

## “Ousadia, informação e diversão”: a pedagogia da diversidade no discurso do programa Amor & Sexo<sup>1</sup>

Danyelle Alves da PAIXÃO<sup>2</sup>

Thainá Evellyn Martiniano ALEXANDRE<sup>3</sup>

Emanuelle Gonçalves Brandão RODRIGUES<sup>4</sup>

Universidade Federal de Alagoas, Maceió, AL

### Resumo

No ar desde 2009 na grade da Rede Globo, o programa Amor & Sexo ganhou expressiva visibilidade em 2016, quando cedeu espaço para discussões sobre sexualidade, gênero e diversidade. Porém, apesar de inclusão de temas pertinentes e a abertura de um canal para discussão sobre eles, isso se deu por meio de um enquadramento particular e do reforço de estereótipos. Considerando que a emergência desses discursos se dá num quadro próprio dentro de um processo de enunciação, nos debruçamos sobre um *corpus* de 10 episódios da última temporada do programa (2016-2017) e buscamos entender, mobilizando conceitos da análise de discurso de linha francesa, como têm se construído as representações da diversidade sexual no discurso do Amor & Sexo.

**Palavras-chave:** Televisão; Amor & Sexo; discurso; diversidade; representação.

### Introdução

Imagem e palavra. A combinação desses dois sistemas semiológicos faz da televisão um meio por excelência de fabricação do imaginário coletivo (CHARAUDEAU, 2012), a partir dos quais, segundo Martín-Barbero e Rey (2004, p.26), “as pessoas se reconhecem e representam o que têm direito de esperar e desejar”. Um meio que se orienta, sobretudo, por uma dupla posição referencial e de contato. Na primeira, olhando “para o mundo exterior que ela mostra, relata e comenta”, e, na segunda, para “o telespectador que ela procura interessar e emocionar, que ela solicita e interpela” (CHARAUDEAU, 2012, p.223).

Embora não seja nosso intuito, neste artigo, discutir os sistemas significantes que a televisão mobiliza, é importante lembrar que ela

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no IJ 8 – Estudos Interdisciplinares do XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 29 de junho a 1 de julho de 2017.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação 5º semestre do Curso de Comunicação Social – Relações Públicas da Universidade Federal de Alagoas (Ufal). E-mail: danyellealves\_p@hotmail.com

<sup>3</sup> Estudante de Graduação 5º semestre do Curso de Comunicação Social – Relações Públicas da Universidade Federal de Alagoas (Ufal). E-mail: thaynamartiliano02@hotmail.com

<sup>4</sup> Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Comunicação Social – Relações Públicas da Universidade Federal de Alagoas (Ufal). Mestre em Comunicação pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). E-mail: egbrodrigues@gmail.com.

constitui hoje, *simultaneamente*, o mais sofisticado dispositivo de moldagem e deformação do cotidiano e dos gostos populares e uma das mediações históricas mais expressivas de matrizes narrativas, gestuais e cenográficas do mundo cultural popular, entendido não como as tradições específicas de um povo, mas a hibridização de certas formas de enunciação, de certos saberes narrativos, de certos gêneros novelescos e dramáticos do Ocidente com as matrizes culturais de nossos países. (MARTÍN-BARBERO; REY, 2004, p.26 *grifo do autor*)

Dessa forma, como instância produtora da realidade, ao mesmo tempo em que a televisão constrói uma imagem dos acontecimentos no mundo exterior, ela também produz a imagem dos sujeitos e dos grupos sociais aos quais eles pertencem ao representá-los, encená-los em seus discursos. Estabelece, portanto, um vínculo com a audiência por meio dos relatos e retratos que faz dela.

Uma série de oscilações na saliência de temas na agenda midiática no Brasil é perceptível desde o início deste século, apresentando um universo diversificado, ainda que pouco expressivo, de visões de mundo, estilos de vida e outras dimensões do comportamento social humano. E quando falamos em mídia, nos referimos principalmente aos grandes grupos empresariais que detêm o monopólio dos meios de comunicação de massa, entre eles, a Rede Globo de Televisão.

A emissora tem abordado timidamente temas ligados às minorias políticas e sociais. A nosso ver, isso pode ocorrer por dois motivos principais: 1. Abrir/ampliar o diálogo com esses grupos e 2. Conquistar esses públicos por meio da promoção de uma imagem de empresa que “abraça” a diversidade, fomenta a igualdade e o respeito às diferenças.

É conhecido o fato que as mídias “tradicionais”<sup>5</sup>, como TV aberta, Rádio, Jornal e Revista, principalmente, sempre influenciaram, de forma relativa, comportamentos, hábitos e gostos dos cidadãos, sendo utilizadas, inclusive, por muitos governos para a manutenção de uma Opinião Pública favorável às suas decisões. Também é de conhecimento geral, especialmente no âmbito acadêmico, que esse cenário mudou com a difusão das mídias sociais digitais, promovendo a ampliação de redes de contato e meios de acesso ao mundo e, conseqüentemente, a inclusão de diversos indivíduos no debate público, processo primordial para a constituição de uma esfera pública idealmente ativa.

---

<sup>5</sup> Tradicional refere-se aos meios de comunicação de massa, como rádio, jornal impresso e posteriormente a televisão. Utilizados inicialmente a partir do século XIX.

Um dos exemplos mais expressivos – e atuais – na mudança de postura da emissora foi, sem dúvidas, a campanha do carnaval 2017, a “Globeleza”, que desde 1991 é representada por uma mulher mulata sambando seminua, apenas coberta por pinturas no corpo, um dos maiores símbolos de sexualização e objetificação da mulher – especialmente a negra – na TV brasileira. Porém, nessa nova roupagem, a Globeleza teve seus aspectos sexualizados substituídos pelas diversas manifestações culturais brasileiras que envolvem a folia de momo, como o frevo de Pernambuco e o bumba meu boi do Maranhão.

Tal fato parece ser um indicativo da preocupação da emissora com sua audiência, levando-a a abordar assuntos que no contexto atual do Brasil estão sendo reivindicados. Por meio de campanhas como da Globeleza e, mais recentemente, “Tudo Começa Pelo Respeito”<sup>6</sup>, tem ampliado o escopo dos temas discutidos em seus programas, com porta-vozes que legitimam essa mudança de abordagem da emissora.

Como alternativa para a Teoria da Agenda postulada por McCombs (2009), Siune e Borre (1975 *apud* LYCARIÃO; SAMPAIO, 2017) propõe o modelo do agendamento reverso, indicando que há vários públicos ativos e estes não se deixam monopolizar pelo que se passa na mídia, mas tendo participação fundamental no delineamento dos temas apresentados pelos meios de comunicação de massa. Se, por um lado, temos uma determinação dos temas discutidos na sociedade em virtude do agendamento midiático – este salientando os tópicos e seus atributos na agenda pública (MCCOMBS, 2009) –, por outro, essa pauta é estabelecida, em parte, pelas discussões que circulam no corpo social (SIUNE; BORRE, 1975 *apud* LYCARIÃO; SAMPAIO, 2017).

Desse modo, não é estranho a emergência de pautas sobre o empoderamento feminino, a diversidade sexual, o racismo e diversas questões referentes às minorias sociais estejam sendo abordadas nas mídias. Muitas vezes, essas pautas surgem de mobilizações sociais no ambiente digital, a exemplo do movimento online *taggado* #EuNãoMereçoSerEstrupada, em resposta ao resultado de uma pesquisa realizada, em 2014, pelo instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea), no qual 63% dos entrevistados concordavam com a frase “Mulheres que usam roupas que mostram o

---

<sup>6</sup> A campanha promove o respeito às diferenças, seja elas de orientação sexual, de raça, de gênero, a pessoas com síndrome de Down e com deficiências.

corpo merecem ser atacadas”<sup>7</sup>. Como manifesto, mulheres postavam fotos seminuas segurando cartazes com frases de protesto e a *hashtag* citada.

Mas as pautas alcançam todos os meios, não só os digitais. Na edição de 349<sup>8</sup> de 2015, a revista “Superinteressante” abordou numa reportagem de 13 folhas os temas do estupro e do assédio sofrido pelas mulheres, traçando um panorama histórico das leis que abrangem tais questões e seus efeitos na sociedade. Esse é só um exemplo entre tantos outros. Revistas como *Cult* e *National Geographic*, no Brasil, também têm se destacado por publicações que versam sobre temas relacionados à diversidade.

Mas os atos de protesto têm se estendido às ruas, ou talvez fosse mais apropriado dizer “voltado” para elas. Em todo Brasil, mulheres têm ido às ruas para reivindicar seus direitos, contra a cultura do estupro, contra os assédios e contra o machismo. Em resultado de todas as manifestações femininas, 2015 foi eleito o ano da “primavera feminista” no Brasil, onde as mídias digitais foram as principais ferramentas de discussão e mobilização para as mulheres.

Podemos estar observando o que Siune e Borre 1975 *apud* LYCARIÃO; SAMPAIO, 2017) postularam como fenômeno do agendamento reverso, no qual um público se coloca de maneira ativa nas discussões de determinados temas, criando uma demanda social através das mídias digitais que transcende a rede e passam a ser pautados pelos meios de comunicação de massa de uma forma ainda tímida.

Exemplos de movimentos como esses que têm influenciado a pauta da mídia são vastos. Mas para os propósitos deste artigo, selecionamos um caso emblemático: o programa *Amor & Sexo*, que ganhou expressiva visibilidade em 2016, quando cedeu espaço para discussões sobre sexualidade, gênero e diversidade de uma maneira “diferente”. Porém, apesar de inclusão de temas pertinentes e a abertura de um canal para discussão sobre eles, isso se deu por meio de um enquadramento particular e do reforço de estereótipos.

Considerando que a emergência desses discursos se dá num quadro próprio dentro de um processo de enunciação, nos debruçamos sobre um *corpus* de 10 episódios da última temporada do programa (2016- 2017) e buscamos entender, mobilizando conceitos da análise de discurso de linha francesa, como têm se construído as representações da diversidade sexual no discurso do *Amor & Sexo*. Considerando,

---

<sup>7</sup> O Ipea ouviu, entre maio e junho de 2013, 3.810 entrevistados, de todas as regiões do Brasil.

<sup>8</sup> <http://super.abril.com.br/superarquivo/349/>

ainda, que parte visibilidade do programa se deve à fama de sua apresentadora, iniciaremos nossa análise voltando nosso olhar para Fernanda Lima.

### **O *ethos* de Fernanda Lima: corpo e voz da diversidade?**

Modelo, atriz, roteirista e atualmente apresentadora do programa Amor&Sexo da Rede Globo, Fernanda Lima nasceu em 1977, em Porto Alegre-RS, onde também se formou em jornalismo e iniciou sua carreira como modelo, profissão em que ela obteve visibilidade e oportunidade para atuar na TV.

Seu primeiro trabalho como apresentadora de TV foi na MTV, em 1999, convidada para apresentar o programa “Mochilão MTV”, no qual viajava por diversas partes do mundo com o intuito de mostrar roteiros de viagens para os telespectadores. Nesse mesmo ano, iniciou seu trabalho na Rede TV, onde apresentou o programa “Interligado” e o “TV escolha”, todos direcionados principalmente para o público jovem. Nos anos 2000, voltou para a MTV, onde ficou até 2005, apresentando programas de diversos gêneros, entre eles o “Fica Comigo”, voltado para jovens que buscavam encontrar um par romântico e no qual foi exibido o primeiro beijo gay da TV aberta brasileira.

A trajetória de Fernanda Lima na TV foi calçada com programas voltados para o público jovem, construindo, desse modo, uma imagem de si que dialogava de forma profícua com os interesses de uma geração. Os elementos presentes nessa “história oficial” de Fernanda, acessível pela mídia, lhe conferem um grau de legitimidade associado a um conhecimento prévio que temos dela, contribuindo para a eficácia discursiva de suas narrativas.

A noção de *ethos*, apresentada por Aristóteles e atualizado por Maingueneau (2008), nos ajuda a compreender o discurso de Fernanda na medida em que, pensado como instância por meio da qual se manifesta uma voz e um corpo enunciante, o *ethos* se envolve com a enunciação sem estar explicitado no enunciado. Ele não é dito, é mostrado. “Além da persuasão por argumentos, a noção de *ethos* permite, de fato, refletir sobre o processo mais geral de adesão de sujeitos a uma certa posição discursiva” (MAINGUENEAU, 2013, p.69).

Entretanto, sua autoridade enquanto enunciadora de determinados discursos, “não provém somente de seu estatuto exterior e das modalidades da troca simbólica da

qual participa. Ela é também produzida pelo discurso em uma troca verbal que visa a produzir e a fazer reconhecer sua legitimidade”, explica Amossy (2013, p.138), ao indicar que a construção da imagem de si se estabelece na intersecção do *ethos* prévio e discursivo.

A questão do *ethos*, segundo Maingueneau (2008), está associada à construção da identidade. E, considerando que noção de identidade perpassa uma construção narrativa do si mesmo enquanto sujeito atuante no mundo, constituindo-se através de uma trajetória antes de tudo contada, é preciso, assim como o autor, pensar o *ethos* em duas dimensões: discursiva e pré-discursiva. Pois, embora ele esteja ligado ao ato de enunciação, “o público constrói também representações do *ethos* do enunciador *antes* mesmo que ele fale” (Ibid, p.60 *grifo do autor*)

No Brasil, a emissora que lidera praticamente todos os índices de audiência há cerca de 40 anos seguidos é a Rede Globo de televisão. Há vários motivos para que isso ocorra, mas o fato é que tal posição ocupa um lugar privilegiado no imaginário social, atrelando sua imagem a dos profissionais que integram sua equipe. Nesse sentido, “ganhar” sua atenção parece representar um salto na carreira de um indivíduo, como foi o caso de Fernanda Lima, ao ser convidada pela emissora, em 2005, no auge de sua carreira na MTV, para ocupar um papel secundário na Globo, substituindo temporariamente o lugar de Angélica – de licença maternidade – à frente do quadro “Vídeo Game”, do programa “Videoshow”. Portanto, mais um elemento que vem reforçar sua credibilidade enquanto sujeito discursivo.

O *ethos* não remete à natureza do sujeito, mas a uma disposição de caráter, uma forma de ser e se portar, associada a tomadas de posição no e pelo discurso. Como “processo interativo de influência sobre o outro” (Ibid, p.63), a adesão a determinados posicionamentos parece, desse modo, ser antes fruto de estratégias discursivas daquele enuncia – e por quem enuncia. Ao construir uma imagem de si que dialoga não apenas com jovens, mas com uma diversidade de indivíduos jovens que anseiam por maior liberdade e voz numa sociedade de valores tipicamente tradicionais, Fernanda Lima parece atender a critérios para ser porta-voz entre uma empresa de comunicação tradicional e uma população em crescente transformação.

Mas a esfera profissional não é a única dimensão discursiva de sua legitimidade. Fernanda Lima atende a vários requisitos de um indivíduo realizado pessoalmente, ao menos quando associamos características de sua personalidade e vida pessoal ao

imaginário de uma pessoa feliz, pois para ser bem-sucedida, precisa alinhar carreira e vida pessoal de forma contínua e próspera. A materialidade dessa realização está presente na mídia, desde notícias e reportagens até publicações pessoais em suas redes sociais digitais, de amigos e de sua família. Esta última, por sinal, materializa bem o que queremos dizer com “bem-sucedida”.

Casada<sup>9</sup> com Rodrigo Hilbert desde 2002, um modelo, ator e apresentador também da Globo, juntos se apresentam como um casal-modelo de felicidade conjugal, especialmente por se enquadrarem nos padrões estéticos bem aceitos da sociedade tradicional. São ricos, inteligentes, altos, loiros, magros, com “rosto anguloso”<sup>10</sup>, bonitos e têm dois filhos que seguem igualmente os mesmos padrões. Ainda assim, buscam fugir de tais estereótipos, estabelecendo, por exemplo, uma relação muito próxima com ideais de diversidade sexual e de gênero, seja no próprio dia a dia da família ou na relação com amigos e comunidades. Fernanda descreve o marido como “um cara absolutamente sensível, zero machista”<sup>11</sup> e que dentro do lar o “comportamento é de respeito e igualdade” entre os dois. Rodrigo se diz “um dono de casa”, aquele que “pilota o fogão”. Enquanto Fernanda é apresentadora de um programa que fala de sexo, o marido é cozinheiro e apresentador de um programa culinário, o “Tempero de Família”, do canal pago GNT, apresentando cada vez mais “provas” da diversidade.

A identidade, portanto, não é algo simplesmente apresentado pelo sujeito, mas aquilo “que deve ser criado e sustentado rotineiramente nas atividades reflexivas do indivíduo” (GIDDENS, 2002, p.54), corroborando com a ideia de Amossy (2013) de que “o poder das palavras deriva da adequação entre a função social do locutor e seu discurso” (Ibid., p.120). Ou seja, em parte, a aceitação da figura de Fernanda Lima em determinados espaços ocorre pelas posições que ela ocupa no seu dia a dia, construindo uma imagem de si que dialoga com seus enunciatários – seus fãs, seguidores e telespectadores –, compartilhando interesses, desejos e anseios em comum. Mas não só. Apresenta-se como uma deles: “Sou uma pessoa comum. A mais comum delas. Não

---

<sup>9</sup> [http://www.purepeople.com.br/noticia/fernanda-lima-adia-planos-de-casamento-com-rodrico-hilbert-nao-tive-tempo\\_a125610/1](http://www.purepeople.com.br/noticia/fernanda-lima-adia-planos-de-casamento-com-rodrico-hilbert-nao-tive-tempo_a125610/1)

<sup>10</sup> FELITTI, Chico. Fernanda Lima fala sobre morte e ressurreição de 'Amor e Sexo'. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/serafina/2016/05/1763504-fernanda-lima-fala-sobre-morte-e-ressurreicao-de-amor-e-sexo.shtml>> Acesso em 02/abr/2017.

<sup>11</sup> <http://www.folhavoria.com.br/entretenimento/noticia/2017/01/fernanda-lima-diz-que-fala-sobre-sexo-abertamente-com-seus-filhos.html>

tenho cintura, sou reta”<sup>12</sup> (referindo-se a idealizações de ordem estética que as pessoas costumam fazer dela, segundo a mesma).

Seu lugar de fala é tão demarcado que suas atuações em programas como *Por toda a minha vida*, *Fantástico* e novelas da Globo que apresentam vieses mais tradicionais foram, em parte, “esquecidos”, sendo ela reconhecida muito mais por sua irreverência, jovialidade e maturidade para tratar de assuntos conhecidos como “tabus”. Seu *ethos* incorpora, ao mesmo tempo, uma dimensão moral e estratégica, como proposto por Eggs (2013), compreendendo, por um lado, virtudes relacionadas à honestidade e, por outro, hábitos que exprimem uma maneira apropriada de se apresentar. O que significa dizer que o convencimento pelo discurso consiste na possibilidade de associar suas ideias às dos enunciatários, o que leva o autor a uma conclusão simples, mas contraditória:

não se pode realizar o *ethos* moral sem realizar ao mesmo tempo o *ethos* neutro, objetivo e estratégico. É preciso agir e argumentar estrategicamente para poder atingir a sobriedade moral do debate. Essas duas faces do *ethos* constituem, portanto, dois elementos essenciais do mesmo procedimento: *convencer pelo discurso*. (EGGS, 2013, p.39 *grifos do autor*)

E de maneira irreverente, Fernanda Lima foi ganhando espaço na Rede Globo, até que, em 2008, o diretor geral Ricardo Waddington a convidou para ser apresentadora do programa *Amor & Sexo*, que tinha, a princípio, a ideia de transformar para a televisão o formato da coluna do psicanalista Alberto Goldin, do jornal *O Globo*, no qual o profissional recebia cartas de seus leitores sobre sexo<sup>13</sup>. Em entrevista, Fernanda explicou ainda que o projeto foi tomando forma de acordo com as experiências pessoais da equipe, pois o assunto que estavam querendo tratar era delicado. A intenção era falar sobre sexo de maneira elegante e ilustrar de forma divertida.

Como veremos mais adiante, o programa mudou bastante ao longo de suas 10 temporadas, assumindo um formato inovador e tratando de temas sobre ângulos diferenciados na própria emissora, o que tem gerado controvérsias. Por um lado, temos a manifestação de categorias sociais de pouca visibilidade em espaços tradicionais como o da Rede Globo, por outro, apesar do fomento a certas discussões, este tem sido acompanhado pelo reforço a certos estereótipos. Nesse primeiro momento, propomos

---

<sup>12</sup> (Idem)

<sup>13</sup> <http://www.ofuxico.com.br/fotos-de-famosos/fernanda-lima-e-equipe-de-amor-sexo-anunciam-ultima-temporada-do-programa/2013/09/17-7148.html>

analisar como se constroem determinadas representações a partir de discursos contraditórios e pensar as possíveis consequências disso no plano discursivo, logo, social, pois discurso e ação não podem ser compreendidos separadamente (FAIRCLOUGH, 2001).

### **Entretenimento pedagógico da diversidade no discurso do Amor & Sexo**

Mesmo importante, a noção de ethos não é suficiente para entender como ocorre o processo de persuasão, pois o sujeito que enuncia o faz em uma dada situação e se inscreve em quadros mais gerais de interpretação. “Ele é parte constitutiva de uma cena de enunciação” (MAINGUENEAU, 2013, p.75) e seu discurso pressupõe essa cena para poder ser enunciado. Este valida a própria cena de enunciação, explica Maingueneau (2013), instituindo a situação que o torna pertinente.

O autor postula a existência de três cenas na cena de enunciação, a saber: 1. englobante; 2. genérica; e 3. cenografia. A primeira se refere ao tipo de discurso (Ex.: religioso, político etc); a segunda ao contrato estabelecido pelo gênero (Ex.: sermão, editorial etc); e a terceira, a que nos interessamos particularmente aqui, “é aquilo que a enunciação instaura progressivamente como o seu próprio dispositivo de fala” (MAINGUENEAU, 2008, p.70). A cenografia, de acordo com o autor, é construída no enunciado, não determinada pelo gênero, apresentando o exemplo do sermão, que pode ser enunciado em uma cenografia profética ou professoral, por exemplo.

No caso em questão, podemos iniciar dizendo que se trata de um discurso proferido em um programa do gênero entretenimento cujo suporte, a televisão, lhe permite características próprias que interferem na sua relação com a audiência – esta não limitada ao auditório. Mas, embora se enquadre no gênero (televisivo) entretenimento, o discurso cria uma cenografia que visa a levantar bandeiras sociais, defender causas e, de forma subentendida, ensinar modos de dizer, de ser e de fazer. Tudo isso dentro de um sistema de mercado, logo, de concorrência, e dos limites opacos da empresa de comunicação que o financia, a Rede Globo.

No ar desde agosto de 2009 na grade da Rede Globo, o programa Amor & Sexo surgiu com a proposta de quebrar tabus, apostando numa abordagem “divertida” sobre temas como sexualidade, gênero, diversidade e empoderamento (alguns já tratados em

outras temporadas) e “uma Fernanda bem diferente”, de acordo com o próprio elenco<sup>14</sup>. Cancelada no final da oitava temporada, em 2014, por causa da baixa audiência<sup>15</sup>, o programa conseguiu ser renovado e voltou em 2016 com propostas de mudança. Na nona temporada (2016) passou a forçar mais no aspecto lúdico e divertido, do que propriamente numa perspectiva politizada dos temas. Já na 10ª temporada, foi pensado para ser mais didático<sup>16</sup>, utilizando um discurso de caráter pedagógico para discutir gênero, feminismo e machismo.

Mas não se limita à didática. Apresentado antes de tudo como um programa de entretenimento padrão Globo de produção, constrói uma cena híbrida. Nas palavras da apresentadora, Fernanda Lima, "o programa tem esse tempero de ousadia, informação e diversão. Assim acredito que conseguimos fazer uma comunicação democrática, uma comunicação de massa que atinja o maior número de pessoas possível"<sup>17</sup>.

A nosso ver, há dois tipos de discurso predominantes na cena do Amor & Sexo: o lúdico e o político. Ambos compõem a cena englobante da enunciação, o que permite, ao enunciatário, uma base para sua leitura, especialmente em relação ao último. Isso ocorre porque o reconhecimento de um gênero de discurso gera expectativas quanto à forma de leitura. Segundo Orlandi (2013, p.86), o discurso lúdico é “aquele em que a polissemia está aberta, o referente está presente como tal, sendo que os interlocutores se expõem aos efeitos dessa presença inteiramente não regulando sua relação com os sentidos”. Mais “democrático”, ele permite uma abertura maior de jogos de linguagem, motivo pelo qual é constantemente utilizado em programas de entretenimento. A persuasão não deixa de existir, ela se dá em outro plano, no da brincadeira.

O cenário do Amor & Sexo é burlesco, com muito brilho e muita extravagância, até mesmo nos figurinos utilizados por Fernanda Lima. O cenário é, sem dúvida, um elemento fundamental na construção da cena de enunciação, que, através do suporte televisivo, se estrutura na interrelação com o enunciatário, o coenunciador. Imagem e fala se mesclam como fatores imprescindíveis no processo de adesão dos sujeitos a

---

<sup>14</sup> <http://gshow.globo.com/Estilo/noticia/no-amor-sexo-fernanda-lima-arrasa-com-macacao-transparente-e-customizado-com-acrilicos.ghtml>

<sup>15</sup> <http://noticiasdatv.uol.com.br/noticia/audiencias/nova-temporada-de-amor-sexo-tem-pior-estreia-em-dois-anos-5130>

<sup>16</sup> <http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2017/03/1869887-fernanda-lima-diz-que-didatismo-causou-o-sucesso-da-atual-temporada-de-amor--sexo.shtml>

<sup>17</sup> <http://gshow.globo.com/tv/noticia/2017/01/fernanda-lima-comenta-volta-de-amor-sexo-e-estreia-de-eduardo-sterblitch-na-bancada.html>

certos posicionamentos. Tudo isso ligado a uma pedagogia lúdica, que se mostra muito mais efetiva por utilizar a televisão para transmitir seu discurso.

Para além de uma performance artística, a abertura do Amor & Sexo se constitui na estrutura do discurso lúdico, no qual Fernanda Lima, por meio do gênero canção, se insere na cena. Ela canta e dança uma coreografia ao lado de bailarinos, no qual a música está diretamente ligada ao tema do episódio da semana. Exemplo disso é ato musical de abertura da décima temporada, no qual a canção se chama “Piranha”. Esse termo, no imaginário social de uma sociedade patriarcal e machista, está associado a mulheres que exercem livremente sua sexualidade e que foge do padrão “bela, recatada e do lar”<sup>18</sup>. A utilização dessa música é para “ensinar” que “piranha” é um peixe do rio Amazonas e que nenhuma pessoa deve ser adjetivada dessa maneira. E que esse tipo de associação precisa parar.

O discurso lúdico está presente em diversos momentos do programa, seja na sua abertura, ou em “quadros” que ocorrem no decorrer dos episódios, como no momento em que se traz ao palco pessoas vestidas com perfis estereotipados, e a bancada do programa precisa adivinhar suas profissões. Ou quando utiliza um desfile de moda, o “desfile da diversidade” – com modelos que não se reconhecem com seus sexos biológicos –, para falar sobre transexualidade. Ele incorpora, ao mesmo tempo, elementos de um discurso pedagógico. Nesse processo, a figura de Fernanda Lima é requerida seja como tradutora daquilo que se enuncia, seja como pedagoga para “ensinar” as pessoas como realizar suas interpretações.

Outro discurso presente no programa é o discurso político, que Maingueneau (2008) explica atuar na confluência dos discursos constituintes, pois os invoca discursos para validar sua fala. No Amor & Sexo isso é executado pela participação fixa da Psicanalista Regina Navarro Lins, e por especialistas convidados em cada episódio, entre eles, antropólogos, sexólogos, sociólogos e médicos, os quais Fernanda Lima sempre recorre para que haja uma explicação mais profunda e científica dos temas abordados. Mais uma vez, a confluência com o discurso pedagógico se faz presente.

Fernanda utiliza da participação desses especialistas para validar o discurso político do programa. Pois, além dessas autoridades não há mais ninguém que possa dar essa validação, uma vez que a bancada do programa é formada por atores e humoristas.

---

<sup>18</sup> “Bela, recatada e do lar”, foi a discricção que a revista veja fez para Marcela Temer <http://veja.abril.com.br/brasil/marcela-temer-bela-recatada-e-do-lar/>

Os momentos mais relevantes em que o programa evoca o discurso político no Amor & Sexo estão relacionados aos movimentos sociais e minorias, como do LGBT. O episódio que inicia a 10ª temporada abordou o feminismo e foi um dos mais comentados nas mídias sociais. O programa discutiu sexualidade feminina, direitos sociais, machismo e empoderamento. Uma das especialistas convidadas foi a filósofa política e uma das principais vozes do feminismo negro no Brasil, Djamila Ribeiro.

No 1º episódio da 10ª temporada, Fernanda iniciou seu discurso com “A gente acredita na igualdade de direitos entre homens e mulheres. Para quem não sabe, isso é feminismo”, em tom didático sobre o tema. A próxima investida foi cortar a fala dos homens da bancada, pois, segundo a apresentadora, aquele era o momento deles ouvirem e aprenderem apenas. “Eu acho que nada me excita mais do que uma mulher empoderada”, interrompe, entretanto, Otaviano Costa, a fala de uma convidada especialista, Antônia Peregrino. Comentário que não é refutado, mas aplaudido por quase todo o elenco e auditório, demonstrando um posicionamento sexista que nada mais faz do que reproduzir a objetificação da mulher no mundo do trabalho e nas conquistas sociais, assim como de objeto passivo, daquilo que pertence ao outro, que o qualifica.

Mas o feminismo não é o único foco do programa. Este visa abordar uma diversidade temas, mas uma diversidade condicionada a assuntos discutidos pelo senso comum, incidindo diretamente na forma de abordagem. O que atende os parâmetros de seu gênero, o entretenimento.

Machismo, padrões masculinos e a “pressão social de ser macho” foram assuntos discutidos no episódio 3. A abordagem trabalhou a questão dos afetos para os homens, algo comumente tratado em nossa sociedade como “coisas de mulher”. Em sua pequena participação, o convidado da noite, o cantor Ney Matogrosso, deu seu relato sobre a “quebra” de estereótipos, tomando sua história como exemplar<sup>19</sup>. Mas a contradição é um aspecto determinante no discurso do programa e a piada um elemento recorrente. Por vezes, a apresentadora e seus convidados passam de um tom politizado ao cômico, não se posicionando como sujeitos políticos, o que pode gerar problemas quanto aos efeitos de discurso. Vale lembrar que, embora se enquadre no gênero entretenimento, pretende-se um discurso político sobre temas abordados como políticos,

---

<sup>19</sup> Interprete brasileiro, cujo ganhou fama a partir do grupo performático, Secos & Molhados.

ao menos por determinados ângulos – exemplo disso são alguns convidados de movimentos sociais.

Mesmo em momentos em que os convidados tentam contestar comentários e piadas sobre os temas para os quais eles foram convidados a discutir, sua fala é cortada, não abrindo espaço para, de fato, a diversidade de opiniões (justamente o que se propõe o programa). Em outro episódio, uma das convidadas, a atriz Beth Farias, ao falar sobre um beijo com uma colega de trabalho, deixou claro que não tinha “vocaçãõ” para ser “sapata”. O uso irrestrito de expressões desconexas com o que ela talvez quisesse explicar – que não se sentia atraída por pessoas do mesmo sexo, especificamente mulheres – é a materialidade de uma cultura a qual o programa afirma questionar, mas se reduz ao “escudo” da brincadeira.

São pequenos detalhes como esses que demonstram que o Amor & Sexo, mesmo com a proposta de “quebrar” padrões, acaba reforçando aquilo diz combater. Na interserção de diversos gêneros discursivos vemos se construir uma cenografia pedagógica que mistura dois domínios discursivos aparentemente distintos, mas que funcionam positivamente, no sentido de serem “produtivos”, sob a lógica de mercado na qual se alicerçam as empresas de comunicação. Ao abrir espaço para a discussão de temas ligados às minorias sociais e políticas em um espaço reservado tipicamente para públicos tradicionais e apresentar, em contrapartida, um enunciador que incorpora o “corpo” e a “voz” dessa diversidade, a Globo, através do Amor & Sexo, acaba por validar suas iniciativas, sem, embora, atentar-se para o conteúdo e suas implicações.

### **Considerações finais**

A agenda midiática tem mudado muito ao longo desses últimos 10 anos, assim como os próprios meios de comunicação. A coexistência de suportes tradicionais com outros mais modernos sem dúvida é um fator determinante nesse processo, mas tão importante quanto é o sistema econômico, cujas mudanças tem incidido diretamente nos discursos que circulam na sociedade. Uma delas, talvez a mais salutar a citar aqui, é a incorporação da crítica pelo capitalismo, como sugerem Boltanski e Chiapello (2009), o que resulta, por exemplo, em discursos como do programa analisado, que ao “buscar” combater estereótipos e preconceitos, reforça-os. Isso ocorre, em linhas gerais, porque a dinâmica do espírito do capitalismo se baseia em “alças de cooptação”.

Muito do reforço do esteriótipo está na própria formação da bancada do programa, no qual a “representatividade” das minorias políticas é quase inexistente. Ela é constituída apenas por duas mulheres, quatro homens (desses, três heterossexuais), e todos brancos. Fernanda defende que “para que a sociedade avance, é preciso empoderar as minorias”, bandeira que não se materializa nas suas e nas práticas discursivas do programa.

O discurso feminista e político do Amor & Sexo está inserido num discurso neoliberal que exclui as questões econômicas e de classe ao discutir questões como feminismo, diversidade sexual e minorias políticas. A liberdade de expressão é apresentada no programa como um aspecto do comportamento individualista que se liga ao poder, ao sucesso e à criatividade. O empoderamento se associa à imagem de sujeitos livres e bem sucedidos que nada mais são do que elementos enquadrados no sistema social. Esse discurso remete a ideia de meritocracia, característica do pensamento liberal.

Embora o programa nos permitisse uma diversidade de olhares, optamos por iniciar nossa análise por seu discurso, que, em si, compreende um todo muito complexo. Considerando a limitação de caracteres, apresentamos neste artigo um recorte cuja abordagem se focou na construção do discurso da diversidade através de uma cenografia própria que se apropria do discurso pedagógico para construir sua cena e apresentar um modo próprio de olhar os discursos sociais. Para tanto, o programa tem se apropriado especialmente de dois domínios discursivos: o lúdico e o político. Nessa cena, a apresentadora é uma figura fundamental no processo de adesão da audiência ao posicionamento da empresa de comunicação financiadora.

## Referências

AMOSSY, Ruth. O *ethos* na intersecção das disciplinas: retórica, pragmática, sociologia dos campos. In: AMOSSY, Ruth (org). **Imagens de si no discurso: a construção do *ethos***. 2ª Ed. São Paulo: Contexto, 2013. P.119-144.

BOLTANSKI, Luc; CHIAPELLO, Ève. **O novo espírito do capitalismo**. São Paulo: Martins Fontes, 2009.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das Mídias**. São Paulo: Contexto, 2012.

EGGS, Ekkehard. *Ethos* aristotélico, convicção e pragmática moderna. In: AMOSSY, Ruth (org). **Imagens de si no discurso: a construção do *ethos***. 2ª Ed. São Paulo: Contexto, 2013. P.29-56.

FAIRCLOUGH, Norman. **Discurso e Mudança Social**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2001.

FOGGIATO, Michele. **O diálogo na prática pedagógica**: As formas do discurso pedagógico. Disponível em: <[http://linguagem.unisul.br/paginas/ensino/pos/linguagem/eventos/simfop/artigos\\_VI%20sfp/Michele%20Puel.pdf](http://linguagem.unisul.br/paginas/ensino/pos/linguagem/eventos/simfop/artigos_VI%20sfp/Michele%20Puel.pdf)> Acesso em 28 de abril de 2017.

GIDDENS, Anthony. **Modernidade e identidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2002.

LYCARIÃO, Diogenes; SAMPAIO, Rafael. **A construção da agenda pública na era da comunicação digital**. Disponível em: < <https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/viewFile/882/782>>. Acesso em 25 de abril de 2017.

MAINGUENEAU, Dominique. **Cenas da enunciação**. São Paulo: Parábola Editorial, 2008.

\_\_\_\_\_. *Ethos*, cenografia, incorporação. In: AMOSSY, Ruth (org). **Imagens de si no discurso: a construção do ethos**. 2ª Ed. São Paulo: Contexto, 2013. P.69-92.

MARTÍN-BARBERO, Jesús; REY, Germán. **Os exercícios do ver**: hegemonia audiovisual e ficção televisiva. 2. Ed. São Paulo: Ed. Senac São Paulo, 2004.

MACCOMBS, Maxwell. **A Teoria da Agenda**: a mídia e a opinião pública. Petrópolis: Vozes, 2009.

ORLANDI, Eni. **Discurso e leitura**. São Paulo: Cortez, 1988.

SILVA, Tomaz Tadeu. A produção social da identidade e da diferença. In: SILVA, Tomaz Tadeu. (Org.). **Identidade e diferença**: a perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis: Vozes, 2013.

WOODWARD, Kathryn. Identidade e diferença: uma introdução teórica conceitual. In: SILVA, Tomaz Tadeu. (Org.). **Identidade e diferença**: a perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis: Vozes, 2013.