelas, como Cátia e Luísa, há posturas contraditórias:

(Com desdém) Essa novela aí, acompanhei, agora, a última. A última novela eu ainda acompanhei, a tal da *Belíssima*. Eu peguei naquela coisa do final pra comentar o final, né. (Ela ri) Essa novela aí [*Páginas da Vida*], agora que tem, eu vejo bem pouco, quando dá. (Cátia)

Da TV aberta, assisto novela, gosto, adoro as novelas do Manoel Carlos. (...) O que eu gosto das novelas do Manoel Carlos são as personagens. Até filme. Eu gosto daqueles filmes com pessoas reais, que tu te identifica. (...) Estou achando péssimas as personagens femininas. (Luísa)

Eu assisto mais TV fechada. A TV aberta, os nossos canais comuns, é muito difícil. Eu não tenho paciência pra ver novela, não tenho paciência! Nem muito tempo, na verdade. (...) Mas, em compensação... (Ela sorri), é uma coisa contraditória. Eu assisto algumas dessas seriezinhas dessas aí, que não deixam de ser umas novelinhas, né? Mais essas séries que têm algum componente de mistério e aquelas pra distrair mesmo. Eu gosto de série, mas não vejo novela. As novelas me cansam muito, é uma coisa que eu não gosto de ver. (Olívia)

Agora essa novela das 8 [*Páginas da Vida*] que eu estou adorando!!! (Risos). Estou amando!! E aí também, termina a novela eu apago a televisão e vou ler ou fazer alguma coisa. É praticamente jornal, novela e deu. (Carolina)

Se for pensar, comparar com outras pessoas que eu conheço, é secundário [A televisão]. Eu gosto, claro, eu acompanho novela... agora, por exemplo, essa nova [*Páginas da Vida*]. (Manoela)

Tendo este perfil traçado, passaremos a uma outra instância, especificamente à descrição e interpretação da experiência desta mulheres em relação a STC. Nossa primeira preocupação era o que, afinal, as levou a assistir STC? Quais suas motivações para acompanhar o programa? Obviamente, poderíamos responder, o prazer que elas encontram em seu texto<sup>62</sup>. Mas, como Ien Ang (1985) já nos alertava, o prazer, neste caso, deve ser visto como o resultado de algo produzido por um artefato cultural e não apenas como um efeito automático de satisfação de necessidades. Ou seja, como a própria autora complementa, um prazer calcado no reconhecimento, como vemos nas respostas das entrevistadas quando indagadas sobre o que as motivou a ver STC:

<sup>62</sup> Adotamos aqui o termo 'texto' como referente a uma produção cultural subjetivada e mediada. De acordo com Richard Johnson (2004), o texto é um objeto de estudo não por ele próprio, mas pelas formas subjetivas ou culturais que ele efetiva e torna disponíveis. Sendo assim, ele é o meio que nos permite refletir acerca da vida subjetiva das formas sociais no momento em que estas circulam.

O seriado imediatamente teve uma super conexão comigo. Eu era bem mais nova que as personagens, mas também era solteira, também era jornalista, também tinha uma turma de amigas solteiras que costumava conversar intimamente sobre tudo e todos e tinha uma vida sentimental cheia de altos e baixos. (Teté)

Eu vi um episódio e achei engraçado, me identifiquei com essa história de serem quatro mulheres na faixa etária mais ou menos parecida com a minha e todas em busca de alguém. E aquela coisa toda de profissão, família... que a Charlotte queria casar e ter família... todos aqueles conflitos que a gente – ou com uma ou com outra – se identifica. (Gisele)

Sabe zapeando? O seriado apareceu na minha frente assim. Eu me interessei pelo primeiro capítulo, depois eu me interessei pelo segundo e depois eu não consegui mais parar de assistir. Porque aquilo estava tão próximo, assim... das minhas crises existenciais (Ela ri). Estava tão perto que eu não consegui mais parar de ver. (...) Eu acho que elas conseguiram captar a alma feminina, pelo menos as angústias que a gente tem. (Fabiane)

Porque eu acho que acabam unindo várias coisas, sentimentos que a gente gosta. E são quatro personalidades diferentes, então geralmente tu gosta de uma delas. Então tem moda, vida social, mostra Nova York, que eu teria muito prazer em conhecer, mostra as aflições das mulheres de 30 anos e eu acho que foi isso que começou a me chamar a atenção (...). São conflitos existenciais que a gente acaba passando, uma hora ou outra. (Carolina)

Eu acho que o mais importante é que ele consegue captar bem o que acontece na vida das mulheres dessa faixa etária de 30, 35, 36. Mesmo sendo Nova York, eu acho que é um comportamento bem típico do Brasil, das mulheres dessa idade. É isso que eu acho mais legal, que é um programa inteligente, que consegue captar a sensibilidade, o comportamento e as atitudes dessa mulher. Tanto lá, quanto aqui. (...) É o cotidiano! São coisas do nosso dia-a-dia. A gente pode até não se dar conta, mas tudo que estão falando lá, é verdade. (Nina)

O grande motivador destas mulheres a acompanhar STC é o fato delas identificarem situações de suas vidas, de seu cotidiano no programa e estabelecer com ele uma relação emocional. A intimidade, ao ser mostrada pelo viés do humor (várias vezes o termo “engraçado” é utilizado pelas entrevistadas para se referir a episódios ou à STC), é vista como um diferencial do programa, como vemos nas falas de Olívia e Adriana:

Tinha situações muito gozadas. (...) Tem um episódio que a Carrie dá um pum. (Risos) E o outro da Miranda, que ela tem um namorado que vai no banheiro de porta aberta. Aquilo, assim, é óbvio do óbvio (Ela ri), da tua humanidade, quer dizer, as pessoas fazem isso, né? (...) Foi uma coisa que a gente [ela e o marido] riu bastante. Foi uma coisa bem prosaica, bem o dia-a-dia. (Olívia)

Ah... eu me lembrei de uma cena muito engraçada... (Ela ri) Uma vez que ela estava... ela namorava o Big, que ela estava na casa dele... aí ela

soltou um pum (Risos) !! Eu me lembrei agora, eu achei muito engraçado... e ela ficava falando depois... “isso é horrível, eu nunca mais vou...” (Adriana)

As entrevistadas demonstram um profundo envolvimento com o programa e com as situações nele apresentadas. Em certas falas, inclusive, confessam que STC mudou algo em suas vidas, que o programa serviu como um ponto de referência para suas ações e até mesmo como educador. Joke Hermes (1995), em seu estudo sobre os usos que as mulheres faziam das revistas femininas, diz que elas freqüentemente se referiam às dicas e informações dadas pelas revistas para legitimar a sua leitura. Aqui notamos algo semelhante, mas estas mulheres parecem mais propensas a modificarem suas posições a partir do texto STC. Elas o utilizam como referencial, como um agente de mudanças:

Como é o nome daquele idiota do Post-it? É um idiota! O Berger! (...) Ele é apresentado pra elas [as amigas de Carrie] e diz pra Miranda... a Miranda falando que o cara ligou e deu uma desculpa... E ele disse: “Quer saber? Ele não deu desculpa, ele não está interessado em ti”. Isso pra mim foi, que nem ela disse, libertador! (...) Hoje eu sou outra pessoa, eu não me angustio mais. (Ana Maria)

Acho que por eu estar, na época, passando por uma crise, eu lembro muito, foi bem forte pra mim, uma fala que a Carrie tem em um episódio da última temporada. (...) E que ela diz, ela fala assim, que talvez esteja na hora de ela dizer quem ela é. Daí ela diz que é alguém que procura um amor... um amor incondicional... aquela coisa toda. Isso sempre me vem na memória e eu me lembro que quando eu vi aquilo mexeu muito comigo e me fez tomar atitudes que na hora eu precisava tomar e não estava muito... puxa, mas peraí!! Eu posso fazer isso também!! (...) Serviu pra alguma coisa aquilo ali, fez eu dar uma sacudida e foi bom! (Manoela)

Eu, depois que eu assisti o seriado, eu vou dizer, assim, um depoimento pessoal mesmo, isso pode ficar como um depoimento pessoal mesmo: eu me tornei muito mais corajosa pra tomar algumas iniciativas que antes eu tinha vergonha mas eu percebi que não tem nada a ver. Até iniciativas mais ousadas, assim, não “vamos pra cama”, sabe? Mas me liberei um pouco das amarras que eu tinha. (Fabiane)

Eu acho que vendo na TV que as coisas são discutidas tão tranqüilo, acho que a mulher também, tu acaba tendo vontade de assistir pra aprender, né, e pra tu poder também discutir isso. (Cátia)

Tem uma situação super engraçada. Só que eu passei por ela depois de assistir, então eu fiquei mais bem-humorada. (...) Eu fui em um chá de fralda e a única pessoa que eu conhecia era a mãe que ia ter o bebê, eu não conhecia as amigas dela, nem nada. (...) Aí eu cheguei lá e eram todas amigas, com filhos, casadas, com outra situação, todas se conheciam, falando de criança, as crianças correndo e tal. (Ela ri) E eu estava com o cigarro na bolsa e queria fumar. Ninguém fumava, né! (...) Daí foi tri engraçado, eu me lembrei da Carrie direto!! (Luísa)



Diversos autores trabalham a noção de empoderamento através da mídia. Corine Squire (1997), ao analisar o programa *Oprah Winfrey Show*, detecta que este, além de servir de entretenimento, é uma fonte de informação e opiniões sobre relacionamentos<sup>63</sup>, psicopatologias e gênero. Além disso, o programa também é visto pelas entrevistadas como um espécie de ícone cultural (SQUIRE, 1997), onde os seus dilemas emocionais<sup>64</sup> e, algumas vezes, profissionais, são expostos a cada episódio e vividos por suas fãs. Dizemos “algumas vezes” devido ao fato de certas informantes criticarem a ausência da questão profissional no programa, como é o caso de Carolina e Fabiane, que se incomodam com o fato das personagens serem todas bem-sucedidas sem que apareça nitidamente que elas se esforçaram para isto:

A questão financeira é um aspecto que dentro do episódio não aparece. Todas elas têm um padrão de vida estabelecido e equilibrado, coisa que a mim ainda aflige. Eu não tenho uma segurança financeira e profissional ainda estabelecida. Eu acho que esse é o único aspecto das temporadas que não condiz com a minha realidade, por exemplo. Nem com a das minhas amigas. (Carolina)

Até eu acho que no ponto profissional elas não fizeram muito sucesso não. Não foi o destaque do seriado pelo menos. Que era tudo muito fácil pra elas, a gente não via essa dificuldade. Eu acho que no caso da Carrie [a dificuldade] era manter em dia a conta do cartão de crédito. (...) Ela só comprava. A Charlotte recebia uma pensão e trabalhava como marchand. A RP [Relações Públicas], eu não sei como uma RP ganhava tanto dinheiro assim!!! Porque ela também era riquíssima! (...) A Miranda era a única que transparecia: “olha, eu tenho trabalhar pra ganhar dinheiro”. E ela trabalhava e ganhava o dinheiro dela. Era a única que tu via a força profissional nela. (Fabiane)

Ao se identificarem com as situações ali expostas, as mulheres encontram uma nova maneira de vivenciar emoções, experimentá-las a partir do outro, da forma segura que a *sitcom* (ou a narrativa ficcional) pode oferecer. Ao lembrar das cenas e episódios que as marcaram, o envolvimento com o programa transparece, como vemos bem demarcado nas falas de Cátia, Eliana, Carolina e Gisele. As informantes praticamente se colocam no lugar das personagens e vivenciam com elas alegrias e tristezas:

Eu adorava o Big, então eu adoro aqueles que eles dançam! Por isso que eu tenho até o último [6ª temporada], porque é o que eu mais gosto. (...) É que eu sou bem, meio romântica, sabe? (Ela ri) Eu adoro aquele que ele senta com as três, acho que é um dos últimos, o penúltimo, sei lá, que ela

<sup>63</sup> Joke Hermes (1995), ao analisar as revistas femininas, também chega a esta conclusão.

<sup>64</sup> Ien Ang (1985) também havia apontado para esta relação em seu estudo sobre *Dallas*.

senta com as três e ele fala que cagou um monte com a Carrie e não sei o que, daí a Miranda olha pra ele e fala: “vai buscar” [Carrie está em Paris com seu atual namorado]. Eu acho o máximo!! (Ela ri) Bah!! Eu acho um amor quando ela [Miranda] fala “go get our girl”. Aí ele vai lá e pega ela! Esse aí eu adoro. (Cátia)

Um episódio que eu achei muito triste é quando ela estava namorando o Big e o Big estava casado. Que eles iam para aqueles motéis horríveis e deprimentes... e a cena quando a mulher pegou eles! Aquilo foi assim... ai, eu tinha vontade de me enfiar embaixo do sofá!! Foi horrível!! (Eliana)

Que tipo de companheiro ela queria? [Ela se refere ao fato de Carrie ter desistido de casar com Aidan] Se não era o Aidan, que ela que foi atrás do cara pra reatar, se ela não estava pronta pra casar com o Aidan naquele momento, por que ela se permitiu viajar com o bailarino aquele? Com o... Barishnikov? Por que ela se permitiu ir pra Paris, não logo em seguida, mas uma temporada depois? E por que ela queria tanto firmar um relacionamento com o escritor aquele, o Jack, que era um lixo pra mim, por que ela queria tanto uma coisa mais séria com ele e não queria com o Aidan, uma paixão de homem? (Carolina)

Aquele episódio do encontro... que ela [Carrie] começa a sentir as borboletas, ‘the butterflies’... que ela começa a sentir as borboletas... aquela coisa da expectativa dela, porque o episódio começa e eles [Carrie e Berger] têm uma conversa e ela vê que assusta ele. Aí no final do episódio ele volta, e ele volta e se mostra assim “vamos ver, vamos nos conhecer, vamos dar essa oportunidade”... Então aquele episódio termina com uma expectativa gostosa, leve, de possibilidades... eu gostei!! (Gisele)

Através da narrativa ficcional de STC, as entrevistadas podem demonstrar livremente sua aprovação ou desdém, tristeza ou alegria. O mais importante nisto é que elas, naquele momento privado, estão livres de qualquer julgamento externo. Janice Radway (1988), em *Reading the Romance*, já havia mencionado que as mulheres preferiam ler ficção romântica quando estavam sozinhas e que o fato de pararem suas tarefas domésticas e familiares para ler, significava uma atitude de emancipação e compensação onde, naquele momento solitário, elas estavam completamente concentradas em si mesmas e desvinculadas de qualquer obrigação que não o seu próprio prazer. Na assistência de STC podemos observar algo similar. Embora as informantes gostem de compartilhar os temas debatidos nos episódios com as amigas (elas comentam a respeito, indicam episódios), a maioria delas faz deste um momento privado:

Eu gostava mais de assistir sozinha. Eu gosto de eu assistir, é um programa meu, sabe? Deixei várias vezes de sair pra ficar em casa assistindo. Era a única coisa que me segurava em casa. (...) Porque era o meu programa, de mulherzinha, de ficar em casa assistindo. Ali também tem muita coisa assim que eu não comentava, quando estava falando dos homens, entrava na intimidade... (Luísa)

Levando em consideração que as principais razões que as levaram a ver STC pela primeira vez foram a repercussão na mídia e a indicação de amigos, temos que já havia uma pré-disposição a aderir à sua narrativa, já que, para que algo nos chame a atenção em um programa televisivo serial, e nos disponhamos a atribuir-lhe nosso tempo, “este há de estar conectado com nossas histórias individuais, com a situação social em que vivemos, com as preferências estéticas e culturais que nós desenvolvemos, entre outros fatores” (ANG, 1985, p.26). No entanto, se isto foi o que chamou a atenção, a principal razão da manutenção do interesse no programa foi o fato de serem mulheres falando sobre a intimidade feminina e seus dilemas, algo que as entrevistadas ainda não haviam visto na televisão. Pela faixa etária da pesquisa, observamos que não é somente entre as mulheres da faixa dos 30 que o programa ecoa, mas também àquelas que ainda não chegaram lá ou há pouco passaram desta fase. O que vem ao encontro da idéia que as entrevistadas têm do programa:

Eu acho que não é só uma história, eu acho que são... que mexe até com psicologia, se a gente for ver, né? São detalhes de pessoas, mulheres que, independentemente da cultura, são etapas da vida de mulheres e de situações que toda mulher já passou em um certo momento. Por isso a identificação. (Carolina, 29 anos)

Eu acho que é a vida no geral da mulher do século XXI. A vida nos aspectos amorosos, nos aspectos profissionais, aspectos de questionamentos pessoais. É um mix. Seria o que englobaria toda a vida da mulher moderna, da mulher que trabalha na cidade, em uma cidade grande como Nova York, mas que pode ser transportada para Porto Alegre, Paris, São Paulo... qualquer grande cidade. (Adriana, 23 anos)

É um seriado de ficção, mas baseado na vida real. Afinal, a coluna que deu origem a tudo era uma coluna real, escrita por uma pessoa de verdade, que saía à noite e conversava com outras mulheres de verdade para escrever sobre um tema por semana. Essa âncora na vida real faz o seriado ficar muito saboroso e realmente muito próximo da vida real. Ou pelo os temas são muito próximos, mas eles aparecem na vida das personagens de um jeito mais glamouroso, charmoso, como acontece na ficção. Isso é universal, isso acontece em qualquer lugar do mundo em doses diferentes, afinal se tem uma coisa que é comum a qualquer mulher é a busca por um amor e pela satisfação na relação com o outro. (Teté, 36 anos)

Observamos, mais uma vez, o grau de envolvimento destas mulheres com STC. Para elas, a *sitcom* narra uma experiência de vida, embora com uma licença ficcional, que elas vêem como o glamour, o dinheiro, as roupas, as festas, algo que não é comum às suas realidades.

Aproximamo-nos, aqui, do universo do fã que, de acordo com Henry Jenkins (1992), é visto de forma pejorativa e estereotípica pela mídia e, conseqüentemente, pelo público. Em

sua pesquisa sobre os fãs de *Star Trek*, ele verifica que, entre os estereótipos mais comuns a eles, estão: dar importância a produtos culturais sem valor, ser feminilizados ou sem vida sexual ativa, serem consumidores irresponsáveis, infantis e imaturos intelectualmente e emocionalmente.

Fã é uma abreviação da palavra “fanático” e foi pela primeira vez usada para descrever os seguidores de times esportivos (JENKINS, 1992). Mais tarde foi utilizada pelos críticos para referir-se às jovens que admiravam os atores nos filmes de matiné dos cinemas. A partir de então, nunca mais fugiu das conotações negativas que relacionavam o fã a excessos, falsas crenças, possessividade e loucura tão comuns em suas representações nos discursos contemporâneos. A mídia, como já abordamos, faz questão de fazer uso desta representação pejorativa que freqüentemente caracteriza os fãs como psicopatas nas quais suas fantasias frustradas tomam formas violentas e anti-sociais (JENKINS, 1992). Casos de fãs psicopatas relatados não são raros: John Lennon foi assassinado por um fã; Charles Manson era um fã dos Beatles; John Hinckley, de Jodie Foster. Todos cometeram atrocidades que acabaram servindo ao estereótipo de que os fãs são instáveis, desajustados socialmente e perigosamente fora da realidade (JENKINS, 1992).

Esta negatividade foi observada entre algumas das entrevistadas que, no momento em que eram questionadas se eram ou não fãs do programa, faziam questão de diferenciar-se do “fanatismo” atribuído usualmente ao fã:

(Risos) Essa tua pergunta é vaga, né, Márcia? Uma fã em que sentido? Fã, fanática, não!! Eu sou fã. Fã, sim. Fã no sentido de ter gostado muito da série, de sempre ter acompanhado, não querer perder, de procurar ver os horários alternativos, de comentar sobre a série, de gostar. (Cátia)

Eu gosto da série. Se gostar da série é ser fã, sim. Mas se ser fã é assistir todos os episódios ou comprar DVD e tal, isso aí não. Depende do conceito de fã. Mas eu me consideraria, eu acho que sim, eu me considero fã porque gosto. (Regina)

Uma fã? Daí eu teria que identificar o que seria uma fã, mas eu me considero uma fã, sim. (...) Eu acho que se eu fosse aquela fã de fanática, assim, de fanática, eu ia procurar mais. (...) Eu acho que sou fã. Não essa fã, louca, desesperada, mas eu acho que eu sou fã, sim, da série. (Duda)

Eu acho que sim. Porque eu via, eu procurava ver, né? Então uma coisa que tu procura ver, que tu quer ver é porque tu gosta, né? Eu não ia abrir um comitê de STC, mas em todo casa, acho que sim, dentro desta perspectiva de gostar de ver e acompanhar, posso dizer que eu era uma fã do seriado. (Olívia)

Ser fã, entretanto, passa longe desta negatividade. O vínculo do fã com o seu objeto é sadio, emocional, visceral e deve ser compartilhado, vivido ao menos numa multidão imaginária (GITTLIN, 2003). Em seus processos internos, ele não só sente, mas se concentra (JENKINS, 1992; GITTLIN, 2003) e, no caso dos programas televisivos, se dedica àqueles que escolhe como favoritos e estabelece com estes vínculos de identificação. É importante também para o fã ter algo sobre o seu objeto de adoração ou alimentar algum sonho em relação a este, sendo enobrecido por este ato ou pelas sensações que este o acomete. No caso de STC, consideramos que as temporadas, o livro, o desejo de conhecer Nova York e até mesmo as roupas e o estilo podem ser vistos como uma maneira de pertencer, de se dedicar ao programa. Para Todd Gittlin (2003), o fã é de todas as idades e se apresenta de forma moderada à fraca, de firme à volúvel, mas é sempre conservador em meio ao fluxo de novos produtos culturais oferecidos, pois ele se apega àquele que tem uma característica distintiva para ele e não tem substituição, ao menos naquele momento.

Podemos afirmar que a maioria das entrevistadas de nossa pesquisa é fã de *sitcoms* e séries de TV. Várias relatam sua intimidade com a programação de canais especializados no gênero, como Sony, Warner e Fox, acompanhando diversos, entre eles *Friends*, *Gilmore Girls*, *Felicity*.

Sobre STC, 16 das entrevistadas consideram-se, apesar das ressalvas feitas sobre o “fanatismo”, fãs do programa. No entanto, seguindo as considerações de Jenkins (1992) e Gittlin (2003) que já explicitamos, nem todas podem ser vistas deste modo, já que não acompanharam o programa e/ou não procuraram vê-lo com assiduidade. Também não podem ser pelo fato de não terem tido qualquer gasto de energia, tempo ou dinheiro em busca de ver os episódios que lhes faltavam, comprando os DVD’s ou locando-os para saber toda sua história, o que não caracteriza uma ação de fã.

Apesar disto, diante do sortimento de canais a que elas têm acesso, o fato de demonstrarem um conhecimento sobre o programa e as personagens evidencia que o programa foi também “escolhido” por elas entre uma gama de opções e que elas estabeleceram com este uma estreita relação, opinando a respeito e posicionando-se com apropriação, tanto que se dispuseram a falar para esta pesquisadora na condição de fãs.

Desta forma temos que, neste trabalho, das 17 entrevistadas, 10 (59%) podem ser caracterizadas como fãs, enquanto as demais (41%) podem ser vistas como fãs moderadas (GITTLIN, 2003). Nestas últimas, o envolvimento com o programa está estabelecido, mas o compromisso não é uma prerrogativa. Entre as primeiras, que podemos considerar fãs fortes, algumas ações são recorrentes, como o fato de confessarem que não gostam muito de

emprestar seus DVD's e indicarem ou defenderem o programa perante aqueles que possam criticá-lo:

Me considero, me considero [uma fã]. Pode falar qualquer coisa que eu vou defender. Uma amiga minha diz: 'é um bando de mulheres que só transam'! E eu: 'olha, é o teu ponto de vista, o meu é outro. Vamos se respeitar, eu gosto!' (Fabiane)

Ah, eu me considero!! Sim, eu tenho todos, assisti todos, mais de uma vez! Gosto de curtir, de olhar de novo. (...) Quando está passando na TV a cabo, que eu estou na casa do meu namorado, por mais que eu já tenha visto eu vejo de novo. Por mais que eu tenha o DVD em casa. (Carolina)

Eu acho que sim. Eu indico pras pessoas: 'quer ver uma coisa boa?' (Ela ri) Para as minhas amigas, por exemplo, eu até não me importo de emprestar, aquela coisa toda. (Manoela)

Volta e meia termina e eu começo tudo de novo. Termina, eu começo de novo. (...) Tanto que eu nem gosto muito de emprestar porque eu gosto de ter sempre ali. Estou com vontade de ver tal. E é muito engraçado que eu uso como um mantra pra mim. Sabe aquelas pessoas que tem um livrinho que tem uma mensagem? Pra mim é... (Ana Maria)

Neste primeiro momento de análise das entrevistas, compusemos o perfil das mulheres que acompanharam STC e observamos que estamos trabalhando, sim, com uma audiência de fãs do programa, sejam elas fortes ou moderadas (GITTLIN, 2003). Tratam-se de mulheres em sua maioria solteiras (70%), público que foi, desde a concepção do programa por Darren Star, seu alvo. Notamos também que foi estabelecido com o programa uma relação emocional, já que estas mulheres identificam situações de seu dia-a-dia na tela, havendo uma verossimilhança cultural entre o que elas vivem (ou viveram) e as personagens de STC. Para estas mulheres, STC é mais que uma *sitcom*, é uma experiência de vida, uma primeira ou segunda chance de refletir sobre situações que lhes são familiares e, quem sabe, empoderá-las para os acontecimentos que estão por vir.

### 3.3.1. O Sexo

A partir daqui focaremos a análise das entrevistas sobre os três eixos que consideramos recorrentes no programa: Sexo, Comportamento e Consumo. Como já explicitamos na análise dos episódios, consideramos estes tópicos essenciais em nossa pesquisa. Na ocasião das entrevistas ainda mais, pois estamos observando os usos que estas fãs fazem do programa.

De acordo com as entrevistadas, o Sexo é algo secundário em STC. Até porque, segundo elas, para a mulher o Sexo nunca vem desvinculado de outras questões. O que tinha importância mesmo, para estas mulheres, era o que vinha com ele, o envolvimento.

Essa coisa do sexo é abordada, mas com todas as outras coisas que incluem o sexo. Não só o sexo em si. A maneira de pegar, a opção sexual... por isso que eu acho que o foco não é o sexo. Ou então seria o sexo e tudo que envolve o sexo. (Duda)

Em alguns momentos eu acho que ficou um pouco secundário, eu acho que teve oscilações, mas de certa forma sempre esteve presente. (...) É mais ou menos isso, é um pano de fundo, como a própria cidade de Nova York. (Adriana)

Ressaltamos que grande parte das entrevistadas não mencionava nada sobre o assunto Sexo. Apenas posicionavam-se a respeito quando indagadas ou estimuladas e, ainda assim, sem dar a ele muita importância. Temos que levar em consideração que falar sobre este aspecto da esfera privada é algo de toda forma problemático, mesmo em uma pesquisa com fins acadêmicos e onde a identificação da entrevistada é preservada. Um outro ponto que precisa ser levado em conta é que muitas destas mulheres nunca haviam tido contato com a pesquisadora, logo, falar sobre suas intimidades, mesmo que tendo como pretexto um produto midiático, poderia não lhes soar adequado ou confortável.

Mesmo com estas dificuldades, algumas questões parecem causar efeito nas entrevistadas. Uma delas é a personagem Samantha, que é vista como a personificação do Sexo em STC, embora as entrevistadas, como é o caso de Adriana, Regina e Cecília, admirem sua liberdade e relutem em usar o termo “promíscua”:

O que eu acho legal nela é que ela não se preocupa com o que os outros acham dela, ela é muito autêntica, ela quer ser feliz. Acho que são pontos muito positivos nela e é muito bacana porque ela nunca ligou... “e daí que eu durmo com tantos caras?” (...) Enfim... Eu acho que cada um tem sua opinião a respeito de certas coisas... (Ela ri) mas eu acho que ela era muito... não sei se promíscua seria a palavra (Ela gargalha), mas eu acho que todo mundo tem que fazer coisas que trazem felicidade. Então eu não condeno, mas é que eu não me identifico com isso (Adriana).

Eu acho que talvez, a Samantha, que era a mais liberal, me surpreendesse mais. Eu falava: “Nossa!”, sabe? (Ela ri) Mas não tinha uma sensação que algumas mulheres têm, e mostra isso na série, uma reação negativa às outras mulheres que têm esse comportamento... muito... não por ser promíscuo, porque eu acho que promíscuo é pejorativo, mas um comportamento liberal. (Regina)

Eu acho a Samantha fantástica porque ela é muito liberal e tal. Acho ela uma pessoa feliz e eu me considero uma pessoa feliz... bom, sexualmente, com as amigas... não tive um bichão de parceiros, mas tive boas experiências e me identifico com a liberdade que ela fala as coisas. (...) Eu não sou 'A Samantha', mas estou lá embaixo! (Risos) Acho que sim, tenho um potencial! (Cecília)

Questões tabus foram o desafio em STC. Tratá-las de forma diferenciada era a intenção de Darren Star ao criar um programa adulto, onde o Sexo pudesse ser abordado de uma forma não convencional, fora dos padrões televisivos. Como ele não via isto na televisão, queria oferecer às mulheres algo que as confrontasse com situações como impotência (Trey, o primeiro marido de Charlotte era impotente), os prazeres da masturbação feminina (Charlotte e o 'coelho', um vibrador), sexo a três (Samantha com dois amigos gays, Charlotte e o namorado com mais uma mulher), doenças sexualmente transmissíveis (Miranda com clamídia), entre tantas outras, mas que, mostradas pelo viés do humor, se tornariam mais aceitáveis de sair do privado para o público. Cátia e Duda, por exemplo, consideram o tratamento dado ao sexo anal, outro tabu, positivo:

Agora eu vou falar uma coisa que eu me lembrei esse dias (...) De estar conversando e daí vem a história de... (Ela gesticula) (...) da mulher estar para dar o... (Ela gesticula). Daí volta e meia se fala 'te lembra daquele episódio que aconteceu isso?' Todo mundo se revoltou porque é uma coisa... todo mundo teve que se unir porque era uma coisa séria. (Ela ri) Tem que discutir essas coisas. (Cátia)

Tem um episódio que a Charlotte decide que vai fazer sexo anal e ela conta pras amigas. Ela conta, ela decide, ela quer saber as dicas, confabular. Eu acho que tem isso, a mulher pensa muito, até durante o ato ou antes. E o homem já não está pensando, está fazendo. Não é nem uma crítica, é uma diferença só. (Duda)

O homossexualismo também foi mencionado. Não tanto pelo fato da relação homossexual ou de uma suposta condenação a esta escolha pessoal, mas por ter explicitado como se dá/acontece o ato sexual entre estes pares. Para algumas mulheres essa intimidade, alheia a sua experiência heterossexual, foi mal-vista:

Deixa eu me lembrar.... o episódio da... é que não sei também, acho que é bem da formação da gente, né? Mas, por exemplo, eu me lembro daquele episódio quando a Samantha virou lésbica. Eu acho que aquilo não precisava, sabe? Quando a Sônia Braga goza. Eu acho que aquilo não precisava mostrar, eles podiam ter feito de uma maneira mais calma, sabe? Porque, na realidade, até foi uma opção que ela fez, ela achou que ia dar certo, alguma coisa assim, mas acho que pegaram pesado. (Cátia)



Tinha um episódio que a Samantha tinha conversado com dois amigos que eram gays e eles queriam transar com ela pra saber como era transar com uma mulher!! (Ela ri) Ah, eu achei... (Expressão de desgosto) E ela topou ainda!!! (...) Umas situações meio bizarras! (Adriana)

Uma outra questão levantada pelas entrevistadas, diz respeito à preocupação com o currículo sexual feminino. Muitas trazem à tona seus questionamentos sobre o assunto, o que nos indica que, para a mulher, a opinião alheia – diga-se, masculina - ainda pesa, tornando bastante difícil lidar com uma suposta liberdade sexual feminina:

E eu acho, eles dizem que não, eu até já perguntei pro meu namorado várias vezes: ‘escuta, é verdade que essa história de que mulher que sai e fica com vários homens, que tem um número X de homens, afeta?’ Ele disse que não, mas eu acho que pesa na hora de um homem definir alguma coisa. (Carolina)

Por exemplo, na questão que a gente sempre ouve, o exemplo mais corriqueiro: a mulher fica com um monte de cara e é galinha. O cara fica com um monte e é garanhão. Entende? A gente não vai conseguir mudar isso aí. (...) Ela tem o direito de ficar com o homem que ela quiser. É solteira? Fica com quantos quiser!! Mas eu acho que tu tem que te preservar um pouco. Não é não ficar com ninguém, mas te preservar pra quem está vendo. (Cátia)

É uma coisa que tem muito homem que tem esse preconceito ainda, que acha que mulher que dá na primeira noite não... eu tenho amigos que me falam isso. Falam, “Bah, Rô, se a guria dá pra mim na primeira noite eu não namoro porque eu sei que não é pra namorar”. (Roberta)

Eu acho que existe isso, do cara pensar que se a mulher dormiu com ele no primeiro encontro, ela não serve pra namorar, por exemplo. (Maria Lúcia)

Eu acho que tem que ter um pouco mais de... cautela. Um pouco mais de cuidado. O ideal seria, de repente, tu sai, mas tu conhece, tu vai jantar... não adianta tu sair namorando com todos pra ver qual é o melhor. (...) Tu tem que te preservar!! Eu acho isso. Não pode sair, como era o caso delas, namorando... ficando. E depois... vem aquele vazio, né?! Então eu acho que isso aí é errado. Eu não faria assim. (Nina)

Eu acho que isso, essa grande quantidade, essa grande mudança cultural e comportamental que aconteceu, essa relativização dos relacionamentos, tornou o sexo muito promíscuo. Eu sou moralista nesse sentido. Inclusive, até eu sou tão moralista e gostei de STC!! Essas coisas o buraco é bem mais embaixo!! E eu acho que hoje a mulher sai com qualquer um, transa com qualquer um... só nesse sentido sexual, o sexo virou moeda de troca. Não necessariamente um passo a mais no relacionamento. (Fabiane)

Observamos que, mesmo sendo o diferencial do programa de acordo com seu criador, Darren Star, o Sexo não ecoou junto às entrevistadas, como supomos nas premissas deste trabalho, até mesmo devido aos problemas que já expusemos. A temática, entretanto, não é indiferente a elas. O Sexo em STC tem uma relevância por levantar questões privadas que ainda não são discutidas com naturalidade na esfera pública. As mulheres identificam diferenças no tratamento dado ao tema, mas fazem julgamentos baseadas no olhar dominante – o masculino – seja quando falam sobre a personagem Samantha ou quando admiram ou questionam a liberdade sexual daquelas mulheres. No episódio da 5ª temporada aqui analisado, por exemplo, Carrie sugere que Charlotte é uma “prostituta imaginária” por confessar que hipoteticamente transaria com oito homens, quando todas as suas amigas, inclusive ela, já tiveram relações sexuais com um número de parceiros bem maior que este. Ou seja, mesmo sendo ela uma mulher supostamente “livre”, sua personagem se posicionou de acordo com o olhar masculino operante e condenou a prática “imaginária” de Charlotte.

Apesar do programa mostrar a vida de quatro mulheres que vivem sua sexualidade de maneira aberta, para quem o Sexo tem grande importância – este é, inclusive o tema do sexto episódio da 4ª temporada, intitulado *Somos todas vagabundas?* - as entrevistadas não o recebem nem o praticam da mesma maneira. Podemos dizer que, com algumas exceções entre as entrevistadas, que admitiram ter uma experiência sexual significativa, as demais informaram ter tido poucos parceiros sexuais e demonstraram posicionamentos tradicionais, como relutância ao homossexualismo, às cenas de sexo e ao fato da mulher poder usufruir dos prazeres de seu corpo sem culpa ou julgamento alheio. Sexualmente, pelo que observamos nas entrevistas, a mulher ainda está em um processo de aceitação e desenvolvimento de sua própria liberdade sexual.

### **3.3.2. O Comportamento**

Devido à vasta quantidade de informações sobre o eixo Comportamento (entre as mais de 160 páginas de transcrição), nos centraremos em três pontos principais que, em nossa concepção, permitem radiografar o Comportamento destas mulheres.

O primeiro diz respeito aos seus posicionamentos em relação à “solteirice”, tema central de STC e estado civil da maioria delas. Depois, com seu entendimento da situação da mulher na sociedade contemporânea, o que acaba tendo uma estreita relação com o programa, já que muitas dizem se identificar com as personagens ou com as situações ali apresentadas

sobre o seu cotidiano. Por último, suas expectativas em relação a um futuro que, como veremos, pode ser analisado lado a lado com as suas percepções do desfecho do programa.

Para falar sobre o ser solteira, partimos do texto STC, por si só já contraditório. No programa há, em certos momentos, um repúdio ostensivo à vergonha de ser sozinha e sexualmente ativa (ARTHURS, 2003) e em outros uma exaltação das vantagens deste estado civil. No episódio da 2ª temporada, *Solteira e fabulosa?*(Ep. 4), por exemplo, as quatro personagens estão comemorando o fato de estarem sozinhas – e “sem homens” – quando se vêem questionadas (e envergonhadas) sobre sua condição de solteiras.

Susan Faludi (2001) discute o ser solteira ao observar como a mídia se portou em relação a estas mulheres nos anos 70 e 80. Segundo a autora, nos anos 70 as mulheres solteiras estavam confiantes, havia todo um movimento na mídia que colocava a solteira feliz como uma tendência, mostrando o quanto sua vida era “respeitável”, “corajosa” e cheia de escolhas (FALUDI, 2001, p. 112). Uma década mais tarde, as mesmas publicações que anunciaram a felicidade das solteiras (como *Newsweek* e *New York Times*), estavam enviando uma mensagem totalmente oposta (FALUDI, 2001). O criticismo a respeito das solteiras passou a ser evidenciado: por dar total atenção ao trabalho, elas não tinham um companheiro fixo, eram rígidas demais, tristes e haviam deixado o tempo passar: “Nos anos 80 a imprensa só oferecia escárnio e insincera piedade pelas mulheres que se afastavam do leito conjugal” (FALUDI, 2001, p. 112). Desta forma, a imprensa contribuiu para a imagem das mulheres solteiras (e independentes) e fez com que a liberação feminina e a campanha pelos direitos da mulher fosse considerada a grande culpada por sua infelicidade. O feminismo, neste sentido, foi o responsável pelo afastamento das mulheres de suas reais prioridades (ter um marido, filhos, família).

Para as entrevistadas, a questão da “solteirice” não só é um tema controvertido, como também um sinalizador de algumas posições identificadas por Faludi (2001). Enquanto as solteiras sem parceiro fixo dizem que estão “ótimas” sozinhas e que este é um momento para aproveitar as coisas boas que a vida tem a oferecer, as demais colocam em dúvida esta auto-suficiência, dizendo não acreditar que a mulher solteira depois de uma certa idade possa estar totalmente feliz sem um homem. Isto, de certa forma, fica evidente no decorrer da conversa, quando as solteiras sem parceiro fixo admitem momentos de instabilidade e questionam sua própria condição. Muito desta instabilidade vem da cobrança externa para que elas tenham um parceiro, algo que todas condenam, algumas lutam contra, mas todas estão expostas:

Como é que funciona na sociedade gaúcha? [em comparação com o Rio de Janeiro, onde ela aponta que as pessoas não são tão cobradas por

serem solteiras] O que aconteceu? Eu me separei em... setembro de 2004. Logo em seguida eu já emendei um outro namoro. Eu nem era muito apaixonada, mas porque aqui tem que ter namorado. Não importa a qualidade da pessoa. As pessoas estão infelizes umas ao lado das outras, há 5, 6 anos juntos e fica todo mundo com aquela cara *blasé* o tempo inteiro e ninguém busca nada ou ninguém se permite ou dá espaço pra entrar uma outra pessoa. Porque assim como é ruim estar junto de alguém que tu não gosta, também é ruim ser solteira. Eu também tenho meus momentos de “pô, que merda!” (...) As minhas amigas vivem enlouquecidas porque não têm namorado. Eu digo, “olha”... eu tenho os meus cachos, obviamente, tenho as minhas pessoas que eu posso eventualmente sair, mas eu quero hoje estar solteira para esperar essa pessoa [ela se refere a uma pessoa especial]!! (Ana Maria)

Tem horas que parece que elas [as protagonistas de STC] estão atrás de alguém e tem horas que elas estão tri bem sozinhas. E eu acho que o que elas discutem um pouco na série, e é o que eu sinto, é que eu acho que não é o problema delas se questionarem, delas se sentirem assim. Por exemplo, o que eu não agüento é os outros cobrando!!! (Luísa)

Eu acho que existe cobrança. Falar em termos de sociedade é difícil, mas eu acho que existe cobrança em ser solteira. Eu acho que a mulher que é solteira sofre!! (...) Sofre que eu digo... não sofre por não ter homem, eu acho que sofre pros outros. (Cátia)

Estar solteira a partir de uma certa idade (por volta dos 30 anos) não é algo natural de acordo com as entrevistadas. Sendo assim, quando não há uma cobrança, chama a atenção, gera comentários ou causa algum efeito. Em outras palavras, a mulher solteira ainda hoje sofre preconceito:

Eu acho que existe [preconceito], mas pouco. Inclusive eu li uma estatística uma vez de que os homens preferem as mulheres que já foram casadas ou que já tiveram um relacionamento como se fosse um casamento. Uma mulher que chega aos 40 anos, por exemplo, e não ter nunca se casado... ‘Pô, alguma coisa ela tem de errado!’... É isso que eles pensam. Então tem estatísticas que provam que as que já casaram têm mais chances de casar em seguida do que aquelas que nunca. Mas acho que sofre preconceito, mas claro, hoje é bem mais fácil ser solteira do que era no início do século. (Eliana)

Tem um estranhamento aí, eu acho. As pessoas não tendem a reagir de forma hostil [ao fato de ser solteira depois de certa idade], eu acho, como há um tempo foi, mas elas têm também... acho que até uma certa... sei lá, não sei se pena... mas elas pensam, sei lá, a pessoa está assim porque não conseguiu, sabe? “Está sozinha porque não conseguiu alguém pra ficar junto com ela” e nem considera que a mulher está sozinha porque foi uma opção, porque ela quis. (Regina)

Eu acho que ainda tem um pouco [de preconceito]. Mudou bastante, é muito mais comum tu ver mulheres almoçando sozinhas, jantando sozinhas ou indo no cinema sozinhas. Eu acho que é uma coisa que está avançando. (...) Eu vou no cinema sozinha numa boa, sem problema nenhum, mas eu

tenho um monte de amiga que não vai. Porque se sentem desconfortáveis por estarem sozinhas. Então eu acho que ainda tem um pouco, um certo preconceito, um certo desconforto das mulheres... De estarem solteiras assumidas. (...) Mas eu acho que é muito menos do que já foi. Não sei, é uma sensação. (Gisele)

Algumas dizem, inclusive, que a mulher solteira ajuda a fabricar este preconceito (Cecília), pois ela mesma não se sente satisfeita com a sua condição.

Eu acho que existe um pré-conceito, não uma coisa opressiva e tal, mas é uma coisa que as mulheres ajudam muito a fabricar porque a gente está ainda em um processo de auto-conhecimento, em uma luta por buscar o espaço, por dizer “não, sou solteira, me orgulho disso, vou atrás do que eu quero, etc”. (...) A mulher solteira é isso. Porque uma hora ela está super feliz, outra hora ela está deprimida e se acontece não sei o quê “estou gorda!”. Não me parece que ela tenha aquele estado do homem solteiro. O homem solteiro gosta de futebol, gosta de beber e sempre aquele homem solteiro, que vai ter sempre aquela pra ligar na terça-feira ou no sábado. Ele não vai de vez em quando estar tri feliz que está solteiro e outra hora triste. Eu acho que ainda falta se encontrar, um pouco. Acho que é uma luta que ainda tem um espacinho pra percorrer. (Cecília)

Na nossa idade a gente já começa, não necessariamente na nossa idade, mas a partir de um certo momento, sei lá, de 26, 27, 28, 30, 31, 32, que a gente começa a pressionar o homem porque a gente quer ter filho. O relógio biológico bate. E eles, quando tem 30, 35, não querem. Querem alguém mais jovem pra ter mais tempo pra curtir. E eu fico impressionada, é até mais simples do que a gente imagina, na verdade eles não querem estabelecer um relacionamento com uma mulher da nossa idade porque não querem mais uma tarefa. Então eu acho que não é tanto preconceito... eu acho que o número de mulheres solteiras na nossa idade e satisfeitas com a solteirice é muito pouco. As mulheres mesmo estão insatisfeitas. (Carolina)

E eu acho que o papel hoje da mulher solteira... eu duvido muito que a mulher solteira e independente seja eterna, que precise ser só independente. Foi o que o seriado disse na verdade, né? Quer dizer, as quatro independentes o que elas queriam, na verdade, era um colo, elas queriam ter aquela estrutura familiar de alguma forma, do seu jeito. (...) Eu, pela minha experiência pessoal, das pessoas com quem eu tenho esse enfoque, eu faria esta distinção que eu estou te dizendo: as 20 tá legal, 20 e poucos; aos 30 começa a preocupar e aos 40 é desesperador!! (Olívia)

Em relação ao segundo aspecto, a mulher na sociedade contemporânea, de acordo com as informantes, tem um papel tão ambivalente quanto sua própria representação em STC. As personagens chegam a propor posicionamentos diferenciados para o feminino (como fazer sexo “como um homem”, o direito de abortar, de ser mais bem sucedida que o parceiro, ter experiências homossexuais, etc), mas acabam sempre optando por recuar e adequar-se a

ordem estabelecida. Elas lançam a possibilidade para depois retomar os papéis tradicionais a que a mulher sempre esteve atrelada. Nas entrevistas isto foi também demarcado, já que enquanto algumas admitem que a mulher ainda não conquistou o seu espaço, que ainda está submetida a um regime onde o homem é dominador, que ainda há um longo caminho a ser percorrido (como Olívia e Carolina), outras defendem o discurso de que a mulher já está em um outro lugar (Adriana e Duda):

Nós ainda estamos em uma sociedade extremamente patriarcal, machista, centralizada, as mulheres continuam precisando lutar para demonstrar coisas, mostrar que conseguem. (...) Tu vê agora, em época de eleição, em ano partidário, 20% de cotas no partido pra manter candidatas. A grande maioria das mulheres não quer ser candidata!! (...) As mulheres gostam de participar, participam demais, mas sempre numa visão meio subliminar da coisa. As testas de ferro são poucas!! São poucas as mulheres que vão à frente pra tomar a iniciativa, pra superar as diferenças. (Olívia)

Trabalho como advogada desde a época da faculdade. E trabalho em um mundo muito masculino. Extremamente masculino, machista e preconceituoso! As três coisas ao mesmo tempo. Uma profissão que prega muito a imagem, o comportamento, principalmente, então as mulheres são muito segregadas: salário, postura, credibilidade. O homem é dominador ainda na nossa área, na advocacia. (...) Eu ainda sou privilegiada, mas a questão salarial pra mulher advogada é muito complicada. O salário geralmente não é igual ao de um advogado homem e, além disso, quando tu faz uma entrevista de trabalho, a primeira coisa que te perguntam é: tu tem namorado ou é casada? Tem interesse em engravidar? Qual é a tua disponibilidade de horários? A gente tem uma data marcada, depois que tu engravida, parece que não tem como trabalhar. (Carolina)

Eu acho que, se a gente for comparar, acho que está muito melhor. É uma grande conquista a gente poder trabalhar, não ter que depender financeiramente de alguém, ser dona do próprio nariz, acho que isso é uma grande conquista que a gente adquiriu nas últimas décadas. Só que é engraçado... (...) A mulher consegue ter prestígio na vida profissional, ser uma vencedora, consegue tudo que ela quer, o salário que ela quer, o trabalho, o apartamento, enfim... (...) Mas o homem que a gente ainda vê por aí parece que não está conseguindo acompanhar a mulher que a gente se tornou hoje em dia. (Adriana)

Eu acho que nós, mulheres, da nossa geração, nós podemos nos dar ao luxo de ser exigentes. Sabe? Porque a gente conquistou tanta coisa, os nossos antepassados, nossas avós, nossas mães, conquistaram tantas coisas, né? As mulheres podem ser exigentes!! (...) Às vezes a mulher quer ser mulherzinha, aquela coisa de fazer comidinha pro namorado, pro marido, e eu acho isso legal às vezes. Mas a gente é, mas a gente é porque a gente, poxa, a gente tem diploma, a gente trabalha, a gente faz, e vai pra rua, faz as mesmas coisas que os homens!! (...) Eu acho que tanto o homem quanto a mulher mudou. Claro, não todos, nem todas, mas acho que essa visão tá... é um caminho que está se abrindo. (Duda)

É curioso observar o quanto a mulher, em todas estas falas, é marcada pela sua diferença. Sua identidade feminina se instaura a partir do homem, da diferença que este impõe. É a identidade masculina que aqui dá condições para a identidade feminina se estabelecer. Logo, não há como escapar desta determinação: é a mulher que não tem participação, o homem tem; é a mulher que é discriminada no ambiente de trabalho, o homem não; é a mulher que escolhe ser “mulherzinha” para o seu homem; é a mulher que “conquista o direito” de trabalhar lado a lado com o homem.

Se nos voltarmos para as personagens de STC encontraremos uma explicação para esta diferença de posicionamentos. Entre as entrevistadas, a personagem Miranda Hobbes não é vista com muita simpatia pelo público: ela era vista como o masculino em STC, como ela mesma já havia anunciado ao falar sobre as personagens do programa. Ela só conquistou a simpatia das entrevistadas com unanimidade quando passou por um processo de “feminização”, ou seja, passou a vestir-se melhor, maquiarse, teve um filho e casou com Steve.

E a Miranda era meio estranha no início, eu não sei. No início eu até achava que ela era gay. A primeira vez que eu vi, sei lá, nem sei qual episódio que eu vi, não sei se pela aparência física ou não, mas depois eu gostei do jeito dela. (Maria Lúcia)

E a Miranda tem também a questão da personalidade dela, toda metódica, sempre planejando tudo, querendo que nada saia errado, ou sempre criticando... não tendo medo de falar o que ela pensa. Acho que isso era sempre mostrado em “n” momentos na série. (...) Ela é muito pragmática. Legal da personalidade dela. Mas uma coisa que aparecia muito e eu ficava pensando “poxa, mas por que ela faz isso?” Essa questão de ter medo de se entregar para o amor, ela sempre botando uma barreira, sempre tentando se enganar. Acho que querendo se fazer como se ela fosse o homem, digamos, “não, não vou deixar ele entrar na minha vida”, como quando conheceu o Steve. (Adriana)

Mas eu também gostava muito daquela parte racional da Miranda que levava muito a sério a parte do trabalho dela, ganhava dinheiro. Ela era um homem, né? Tanto é que depois... eu acho que ela fazia tão bem o papel dela como o homem da casa, de odiar ter aquele bebê, de odiar ter um marido pobre, inclusive, isso é Atenas, a mulher não suportar um homem mais pobre do que ela, não suportar um homem que não tenha o mesmo nível social que ela. (...) Mas admirável aquela parte toda profissional e toda homem que ela tem. Até depois eu descobri que ela se tornou uma lésbica (Ela ri). Aí eu fiquei, puxa, mas era a cara dela mesmo! (Fabiane)

Enquanto Miranda é vista com ressalvas devido à falta de feminilidade, Carrie, outra das supostas “heroínas imperfeitas” de STC, é apontada como uma referência de

comportamento exatamente por esta razão. Carrie é muito feminina e emocional. Vale dizer que, em determinado ponto da *sitcom*, Carrie é a “outra” na vida de Mr. Big. Mesmo assim, para Ana Maria, é Natasha, a mulher de Mr. Big, que é “descreditada” por ser uma mulher “domada”. Em seu discurso – que confere com a posição do episódio – ela repudia a suposta apatia de Natasha:

Quando o Big se casa com a Natasha porque ela é ‘bege’ e a... a... Carrie, aparece aquela coisa do cavalo com a crina, sabe, selvagem, não domada, e ela? E eu me identifiquei muito com isso. (...) Eu sou a Carrie, eu não sou a Natasha!!! Não adianta eu querer dar uma de boazinha, que agüento qualquer coisa, não sou assim! Eu tenho que aceitar que eu sou selvagem, que eu sou a chucra, que vai ter um cara que vai precisar me domar!! (Ana Maria)

A questão da identificação também aparece em *STC*. Grande parte das entrevistadas dizem que se identificam com todas as personagens dependendo da situação vivida, enquanto algumas – o caso da Manoela e Olívia - apontam uma personagem específica:

Eu tenho a minha preferida, que eu me identifico, que é a Carrie Bradshaw (Ela ri). Tanto que os guris me chamam tudo de Sarah Jessica (Ela ri)! Se tu olhar lá no meu Orkut, é só que eles escrevem. Gosto do perfil dela, gosto do que ela veste, sabe? Gosto das idéias dela... gosto da atriz. (Manoela)

A própria Samantha. A Samantha não só pelo lado sexual da coisa, mas por esse afã de liberdade que ela tinha. Ela era uma mulher absolutamente dona do nariz dela e fazia absolutamente o que ela gostava de fazer. Isso era uma coisa muito legal, eu acho que é muito difícil de conseguir, na sociedade que tu vive, no dia-a-dia, porque tu tem sempre que ceder coisas, né, essa é a lei da convivência, pra viver bem tu cede coisas. Se tu não ceder, daqui a pouco tu vai entrar em muitos choques desnecessários. (...) Então a Samantha eu acho que era a minha identidade ali. (Olívia)

Acho que cada pessoa tem um pouco de cada uma delas, você age como a Charlotte um dia, no outro dia acorda de mau humor e tem um momento Miranda, ou então vai a uma festa e acaba “encarnando” a Samantha e no dia seguinte pensa em tudo que aconteceu como a Carrie fazia. É sempre possível se imaginar no lugar delas mas, mesmo assim, as situações te surpreendem e as personagens te surpreendem com pensamentos ou ações que você talvez não tivesse coragem de fazer, ou que já quase fez, ou que já fez mesmo, ou coisas que você teme ou torce que aconteçam com você. (Teté)

Eu me acho parecida com a Miranda. Então, eu me identifiquei... na realidade, eu vi mais, eu fiquei mais aficcionada por causa da identificação! Que tudo, bem isso, tudo que aconteceu, qualquer coisa que tu pense e me pergunte, eu tenho uma história igual pra contar! (Ana Maria)



O fato das personagens não serem mulheres perfeitas, de passarem por situações difíceis, terem suas fraquezas e demonstrarem humanidade torna-as ainda mais verossímeis e passíveis de identificação para as entrevistadas. A forte amizade das quatro, neste processo, é vista como uma substituta para a família e um dos pontos positivos do programa, embora nem todas acreditem que este tipo de ligação seja corrente em nosso meio, como apontam Luísa e Manoela:

Eu não acho tão verossímil os encontros delas nos cafés. Estão casadas e tudo, mas estão sempre juntas se encontrando. Isso não é real!! Mesmo a mulher contemporânea abandona, sim, as amigas! (...) Às vezes até dá um atrito, uma vez a Carrie não vai no café pra ficar com o russo [Petrovsky] aquele. Mas a maioria das vezes elas estão super disponíveis, deixam os maridos, a outra deixa o filho, e vão todas pro café conversar e vão pra noite. Isso aí a mulher contemporânea não é tão... não acho tão assim. Até acho mais real quando a Miranda depois vai pro Brooklin. ‘Ah não, minha família, vou pra lá, não vou poder vir tanto pra cá’, aí eu acho que até. Ainda mais com aquele estilo de vida de correria que eles têm lá, sempre super disponíveis pra ir pra noite...mesmo tendo um relacionamento sério... Isso eu não acho muito assim... (Luísa)

O que eu mais gosto na série, que eu admiro e sempre converso com as pessoas é o vínculo delas. É aquela amizade, aquela cumplicidade toda que elas têm. Chama muito a atenção aquilo, eu gostaria de ter aquilo!! Eu gostaria de ter umas amigas assim, muito próximas, vivendo tudo junto e compartilhando. Eu não tenho isso!! Claro que eu tenho amigas, mas não uma coisa forte como elas quatro. Não sei nem se isso é possível... Talvez isso seja ficção mesmo!! Eu acho aquilo muito interessante, é o que me prende. (Manoela)

Segundo observamos, a mulher contemporânea busca afirmação e incentivo externo, está sujeita a fatores que vem de fora para dentro e, neste contexto, a ambivalência é uma característica chave. As entrevistadas pregam que a mulher teve muitas conquistas, entre elas fazer uso de seu corpo e prazer como bem entender, entretanto, não agem deste modo e julgam as que assim o fazem. Susan Douglas (1994) diz que a mulher sempre esteve exposta a duas vozes, uma insistindo que somos iguais aos homens e outra que somos subordinadas a eles. A mídia foi quem se encarregou deste papel de perpetuação ao bombardeá-las com mensagens conflitantes, ajudando a configurar a mulher a partir da dualidade (DOUGLAS, 1994). De tanto estar exposta aos contos de fadas, mulheres biônicas, bruxas más e rainhas majestosas, a mulher desta última geração cresceu internalizando que poderia ser tudo isto ao mesmo tempo (1994). “Nós crescemos em diferentes lugares, em diferentes famílias, em diferentes e variadas classes sociais e raças” (1994, p.18), mas sempre a mulher esteve exposta ao mesmo apelo da mídia, a mesma construção imaginária. Angela McRobbie (2006)

chama esta ambivalência de “duplo enredamento”. O feminismo, neste lugar, é algo repudiado ou odiado, totalmente sem crédito entre estas mulheres, já que ele traz uma carga pejorativa muito forte e que parece não dialogar com suas expectativas.

A distância do feminismo nos remete ao terceiro ponto que queremos levantar do eixo Comportamento: as posições destas mulheres sobre o desfecho do programa. De acordo com as informantes, o final de STC teve duas vertentes: aquelas que gostaram e o consideraram condizente com a proposta do programa e as que esperavam um fim diferente, que acharam que o desfecho foi contraditório com a sua proposta inicial. Aqui o “duplo enredamento” fica mais uma vez evidenciado. Nossas informantes, assim como as personagens de STC, estão no mercado de trabalho (ou em plenas condições de buscar este mercado), mas desenvolveram, no meio deste caminho, outro tipo de ansiedade: o medo. Medo de não encontrar um companheiro, de não terem filhos, de não serem bem-sucedidas profissionalmente. A incerteza de seus futuros faz com que elas fantasiem a partir de formas tradicionais de felicidade. O desfecho do programa pode ilustrar bem isto:

Eu achei tão lindo!! Tão lindo!! (Risos) Porque eu não assisti aquela parte que ele estava traindo ela, toda aquela coisa, que diz que ele é um maldito, né? Mas eu achei tão assim... o príncipe vai lá... Uma besteira! Mas tudo bem! Uma besteira completa. (...) Achei uma besteira, mas me deixei levar pela besteira porque eu achei legal. (Cecília)

Tem muita gente que diz que o fim foi horrível, que ela não devia ter ficado com o Big, não sei o que, mas eu achei que foi condizente. Até porque é entretenimento, eu acho que não precisaria ter um fim ruim. E foi um fim romântico! Nisso eu tenho uma particularidade, eu acho que nem sempre tu precisa mostrar a vida como ela é... sempre. Acho que por ser entretenimento se pode abusar das ilusões das pessoas, dos sonhos das pessoas. (...) Por que elas não podiam ter um final feliz? Eu acho que até pra mulher é bom isso. Pelo menos, sabe, é uma esperança!! Tu não pode ter um programa que não dê esperança!! Eu acho que, ainda mais pra falar do universo feminino, eu acho que tu tem que dar esperança!! (Cátia)

Eu gostei. Eu gostei. As pessoas: “ai, que horrível, ela ficou com o Big”! Eu achei ótimo!! É o amor da vida dela, eu acho que ela tinha que ficar com o Big mesmo. Qual é a graça de surgir um terceiro? Aquele Barishnikov [o último namorado da Carrie, Petrovsky], nada a ver. Nada a ver!!! Mas eu entendo porque as vezes aparece uns “Barishnikovs” na vida da gente e a gente quer se agarrar neles como na tábua da salvação e na realidade eles não são. (...) Se tivesse dado um desfecho maravilhoso pra mim não ia ter graça. Eu gostei!! Gostei um monte!! Eu acho que foi bem condizente com toda a história que estava acontecendo. (...) Eu acho que se fosse qualquer outra coisa diferente eu ia ficar frustradíssima! Porque todo seriado é nesse sentido: tem que ter esperança, tem que ter fé, tem que acontecer, vai acontecer!! Não dá pra perder a esperança!! Pra mim foi perfeito. Eu gostei bastante do final. (Ana Maria)

As que não concordam com o desfecho, o descrevem com palavras como “piegas” e “lugar comum”. Entre elas damos destaque à Olívia e Manoela, que já tiveram experiências prévias de casamento mal-sucedidas. Manoela, inclusive, no decorrer de nossa conversa, confessou que esperava que seu primeiro casamento fosse “para sempre”, que foi nele que ela “apostou todas as suas fichas”. Logo, sua frustração/decepção com o “final feliz” das protagonistas torna-se denunciador de uma condição com a qual ela não concorda por experiência própria. Tanto ela quanto Olívia esperavam algo que rompesse com a marginalidade da “solteirice” em um mundo de “casais felizes” (MCROBBIE, 2006):

Ele não fugiu à regra, né?! Eu acho que talvez por ter feito muito sucesso, não quiseram decepcionar os fãs, então acabou sendo um conto de fadas, né? Porque com todas as dificuldades que elas passaram, acabou que todo mundo conseguiu seu par, ficou feliz pra sempre. (Ela ri) Claro que a princípio a gente... ah, é legal, gostou, cada uma conseguiu, chegar ao fim da busca, que o início da história toda era essa. Mas se a gente for pensar, a gente não é assim. Tem algumas pessoas vão ficar pra sempre procurando e não vão encontrar ninguém. Tem algumas que vão desistir pelo caminho. (Manoela)

O final da série foi aquela história, foi caindo na vala comum, um reproduzir, talvez o que todo mundo estivesse esperando, mas eu até estava esperando alguma coisa diferente daquilo ali. Então teve um fim meio piegas, acho eu, foi aqueles amores, não estava dentro do ritmo de vida que elas levavam. Ficou uma coisa... Até pra gente questionar isso mesmo, no fim da história todo mundo quer regularizar sua vida dentro de alguma rotina, que aquela rotina delas não estava sendo suficiente. (...) Eu não sei, eu acho que o fim da série ficou meio fora do foco inicial. (Olívia)

Sinceramente, eu me decepcionei. (Ela ri) Acho que sofrendo ou não sofrendo, rindo ou não rindo, elas eram felizes daquele jeito. E não me pareceu que elas fossem casar um dia, todas elas, o que acabou acontecendo. A Charlotte, sim, que eu acho que desde o início ela mostrava aquele desejo dela era constituir uma família. E também me decepcionou a Charlotte porque ela se converteu ao judaísmo, que eu acho que não é necessário pra ti casar com alguém. E a Carrie... eu não sei se eu iria para uma outra cidade, para um outro continente em função de um grande amor. Depende das condições. Ela foi. Ela foi por uma pessoa que ela não gostava tanto assim. E ela acabou casando com o Mr. Big. A minha dúvida: o Mr. Big era um homem pra casar? Ele nunca demonstrou isso e aí eles casam, sabe? Me parece muito *happy end* aquele final. (Fabiane)

Eu não sei, assim, foi como se a vida continuasse, mas aquele final feliz me deixou com uma pulga atrás da orelha entre a Carrie e o Big. (...) Porque eu não vejo como um cara mudar de uma hora pra outra!!! Ele é assim, ele é aquele tipo de cara cachorro!! (Ela ri) Que vai fazer a mulher sofrer até desistir, desencanar, arranjar outro... e ficar com ele até... mesmo que case, tenha filhos, netos, morra, mas aquele cara vai continuar na cabeça dela. Mas eu não acredito que ele teria mudado e que tudo seria um mar de rosas. (...) Eu acho que eu ficaria mais satisfeita se ele não tivesse ficado com ela. (Maria Lúcia)

Edgar Morin (1997) diz que os finais felizes proporcionam uma descarga de afetividade por parte do público com o herói, facilitando o processo de identificação e privilegiando o indivíduo privado<sup>65</sup>. O herói, segundo o autor, se aproxima da humanidade cotidiana e se torna uma espécie de *alter ego* do espectador, estabelecendo com ele um clima de simpatia e “torcida” pelo seu bem-estar. O espectador espera pelo sucesso do herói, pela prova de que a felicidade é possível. Neste processo, a falta de realidade das imagens não incomoda o espectador, porque o que ele busca é compartilhar com os personagens fictícios a satisfação dos desejos e a felicidade eterna: “O *happy end* é postulado pelo otimismo da felicidade, o otimismo da rentabilidade do esforço” (Morin, 1997, p.97).

O fato de algumas fãs terem se incomodado com o final feliz de STC indica que elas não tiveram esta descarga de afetividade e a falta de verossimilhança definitivamente as incomodou. Podemos apontar como causa disto a intervenção do feminismo que, de certa forma, as forçou a ir de encontro a estes desejos, pois não é mais natural pensar que as coisas sempre acabam bem e que só um homem possa as fazer feliz. A nova mulher a que elas estiveram expostas durante as seis temporadas tem confiança suficiente para admitir que tem ansiedades e que não ter um marido não significa não ter um homem, entretanto, não foi isto que o programa mostrou em seu desfecho, por isto a frustração.

Apesar de esperarem por algo diferente no fim de STC, quando indagadas sobre seus futuros, elas dizem que esperam por uma união tradicional, mas não antes de alcançarem seu sucesso profissional:

Quero sim. Nunca quis antes, sabe? Por toda a minha vida eu quis ser solteira e admirava mulheres que viviam sozinhas, tinham sua própria vida, eram donas de seu nariz, trabalhavam e curtiam festas sem se preocupar com marido ou família. Mas, há cerca de dois anos e meio atrás, mudei minha opinião. Pode parecer clichê, mas é a velha história de "quando se conhece a pessoa certa" se quer casar e constituir família. É o que eu quero, mas são planos que só frutificarão depois de estudarmos bastante, viajarmos, nos estabilizarmos financeiramente. Tudo bem planejadinho. (Duda)

Ah, eu quero casar, ter filhos! Eu não casaria na igreja porque eu não acredito, mas faria uma festa (Ela ri). Tenho todo esse sonho, bonitinho. (Maria Lúcia)

Na verdade, eu estou em uma fase, talvez seja a minha idade, 37, em que eu estou com mais vontade de ter a minha família. Até porque talvez seja a questão dos anos que o relógio biológico tá contando... pra ter filho, vai mudando, né? Eu estou em uma fase que realmente eu já tenho

---

<sup>65</sup> De acordo com Morin (1997), existe um diferença entre o *happy end* e o fim otimista. Este último está a favor do sistema social.

vontade de encontrar alguém e ter uma família. E ter filhos! Mas eu acho que é uma idéia diferente dessa da Charlotte, que é uma coisa muito fechadinha, muito certinha, quase perfeitinha, pra vida inteira. Não, eu não sei. Eu tenho muita vontade de encontrar alguém e ter uma família, alguém que me ame muito, tenha sucesso... mas isso eu não sei, porque a vida é muito cheia de mudanças e desafios o tempo inteiro, mas nesse momento eu tenho vontade. (Gisele)

Eu acho que toda mulher imagina isso!!! Todo mundo quer!! No fundo, no fundo, eu duvido, por mais independente que tu seja, eu duvido, é mentira, é mentira!!! Porque é natural da espécie humana. Tu quer te juntar a uma pessoa bacana, uma cara bacana, uma pessoa que tu admire e ter filhos com essa pessoa. Eu quero!! Eu não me imagino entrando com um vestido bolo de noivo, que eu acho que não é o meu estilo. Mas eu me imagino, que eu achei lindo, que eu acho que seria mais a minha cara, o casamento daquele amigo que elas acharam que era gay, que elas ficaram discutindo. (Ana Maria)

O casamento na igreja não é mais um ideal para estas mulheres, embora algumas das entrevistadas ainda sonhem com ele. Em vez disto, elas pretendem fazer uma cerimônia simples, só para os amigos, mas ainda sentem a necessidade de oficializar a união e estar dentro de uma estrutura para que possam criar seus filhos com segurança financeira e, enfim, serem felizes.

Podemos notar que o eixo Comportamento apresenta um constante dualismo: ao mesmo tempo em que as informantes se mostram abertas para as novas situações que supostamente a contemporaneidade as oferece (aproveitem o fato de estarem solteiras, optarem por casar ou não, ter filhos mais tarde, dedicar-se às suas carreiras profissionais e estudos), elas também se sentem incomodadas com esta situação. Isto, em grande parte, é fruto de uma influência externa. Jesús Martin-Barbero (2004) sinaliza que as pessoas podem com certa facilidade assimilar os avanços e as imagens decorrentes da nova condição em que nos encontramos, mas seus sistemas de valores só muito lentamente podem se recompor. Em outras palavras, a partir do texto STC, as mulheres podem assimilar que fazer sexo livremente e sem culpa é uma possibilidade para o feminino, entretanto, isso não significa que elas se sentirão livres moralmente para fazer isso.

Lembremos aqui da declaração de Sarah Jessica Parker sobre sua personagem Carrie, dizendo ser esta bastante “antiquada”, já que permanece na busca incansável por um par, exatamente o lugar onde muitas das informantes se encontram. Ao depararmos com falas sobre as preocupações das entrevistadas com o “relógio biológico” e inquietação diante da realidade de ainda ganharem menos que os homens em contraponto às suas incomodações acerca da existência de preconceito com a “solteirice” e com o fato de ainda esperarem por

um par que as completará e com elas serão felizes, observamos que a tese de Martín-Barbero confere com os posicionamentos das informantes: elas assimilam certos avanços das protagonistas de *STC*, mas seus valores permanecem quase que inalterados, nas palavras de Parker, “antiquados”. O *backlash* dos anos 80 a que Faludi (2001) se refere está cada vez mais atuante no século XXI. A corrente antifeminista é como a maré: permite avanços, mas sempre recua ao seu limite de origem.

### 4.3.3. O Consumo

Em *STC*, em um ambiente cercado de referências ao consumo de luxo (*Prada, Dolce & Gabbana, Chanel, Jimmy Choo, Roberto Cavalli, Manolo Blahnik*, etc) existem duas premissas: mulheres adoram sapatos e consumir é um ato libertador. Lipovetsky (2005), ao abordar o tema do luxo, argumenta que o que interessa é se sentir bem ao adquirir e usar um item de luxo, não apenas aparentar riqueza. Neste universo, o consumo de luxo aparece mais ligado ao feminino devido a um imaginário que confirma este tipo de preocupação como algo da “superfície” social (LIPOVETSKY, 2003, p.65).

Isto é confirmado pelas entrevistadas, que vêem o consumismo como natural ao feminino. Algumas das entrevistadas tocavam na questão do Consumo livremente, sem que fosse necessário induzi-las a comentar algo sobre a questão.

A questão do consumismo da Carrie eu acho que é bem realista das mulheres. Claro que é exagerado o negócio dela com os sapatos e tal, Manolo Blahnik, mas eu acho que tem. As mulheres têm bastante essa relação com o consumo, tipo ‘ah, eu preciso ter’, um objeto de desejo e tal.  
(Regina)

Para a personagem principal de *STC*, Carrie, consumir é uma espécie de terapia, um momento de catarse, como já observamos na análise dos episódios. Sua paixão por sapatos foi capaz de deixá-la em situações constrangedoras algumas vezes (Vide análise dos episódios). Bauman (2001) diz que o comprar compulsivo é um ritual de exorcismo das incertezas e inseguranças. Entretanto, professa que o exorcismo não tem a finalidade de afugentar tais fantasmas, mas simplesmente de ser realizado. Um exorcismo não evita que novos fantasmas venham a atormentar, mas que, por um momento, eles não mais atormentam. Adriana, quando questionada sobre suas práticas de consumo, relacionou a compulsividade de Carrie à vulnerabilidade feminina:

O que mostrava muito também era a impulsividade da Carrie em sair, sei lá, está triste e torrava dinheiro em sapatos. Mas isso que eles mostram, às vezes, quando a gente está triste com alguma coisa a gente fica mais vulnerável mesmo. Sei lá, a fazer coisas que a gente não faria. Tipo comer um monte de doces... cada mulher tem um ponto fraco e o dela era... consumir. (Adriana)

As demais informantes, ao responderem à mesma questão, reconheciam o forte apelo consumista do programa, mas o viam de diferentes maneiras de acordo com suas experiências. Algumas, como Gisele, disseram não ser afetadas por esta espécie de incentivo, enquanto outras, como Ana Maria, admitiram que o programa teve uma influência em suas práticas de consumo.

Essa coisa do consumo, que era imensa, realmente, pra gente que está assistindo é legal de ver até pra ver umas roupas *fashion*. Em alguns episódios a Carrie usava umas roupas impensáveis, horríveis!! Eu pensava: 'Eu nunca ia usar um troço desses', mas tinha outras bem legais, bem bonitas. (...) A Carrie é super consumista, aquela coleção de sapatos fenomenal, de griffe, né? Porque tem que ser de griffe! Então, talvez, pra algumas pessoas que tenham alguma tendência a consumir, seja um estímulo mas, para mim, que não sou muito consumista, foi uma coisa tranqüila. Mas, sem dúvida, é uma coisa bem forte no programa. (Gisele)

Eu passei a ser (consumista) com moda. Passei a ser com moda! É impressionante! Roupas, marca. Antes, tanto fazia se era C&A ou Ellus. Hoje em dia eu tenho uma fixação, eu conheço tudo por nome e marca, de óculos, de perfume. Conheço tudo, tudo! Sapato... tudo! Passei a me interessar mais, a me inteirar mais sobre isso. (...) Antes eu pegava a Vogue e a Stylo, olhava aquela blusa que estava ali com aquele nome e não significava nada pra mim. A partir de um momento, não, eu já tomei uma consciência diferente de moda, mudou muito o gosto. E como lá no Rio tu é muito exposto à questão da moda, eu também tive que me inteirar. Então a minha visão de moda mudou completamente. (Ana Maria)

Consumir, de acordo com as entrevistadas, assim como para Carrie, Samantha, Miranda e Charlotte, não tem o intuito de satisfazer necessidades, mas proporcionar prazer e ser um modo de auto-expressão. Ostentar uma marca, poder usá-la, vesti-la, demarca uma identidade não apenas de poder, mas de bom-gosto. Quando Carrie se vê diante de um portamalas cheio de bolsas Fendi falsas, ela se vê em um dilema: não quer usar algo que sabe que é falso, mesmo que para os outros possa parecer legítimo. Em sua concepção, consumir desta maneira não tem o mesmo prazer. Regina, por sua vez, tem uma posição diferente:

Eu tenho! Duas *Louis Vuitton* falsificadas. (Ela gargalha), que eu realmente não tenho como comprar uma original. Enfim, sei lá, é interessante porque a Carrie se sente mal quando ela vai tentar comprar, ela se sente meio que traindo. (...) Eu acho que, por um lado não é certo copiar

coisas que as pessoas custam tanto pra ter uma marca, eu que adoro marketing sei disso, as coisas demoram, custam um dinheirão pra tu construir uma marca aí vão lá os chineses e copiam e tu compra bem mais barato. Mas também é um absurdo o preço que eles cobram, né?? (Regina)

Segundo Faludi (2001), a partir dos anos 80, a cultura do narcisismo e do consumo foi relacionada ao feminino como um sufrágio ao seu próprio direito de escolha. No entanto, não era isso que realmente estava acontecendo. O discurso político das mulheres foi suprimido em prol de uma possível auto-expressão nos shopping centers. Segundo a autora, isto enfraqueceu a busca feminina por uma auto-determinação e minou um dos princípios básicos do feminismo, que é fazer com que a mulher pense e tome suas decisões por conta própria. Se pensarmos na impulsividade (e compulsividade) de Carrie ao comprar, e também na leitura das fãs deste processo, podemos vislumbrar o mesmo discurso do *backlash*. Em STC, comprar é essa auto-expressão, um momento aparentemente de emancipação, mas que está subjugado a outros fatores, como a indústria da moda, da beleza, do consumo.

Bauman (2001) aponta que o que move o consumidor atual é o desejo, entidade para ele volátil e efêmera, sempre insaciável e crescente em uma contemporaneidade onde tudo flui com extrema rapidez e seus membros são envolvidos primariamente em sua condição de consumidores. Nina é um bom exemplo deste envolvimento, deste fascínio com o consumo, embora ela admita que não é uma consumidora impulsiva.

Eu gosto de consumir, mas eu não sou uma consumidora impulsiva ou que gaste demais. Mas eu gosto de ir a Shopping nem que seja só pra olhar roupa bonita, um sapato bonito... Agora o meu lado consumista, o que desperta o meu lado consumista são jóias! Que eu gosto! Eu gosto e tenho vontade de comprar. E o que eu puder eu vou comprando aos pouquinhos. Muita gente pode dizer que é uma futilidade, mas eu não acho. Eu gosto! (Nina)

Observamos que este eixo, mesmo não tendo repercutido com a intensidade que imaginávamos nos pressupostos iniciais, a exemplo do eixo Sexo, teve uma diferenciação: mesmo aquelas que não se posicionavam como pessoas consumistas, consideravam o consumo algo natural ao feminino. O Consumo, apesar de estar presente em suas vidas, não parece determinante, exceto para uma delas, Ana Maria, que, além da influência do programa, viveu uma experiência no Rio de Janeiro. Um lugar que, segundo ela, “é diferente de Porto Alegre, um mundo de glamour, onde eu ganhava muito bem e era inserida em um outro contexto”.

Podemos relacionar o fato do consumo não ter tanta repercussão junto a estas mulheres devido à sua condição econômica. Apesar de 53% delas terem cursos de



especialização e pós-graduação (concluídos ou em curso) e estarem inseridas em um ambiente de estrato médio (moram com a família, sozinhas ou com parceiros, em locais com ótimas condições, tendo diversos confortos como televisão a cabo, computador, DVD, etc.), elas estão, em sua maioria, em busca de um espaço profissional melhor ou, em alguns casos, de apenas um espaço. Isto, de certa forma, acaba afetando suas prioridades no momento de consumir.

## ALGUMAS REFLEXÕES À GUIA DE CONCLUSÃO

Ser mulher no século XXI é, definitivamente, muito diferente do que no século passado. Principalmente no caso de também ser solteira. As solteiras do pós-feminismo têm uma agenda movimentada, alguns flertes em vista, uma carreira a se dedicar, um apartamento para pagar, programas como *STC* para se inspirar e sempre um ombro de amiga em que chorar. Mesmo tudo sendo tão diferente, questionamentos acerca de sua condição ainda incomodam. Ser solteira na contemporaneidade, diante de tantas mensagens contraditórias que a mídia oferece, é muito mais que um estado civil, é uma batalha a ser vencida a cada dia – mesmo que silenciosamente, afinal, não há mais problema em ser solteira, como afirmou Darren Star.

Neste estudo, observamos que *STC* coloca, assim como *Bridget Jones* (MCROBBIE, 2006), o feminismo como parte do passado. A mulher a que ele é endereçado é inteligente o suficiente para entender todos os seus sentidos e saber que está em outro lugar. Quando Miranda decide que precisa ser uma mulher mais sexy e atraente para os homens e, em um bar de estilo country, sobe em um touro mecânico e rasga sua blusa deixando à mostra seu sutiã vermelho enquanto “doma o animal” (Ep. 13, 3ª temporada), ela – mesmo um pouco bêbada - está fazendo algo agora permitido, aquele é um ato de liberação, não de exploração. A mulher representada em *STC* é filha do pós-feminismo, emancipada e dona de seu destino, mas não deixa de sofrer em consequência dele, como também demonstram as entrevistadas: ser solteira aos 20 anos realmente não é um problema, mas o mesmo não acontece acima dos 30 ou 40 anos.

As fãs da *sitcom* em alguns momentos parecem resistir e em outros aderem às representações de feminilidade que *STC* prega. O bom-gosto ao vestir e a amizade entre aquelas mulheres, por exemplo, adquirem um grande valor para as entrevistadas, já que não vêem este laço como usual no mundo material. Ser feminina, em suas concepções, é ser também emocional, logo, o pragmatismo e a resistência ao envolvimento da personagem Miranda a coloca em uma posição de rejeição devido a sua não naturalidade. Já a personagem Samantha, apesar de admirada pela sua liberdade, é muitas vezes vista como promíscua pela sua quantidade de parceiros. No que diz respeito às representações da masculinidade, Mr. Big, “o cafajeste”, como muitas das informantes a ele se referiram, era a figura do sedutor, do poder e da virilidade em *STC*, qualidades por elas exaltadas em um homem. Embora admitam que o homem “ideal” esteja mais próximo de Aidan, com quem Carrie se recusou a casar, que era carinhoso, atencioso e fiel, elas “entendem” porque ela o dispensou. Ou seja, não há um

parâmetro de comportamento masculino que garanta a satisfação destas fãas nem no plano simbólico, tampouco no material, tudo depende da variável naquele instante nelas aflorado, da posição de decodificação por elas assumida. E, neste aspecto, a variável de ser solteira sem parceiro fixo ecoa com mais força que outras variáveis. Entre as entrevistadas, aquelas que estão – ou estavam quando o programa foi visto - sem parceiro fixo foram as que estabeleceram com o programa uma ligação mais intensa.

Ainda neste caminho, vemos que as informantes têm suas identidades femininas reconfiguradas a partir do produto midiático, pois diversas delas relataram que o programa as fez tomar atitudes que antes não cogitavam, mesmo que estas “atitudes” estejam mais para o plano do pensamento do que propriamente da ação. Nenhuma delas mudou drasticamente seus posicionamentos. Nenhuma delas passou a praticar sexo sem compromisso como Samantha (até porque o eixo Sexo não teve tanta repercussão junto a elas), a comprar compulsivamente como Carrie (Consumo) ou a buscar um casamento a qualquer preço como Charlotte (Comportamento). No entanto, elas acreditam que o programa as empoderou quando, na verdade, apenas reafirmou suas identidades, principalmente enquanto solteiras: apesar do casamento não ser o maior objetivo, elas não querem ficar sozinhas, têm necessidade de ter um homem forte e decidido ao seu lado, de constituir uma família, de fazer parte do mundo de “casais felizes”. Se a produção de STC prega a euforia e a diversão do ser solteira na contemporaneidade, o texto e as receptoras expõem muitos momentos de desamparo, conflitos e questionamentos em relação a isto. É verdade que as personagens de STC não perdem a oportunidade de lançar-se às novas possibilidades que se apresentam, mas acabam sempre recuando ao seu lugar de origem, vide o desfecho de Samantha e Miranda, por exemplo. As duas eram o masculino em STC, como a própria Cynthia Nixon (Miranda) definiu, mas terminaram suas sagas apaixonadas e na segurança de um relacionamento. No que se refere à recepção de STC, temos que as informantes, assim como Hall argumenta (2003c), oscilam da posição hegemônica-dominante à negociada. Se em determinado instante elas se incomodam – ou se admiram - com a vida fácil daquelas mulheres bem-sucedidas, enquanto elas estão ainda na luta por uma melhor condição de trabalho -, em seguida já estão comemorando – ou achando “piegas” – o final romântico do programa.

Notamos que STC não apenas estabelece com as entrevistadas o que Ang (1985) chamou de realismo emocional (que se refere a personificar as emoções das personagens), elas vão além, sendo sua principal relação com o programa a verossimilhança cultural (GLEDHILL, 1997). As mulheres reconheciam o seu cotidiano, viviam aquelas situações com as personagens, tinham uma segunda chance de experimentar e pensar – através da outra

representada na tela - a respeito de suas angústias, seus medos, suas fraquezas e até mesmo suas alegrias, mas o cotidiano que ali estava exposto ainda é concordante com o que a cultura dominante acredita que é aceito e próprio para a condição da mulher atual: não há problema em ser solteira, feliz e independente, desde que isto seja só uma fase e se saiba que esta não é a norma. É isto que traz também implícito o termo pós-feminismo. Como certa vez a personagem Carrie questionou em um episódio, “toda mulher quer mesmo ser salva”, seja por um homem com problemas de sudorese, com jeito infantil, muito mais jovem ou um “cafajeste” que prometa que desta vez tudo será diferente. Talvez só seja preciso tentar com mais afinco conciliar os estudos, a carreira e o lado afetivo para não chegar aos 30 nesta incansável busca, pois, para as filhas do pós-feminismo, isto não deixa de ser “antiquado”. Mas, caso aconteça – e fatalidades acontecem –, segundo o constante movimento do *backlash*, de Faludi (2001), sempre há de ter um programa como STC para lembrar que não pode ser tão ruim assim, que “não há problema em ser solteira”. Afinal, quem disse que a autonomia da mulher também não pode estar em sua busca, seja pela igualdade ou pelo príncipe nem tão encantado, mas que será com todo orgulho conquistado? O grande avanço da mulher contemporânea é que ela não abre mão de ter uma carreira, mas sua maior conquista está ainda nas mãos masculinas, pois só com um homem ao lado a sua felicidade – e a dos outros ao seu redor - é completa.

Por fim, queremos situar este trabalho metodologicamente dentro do campo da Comunicação. Nossa premissa, a partir de Richard Johnson (2004), era que apenas uma análise textual não seria capaz de dar conta dos investimentos das telespectadoras em STC, tampouco uma análise compartimentada da produção deste produto cultural, o mesmo pode-se dizer do momento da recepção, que isoladamente só seria capaz de tentar entender como seu texto era entendido por suas fãs. Ao fazer esta articulação entre os três momentos, acreditamos que nosso esforço de pesquisa colabora com o debate acerca não apenas dos significados, mas também da significância dos textos midiáticos para as mulheres em determinado período sócio-histórico-cultural, algo no cenário brasileiro ainda incipiente, como já havíamos apontado no capítulo 2 (p.24). Embora mantenha durante toda sua extensão o olhar no texto midiático STC e em suas possíveis leituras, tanto sua produção quanto suas telespectadoras/fãs são abarcadas e problematizadas, seguindo uma linha dos estudos culturais desenvolvidos durante os anos 80, onde a relação texto/receptor estava em foco e discutia o poder do texto em contraponto com a autonomia de leitura. Assim, esta pesquisa não se pretende inquestionável, mas acreditamos que contribui de forma particular para a crítica cultural da mídia e do que esta coloca como as preocupações femininas da atualidade.

## REFERÊNCIAS

AKASS, Kim; McCABE, Janet. (Org.) **Reading Sex and the City**. London: I.B. Tauris, 2004.

ANG, Ien. **Watching Dallas: soap opera and melodramatic imagination**. London/New York: Routledge, 1985.

ARTHURS, Jane. Sex and the City and Consumer Culture: Remediating Postfeminist drama. **Taylor and Francis Online Journals**, London and New York, v. 3, n. 1, Mar. 2003. Disponível em: <http://taylorandfrancis.metapress.com>. Acesso pago em: 14 jun. 2005.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

\_\_\_\_\_. **Amor Líquido: sobre a fragilidade dos laços humanos**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

BRUNSDON, Charlotte. **The Feminist, the Housewife, and the Soap Opera**. New York: Oxford University Press, 2000.

\_\_\_\_\_. A Thief in the night: Stories of feminism in the 1970s at CCCS. In: MORLEY, David & CHEN, Kuan Hsing. **Stuart Hall – Critical dialogues in cultural studies**. London/New York: Routledge, 1996, p. 276-286.

\_\_\_\_\_. Identity in Feminist Television Criticism In: BRUNSDON, Charlotte; D'Acci, Julie; Lynn Spigel (org). **Feminist Television Criticism: A Reader**. Oxford: Clarendon Press, 1997, p.114-125.

CASEY, Bernadette et al. **Television Studies: The Key Concepts**. London/New York, 2002.

CHARLES, Mercedes. Espejo de Venus: una mirada a la investigación sobre mujeres y medios de comunicacion. In: **Signo y Pensamiento**, n.28, 1996, p.37-50.

COOPER, Brenda. Unapologetic Woman, “Comic Men” and Feminine Spectatorship in David E. Kelley’s *Ally McBeal*. **Critical Studies in Media Communication**, n.4, 2001. Disponível via compra de artigo em <http://www.amazon.com>. Acesso em: fev. 2006.

DELEUZE, Gilles. A imagem do pensamento. In: DELEUZE, Gilles. **Diferença e Repetição**. Lisboa: Relógio d’água, 2000, p. 225-281.

DICIONÁRIO da TV Globo. **Vol. 1: programas de dramaturgia e Entretenimento**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2003.

DOUGLAS, Susan. **Where the Girls are? Growing up female with the mass media**. New York: Three Rivers Press, 1994.

DOW, Bonnie. **Prime-Time Feminism: Television, media culture, and the Women’s Movement since 1970**. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 1996.

DOW, Bonnie J.; CONDIT, Celeste M. The State of Art in Feminist Scholarship in Communication. **Journal of Communication**, Oxford, v. 55, n. 03. Set. 2005. Disponível em: <http://joc.oxfordjournals.org/content/vol55/issue3> Acesso em: 22 mar. 2006.

EDWARDS, Tamala. M. Flying Solo. **Time Magazine**, New York, v. 9, n.156, p.33-41, 28 ago. 2000.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina. Os Estudos Culturais. In: HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga (Org.). **Teorias da Comunicação: conceitos, escolas e tendências**. Petrópolis: Vozes, 2001, p.151-170.

\_\_\_\_\_. **Cartografias dos Estudos Culturais: uma versão latino-americana**. Belo Horizonte: Autêntica, 2001.

\_\_\_\_\_. A Contribuição do Olhar Feminista. **Revista InTexto**, Porto Alegre, n. 3, 1998/1. Disponível em: <http://www.intexto.ufrgs.br/> Acessado em: 16 mar. 2006.

FALUDI, Susan. **Backlash: o contra-ataque na guerra não declarada contra as mulheres**. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.

FLAX, Jane. Pós-modernismo e relações de gênero na teoria feminista. In: HOLLANDA, Heloísa Buarque de (Org). **Pós-modernismo e política**. Rio de Janeiro: Rocco, 1992, p.217-250.

FRANÇA, Vera Regina Veiga. **Representações, mediações e práticas comunicativas**. In: PEREIRA, Miguel; GOMES, Renato Cordeiro; FIGUEIREDO, Vera Lúcia Follain (orgs). **Comunicação, representação e práticas sociais**. Rio de Janeiro: Idéias & Letras, 2004, p. 13-26.

FREIRE FILHO, João. Poder de Compra: Pós-feminismo e consumismo nas páginas da Revista Capricho. In: COMPOS, 2006, Bauru. **Anais eletrônicos**.

GAUNTLETT, David. **Media, Gender and Identity: an introduction**. London/New York: Routledge, 2002.

GITTLIN, Todd. Estilos de navegação e espetáculos políticos secundários. In: **Mídias sem limite**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.

GLEDHILL, Christine. Genre and gender: the case of soap opera. In: Stuart Hall (Org). **Representation: Cultural representations and signifying practices**. London: Sage, 1997, p. 337-384.

GOLDENBERG, Mirian. **Toda mulher é meio Leila Diniz**. Rio de Janeiro: Record, 1996.

GRAY, Ann. Learning from Experience. In: McGUIGAN, Jim (Org.). **Cultural Methodologies**. London: Sage Publications, 1997, p.87-105.

HALL, Stuart. The work of representation. In: Stuart Hall (Org). **Representation: Cultural representations and signifying practices**. London: Sage, 1997, p. 13-64.

\_\_\_\_\_. Quem precisa de identidade? In: SILVA, Tomaz Tadeu da (Org.). **Identidade e Diferença: A perspectiva dos Estudos Culturais**. Petrópolis: Editora Vozes, 2000, p.103-133.

\_\_\_\_\_. Estudos Culturais e seu legado teórico. In: SOVIK, Liv (Org.). **Da Diáspora: Identidades e Mediações Culturais**. Belo Horizonte: UFMG, 2003a, p. 199-218.

\_\_\_\_\_. A formação de um intelectual diaspórico: uma entrevista com Stuart Hall, de Kuan-Hsing Chen. In: SOVIK, Liv (Org.). **Da Diáspora: Identidades e Mediações Culturais**. Belo Horizonte: UFMG, 2003b, p. 407-434.

\_\_\_\_\_. Codificação/Decodificação. In: SOVIK, Liv (Org.). **Da Diáspora: Identidades e Mediações Culturais**. Belo Horizonte: UFMG, 2003c, p. 387-404.

HEILBORN, Maria Luiza. Usos e abusos da categoria de gênero. In: HOLLANDA, Heloísa Buarque (org.), *Estudos sobre gênero e raça*. São Paulo: Fundação Memorial da América Latina, 1992, p. 39-44.

HERMES, JOKE. **Reading Women's magazines**. Cambridge: Polity Press, 1995.

\_\_\_\_\_. Critical Viewship. In: HERMES, Joke. **Re-reading popular culture**. UK: Blackwell Publishing, 2005.

HOBSON, Dorothy. Housewives and the Mass Media. In: HALL, Stuart et al. (Org.). **Culture, Media, Language: Working Papers in Cultural Studies, 1972-79**. London/New York: Routledge, 1996, p. 105-114.

JENKINS, Henry. **Textual Poachers: television fans and participatory culture**. London/New York: Routledge: 1992.

KATZ, Elihu; LIEBES, Tamar. The export of meaning: cross-cultural readings of Dallas. In: BROOKER, Will; JERMYN, Deborah (org). **The Audience Studies Reader**. London/New York: Routledge, 2003, p. 287-304.

KUHN, Annette. The Women's Genres. In: BRUNSDON, Charlotte; D'Acci, Julie; Lynn Spigel (org). **Feminist Television Criticism: A Reader**. Oxford: Clarendon Press, 1997, p.145-154.

LAURETIS, Teresa de. A tecnologia do gênero. In: HOLLANDA, Heloísa Buarque de (Org). **Tendências e Impasses: o feminismo como crítica da cultura**. Rio de Janeiro: Rocco, 1994, p.206-242.

LIPOVETSKY, Gilles; ROUX, Elyette. **O luxo eterno: da idade do sagrado ao tempo das marcas**. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

MAGESTRE, PAULA. Mulher solteira procura: Por que mulheres bem-sucedidas e interessantes têm dificuldade em encontrar um companheiro para a vida. **Revista Época**, São Paulo, n. 250, p.50-57, 3 mar. 2003.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações**: comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: UFRJ, 2003.

\_\_\_\_\_. **Ofício de Cartógrafo**: travessias latino-americanas da comunicação na cultura. São Paulo, Loyola, 2004.

MATTELART, Armand; NEVEU, Érik. **Introdução aos Estudos Culturais**. São Paulo: Parábola, 2004.

MCROBBIE, Angela. Post-feminism and popular culture: Bridget Jones and the new gender regime. In: CURRAN, James; MORLEY, David. **Media and Cultural Theory**. London/New York: Routledge, 2006, p. 59-69.

\_\_\_\_\_. *More!*: nuevas sexualidades em las revistas para chicas y mujeres. In: CURRAN, J.; MORLEY, D.; WALKERDINE, V. (Org) **Estudios culturales y comunicación**: Análisis, producción y consume cultural de las políticas de identidad y el posmodernismo. Barcelona, Buenos Aires, México: Paidós, 1998, p.253-296.

\_\_\_\_\_. Feminism and Youth Culture. In: BROOKER, Will; JERMYN, Deborah (org). **The Audience Studies Reader**. London/New York: Routledge, 2003, p. 235-242.

MODLESKI, Tania. The search of Tomorrow in Today's Soap Operas. In: BRUNSDON, Charlotte; D'Acci, Julie; Lynn Spigel (Org). **Feminist Television Criticism**: A Reader. Oxford: Clarendon Press, 1997, p. 36-47.

MORIN, Edgar. **Cultura de massas no século XX**: O espírito do tempo I – neurose. Forense Universitária, Rio de Janeiro, 2000.

MULVEY, Laura. Visual Pleasure and narrative Cinema. In: BROOKER, Will; JERMYN, Deborah (org). **The Audience Studies Reader**. London/New York: Routledge, 2003, p. 133-142.

NASSIF, Bárbara; VANUZZI, Cristina; PIRES, Mariana; REIS, Pedro Henrique. A temática das relações de gênero nos estudos de comunicação. In: ESCOSTEGUY (org.), *Cultura Midiática e tecnologias do imaginário*: metodologias e pesquisas. EDIPUCRS, 2005, p. 197-214.

PINHEIRO, Daniela; MAXIMILIANO, Adriana. O feminismo na crise dos 40. **Veja Especial Mulher**, n.65, jun. 2006, p.48-54.

RADWAY, Janice. Reading the Romance: Women, Patriarchy and Popular Literature. In: BROOKER, Will; JERMYN, Deborah (Org). **The Audience Studies Reader**. London/New York: Routledge, 2003, p. 219-225.

SCOTT, Joan. Gênero: uma categoria útil de análise histórica. **Educação & Realidade**, v. 2, n.20, p. 71-99, jul/dez. 1995.

SEKEFF, Gisela. Com diploma e sem marido. **Veja Especial Mulher**, n.65, jun. 2006, p.34-36.



- SILVA, Tomaz Tadeu da. A produção social da identidade e da diferença. ? In: SILVA, Tomaz Tadeu da (Org.). **Identidade e Diferença: A perspectiva dos Estudos Culturais**. Petrópolis: Editora Vozes, 2000, p.73-102.
- SPANGLER, Lynn. **Television Women from *Lucy* to *Friends*: fifty years of *sitcoms* and feminism**. London: Praeger, 2003.
- SQUIRE, Corinne. Empowering Women? The Oprah Winfrey Show. In: BRUNSDON, Charlotte; D'ACCI, Julie; SPIEGEL, Lynn (Org.). **Feminist Television Criticism: A Reader**. Oxford: Clarendon Press, 1997, p. 98-113.
- SOHN, Amy. **Sex and the City Kiss and Tell**. New York: Pocket Books, 2003.
- STACEY, Jackie. **Star Gazing: Hollywood cinema and female spectatorship**. New York: Routledge, 1994.
- STEVENSON, Nick. Perspectivas críticas en la investigación de la audiencia: problemas concernientes a la interpretación, la acción, la estructura y la ideología. In: STEVENSON, Nick. **Culturas mediáticas: Teoría social y comunicación masiva**. Argentina: Amorrortu editores, 1998, p.164-180.
- STUMPF, Ida Regina; CAPPARELLI, Sérgio. **Teses e Dissertações em Comunicação no Brasil (1992-1996): resumos**. Porto Alegre: PPGCom/UFRGS, 1998.
- STUMPF, Ida Regina; CAPPARELLI, Sérgio. **Teses e Dissertações em Comunicação no Brasil (1997-1999): resumos**. Porto Alegre: PPGCom/UFRGS, 2001.
- THORNHAM, Sue. Telling Stories: feminism and cultural studies. In: THORNHAM, Sue. **Feminist Theory and Cultural Studies: Stories of unsettled relations**. London: Arnold, 2000, p.1-15.
- \_\_\_\_\_. The 1970s: "A new consciousness among women". In: THORNHAM, Sue. **Feminist Theory and Cultural Studies: Stories of unsettled relations**. London: Arnold, 2000, p.44-70.
- \_\_\_\_\_. "Unsettled Relations": Psychoanalysis, Feminism and Cultural Studies In: THORNHAM, Sue. **Feminist Theory and Cultural Studies: Stories of unsettled relations**. London: Arnold, 2000, p.71-97.
- \_\_\_\_\_. Ethnographic Turns. In: THORNHAM, Sue. **Feminist Theory and Cultural Studies: Stories of unsettled relations**. London: Arnold, 2000, p.98-125.
- \_\_\_\_\_. Narratives of Displacement. In: THORNHAM, Sue. **Feminist Theory and Cultural Studies: Stories of unsettled relations**. London: Arnold, 2000, p.184-198.
- TURNER, L. H.; PEARSON, J. C.; TODD-MANCILLAS, W. **Comunicación y género**. Barcelona: Paidós Comunicación, 1993.
- WOLTON, Dominique. **Internet, e depois? Uma teoria crítica das novas mídias**. Porto Alegre: Sulina, 2003.

WOODWARD, Kathryn. Questions of identity. In: WOODWARD, Kath (Org). **Questioning Identity: gender, class, nation**. London/New York: Routledge, 2000, p.5-41.

\_\_\_\_\_. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (Org). **Identidade e diferença: a perspectiva dos Estudos Culturais**. Petrópolis: Vozes, 2001, p. 7-72.

ZOONEN, Liesbet van. **Feminist Media Studies**. London: Sage Publications, 1996.

### **Entrevistas:**

BEHRENDT, Greg. Elas sofrem demais. In: **Revista Veja**, São Paulo, n.39, p.11-15, 4 out. 2006.

LIPOVETSKY, Gilles. Amor sem sacrifício. In: **Revista Época**, São Paulo, n. 250, p.54, 3 mar. 2003.

STAR, Darren. **How 'Sex' changed the face of TV**. CNN.com, Washington, 22 fev. 2004. Disponível em: <http://www.cnn.com/2004/SHOWBIZ/TV/02/21/cnna.darren.star/index.html>  
Acesso em: 23. dez. 2005.

### **DVD e vídeo:**

**SEX and the City**. Direção: Darren Star e Michael Patrick King. HBO, 1998-2004. 6 DVD's (45 horas), cor.

THE WOMEN OF SEX AND THE CITY. **The E! True Hollywood Story**. São Paulo: E!Entertainment Television, 8 ago. 2006. PROGRAMA DE TV.

### **Website:**

Página oficial de Sex and the City na HBO: <http://www.hbo.com/city>

## APÊNDICE A

### E-mail enviado à rede de contatos (amigos/colegas e conhecidos)

Prezados amigos (as) e colegas

Estou finalizando meu mestrado em Comunicação pela PUCRS este ano e, como alguns de vocês já sabem, meu objeto de pesquisa é a série **Sex and the City**.

Escrevo a todos para pedir uma ajuda: a **INDICAÇÃO** de uma amiga ou conhecida que tenha acompanhado o programa, preferencialmente uma fã. A idade não importa, mas precisa ser necessariamente do sexo feminino e morar em Porto Alegre.

Caso lembrem de alguém, pediria que me enviassem o nome e e-mail desta pessoa para que eu possa entrar em contato e convidá-la para participar de minha pesquisa. Até o dia 26/07/06 estarei aguardando o retorno daqueles que tiverem uma indicação.

Desde já, muito obrigada.

Ab

Márcia Messa

## APÊNDICE B

### Roteiro básico da entrevista

#### PARTE 1 – CONTEXTO

1) Gostaria que você me falasse um pouco sobre sua origem, formação, hobbies. Neste momento queria que você fizesse algo como uma mini-biografia: sua idade, é casada, solteira, tem namorado, trabalha, estuda, tem filhos, etc.

2) Gostaria agora que contasse sobre os programas que assiste na TV, sua relação com a televisão, se tem televisão a cabo, que tipo de programa gosta/detesta assistir, costuma ver séries de TV, quais, lembra de alguma que tenha lhe marcado, por que razão, etc.

#### PARTE 2 – SEX AND THE CITY

3) Poderia contar como e quando começou a se interessar por Sex and the City? Quais as suas primeiras motivações para acompanhá-lo?

4) Você se identifica com o programa, com as situações ali apresentadas, com alguma personagem? O que o faz especial para você?

5) Você acredita que o sucesso do programa nos Estados Unidos, no Brasil e no mundo inteiro aconteceu por quê? Com o que as mulheres mais se identificaram no programa?

6) Tem alguma situação em STC que tenha sido marcante pra vc? Fale a respeito. Você viveu algo parecido com alguma situação de STC?

7) STC debateu muito sobre a questão da mulher solteira. Você acha que STC mostra a realidade da mulher de hoje? Exemplos.

7) Você se considera uma fã de Sex and the City? Por quê?

8) Das personagens masculinas, qual a que você mais gostava/detestava? Por quê?

9) Como vê a amizade das quatro?

10) Você via o programa sozinha? Comentava com alguém? Como era isso?

11) O que pensa sobre o desfecho do programa?

12) Você quer casar e ter filhos?

13) Alguma consideração ou comentário que ache pertinente e que não comentamos até então?

## APÊNDICE C

### Lista de informantes/fãs de STC

Idades referentes ao mês de julho/agosto de 2006. Os nomes (com exceção da jornalista/escritora Teté Ribeiro) são pseudônimos. Qualquer informação que pudesse identificar a identidade das demais informantes foram subtraídas.

---

Adriana (23 anos): natural do interior do Rio Grande do Sul, estudante do 8<sup>a</sup> semestre de Letras na UFRGS, toca violão e é cantora de MPB. Respondeu ao meu e-mail oferecendo-se para ser entrevistada. É fã de séries televisivas como *Friends* e *Os Simpsons*, assim como de programas como *Saia Justa* e *Nós e Eles*, do GNT. Fomos colegas na faculdade de Letras da UFRGS. Tem namorado, mora sozinha e a entrevista foi concedida na sua casa.

Ana Maria (31 anos): advogada, morou no Rio de Janeiro por dois anos com o namorado. Atualmente é sócia de um escritório de advocacia e não tem o hábito de ver televisão. Prefere navegar na internet. Mora sozinha, foi indicada por uma das entrevistadas e a entrevista foi feita na sua casa.

Carolina (29 anos): advogada, adora séries como *STC*, *Friends* e *Lost*. Fica pouco tempo em casa, mas colocou NET há pouco. Na TV aberta costuma ver noticiário e a novela das 20h. Mora sozinha e tem namorado há quatro anos. Foi indicada por uma entrevistada e concedeu seu relato no escritório em que trabalha.

Cátia (28 anos): advogada, adora cinema e foi acostumada desde cedo com a televisão. Atualmente vê pouca TV, basicamente noticiário, mas gosta de séries como *Friends* e *STC*. Tem um escritório de advocacia em parceria com o namorado, com quem está junto há sete anos. Faz mestrado em Ciências Criminais. Foi indicada por um conhecido e a entrevista foi feita no seu escritório.

Cecília (24 anos): estudante do 9<sup>o</sup> semestre de arquitetura e capoeirista há sete anos. Atualmente trabalha como estagiária e adora esportes. Morou em Londres, onde conheceu seu atual namorado, de origem italiana. Em virtude disto, tem uma vida muito ligada à internet, já que ele continua trabalhando lá. Mora com a mãe e não tem o hábito de ver séries de TV, prefere documentários. Foi indicada por uma colega do Pós e a entrevista foi concedida em sua casa.

Duda (25 anos): designer de moda, natural do interior do Rio Grande do Sul, morando há dois anos e meio em Porto Alegre, há dois deles com o seu namorado. Fez especialização em Design na Unisinos e está fazendo outra em Moda na PUCRS. Gosta de dançar e ir em bares com os amigos. Não tem TV a cabo no momento, mas gosta de séries como *Gilmore Girls*, *Friends*, *A Sete Palmas*, etc. Foi indicada por uma colega do Pós e a entrevista foi feita na sua casa.

Eliana (50 anos): funcionária pública, viúva, mora com a filha. Gosta de exercitar-se, ler, ir ao cinema e viajar. Na televisão, assiste apenas ao noticiário. Atualmente tem namorado. A entrevista foi feita em sua residência e ela foi indicada pela filha, que também foi entrevistada (Cecília).

Fabiane (25 anos): jornalista, escreve uma coluna sobre política e economia na internet. Gosta de cozinhar e de assuntos holísticos. O tema de sua monografia na graduação foi *Sex and the City*. Depois de morar por um ano com o namorado, está morando com a família, mas em breve estará se mudando para um apartamento sozinha. Foi indicada por um colega do Pós e a entrevista foi feita na Casa de Cultura Mario Quintana. Não tem namorado.

Gisele (37 anos): funcionária pública. Adora viajar, ir ao cinema, sair para jantar, almoçar, ir para bares, tomar chimarrão, ir na casa das amigas e namorar. Não tem TV a cabo em casa, por isto não tem o hábito de ver séries de TV. Quando está jantando, costuma ver novela. Mora sozinha e não tem namorado no momento. Foi indicada por uma das entrevistadas, tendo a entrevista acontecido em um café no centro da cidade.

Lúisa (31 anos): jornalista, natural do interior do Rio Grande do Sul, mora em Porto Alegre há 12 anos e atualmente está apenas cursando pós-graduação, onde foi minha colega em duas disciplinas. Adora sair na noite e sempre viu muita televisão, preferindo telenovelas e programas de entrevistas. É fã das novelas de Manoel Carlos, de cinema e de outras séries televisivas como *Felicity* e *West Wings*. Não tem TV a cabo em casa no momento e tem namorado. Respondeu ao meu e-mail oferecendo-se para ser entrevistada. Mora sozinha e a entrevista foi concedida na sua casa.

Maria Lúcia (24 anos): jornalista, natural do interior do Rio Grande do Sul, cursando Mestrado em Comunicação na UFRGS. Não tem TV a cabo no momento e sentiu muito falta disto em sua mudança para Porto Alegre, pois acompanhava diversas séries, entre elas *STC*, *Friends*, *Seinfeld*, *Full House*, *CSI*. Mora sozinha e não tem namorado no momento. Foi indicada por uma conhecida e a entrevista foi feita em sua casa.

Manoela (37 anos): professora, mas atualmente está fora da sala de aula, trabalhando para a Secretaria de Educação em um setor burocrático. Mora na grande Porto Alegre com o filho de 12 anos e tem namorado. Gosta muito de dançar, ler e ver televisão. Embora esta seja secundária em sua vida, gosta de acompanhar telenovelas. É fã de outras séries como *A Sete Palmas*, *Nip/Tuck* e *Desperate Housewives*. Foi casada durante cinco anos com o pai de seu filho. Sua indicação veio de um amigo e a entrevista aconteceu em um restaurante no centro de Porto Alegre, no horário de almoço.

Nina (29 anos): arquiteta, natural do interior do Rio Grande do Sul, mora há seis anos em Porto Alegre. Desde que se formou é contratada da mesma empresa, aqui em Porto Alegre. Tem o desejo de fazer mestrado e dar aulas. Gosta de ir ao cinema, tem TV a cabo e adora assistir televisão, inclusive novelas. Foi indicada por um colega do Pós e a entrevista aconteceu na praça de alimentação de um *shopping center*, depois do seu horário de trabalho.

Olívia (53 anos): socióloga e advogada. Gosta muito de estudar e ler, tanto que está concluindo seu segundo mestrado, desta vez no Direito. Tem larga experiência como professora, embora sua formação não seja pedagógica. Morou fora do país e tem atualmente um cargo político na área do Direito. Gosta muito de ver televisão, mas tem preferência por *reality shows* e séries de TV como *STC*, *24 horas*, *CSI*, *Lei & Ordem*, *Friends*, *Crossing Jordan* e *Felicity*. É casada pela segunda vez e não tem filhos. Foi minha colega em uma disciplina do Pós e respondeu ao meu e-mail oferecendo-se para ser entrevistada. A entrevista foi concedida em seu trabalho.

Regina (24 anos): formada em Ciências da Computação, acabou de concluir seu Mestrado e trabalha na área. É natural do interior do Rio Grande do Sul e mora em Porto Alegre desde 2004. Seu namorado – também do interior – se mudou junto e desde maio deste ano os dois estão noivos. Gosta de cinema e de ler romances e ficção científica, entre outros. Tem TV a cabo e gosta de ver séries como *Friends*, *STC*, *Lost* e *Gilmore Girls*. Foi indicada por sua irmã (Duda) e a entrevista aconteceu na sua casa.

Roberta (26 anos): publicitária, cursando Pós-Graduação em Administração Empresarial. Gosta muito de sair com os amigos e cinema e séries de TV são seus hobbies. Entre as séries que assiste estão *STC*, *Friends* – que ela diz ser sua *sitcom* preferida -, *Desperate Housewives*, *Seinfeld*, *Nip/Tuck*. Mora com os pais e tem namorado. Foi indicada por uma colega do Pós e a entrevista foi realizada em sua casa.

Teté Ribeiro (36 anos): jornalista, embora não de formação. É formada em Filosofia pela USP e casada há seis anos. Mora em Washington, para onde o marido foi transferido a trabalho (é correspondente da Folha de São Paulo). Não tem filhos, mas os dois já estão começando a falar sobre isso. Vai retomar os trabalhos que já havia feito para as revistas ELLE, Vogue, MTV, Ilustrada e a Revista da Folha, ambos da Folha de São Paulo. Terminou seu terceiro livro no começo de 2006, que deve ser lançado até o final do ano. Enquanto morou em Nova York, escreveu o mais completo livro sobre *STC* publicado no Brasil. No momento não tem nenhum projeto para um próximo livro. Gosta de séries de TV como *Seinfeld*, *Os Sopranos*, *House*, *Desperate Housewives*, entre outras. Consegui o contato através de seu marido, que é jornalista da Folha de São Paulo e tem o e-mail disponível online no site da publicação. A entrevista foi concedida via e-mail.

## ANEXO A – CENAS DOS EPISÓDIOS ANALISADOS



O poder do sexo feminino (Ep. 5, 1ª temporada): Carrie e sua amiga italiana Amalita



A dor maravilhosa (Ep. 12, 2ª temporada): as amigas na abertura do restaurante com temática sadomasoquista



Sexo e outra cidade (Ep. 14, 3ª temporada): festa na Mansão Playboy





**Apenas diga sim (Ep. 12, 4ª temporada): Carrie e Aidan**



**Pecado não-original (Ep. 2, 5ª temporada): Miranda no batizado de seu filho, Brady**



**Luzes, Câmera, Relacionamentos (Ep. 5, 6ª temporada): Samantha na estréia da peça *Full Moon*, de seu namorado**



**Uma garota americana em Paris – Part Une (Ep. 19, 6ª temporada): Carrie a espera de Petrovksy em sua primeira noite em Paris**



**Uma garota americana em Paris – Part Deux (Ep. 20, 6ª temporada): Carrie, de volta à Nova York, reencontra suas amigas**

**ANEXO B – AS PERSONAGENS E SEUS PARES FINAIS**

**Carrie (Sarah Jessica Parker) e Mr. Big (Chris Noth)**



**Miranda (Cynthia Nixon) e Steve (David Eigenberg)**



**Charlotte (Kristin Davis) e Harry (Evan Handler)**



**Samantha (Kim Cattrall) e Smith Jerrod (Jason Lewis)**