



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
CENTRO DE HUMANIDADES
DEPARTAMENTO DE LETRAS VERNÁCULAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM LINGUÍSTICA**

GERMANA DA CRUZ PEREIRA

**AS REPRESENTAÇÕES DO GÊNERO FEMININO NO SERIADO
TELEVISIVO *A GRANDE FAMÍLIA*: UMA ANÁLISE CRÍTICA DO
DISCURSO IMAGÉTICO-VERBAL**

FORTALEZA

2014

GERMANA DA CRUZ PEREIRA

**AS REPRESENTAÇÕES DO GÊNERO FEMININO NO SERIADO
TELEVISIVO *A GRANDE FAMÍLIA*: UMA ANÁLISE CRÍTICA DO
DISCURSO IMAGÉTICO-VERBAL**

Tese apresentada para obtenção do título de Doutor ao Programa de Pós-Graduação em Linguística, da Universidade Federal do Ceará.

Linha de Pesquisa: Práticas discursivas e estratégias de textualização

Orientadora: Dra. Lívia Márcia Tiba Rádis Baptista

FORTALEZA

2014

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
Universidade Federal do Ceará
Biblioteca de Ciências Humanas

-
- P941r Pereira, Germana da Cruz.
 As representações do gênero feminino no seriado televisivo A Grande Família: uma análise crítica do discurso imagético verbal / Germana da Cruz Pereira. – 2014.
 154 f. : il. ; 31 cm.
- Tese (doutorado) – Universidade Federal do Ceará, Centro de Humanidades, Departamento de Letras Vernáculas, Programa de Pós-Graduação em Linguística, Fortaleza, 2014.
 Linha de pesquisa: Práticas discursivas e estratégias de textualização.
 Orientação: Profa. Dra. Lívia Márcia Tiba Rádis Baptista.
1. Análise linguística. 2. Análise crítica do discurso. I. Título.

CDD 401.41

GERMANA DA CRUZ PEREIRA

**AS REPRESENTAÇÕES DO GÊNERO FEMININO NO SERIADO TELEVISIVO A
GRANDE FAMÍLIA: UMA ANÁLISE CRÍTICA DO DISCURSO IMAGÉTICO-
VERBAL**

Esta tese foi submetida ao Programa de Pós-Graduação em Linguística da Universidade Federal do Ceará como requisito parcial para a obtenção do título de Doutor.

Aprovada em: 03/12/2014.

Banca Examinadora:

Prof^a. Dr^a. Lívia Márcia Tiba Rádis Baptista (Orientadora)
Universidade Federal do Ceará

Prof. Dr. Francisco Laerte Juvêncio Magalhães (Membro Externo)
Universidade Federal do Piauí

Prof^a. Dr^a. Cleudene de Oliveira Aragão (Membro Externo)
Universidade Estadual do Ceará

Prof. Dr. Carlos Augusto Viana da Silva (Membro Externo)
Universidade Federal do Ceará

Prof. Dr. Júlio César Rosa de Araújo (Membro Interno)
Universidade Federal do Ceará

À mamãe, Georgia e Eder.

Na verdade, há muito tempo se sabe que a linguagem não é apenas designativa, mas principalmente produtora de realidade. A mídia é, como a velha retórica, uma técnica política de linguagem, apenas potencializada ao modo de uma antropotécnica política – quer dizer, de uma técnica formadora ou interventora na consciência humana – para requalificar a vida social, desde costumes e atitudes até crenças religiosas, em função da tecnologia e do mercado.

(SODRÉ, 2011, p. 26)

AGRADECIMENTOS

A Deus, principalmente, que, em sua infinita sabedoria e bondade, frente a muitos percalços deu-me condições de finalizar esta tese.

À minha mãe, Graça. Sempre forte, atenciosa, amiga e presente incondicionalmente em todos os momentos dando apoio, colo e afeto.

À Georgia, irmã, amiga e parceira de incursões acadêmicas, por estar junto sempre e pelo incentivo nos momentos de descrença. Deu certo!

A Eder, companheiro e amigo, pela compreensão e apoio.

Aos amigos Valdênia, Lucineudo, Cícero, Letícia, Lídia pelas discussões envolvendo minha pesquisa, mas também pelas risadas e brincadeiras nos momentos em que precisávamos relaxar da dura jornada acadêmica.

Aos colegas de doutorado e de trabalho pelo apoio e troca de experiências e angústias.

À Professora Lívia Baptista, pela orientação cuidadosa, respeito e disponibilidade durante todo o processo, mas também pela liberdade para desenvolver um trabalho com o qual me identificasse. Obrigada por tudo!

Aos Professores Júlio Araújo e Ricardo Leite, pela atenciosa leitura e relevantes contribuições feitas durante a qualificação e Seminário de Tese.

Aos Professores Júlio Araújo, Cleudene Aragão, Carlos Augusto e Laerte Magalhães pelo pronto atendimento ao convite para participar de minha banca de defesa.

Ao Professor Teun A. van Dijk pela receptividade, orientação e contribuições para com este trabalho durante minha estadia na Universidade Pompeu Fabra.

À Fundación Carolina pela bolsa de estudos sem a qual não teria sido possível minha imprescindível estadia junto ao Professor van Dijk em Barcelona.

Ao Programa de Pós-graduação em Linguística da UFC, coordenadores, professores funcionários e bolsistas.

A todos que deixei de citar, mas que direta ou indiretamente contribuíram para que esta caminhada fosse concluída com êxito.

RESUMO

A cada ano/temporada são produzidos diversos seriados televisivos com grande aceitação por parte dos espectadores. Estas séries veiculam e legitimam, utilizando seu discurso imagético-verbal, representações, reforçando papéis sociais que podem ser orientados por certas ideologias. Essa construção e propagação de representações e ideologias acontece por meio de estruturas linguísticas e discursivas presentes no discurso midiático e utiliza recursos simbólicos e materiais, levando ao questionamento sobre como ocorre a articulação entre construção discursiva, cognição e sociedade, de modo a inserir-se na cadeia discursiva, afetando-a. Baseados na observação das transformações midiáticas e nos deslocamentos discursivos no que tange às questões de gênero e, sobretudo, aos papéis desempenhados pelas mulheres em nossa sociedade, levamos a cabo uma investigação cuja temática é o discurso imagético-verbal do seriado televisivo e as representações de gênero. Mais especificamente desenvolvemos um trabalho de análise crítica do discurso imagético-verbal do seriado televisivo brasileiro *A Grande Família*, exibido no período de 2001 a 2014, com foco no exame da dimensão ideológico-discursiva das representações sociais do gênero feminino. Para tanto, tomamos como base os Estudos Críticos do Discurso de van Dijk (2003, 2006, 2008) e seu conceito de Ideologia, os estudos das Representações Sociais, de Denise Jodelet (2001), de Serge Moscovici (2009) e Doise (2001), bem como os estudos sobre imagem e análise fílmica de Aumont (1993), Joly (2007) e Metz (2004), e os estudos de gênero de Scott (1995) e Butler (2010). A partir destes autores traçamos um construto teórico-metodológico com o estabelecimento de categorias discursivas e sociais de modo a desenvolver um estudo analítico-interpretativista de abordagem qualitativa, confirmando a proposição inicial da pesquisa de que o discurso imagético-verbal do seriado televisivo *A Grande Família* constrói e partilha papéis sociais, bem como representações, sobretudo do gênero feminino, por meio da estereotipação das personagens e pelo alinhamento de seus discursos com uma ideologia vigente nos contextos de produção e recepção da série.

Palavras-chave: Discurso imagético-verbal. Representação. Seriado televisivo. Gênero.

ABSTRACT

Each year / season are produced several television serials with great acceptance by viewers. These series convey and legitimize using his imagery-verbal discourse representations, reinforcing social roles that can be driven by certain ideologies. This construction and propagation of representations and ideologies happens through language and discursive structures present in media discourse and uses symbolic and material resources, leading to questions about how the link between discursive construction, cognition and society occurs, in order to insert themselves into discursive chain, affecting her. Based on the observation of media transformations and discursive shifts with respect to gender issues, and especially to the women played roles in our society, we conduct an investigation whose theme is imagery-verbal discourse and television's representations of gender. More specifically developed a work of critical analysis of imagery-verbal discourse of the Brazilian television series *A Grande Família*, shown in the period 2001-2014, focusing on the examination of the ideological-discursive dimension of social representations of the feminine gender. For this, we take as a basis the Critical Discourse Studies of van Dijk (2003, 2006, 2008) and his concept of ideology, studies of social representations, Denise Jodelet (2001), Serge Moscovici (2009) and Doise (2001) as well as studies of image and film analysis by Aumont (1993), Joly (2007) and Metz (2004), and gender studies from Scott (1995) and Butler (2010). From these authors we draw a theoretical and methodological construct with the establishment of discursive and social categories in order to develop an analytical and interpretive qualitative study, confirming the initial proposition of the proposition that the imagery-verbal discourse of the television series *A Grande Família* build and share social roles and representations, especially feminine, through stereotyping of the characters and by the alignment of his speeches with a prevailing ideology in the contexts of production and reception of the series.

Keywords: Imagery-verbal discourse. Representation. Television series. Gender.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	11
2	SERIADO TELEVISIVO: POR QUÊ? PARA QUÊ?	14
2.1	Seriado, Televisão e Ideologias	24
2.2	Contextualizando a pesquisa: trabalhos da área	30
3.	CONCLAMANDO AS TEORIAS: UMA REUNIÃO NA ASSOCIAÇÃO	33
3.1	Conceitos de base oriundos dos Estudos Críticos do Discurso	33
3.1.1	<i>Ideologia, Discurso e Cognição Social</i>	35
3.1.1.1	<i>O Contexto</i>	39
3.1.1.1.1	Modelo de Contexto	41
3.2	As Representações Sociais	43
3.2.1	<i>Representação social e Estereótipo</i>	46
3.3	Estudos de Gênero	47
3.3.1	<i>Questões de Gênero e Discurso</i>	49
3.4	O discurso das mídias: reflexões e conceituações	51
3.4.1	<i>Sobre a imagem</i>	52
3.4.2	<i>O discurso imagético-verbal</i>	55
4	A GRANDE VEREDA: CONSTRUTO TEÓRICO-METODOLÓGICO	60
4.1	Delimitação do universo	62
4.1.1	<i>Delimitação do Corpus</i>	64
4.2	Procedimentos metodológicos	65
4.2.1	<i>Técnicas de geração de dados</i>	66

4.2.2	<i>Análise e interpretação dos dados</i>	67
4.2.2.1	<i>Categorias de análise</i>	69
4.2.2.1.1	<i>Categorias ideológico-discursivas</i>	69
5	EPISÓDIO DE HOJE: A GRANDE FAMÍLIA	74
5.1	Pirraça pai, pirraça mãe, pirraça filha...	75
5.2	Essa família é muito unida...	83
5.2.1	<i>A construção do discurso imagético-verbal em A Grande Família</i>	84
5.2.1.1	<i>Questões de Gênero</i>	87
5.2.1.2	<i>Reflexo social: modelos de contexto</i>	98
5.2.1.3	<i>Representações sociais: o gênero feminino na TV</i>	105
5.3	Ressignificando: categorias sociais	136
5.3.1	<i>Papéis da Mulher</i>	136
5.3.2	<i>Família</i>	141
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS	143
	REFERÊNCIAS	149

1 INTRODUÇÃO

Em *Alice no País das Maravilhas* (CARROLL, 2002), a curiosa Alice segue o coelho até sua toca.

A toca do coelho dava diretamente em um túnel, e então aprofundava-se repentinamente. Tão repentinamente que Alice não teve um momento sequer para pensar antes de já se encontrar caindo no que parecia ser bastante fundo. (CARROLL, 2002, p. 6)

Nos nossos dias, podemos imaginar o mundo midiático como a toca do coelho onde, por vezes, cai o espectador desavisado e despreocupadamente recebe a programação, os discursos, as ideologias e representações sociais veiculadas pelas mais diversas programações a que assiste.

Sob essa ótica, falar de discurso televisivo implica, antes de tudo, falar do discurso midiático, de sua produção e de seu alcance. Significa refletir sobre qual função desempenha dentro da sociedade. Essa sociedade do espetáculo a que se refere Debord (2003), e que, confirmando o imaginado em *1984* por George Orwell (2009), vivencia o mostrado e vive para mostrar.

Nesse contexto, a televisão exerce um importante papel de ressaltar, reafirmar, reformular ideologias, compartilhando representações sociais e até mesmo contribuindo para seu deslocamento, sua releitura, ou o surgimento de outras novas representações. Para tanto, se vale do discurso imagético-verbal, estruturando-o de modo a veicular mensagens de cunho ideológico que possam trazer à cognição social modelos mentais de como agir, o que aceitar, como viver, enfim, modelos de contexto socialmente estabelecidos.

Tendo em vista essa elaboração discursiva, analisamos as representações sociais do feminino no discurso imagético-verbal do seriado *A Grande Família* (Guel Arraes/ Rede Globo de Televisão)¹ e com esse propósito consideramos como as estruturas ideológicas-discursivas presentes nesse discurso se articulam para que haja a emergência/ construção dessas representações e, ainda, como o discurso midiático promove sua veiculação.

Com esse objetivo, organizamos nosso trabalho em quatro capítulos. Nos três primeiros traçamos um percurso de construção teórico-metodológica que viabilize no

¹ Para mais informações ver as referências ao final deste trabalho.

quarto capítulo a análise do discurso imagético-verbal com suas estruturas linguístico-discursivas. Tomando-o como uno composto por duas dimensões (imagética e verbal) que se imbricam para gerar significação.

Essa significação implica em representações sociais com o dinamismo que lhe caracteriza. A tese para este trabalho é a de que essa natureza dinâmica das representações leva diretamente à sua ressignificação, por isso nosso foco é esse caráter permeável, que pode ser considerado como condição de existência.

No capítulo 1, fazemos uma incursão pelo discurso televisivo, sua constituição e seu papel na elaboração das representações sociais, caracterizamos o gênero seriado televisivo e como cada vez mais ele vem ganhando adeptos e, por conseguinte, espaço na programação da televisão brasileira. Nesse momento apresentamos em linhas gerais nosso objeto e detalhes de nossa pesquisa.

No capítulo 2, tratamos dos conceitos e teorias caros à nossa investigação, tais como, o de ideologia, representação social, gênero e questão de gênero, imagem, e caracterizamos o que denominamos por discurso imagético-verbal, problematizando a nomenclatura em uso e justificando nossa opção por não adotá-la. Além disso, estabelecemos as devidas relações entre os conceitos, as teorias, a mídia, e o discurso do seriado televisivo, ressaltando a importância desta abordagem multidisciplinar para a análise do discurso do seriado televisivo *A Grande Família*.

No capítulo 3, traçamos nosso percurso metodológico tomando como base a Hermenêutica de Profundidade (THOMPSON, 1998), os estudos sobre a análise da imagem (JOLY, 2007) e a análise fílmica (METZ, 2004) e (AUMONT, 1993). A partir desses estudos, propomos um construto analítico-teórico dos procedimentos metodológicos para nossa análise, tendo em vista as especificidades de nosso objeto e a forma uma como o compreendemos.

Compondo os procedimentos, na última das etapas, denominada *ressignificação*, tratamos das categorias sociais estabelecidas após observação do corpus, *papéis da mulher e família*. Nelas lançamos mão da teoria das representações sociais (MOSCOVICI, 2009), (JODELET, 2001) e (DOISE, 2001) para, a partir das estruturas linguístico-discursivas identificadas na análise, compreender e explicar quais representações do feminino emergem do discurso imagético-verbal do seriado *A Grande Família*, se há estabelecimento de um status

quo ou deslocamento delas e como a mídia trabalha para que elas se ancorem na cognição social.

No quarto e último capítulo, fazemos nossa incursão analítica por três categorias linguístico-discursivas estabelecidas após apreciação dos dados, a saber: *Questões de Gênero*, *Modelos de Contexto* e *Representações Sociais*. Dita análise passa pelas etapas de desconstrução para a qual propomos um quadro descritivo dos Constituintes do Discurso Imagético-verbal, reconstrução feita pela interpretação desses constituintes, e resignificação com a relação entre a interpretação e a cognição social (categorias sociais).

Ressaltamos o caráter tangencial de nossa análise, visto que não temos como proposta um estudo global das representações sociais do feminino, mas, reconhecê-las no corpus selecionado e identificando como se constroem no discurso-imagético-verbal do seriado *A Grande Família*.

Essa tangente nos permite perceber que existe uma macro construção representativa do feminino no seriado, que atravessa as temporadas e a progressão das personagens. São três dimensões de representação: as internas dos episódios, as internas das temporadas, e as macro representações que dão conta duma visão global do arco geral das personagens femininas desde o seu começo até o fim.

Esse olhar tangencial requerido pelo nosso objeto e pela nossa tese se assemelha aos movimentos de desbravamento e de descoberta realizados por Alice no País das Maravilhas (CARROLL, 2002), que, ao cair na toca do coelho e entrar em contato com outras visões de mundo, tenta aproximar de si as compreensões daqueles universos.

Da toca do coelho saltamos para a estrada de tijolos amarelos perseguindo o fio de Ariadne da questão para além do arco-íris em technicolor da televisão. Do alto da colina visualizamos a estrada de tijolos amarelos, iniciemos, pois, nossa jornada pelos caminhos do reino encantado da televisão.

2 SERIADO TELEVISIVO: POR QUÊ? PARA QUÊ?

Desde a sua massiva disseminação pelo mundo a partir dos anos 1950 (MACHADO, 2005), a televisão tem se colocado numa posição estratégica, e mesmo crucial, na produção de conteúdos informativos e de entretenimento². Com um lugar cativo nas residências, além da sua função social informativa que vem a substituir o papel antes desempenhado pelo rádio, a televisão se qualificou como responsável por divertir, criar/reacender e reafirmar sonhos e anseios de um público cada vez mais ávido por informação e diversão.

Percebe-se que a cada dia mais pessoas optam por aproveitar seus momentos de descanso e lazer em casa, com uma estrutura montada que proporciona o desfrutar de filmes, desenhos animados, seriados e demais programações³. Some-se a essa estrutura, ainda, a convergência midiática⁴ que possibilita às pessoas a obtenção de produtos culturais, já que o acesso aos bens culturais se mostra mais limitado, sem a necessidade de sair de casa - ou ficar à mercê das programações pré-estabelecidas pelas emissoras de televisão -, tudo ao alcance de um clique pela internet, com especial interesse pelas séries de televisão, sejam elas nacionais ou estrangeiras.

As narrativas seriadas são aquelas em que as ações vão se desenvolvendo em etapas tal como sucede nas novelas, microsséries, minisséries e séries, que despertam fascínio, emoções, identificação. É um mundo verossímil, crível, criado e exibido diante dos olhos dos telespectadores. Apesar de no Brasil as telenovelas ainda dominarem grande parte da atenção voltada às narrativas ficcionais televisivas, cada vez mais os seriados – antes, em sua grande maioria, restritos às emissoras de TV paga – ganham espaço nas redes de televisão aberta e conquistam as faixas nobres de horário e grandes índices de audiência a partir de

² Como ilustração podemos citar o episódio 01 do seriado espanhol *Cuéntame cómo pasó* (2001), que além de apresentar a família que protagoniza a produção, mostra como se deu a chegada da televisão nos lares, tomando o espaço do rádio e das conversas familiares.

³ Sobre o espaço ocupado pela televisão nos lares brasileiros ver: *Em 60 anos, TV brasileira mudou o país* (Disponível em: <<http://www.bradescouniversitarios.com.br/contauniversitaria/?vgnnextoid=bbb892deca03c210VgnVCM100000242810acRCRD&vgnnextchannel=bbb892deca03c210VgnVCM100000242810acRCRD>> Acesso em: 20 maio 2013) e *Apesar das facilidades da internet, a televisão ainda reina absoluta nos lares brasileiros* (Disponível em: <<http://www.blogdacomunicacao.com.br/apesar-das-facilidades-da-internet-a-televisao-ainda-reina-absoluta-nos-lares-brasileiros/>>. Acesso em: 20 maio 2013).

⁴ Entende-se por convergência midiática a conjunção das mídias e meios de comunicação que, em geral, vão se articular a partir de plataformas web. Para saber mais ver JENKINS, H. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

meados dos anos 2000, fruto do próprio acesso às televisões por assinatura e aos pacotes de banda larga que permitem que os usuários não mais dependam das intermediações de emissoras para terem acesso a esses conteúdos⁵.

Baseados na observação dessas transformações midiáticas e nos deslocamentos discursivos no que tange às questões de gênero e, sobretudo, aos papéis desempenhados pelas mulheres em nossa sociedade, propomos uma investigação cuja temática seja o discurso imagético-verbal do seriado televisivo e as representações do gênero feminino. Mais especificamente desenvolvemos um trabalho de análise crítica do discurso imagético-verbal do seriado televisivo brasileiro *A Grande Família*, exibido no período de 2001 a 2014, com foco no exame da dimensão ideológico-discursiva das representações sociais do gênero feminino.

Esta pesquisa se mostra pertinente por, à luz dos Estudos Críticos do Discurso, investigar os papéis sociais das séries de televisão, haja vista a importância destas como narrativas ficcionais e seu espaço cada vez mais preponderante dentro da indústria do entretenimento. Entendemos aqui a relação entre mídia, discurso e entretenimento como uma relação integrada, uma vez que os produtos midiáticos se amparam em discursos para fins de entretenimento, e que tais discursos são veiculados pela mídia e, muitas vezes, por se tratarem de algo tomado como lazer, são recebidos e assimilados pelo espectador sem serem percebidos. Dessa maneira, pensando no que propõe Guy Debord (2003) na obra *A Sociedade do Espetáculo*, percebe-se o entretenimento como parte integrante desse contexto de sociedade contemporânea extremamente midiaticizada e espetacularizada, cujos discursos se constituem em prol da máxima visibilidade, tendo a mídia e os media como suportes e veículos de seus conteúdos e formas simbólicas.

Ainda sobre a relação discurso, mídia e entretenimento, traçamos um paralelo entre a ideia de sociedade espetacularizada proposta por Guy Debord (2003), a concepção de simulacro e os postulados sobre a mídia neste contexto tomados por Baudrillard (1991).

Iniciando pelo conceito de *simulação*, caracterizado como “a geração pelos modelos de um real sem origem nem realidade: hiper-real”, Jean Baudrillard (1991) mostra como a imagem atravessa sucessivas fases, desde se apresentar como o

⁵ TV a cabo ajuda a disseminar banda larga. <<http://info.abril.com.br/noticias/mercado/tv-a-cabo-ajuda-a-disseminar-banda-larga-05092011-18.shl>>. Acesso em: 25 set. 2013.

reflexo de uma realidade, mascarará-la e deformá-la, mascarar a ausência do real, até chegar ao ponto de não ter nenhuma relação com este.

O mundo é formado, de acordo com a perspectiva de Baudrillard (1991), por vários simulacros, as próprias pessoas são simulacros, pois vivem em um constante representar, buscando se recriar. Usando máscaras, são atores sociais que, no palco, nas telas, nas páginas do livro ou na vida, atuam conforme cada situação. Vive-se num círculo de representações de representações, no qual não se consegue distinguir até que ponto é realidade ou simulação dela. Reforçando a proposta de Baudrillard, o simulacro, segundo Oliveira (2003, p. 34), “desvela a fantasmagoria, que sustenta a verdade, mostrando que a máscara é a condição de existência de todas as coisas e que a realidade é vivida como ficção”.

Dessa maneira pode-se apontar uma relação entre a vida vivida e a mostrada nas telas dos seriados, nessa ficcionalização serializada das realidades, sendo a narrativa ficcional a simulação da simulação que já por si é o real.

O simulacro construído por meio do discurso imagético-verbal auxilia na construção e na propagação de programas de entretenimento que, cada vez mais, se propõem a recriar aspectos ou cenas da realidade cotidiana dos espectadores com o intuito de gerar uma identificação com as questões e temas trabalhados e, por conseguinte, a adesão. Utilizam-se do que Wolfe (2005, p. 18) chama de *ilusão imaginária*, definida como “a crença de que as imagens não são imagens, que elas são produzidas por aquilo que elas reproduzem”, a vida. As imagens são a simulação do que estão reproduzindo, não o objeto em si. Essa ilusão imaginária faz com que, ao entrar em contato com uma história, narrativa, produção, o receptor se permita envolver como se todas as imagens ali presentes fossem realidade e não simulacros dela. (PEREIRA, 2008)

Essa tese sobre a simulação de realidade já havia sido tratada por Barthes (1964) que, ao abordar a descrição nos romances toma a obra **Madame Bovary** (1857) de Flaubert para demonstrar o trabalho do autor com as palavras de modo a causar o efeito de real, remetendo aos sofistas que enfocavam a ideia de simulacro e de representação com o intuito de se ter uma “plenitude referencial” (p.44), uma ambientação completa das cenas.

Tendo em vista que nos dias atuais “se trata de esvaziar o signo e de recuar infinitamente seu objeto até colocar em discussão, de maneira radical, a estética secular da <<representação>>” (BARTHES, 1972, p.44), a presente pesquisa

nasceu da observação da grande quantidade de seriados televisivos que surgem a cada ano, da aceitação de seus enredos e audiência por parte dos espectadores e da constatação de que há comportamentos do público e das produtoras de alguns seriados que reforçam papéis sociais e que esses podem ser orientados por certas ideologias.

Partindo do pressuposto, baseado em van Dijk (2003), de que as ideologias estão presentes e são veiculadas nos/pelos discursos e são compartilhadas por membros de um mesmo grupo, observamos como estas aparecem bem marcadas nos discursos desses seriados produzidos gerando representações disseminadas e compartilhadas pelos grupos que sociocognitivamente as percebem e as compreendem com base em suas próprias ideologias⁶.

A construção e propagação das representações e ideologias acontecem por meio do discurso midiático que, por sua vez, se estrutura linguístico-discursivamente, valendo-se do verbal e do imagético, e utiliza recursos simbólicos e materiais, levando ao questionamento sobre como ocorre esta articulação entre construção discursiva, cognição e sociedade, de modo a inserir-se na cadeia discursiva que permite sua inserção na sociedade, afetando-a.

Por Discurso Midiático compreendemos as diferentes formas de discursos produzidos pela mídia e o media, tal como aborda Patrick Charaudeau (2010). Cada discurso, a partir da especificidade de seu suporte e sua função social, terá características próprias e é preciso tomar como referência que comunicação e informação são diferentes, podendo ser tomadas de maneira relacional e integrada. Assim, conteúdo e forma podem interagir de maneira a complementar os sentidos de seus discursos, suas formas de veiculação e alcance das audiências. O discurso midiático parte do ponto de origem do ato comunicacional, a saber, a emissão, visando os meandros que essa comunicação adquire e de que maneira essas mensagens serão recebidas pelos receptores. Cabe destacar aqui que a percepção do discurso midiático e a sua análise não se restringem a do seu conteúdo, pois compreende a análise dos elementos de todo o plano comunicativo, as formas de apresentação dos discursos e, ainda, os mecanismos envolvidos na produção discursiva.

⁶ Consideramos o discurso como prática social, tendo em vista que por meio dele as transformações e interações sociais acontecem.

Dentro do contexto dos seriados de televisão, o que nos chama mais atenção são os processos discursivos oriundos das situações representacionais, uma vez que os seriados se constituem como narrativas verossímeis baseadas em contextos particulares com vistas a situações universais. Esses discursos midiático-televisivos quando em contato com os indivíduos têm um efeito subjetivante, atuando na construção de identidades e processos de reconhecimento/identificação a partir das maneiras como as ideologias e representações sociais se apresentam nesses discursos. Contudo, é imperativo ressaltar que esses indivíduos não são absorvidos ou assujeitados, visto que permitem esse processo de reconhecimento/identificação por compartilharem das ideologias e representações veiculadas.

Quando nos referimos ao conceito de subjetividade, tomamos a noção apresentada por Guattari e Rolnik (1996) que a abordam como algo construído, fabricado, da ordem industrial. As subjetividades são produzidas por meio da relação entre sujeito e estímulos, sendo as ideologias norteadoras e participantes dessas produções de subjetividades. No caso dos produtos midiáticos, os efeitos subjetivantes dos seriados vão tanto ter sentido para um público previamente visado quanto uma construção de público e subjetividades tendo como ponto de partida seus discursos.

Pensando nessa relação discursivo-midiática estabelecida nos seriados televisivos e como forma de compreender melhor a dinâmica do meio e dos produtos midiáticos que compõem o nosso *corpus*, adiante discorreremos sobre a inserção da televisão nos domicílios brasileiros e o surgimento dos seriados televisivos e sua caracterização, assim como a crescente importância que vem adquirindo como entretenimento. Antes trataremos sobre ideologia e sua relação com os estudos do discurso.

A concepção de Ideologia tomada para a presente investigação parte dos Estudos Críticos do Discurso, nos quais van Dijk (2006, p.21), com o intuito de desenvolver um novo conceito de Ideologia, que se diferenciasse do classista marxista, afirma ser esta “a base das representações sociais compartilhadas pelos membros de um grupo”, sendo compartilhadas pelo discurso imagético-verbal e através dele. As ideologias são construções sóciocognitivas que possibilitam a identificação e reconhecimento de pessoas com grupos sociais, suas ideias e preceitos, bem como sua inserção nestes grupos.

Nosso ponto de partida teórico, aprofundado no próximo capítulo, são os Estudos Críticos do Discurso e sobre Ideologia, propostos por Teun A. van Dijk (2003), (2006) e (2008a), os estudos das Representações Sociais, de Denise Jodelet (2001), de Serge Moscovici (2009) e Willem Doise (2001), os estudos sobre Gênero, de Scott (1995) e Butler (2010), e as considerações sobre a imagem de Joly (2007) e a análise fílmica de Aumont (1993) e Metz (2004). Esse aporte nos permite estabelecer a interface entre as teorias de modo a propor uma metodologia de análise do discurso imagético-verbal.

Tal proposição visa viabilizar a análise do discurso imagético-verbal, em nosso caso, do seriado televisivo *A Grande Família* de modo a identificar como constitui, apresenta e reafirma ideologias e representação social. Mais propriamente observar se, em que momento e de que maneira acontece uma mudança na representação do gênero feminino e de seus papéis na sociedade na série televisiva *A Grande Família*, tendo em vista uma alteração da representação feminina na mídia a partir dos anos 90, pois até então, grosso modo, os papéis femininos em programas televisivos se resumiam às figuras da mãe zelosa, esposa carinhosa e submissa, a verdadeira rainha do lar⁷.

Contudo, observa-se que desde então a mídia atenta às mudanças sociais e às conquistas dos movimentos feministas e pelos direitos das mulheres tem se preocupado em modificar esta representação da mulher, retratando-a mais atuante na sociedade, mantenedora financeiramente da casa e de seus familiares. Ademais, questões como o machismo, a subserviência feminina, o matrimônio, a violência contra a mulher e questões de gênero de maneira geral passaram a ser foco de debate. Ressaltamos que, apesar das mudanças quanto à natureza das representações, muitos dos modelos estabelecidos ao longo dos séculos de representação feminina permanecem. Porém, podemos salientar a diferença de posicionamento dos sujeitos diante dos conteúdos televisivos, pois se percebe uma maior criticidade em torno daquilo que é apresentado.

Tal mudança pode ser observada não somente nos produtos televisivos, mas na mídia como um todo, como, por exemplo, nas propagandas de sabão em pó que, conforme Fujisawa (2006), antes eram direcionadas exclusivamente às mulheres e

⁷ Podemos lembrar, entretanto, do seriado *Malu, mulher*, de 1979, com Regina Duarte como protagonista, que teve seu sucesso à época por abordar temas polêmicos, como a mulher divorciada, aborto, violência doméstica e por tentar desfazer a imagem da atriz como a da “namoradina do Brasil”.

hoje chegam a questionar se realmente é papel e dever feminino ir para o tanque lavar roupa suja. Essa revisão dos papéis sociais femininos e masculinos tem sido feita pela mídia, mas ainda encontramos muitas marcas que relacionam os afazeres domésticos às mulheres e os automóveis e aventuras aos homens, demonstrando uma estratificação de valores que estão na sociedade brasileira desde sua constituição. Exemplo desses papéis pré-estabelecidos é a recente série do programa global Fantástico intitulado *Um mundo sem mulheres* (2013), em que a ausência social das mulheres é completa e totalmente atrelada aos afazeres domésticos e familiares, com a sua constituição enquanto sujeito daquele discurso sendo a de servidora dos homens, com sua falta sendo sentida, sobretudo, pela comida não feita ou a louça não lavada.

A opção por investigar um seriado televisivo brasileiro de grande audiência e aceitação possibilita uma visão mais ampla de como as representações sociais e ideologias se apresentam em nossa sociedade, visto que essas dependem do arcabouço histórico-cultural para serem constituídas e disseminadas. Contudo, haja vista o mundo cada vez mais conectado e repleto de interculturalidades⁸, tomamos como pressuposto que o seriado estudado reverbera a representação social ocidental de gênero feminino, bem como seus deslocamentos e transformações.

Isso posto, observemos o impacto da globalização no mercado difusor de produtos culturais, e, muito além disso, refletimos sobre o impacto das ações globalizantes nos discursos, de que maneira discursos hegemônicos se repetem no discurso midiático e se essas repetições se dão de modo impositivo ou se pela própria natureza universal de situações representacionais.

Dentro dessa relação com os produtos culturais, Bauman (1999) afirma que o processo de globalização, a princípio, não objetivava homogeneizar economias, culturas, sociedades de modo global, mas somente dentro dos Estados, visando a criação de sociedades igualitárias. Contudo, principalmente por conta de reviravoltas econômicas, o Estado foi perdendo o controle para o mundo financeiro/capitalista e as ideias mercadológicas de capital particular foram tomando proporções mundiais.

⁸ Por interculturalidade entendemos o espaço dialógico entre culturas, tomando cultura como construto social, que permite que as relações sociais se reformulem por meio de um processo antropofágico de absorver traços sócio-culturais de outros povos. Para um maior aprofundamento sobre essa questão ver: GARCÍA CANCLINI, N. **Culturas híbridas**: estratégias para entrar e sair da Modernidade. São Paulo: EDUSP, 2008.

Para entendermos o processo de globalização é interessante pensar, primeiramente, na mundialização, ou, como denomina Bauman (1999), universalização,⁹ que está relacionada à interculturalidade, visto que pode ser considerada como um processo de aproximação de sujeitos inseridos em espaços geográficos distintos, mas que compartilham de traços culturais e sociais. Já a globalização pode ser vista como uma fase da mundialização, orientada diretamente pelo neoliberalismo, sendo um reforço desta ideologia, e à forte tendência à hegemonização mundial.

Sabendo que os discursos hegemônicos se concentram em torno de um eixo nodal, direcionando as práticas sociais e os discursos, sobretudo os midiáticos, de modo a propiciar uma homogeneização de ideologias, podemos afirmar que as representações estão diretamente relacionadas a certas ideologias de grupo, legitimando-as.

Após problematizarmos sobre a mídia, a televisão e o espaço que tem ocupado em nossa sociedade, apresentamos, a seguir, em linhas gerais o *corpus* desta investigação.

Frame 1 – Abertura do seriado *A Grande Família* (2008)



Fonte: *A Grande Família* (2008).

⁹ Sobre os processos de mundialização e globalização ver: BAUMAN, Zygmunt. **Globalização: as consequências humanas**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1999.

Com a proposta de elenco fixo e contando com participações especiais o seriado *A Grande Família* ia ao ar semanalmente, contabilizando uma média de 35 episódios por temporada. Cada temporada tomava como mote assuntos em pauta no cenário sócio-histórico brasileiro de modo que ao longo de um ano uma gama de questões são levantadas e discutidas pelas suas personagens.

Personagens essas construídas de forma caricata, com seus problemas, alegrias, amizades, a fim de retratar o subúrbio e seu cotidiano. É possível observar nessa construção das personagens o estabelecimento de arquétipos típicos da dramaturgia, a saber, a figura do herói, a moça desvalida, a dama de honra, a mulher autônoma, dentre outros.

Em meio a essa crônica televisiva, selecionamos para compor nosso macro *corpus* um episódio para cada ano num período de 14 anos (2001 -2014), desde sua retomada pela TV Globo¹⁰. Optamos por investigar a série *A Grande Família* por esta apresentar o feminino em personagens de destaque, visto que a trama gira em torno do núcleo familiar dos Silva, inclusive os acontecimentos do bairro, e, sobretudo, em torno de suas mulheres e de representações do feminino. Sua escolha se deu ainda pela longevidade da série, o que nos permite ter uma amostragem consistente e ampla para trabalhar. Assim, com a multiplicidade de episódios disponíveis e sua passagem temporal delongada, não incorremos no risco de focar pontualmente uma questão, sem percebê-la dentro de um universo relacional. As questões que motivam essa pesquisa, dessa forma, encontram fôlego num *corpus* amplo e diversificado, mas que possui uma identidade, haja vista se tratar de um mesmo produto midiático, e não de uma análise comparativa.

A fim de tornar a pesquisa factível e visando desenvolver uma análise cuidadosa e crítico-reflexiva de quais recursos discursivos o seriado *A Grande Família* lança mão de modo a representar o gênero feminino entre os anos 2001 e 2014, tomamos como critério para a escolha dos episódios constituintes do *corpus*, que estes ressaltassem a representação de gênero feminino e seus papéis sociais. Para tanto, optamos por episódios da semana que antecede o Dia das Mães, visto que muitos trazem o tema como mote, por se tratar de uma data comemorada em âmbito nacional, e mesmo mundial, e ter o feminino como protagonista, além de

¹⁰ A primeira vez que a TV Globo produziu a série *A Grande Família* foi entre 1972 e 1975, voltando a produzi-la em 2001.

apresentar modelos de contextos¹¹ socialmente partilhados. Ademais, os episódios temáticos¹² da semana do Dia das Mães aparecem em quase todas as temporadas da série, exceto nas duas primeiras, enquanto outros episódios – Dia dos Namorados, Dia da Mulher – não apresentam a mesma regularidade.

Desta forma, teremos o mesmo modelo de contexto – Dia das Mães – em contextos sócio-históricos¹³ diferentes, visto que o Brasil passou desde o ano 2000 por grandes mudanças em sua estrutura social, dando, assim, a especificidade necessária à pesquisa de modo a fazer uma investigação representativa e que possibilite uma visão ampla e crítica sobre a representação do gênero feminino na série de TV estudada.

Ademais, feito esse recorte metodológico do *corpus*, poderemos observar se as representações de gênero presentes no seriado analisado se modificam e/ou ressignificam com o passar dos anos, percebendo, de modo longitudinal, se há uma adequação ou não do discurso imagético-verbal da série aos diversos papéis sociais desempenhados, inclusive conforme os modelos de família, e como estes imergem nessas representações do gênero feminino no seriado em dado modelo de contexto.

Nossa tese é a de que o dinamismo das representações leva diretamente à sua ressignificação. Esse caráter dinâmico, permeável, das representações sociais é o foco de nossa investigação.

O estudo da ressignificação das representações de gênero e dos papéis sociais do feminino se mostra relevante por permitir que observemos se houve influência das mudanças sócio-histórico-culturais modificando e/ou ressignificando as representações e papéis estabelecidos pela sociedade. Opta-se, assim, por uma análise sócio-histórica tendo em vista que, conforme Spink (2002), para tomarmos as representações sociais como “estruturas estruturadas e estruturas estruturantes” faz-se necessário observá-las por um espaço maior de tempo, pois “quanto mais englobarmos em nossa análise o tempo longo – e, portanto, os conteúdos do

¹¹ Conforme van Dijk (2012), modelo de contexto são representações socialmente partilhadas que auxiliam os modelos mentais individuais de modo a que o enunciador possa adequar seu discurso à situação comunicativa. Mais adiante trataremos mais detalhadamente sobre modelo de contexto.

¹² Aqui nos referimos a episódios temáticos como sendo aqueles que se amparam em temas do calendário nacional ou até internacional, cuja tematização aborda assuntos específicos que não aqueles já rotineiramente abordados na produção.

¹³ No capítulo 4 apresentamos o contexto sócio-histórico brasileiro na medida em que for se mostrando necessário à análise e de que forma os roteiristas do seriado *A Grande Família* dialogaram com esse contexto, fazendo-o de mote para as temporadas e episódios.

imaginário social – mais nos aproximaremos das permanências que formam os núcleos mais estáveis das representações” (p. 122).

Do contrário, encontraremos diversidade e criação/aparecimento de representações que podem não se consolidar, mas se diluir e se perder no tempo, daí a tese da dinamicidade das representações.

Como exposto, a mídia se vale de discussões do tecido social para inspirar suas roteirizações e assim trabalhar representações sociais, que, por conseguinte, num processo de retroalimentação entre mídia e sociedade, acabam por influenciar na modelização e no estabelecimento de outros modelos de representação social. Interessante perceber a atenção que as pesquisas acadêmicas vêm dando ao tema, problematizando em níveis de aprofundamento variados essas questões, o que reitera nossa tese de que as representações sociais são dinâmicas.

Vale ressaltar a colaboração desta pesquisa para os estudos do discurso, bem como sua relevância acadêmica, por sua preocupação crítica com a influência de discursos e ideologias veiculados pela mídia sobre a sociedade e pela reduzida quantidade de investigações cujo foco seja os seriados e suas estruturas linguísticas e discursivas, principalmente a relação entre discurso, ideologia e representação social, tema que motivou este trabalho, e sua relação com o cabedal teórico a que esta proposição está vinculada.

2.1 Seriado, Televisão e Ideologias

Um fato que nos chama a atenção é a adesão das grandes emissoras de TV no Brasil ao gênero seriado, como é o caso da Rede Record de Televisão e do Sistema Brasileiro de Televisão (SBT) que a partir do começo de 2010 reformularam suas grades de programação para abrir mais espaço para essas séries, veiculando seus discursos. Na Rede Record, após o Jornal da Record, passou-se a exibir diariamente – desde 25 de janeiro de 2010¹⁴ - a mundialmente famosa CSI: Crime Scene Investigation¹⁵.

¹⁴ Record vai exibir CSI no horário nobre. Disponível em: <<http://tvcinemaemusica.wordpress.com/2010/01/20/record-vai-exibir-csi-las-vegas-no-horario-nobre/>> Acesso em: 20 out. 2010.

¹⁵ Série americana que usa como mote a investigação forense e os métodos dedutivos científicos para desvendar crimes que parecem insolucionáveis. A série é produzida pelo canal CBS.

A exibição da série se deu como uma medida para evitar perdas nas disputas de audiência com o SBT, que já exibia seriados na faixa nobre de horário durante o ano de 2009¹⁶ e vinha conquistando o segundo lugar na audiência da TV aberta, só perdendo para a Rede Globo de Televisão, que exibia a novela das 21h na mesma faixa de horário. A conquista de bons índices de audiência pelas emissoras com os seriados nessa faixa de horário demonstra que existe uma significativa parcela dos telespectadores favorável aos programas, preferindo-os às novelas.

A Rede Globo de Televisão é outra emissora que também veicula com frequência cada vez maior seriados em sua programação. Ela mescla, em suas faixas de horário, programas produzidos pela própria emissora – *A Cura, SOS Emergência, Justiça para Todos, Louco por Elas, Pé na Cova, Dupla Identidade* – com programas importados como *Revenge, Lost, 24 Horas, Prison Break, Castle*. Assim como as concorrentes, no início de 2010, a TV Globo¹⁷ também anunciou que estrearia novos seriados na programação, a maioria de produções próprias, visando a atender demandas por programas desse tipo. E é o que vem fazendo, apresentando seriados produzidos pela emissora com temas que diferem dos importados e que, em sua maioria, vão compondo sua programação fixa, haja vista *Tapas e Beijos* e *A Grande Família* há alguns anos com presença garantida na grade.

Juntamente com as telenovelas, os seriados compõem os dois grandes gêneros melodramáticos televisivos, se diferenciando por questões narrativas, duracionais, amplitude do universo apresentado. As novelas compõem um produto de longa duração, com data prevista para começar e terminar, apresentada em capítulos diários, chegando, algumas vezes, a ter até 200 capítulos. Os capítulos das novelas se conectam ao todo da trama e dela são dependentes, não tendo autonomia em cada um dos capítulos. A novela apresenta, ainda, uma narrativa linear, que conecta uma sequência de fatos na linha temporal de seus acontecimentos, chegando, em algumas, a cumprir a rotina diária dos personagens de segunda a segunda. Dessa forma, a narrativa também se dilui ao longo dos muitos capítulos, sendo uma narração mais fragmentada do ponto de vista de sua

¹⁶ SBT ganha faixa de séries no horário nobre. Disponível em: <<http://www.seriadosnopc.com/2009/09/sbt-ganha-faixa-de-series-no-horario.html>> Acesso em: 20 out. 2010.

¹⁷ Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u580765.shtml>>, <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u710371.shtml>> Acesso em: 20 out. 2010.

duração e continuidade. Essa diferença na forma e duração da narrativa é apenas um dos fatores diferenciadores dos seriados e novelas.

Os seriados, por sua vez, estão divididos em temporadas que podem ter, em geral, entre 12 e 24 episódios. Cada episódio tem que se integrar com a história geral (macro-enredo) e também ser autônomo em si, com começo, meio e fim (micro-enredo) a cada episódio. Outra grande diferença é o nível de aprofundamento dos seriados, já que tendem a se focar em um menor número de personagens que a telenovela e possuem uma clara delimitação temática e de público alvo, além do estabelecimento de uma maior identificação entre os agentes do discurso, já que não há dispersão da atenção da audiência com diversos núcleos secundários ou que não tenham a ver com a trama principal.

Os seriados televisivos trazem consigo características discursivas e personagens específicas, construídas de modo a chamar a atenção e conseguir a adesão de espectadores através de uma narrativa envolvente e utilizando-se de estruturas discursivas e ideológicas para persuadir e criar uma identificação entre enunciador e enunciatário, possibilitando uma investigação de como estas estruturas se constituem linguística e discursivamente, pois como afirma van Dijk (2008b, p. 20), a influência da mídia sobre as mentes deve ser estudada desde um ponto de vista sociocognitivo, relacionando “as estruturas complexas da mídia de hoje (nova) aos usos dessa mídia e, finalmente, as várias formas complexas que tais usos podem influenciar a mente das pessoas”.

Contudo, essa influência, como dito anteriormente, somente acontece quando as ideologias midiáticas coadunam com as dos espectadores, pois, desta forma, são reconhecidas e ativadas, compartilhadas; caso contrário, poderiam até ser reconhecidas devido ao conhecimento sóciodiscursivo, mas não ativadas ou compartilhadas. Dessa maneira, os sujeitos que assistem aos seriados têm suas identidades formuladas por processos de identificação com os discursos, ideologias e representações retratados nas telas.

Por meio de estruturas discursivas e ideológicas, utilizando marcas linguísticas, os seriados televisivos apresentam exemplos de papéis e representações sociais constituídos e reafirmados ao longo de episódios e

temporadas. Estas representações sociais são, por vezes, estereotipadas, calcadas em ideologias problematizadas¹⁸ e/ou reafirmadas pelos discursos.

A concepção de Ideologia tomada para a presente investigação parte dos Estudos Críticos do Discurso, nos quais van Dijk (2006, p.21), com o intuito de desenvolver um novo conceito de Ideologia, que se diferenciasse do classista marxista, afirma ser esta “a base das representações sociais compartilhadas pelos membros de um grupo”, sendo compartilhadas pelo discurso imagético-verbal e através dele. As ideologias são construções sóciocognitivas que possibilitam a identificação e reconhecimento de pessoas com grupos sociais, suas ideias e preceitos, bem como sua inserção nestes grupos.

Por isso, desenvolvemos uma pesquisa voltada para a relação entre discurso, ideologia e representações sociais, visto que um estudo sóciodiscursivo nos permitirá analisar e refletir com maior profundidade sobre os papéis sociais delegados ao gênero feminino, sobretudo, por meio da mídia televisiva. Nossa proposta se alinha com a abordagem sóciocognitiva de van Dijk (2006) visto que partimos de uma compreensão crítica e ampla do discurso midiático, levando em consideração a heterogeneidade de composição desse discurso, sua articulação política e social, pensando de que maneira aborda as representações sociais de gênero, as ideologias e contribui para uma produção de sujeitos e identidades.

Vale ressaltar que há diferenças entre papéis sociais, condutas desempenhadas pelos sujeitos quando inseridos em contextos sociais, e representação social, imagem construída a partir dos papéis sociais exercidos em circunstâncias específicas de interação social. Essas diferenças estão presentes desde a forma como as mulheres e o gênero feminino estão vinculados à ideia de fragilidade, até as questões sociais da vida concreta, como o fato de que as mulheres, mesmo aquelas com nível de formação superior, continuam recebendo salários menores que os dos homens¹⁹. Em nossa investigação, observamos que há um gênero feminino e, ligado a esse, representações configuradas pelos papéis sociais os quais se espera que os sujeitos pertencentes a esse grupo

¹⁸ Entendemos ideologias problematizadas como aquelas contestadas por grupos que não a compartilham, ao contrário a inquiram, rejeitam e problematizam sua existência na sociedade.

¹⁹ “Mulheres com nível superior recebem 60% do rendimento dos homens”. Disponível em <<http://saladeimprensa.ibge.gov.br/noticias?view=noticia&id=1&busca=1&idnoticia=1099>> Acesso em: 01 nov. 13.

desempenhem, contudo o exercício desses papéis está diretamente relacionado à identidade e à identificação do sujeito com um grupo.

Tendo em vista a problemática apresentada objetivamos com esta investigação analisar como o discurso imagético-verbal constitui e legitima, no *remake* do seriado televisivo *A Grande Família*, exibido no período compreendido entre 2001 e 2014, as representações do gênero feminino, bem como as ideologias de grupo sexista, mais especificamente:

- Descrever e analisar a construção do discurso imagético-verbal de modo a caracterizar as personagens femininas;
- Identificar e analisar quais as representações sociais explicitadas no discurso imagético-verbal²⁰, considerando a relação ideológica existente entre este discurso e as questões de gênero;
- Analisar como se dá a conformação das identidades de grupo e sua relação com o gênero nas representações legitimadas pelo discurso imagético-verbal, a partir da constituição das personagens e de sua tipificação²¹.

Para atender aos objetivos propostos algumas indagações foram elaboradas com base em nosso objeto. Partimos da seguinte questão geradora: como o discurso imagético-verbal constrói e explicita midiaticamente as identidades de gênero e os papéis sociais a elas relacionados e, por conseguinte, representações do gênero feminino no seriado televisivo *A Grande Família*?

Dita questão se desdobrou em sub-questões, de modo que pudéssemos ao respondê-las alcançar os objetivos traçados para esta pesquisa, a saber:

- Como o discurso imagético-verbal do seriado *A Grande Família* constrói e veicula representações do gênero feminino, legitimando e/ou resignificando certas práticas sociais, papéis sociais do feminino e constituição familiar?

²⁰ Utilizaremos o termo imagético-verbal para nos referirmos ao discurso dos seriados televisivos, tendo em vista a imbricação de suas características constitutivas que impedem que ele seja visto e analisado apenas como imagético ou apenas como verbal. Por imagético-verbal tomamos o discurso audiovisual como um todo, a saber: vozes, trilha sonora, imagens, cores, movimento. No caso dessa pesquisa, os discursos imagético-verbais constituem-se em oriundos do discurso midiático, haja vista os discursos aqui analisados serem das séries televisivas que compõem o corpus e que passam na TV, logo, na mídia televisiva.

²¹ Antônio Cândido (2004) apresenta em sua obra *A personagem de ficção* tipos de personagens classificados conforme suas características de personalidade.

- De que maneira o discurso imagético-verbal do seriado *A Grande Família* caracteriza o gênero feminino, de modo a gerar condições de uma identificação do espectador?
- Como diferentes posicionamentos sócio-ideológicos aceitos na conjuntura atual afetam a construção dos discursos e dos tipos sociais²² representados no discurso da série de TV *A Grande Família*, de modo a gerar uma identidade de gênero?

Esse questionamento nos permitiu vislumbrar a hipótese básica de que o discurso imagético-verbal do seriado televisivo *A Grande Família* constrói e partilha papéis sociais, bem como representações, sobretudo do gênero feminino, por meio da estereotipação das personagens e pelo alinhamento de seus discursos com uma ideologia vigente nos contextos de produção e recepção da série. A partir dessa podemos elaborar hipóteses sobre nossa análise, são elas:

- O seriado *A Grande Família* aborda situações discursivas que se configuram a partir da definição de seus nichos de mercado e segmentação temática, o que possibilita um direcionamento do discurso às ideologias compartilhadas por seus espectadores e, com isso, uma maior efetivação da comunicação devido à identificação dos grupos com as ideologias partilhadas.
- A representação do feminino acontece tomando como ponto de partida as identidades de gênero e os papéis sociais exercidos pelas personagens femininas, de modo a enfatizar a hierarquização social patriarcal.
- Na tentativa de desfazer estereótipos e reformular tipos socialmente representativos, o discurso imagético-verbal do seriado *A Grande Família*, no período entre 2001 e 2014, acaba por formular outras representações que propiciem uma identidade de grupo e/ou gênero para com os espectadores.

²² Por *tipos sociais* consideramos as personagens construídas, sobretudo as caricaturesca, de maneira estereotipada por meio de um linguajar específico, com jargões e gírias, de uma caracterização do figurino e cabelo e sua inserção em ambientes (cenários).

2.2 Contextualizando a pesquisa: trabalhos da área

Considerando-se a necessidade de debater a relação entre discurso, ideologia, representação social, questões de gênero e mídia e imagem, apresentamos neste tópico alguns estudos feitos que contribuem para que se demarque conceitual e historicamente como o campo tem abordado esse eixo relacional e de que maneira sua contextualização será tomada para a análise que se procederá capítulo 4.

A seguir apresentamos alguns trabalhos sobre o assunto e suas linhas de análise de modos a nos aproximarmos do estado da arte.

No trabalho *A periferia nos seriados televisivos Cidade dos Homens e Antonia*, de Ananda Stücker (2009), a autora apresenta uma análise das representações sociais em seriados televisivos, abordando de que maneira a pobreza é tratada nas séries *Antonia* e *Cidade dos Homens*, exibidas pela Rede Globo. Com uma bibliografia mais voltada para a especificidade dos produtos midiáticos analisados, a dissertação serve de ponto de partida para a pesquisa sobre seriados televisivos, para uma maior aproximação com o objeto e um esquadramento mais aprofundado do *corpus*. Contudo, ao trabalhar com diversos meios semióticos, a análise perde referência, além de não haver a correta comparação intersemiótica entre os produtos analisados e de não considerar as questões linguísticas envolvidas no processo discursivo.

Outra pesquisa em que se analisa as representações sociais nos seriados é *Nem comédia, nem drama: gay como gente. Análise crítica do seriado televisivo Os Assumidos (queer as folk)*, de Sofia Cavalcanti Zanforline (2004). Na dissertação se parte do conceito de representação social na série *Queer as Folk*, ou *Os Assumidos*, traçando uma conceituação da representação dos homossexuais na mídia televisiva, em particular nas séries, estabelecendo ainda uma discussão entre a relação das representações sociais e estereótipos para pensar a relação entre mídias e representações. A pesquisa poderia abordar uma noção crítica do discurso, embora considerando o conceito de identidade e representação social à luz dos Estudos Culturais.

Trabalhando a representação social nas produções televisivas brasileiras, em especial as telenovelas, a pesquisa *A menor distância entre dois mundos: um estudo sobre a representação do Eu e do Outro em telenovelas de Gloria Perez*, de Patrícia

de Miranda Iorio (2010), é importante para que se compreenda como se dá a representação nessas produções, de que maneira essas são apresentadas nas novelas, para que se faça uma diferenciação entre esses produtos midiáticos, entre os gêneros comunicacionais e suas formas de abordagem.

Um artigo relacionado diretamente com o *corpus* da pesquisa ora proposta intitula-se *As representações femininas reveladas pelos estereótipos no programa A Grande Família* (SOKOLOSKI, 2010) e analisa a representação social da figura feminina no seriado televisivo A Grande Família, a partir de uma relação entre estereótipos, representação social da mulher e análise do discurso midiático. Porém, o trabalho apresenta lacunas, tais como tratar os meios de comunicação e os produtos culturais com a nomenclatura “de massa”. Além disso, a imprecisão ao discutir os gêneros televisivos também pode ser apontada, uma vez que a autora desqualifica o pertencimento da obra em análise ao gênero “seriado”. A análise da estereotipia das personagens se faz de uma maneira plana, sem perceber a esfericidade que esses personagens apresentam. Essa mesma análise não permite uma compreensão geral das personagens, ficando apenas no lugar comum que a maioria dos estudos de representação da mulher apresenta, sem discutir questões de gênero ou a relação dessas representações com a cognição social, o que será abordado em nossa investigação.

Em relação aos estudos dos discursos midiáticos através de uma análise linguística, aparecem investigações como a de Lima (2005), *A construção da Identidade de Lula em Jornais de Língua Inglesa*, que aborda o discurso midiático e de que maneira o discurso pode ser considerado como ferramenta para mudança social. A autora se utiliza dos trabalhos de Fairclough (2001) e van Dijk (1999), dentre outros, para estabelecer um entendimento acerca das formas de produção discursiva da mídia, neste caso, os jornais impressos em língua inglesa.

Dentre os trabalhos elencados e aqui expostos visando observar a situação dos estudos relacionados à representação social, discurso e seriados televisivos, o de Azevedo (2003), *O acesso dos excluídos ao espaço discursivo do jornal*, será de grande relevância para esta pesquisa, visto que trabalha com o conceito de representação discursiva nos meios de comunicação, o que se aproxima da discussão trazida pela investigação proposta, uma vez que se analisa produções televisivas. Além disso, a pesquisa se apropria dos estudos críticos do discurso

desenvolvidos por Teun A. van Dijk, percebendo as estruturas ideológicas dos discursos e o efeito destas para a constituição e legitimação de ideologias.

O trabalho de Irineu (2011), do ponto de vista teórico-metodológico, se alinha com a proposta de nossa pesquisa, pois propõe um diálogo entre a Teoria das Representações Sociais e os Estudos Críticos do Discurso para analisar a construção da latinidade no ciberespaço. O autor faz uma análise do discurso de participantes de uma rede social a fim de observar quais estruturas ideológicas são utilizadas para compartilhar representações sociais.

Fazendo um levantamento das pesquisas desenvolvidas cujo objeto seja o seriado televisivo observa-se que poucos são aqueles analisados na perspectiva dos estudos das representações sociais e mais reduzido ainda são os estudos dos discursos dos seriados por um viés linguístico. Normalmente, ao falar em discurso dos seriados, as análises tomam o discurso televisivo em geral, não observando as marcas e estruturas linguísticas presentes nos discursos e que compõem os roteiros dessas peças produzidas para televisão, deixando, assim, uma lacuna no que tange ao desenvolvimento de pesquisas que analisem quais as estratégias linguísticas dos discursos dos seriados televisivos que propiciam a veiculação e legitimação de ideologias gerando representações sociais muitas vezes compartilhadas pelos espectadores.

Dessa forma, pela exposição de fontes realizada aqui nesse espaço, a pesquisa em questão se mostra atual, relevante e de grande contribuição para avançar com as discussões das temáticas relacionadas, bem como no desenvolvimento de um estudo multidisciplinar e de caráter amplo, colaborando para o avanço da pesquisa nas áreas com as quais se relaciona. Ao final, indicaremos outras investigações possíveis e desdobramentos.

3. CONCLAMANDO AS TEORIAS: UMA REUNIÃO NA ASSOCIAÇÃO

Nesta seção, trataremos das teorias e conceitos que servirão como base para a pesquisa. Discutiremos, inicialmente, os pressupostos advindos dos Estudos Críticos do Discurso, em especial de Teun A. van Dijk (2001; 2003; 2006; 2008a), que nortearão o trabalho. Em seguida, nos deteremos nos estudos das Representações Sociais, em particular os de Doise (2001), Denise Jodelet (2001) e Serge Moscovici (2009), explanaremos sobre os Estudos de Gênero e concluiremos com a caracterização e conceituação do discurso imagético-verbal.

3.1 Conceitos de base oriundos dos Estudos Críticos do Discurso

A princípio faz-se necessário explicar a razão da escolha pela denominação *Estudos Críticos do Discurso*, tendo em vista ser um ponto que não é consensual no campo de estudos do discurso. Para tanto, trataremos de definir os *Estudos Críticos do Discurso* para, em seguida, justificar nosso posicionamento.

Propostos por Teun A. van Dijk (2008b) os *Estudos Críticos do Discurso* designam “um movimento científico especificamente interessado na formação de teoria e na análise crítica da reprodução discursiva de abuso de poder” (p.9). Para esse teórico, não basta centrar a atenção na análise de discursos em geral, mas devemos nos ater àqueles que representem dominação por parte de grupos e seus membros.

Ao falar sobre discursos de dominação, van Dijk trabalha com o conceito de *poder*. Por ser um conceito amplo, o autor esclarece que o entende como poder social, ou seja, como controle de um grupo sobre outros, visto que seus detentores controlam os discursos, o que implica controle das mentes e, conseqüentemente, das ações das pessoas.

Os *Estudos Críticos do Discurso* têm como foco sistemas de uso linguístico que variam suas funções de acordo com as condições sociais, contribuindo para conseqüências sociais específicas dos discursos, como, por exemplo, influenciando crenças e ações dos receptores desses discursos, como no caso dos seriados televisivos.

Mais especificamente, os ECD preferem focar aquelas propriedades do discurso que são mais tipicamente associadas com a expressão, a confirmação, a reprodução ou o confronto do poder social do(s) falante(s) ou escritor(es) enquanto membros de grupos dominantes. (VAN DIJK, 2008b, p. 14)

Por seu caráter multidisciplinar e independente os *Estudos Críticos do Discurso*, além de sua perspectiva crítica, como também acontece com a Análise Crítica do Discurso, se apresentam mais abertos a contribuições advindas de outras áreas, tais como das Ciências Sociais e Comunicação, bem como contribui com estas, e propiciam ao estudioso do discurso um diálogo com os diversos campos e teorias de pesquisa e a utilização de seus conceitos.

Os métodos dos ECD concentram-se de forma específica nas complexas relações entre a estrutura social e a estrutura discursiva, bem como no modo como as estruturas discursivas podem variar ou ser influenciadas pela estrutura social. (VAN DIJK, 2008b, p. 13)

Os motivos mencionados nos levam a optar por uma análise dos seriados televisivos à luz dos *Estudos Críticos do Discurso*.

Tendo em vista os objetivos propostos para a presente pesquisa, alguns conceitos são caros à nossa análise, dentre eles o de estrutura discursiva, concernente às estruturas orais ou escritas empregadas de modo a construir o discurso. Ditas estruturas se relacionam com o contexto de produção, com o gênero textual produzido e, principalmente, com os objetivos que o enunciador deseja alcançar, com as respostas esperadas.

Atrelado ao conceito de estrutura discursiva está a concepção de estrutura ideológica, que segundo van Dijk (2008b, p.43) é “formada por cognições fundamentais, socialmente compartilhadas e relacionadas aos interesses de um grupo e seus membros, é adquirida, confirmada ou alterada, principalmente, por meio da comunicação e do discurso”.

A análise da Ideologia no discurso toma como pressuposto teórico os estudos de van Dijk (2003; 2008b) que diverge da proposição marxista de ideologia de Althusser (1970) e da de Ricoeur (1977), pois entende a Ideologia como um sistema de crenças fundamentais entre os grupos e seus membros, uma forma de cognição social, pois (2008b, p. 48)

[...] a ideologia é uma estrutura cognitiva complexa que controla a formação, transformação e aplicação de outros tipos de cognição social, tais como o conhecimento, as opiniões e as posturas, e de representações sociais, como os preconceitos sociais. Todas as ideologias (incluindo as científicas) englobam uma (re) construção da realidade social dependente de interesses.

Vale ressaltar que ditas ideologias aparecem por meio de uma estrutura ideológica. Para uma análise das estruturas ideológicas partimos do macronível (relações entre os grupos, relações entre as instituições) para o micronível (atores sociais, ações, práticas sociais, discursos e situações sociais). Esses níveis não são vistos de forma isolada ou estanque, mas se interpõem e se afetam, visto que as relações entre grupos e entre instituições são protagonizadas por atores sociais com ações e práticas sociais e discursivas, condicionadas a situações sociais. Salientamos que esse processo somente existe porque há conflito de ideias, crenças, portanto, de ideologias.

Para o estudo do uso da linguística, do discurso e da comunicação é necessário “relacionar propriedades típicas do micronível da escrita, da fala, da interação e das práticas semióticas a aspectos típicos do macronível da sociedade como grupos, organizações ou outras coletividades e suas relações de dominação” (VAN DIJK, 2008b, p. 9-10).

Importante salientar que não há um método específico para que as pesquisas em Estudos Críticos do Discurso sejam feitas, uma vez que os métodos buscam se adequar aos referenciais teóricos e objetos constituídos. Em geral, se utilizam metodologias similares às usadas nos estudos de discurso. Levando-se em conta a situação de poder existente entre comunicação e discurso, os métodos dos ECD visam a possibilitar que a pesquisa contribua para a apropriação pelos grupos dominados dos discursos e da comunicação oriunda dos grupos dominantes.

3.1.1 Ideologia, Discurso e Cognição Social

Por sua amplitude o conceito de discurso vem sendo discutido, repensado e reelaborado pelos estudos em Análise de Discurso, desde a vertente francesa até a crítica, tendo em vista que cada linha o entende, assim como acontece com a concepção de sujeito, conforme suas bases teóricas e seus objetivos.

Pela necessidade de explicar o recorte epistemológico de nosso trabalho elencaremos diferentes conceitos de discurso iniciando pela concepção foucaultiana, passando pela Análise de Discurso de Pêcheux (2002), fundamentada em Foucault (1997), seguindo pela Análise Crítica de Discurso com Fairclough (2001) e concluindo com a concepção dos Estudos Críticos do Discurso de van Dijk (2000a; 2000b).

Para Foucault (1997), discurso seria um conjunto de regras e práticas que constroem simulacros da realidade ao produzirem representações sobre objetos e conceitos num dado momento histórico, gerando uma rede de enunciados possíveis, o regime de verdade.

A Análise de Discurso proposta por Pêcheux trabalha no espaço em que se constitui o enunciado (léxico-sintático) e nas possibilidades de interpretação por ele oferecidas, observando o outro linguageiro presente nas sociedades e na história. Ela traz as propostas de Foucault (1997) e une com a releitura que Althusser faz de Marx, historicizando via marxismo com a ideia de recorte do dizível e formação discursiva.

Nesta escola concebe-se o discurso como objeto sócio-histórico construído pelos elementos linguísticos que materializam as ideologias, pois a linguagem aparece como o lugar privilegiado no qual as ideologias se concretizam e a língua como o sistema por meio do qual são elaboradas estas ideologias.

A discursividade, segundo Pêcheux (2002), deve ser considerada como estrutura ou como acontecimento, pois o discurso está inscrito em filiações sócio-históricas de identificação, gerando uma agitação que constitui ao mesmo tempo um efeito das filiações e um trabalho de deslocamento no seu espaço. Justamente essa é a primeira ideia de formação discursiva, ainda homogênea; depois passará para a de interdiscurso...

Ao falar sobre a Análise de Discurso Francesa Orlandi (2010) toma o discurso como “percurso”, “palavra em movimento”, o que explica o fato desta vertente conceber a linguagem como mediadora entre o homem e sua realidade, natural e social. A língua é vista em suas relações com o mundo, produzindo efeitos de sentidos, pois o que importa são as relações estabelecidas com/pelos sujeitos e as situações e condições de produção.

O discurso, segundo Orlandi (2010) possui uma regularidade com um funcionamento passível de ser apreendido se não forem postos em oposição “o

social e o histórico, o sistema e a realização, o subjetivo e o objetivo, o processo e o produto” (p.22). Estas regularidades podem ser entendidas como sistematicidades linguísticas, que são as condições materiais de base para que a partir delas se desenvolvam os processos discursivos, portanto, a língua é vista como condição de possibilidade do discurso.

Para Mussalim (2009, p. 105), na Análise de Discurso Francesa o discurso é “concebido como o lugar teórico para o qual convergem componentes lingüísticos e sócioideológicos”.

Fairclough (2001), ao delimitar sua teoria social do discurso, esclarece ser sua concepção de discurso diferente do uso tradicionalmente feito pela linguística formal saussuriana, que defende a investigação da língua como sistema e não seu uso.

Para a Análise Crítica do Discurso desenvolvida por Fairclough, o uso da linguagem deve ser considerado “como prática social e não como atividade puramente individual ou reflexo de variáveis situacionais” (FAIRCLOUGH, 2001, p. 90), o que implica observar o discurso como um modo de ação dos usuários sobre o mundo e sobre os outros, bem como um modo de representação do mundo.

Desse fato advém a existência de uma relação dialética entre discurso e estrutura social, com influência direta na prática social, que pode ser constituída ou modificada por meio do discurso, tendo em vista ser este “socialmente constitutivo” (p.91).

Fairclough (2001, p. 91) elenca três aspectos construtivos do discurso, a saber: a) constrói identidades sociais e posições de sujeito ao interlocutor; b) contribui para a construção de relações sociais; e, c) contribui para construir conhecimento e crenças. Esses aspectos emergem de uma visão de discurso como prática “não apenas de representação do mundo, mas de significação do mundo, constituindo e construindo o mundo em significado” (p.91).

Para van Dijk (2008b) os Estudos Críticos do Discurso têm como foco sistemas de uso linguístico que variam suas funções de acordo com as condições sociais, contribuindo para consequências sociais específicas dos discursos, como, por exemplo, influenciando crenças e ações dos interlocutores desses discursos, como no caso dos seriados televisivos.

Após afirmar ser o conceito de discurso difuso, van Dijk (2000a) elenca cinco concepções que vão desde como o entende e utiliza o senso comum até como as

teorias o definem. Nesse percurso o autor aponta o que considera as três dimensões principais do conceito de discurso: o *uso da linguagem*, a *comunicação de crenças (cognição)*, e a *interação* em situações sociais (p. 23), ressaltando o papel preponderante dos estudos de discurso na formulação de teorias que expliquem as relações entre as três citadas dimensões, bem como com o contexto social.

O discurso, para van Dijk (2000b), pode ser descrito em níveis de estrutura. Por estrutura pode-se entender as sintáticas, semânticas, estilísticas, retóricas, bem como o que o autor denomina de gêneros específicos, por exemplo, a argumentação e a narração de histórias.

Contudo, e neste ponto aparece a crucial diferença entre esta concepção de discurso e as demais apresentadas, o discurso pode ser também entendido como *processos* cognitivos concretos de sua produção e compreensão pelos usuários da linguagem. Um estudo cognitivo do discurso observa o conhecimento, as atitudes e as representações mentais que desempenham um papel na produção e compreensão do discurso, bem como este influencia nas opiniões e ideias dos interlocutores.

Por isso, o discurso é entendido não apenas como estrutura, mas como “um fenômeno *prático, social e cultural*” (VAN DIJK, 2000b, p. 21), pois os locutores ao utilizá-lo realizam *atos sociais* inseridos numa *interação social* pertencente a contextos sociais e culturais diversos. As estruturas linguístico-discursivas são vistas não como formas abstratas, mas como “realizações estratégicas dos usuários da linguagem em ação” (p.22).

Podemos observar esta *linguagem em ação* nos discursos dos seriados televisivos, que desde sua abertura – com música-tema e imagens - constroem para os interlocutores sua temática central, em torno da qual os episódios se desenrolam. Esses discursos podem auxiliar a construção, legitimação e/ou deslocamentos de ideologias e representações sociais, afetando, desta forma a cognição social, visto que

O controle discursivo da mídia é decisivo na construção de ideologias, na formação de opinião pública, gerando modelos estereotipados dos grupos que não tem seus discursos legitimamente reverberando na mídia. (AZEVEDO, 2003, p. 26)

Para construção e compreensão dos discursos faz-se necessário considerar o contexto, que auxilia na geração de estereótipos e na significação dos conteúdos.

3.1.1.1 O Contexto

De modo geral, a noção de contexto explica como o discurso se insere na sociedade, por esta razão a relevância de conhecer os contextos de produção e de recepção dos discursos analisados, sobretudo, quando o interesse está voltado para as práticas discursivas que interferem nas práticas sociais.

A noção de contexto foi tomada por muito tempo, de forma generalizada, como todas as informações que circundassem e permitissem interação com o texto, chegando a confundir-se muitas vezes com o contexto. Contudo, essa noção tem sido revista por diferentes correntes linguísticas, as quais tomam o contexto sob perspectivas variadas.

Ao apresentar um panorama dos estudos de van Dijk sobre contexto e modelos de contexto, Koch, Morato & Bentes (2011, p. 80) esclarecem que

A noção de contexto é mobilizada já nas primeiras pesquisas da área de Linguística Textual. Inicialmente o contexto era entendido como contexto verbal (cotexto), passando, depois, a englobar a situação comunicativa imediata e, só mais tarde, a situação comunicativa mediata, de cunho sócio-cultural, enquanto entorno cognitivo sócio-político-cultural.

Para a Linguística Textual (BENTES, 2008), a noção de contexto foi se modificando conforme as metodologias de estudo do texto, a saber, para a *análise transfrástica* seria equivalente a co-texto, designando segmentos textuais que antecedem ou precedem um enunciado; para a *gramática de texto* seriam as informações sócio-histórico-culturais compartilhadas por falantes e que permitem a construção de modelos cognitivos por meio dos quais se constrói o discurso; e, por fim, para a *teoria do texto*, o contexto é pragmático e visto “como o conjunto de condições externas da produção, recepção e interpretação dos textos” (p.251), pois o importante será observar a textualidade e o modo como ocorre a interação.

No âmbito da Análise do Discurso, encontramos noções de contexto que atendem às especificidades teóricas das diversas escolas. Para a Análise do Discurso Francesa, “a noção de “contexto” é intuitiva e cômoda” (MAINGUENEAU,

2010, p. 204), visto que contempla o cotexto (“contexto linguístico”), o meio físico da enunciação e os conhecimentos partilhados pelos participantes da interação, permitindo a interpretação de um enunciado. Para uma análise do discurso sociointeracionista, assim como para a Língua Sistêmico-funcional, o contexto é situacional, dinâmico e se adapta ao momento de interação/comunicação e de construção discursiva, seria um *enquadre* para uma situação comunicativa específica. Para os Estudos críticos do Discurso, o contexto vai além de restrições lexicais e conhecimentos prévios do mundo sócio-histórico-cultural, uma vez que considera o controle da produção e a compreensão dos discursos impostos pelas restrições contextuais como orientadores da produção discursiva, a interação entre os indivíduos.

Para van Dijk (2012), a noção de contexto é cognitiva, portanto, uma análise ‘contextual’ do discurso ultrapassa os entendimentos gramaticais, textuais e interacionais, bem como as análises ‘cognitivas’ comuns, visto que não será suficiente utilizar o conhecimento de mundo para uma compreensão semântica do discurso, mas precisa-se de conhecimentos específicos sobre o assunto tratado de modo que se possa construir um contexto relevante e que permita a compreensão do significado do discurso analisado.

Quatro categorias compõem o que van Dijk (2012) considera como contexto, a saber, *contexto de linguagem* (relativo ao uso das estruturas da língua), *contexto cognitivo* (que trata das relações de interação), *contexto social* (enfocando os modelos sociais e individuais) e *contexto discursivo* (visão global da comunicação, considerando os participantes, os objetivos e as ações).

Os contextos, “falando metaforicamente, parecem ser *círculos concêntricos* de *influência* ou *efeito* de certos estados de coisas, eventos ou discursos” (VAN DIJK, 2012, p. 19) e há uma relação de influência entre os eventos e seus contextos, indicando de que maneira o discurso reproduz a estrutura social, apesar de serem construtos, a priori, individuais dos participantes, modelos mentais e, portanto, subjetivos.

Para produzir e compreender um discurso necessita-se de estruturas/modelos mentais que ativem a Memória de Curto Prazo para que esta transforme as estruturas superficiais (sintaxe, fonologia, morfologia) em sentido, proposições.

A fim de construir a representação de um texto constantemente o sujeito retoma seu modelo mental, visto que consiste na representação individual sobre

algo, sobre um discurso, por exemplo. Contudo, para elaborar um modelo mental precisa-se de conhecimento e este é social e compartilhado por uma comunidade epistêmica o que faz com que cada indivíduo construa modelos mentais muito parecidos, ou quase idênticos, pois esses passam por uma dimensão social e ideológica compartilhada pelos membros de uma sociedade, mas que podem apresentar suas particularidades.

Os modelos mentais, ou modelos da experiência, orientam as ações de modo que sejam relevantes à situação vivida. Por isso, com o intuito de adequar o discurso à situação de comunicação, usa-se um segundo modelo mental que adequa o modelo individual à situação, o Modelo de Contexto.

3.1.1.1.1 Modelo de Contexto

O modelo de contexto tem relação com a pragmática do discurso. Orienta como se fala, o estilo que se usa numa situação de comunicação, estabelecendo uma interface entre cognição social e discurso.

Como dito, o modelo de contexto são modelos mentais sociais e individuais agregados de modo a compreender uma situação específica, tendo em vista que os discursos são únicos e situados em contextos também únicos, dada a impossibilidade de sua repetição com as mesmas nuances.

Ao caracterizar o modelo de contexto, van Dijk (2012), esclarece que não se pode classificá-lo apenas como social ou individual, mas como eminentemente individual e subjetivo, pois depende do conhecimento prévio e das crenças e ideologias do sujeito. Por serem subjetivos, sofrem influência do meio sócio-político-cultural, modificando-se e, por isso, são dinâmicos. Contudo, tem estrutura mais ou menos fixa para evitar que o sujeito necessite assimilar e compreender novos modelos de contexto a cada situação comunicativa.

O estudo dos modelos mentais teve início nos anos 1940 com Kenneth Craik com uma abordagem psicológica. A partir dos anos 1980, a teoria dos modelos mentais para o discurso e uso da língua foi desenvolvida por autores como Johnson-Laird e van Dijk e Kintsch. Contudo, os modelos mentais ainda eram estudados sob a mesma abordagem, como *modelos de situação* (VAN DIJK, 2012), aplicando uma abordagem cognitiva à Semântica Cognitiva e com a tese de que “além da

representação do sentido de um texto, os usuários da língua *também* constroem modelos mentais dos eventos que são *assunto* desses textos, isto é, a situação que eles têm como denotação ou referência” (p. 90).

Essa abordagem dos modelos mentais, diferente das interpretativas do discurso, permite um enfoque também na produção do discurso, mostrando que, como subjetivos, ditos modelos formam a representação semântica dos discursos sobre os eventos cotidianos. Ao construir discursos sobre um evento específico, o sujeito precisa recorrer ao seu modelo mental desse, incluindo o estilo a ser empregado e a adequação à situação comunicativa envolvida.

A subjetividade dos modelos mentais pode ser tomada como parcial e, apesar de únicos, sem originalidade total, tendo em vista a existência de um contexto e de outros modelos mentais construídos pelo sujeito. Os modelos mentais, portanto, são “representações cognitivas de nossas *experiências*” (VAN DIJK, 2012, p.94) e definidos de modo objetivo pelo acúmulo das percepções/experiências do sujeito.

Salientamos que modelos mentais globais são construídos com base nas percepções locais, nas observações e experiências cotidianas. Além disso, o sujeito não precisa vivenciar essas experiências para construir seus modelos mentais, mas pode simplesmente percebê-las no mundo ao seu redor e tomá-las para si, organizando um *esquema de modelo*.

Van Dijk (2012) entende contexto como modelo mental, visto que os eventos comunicativos e as interações discursivas são experiências cotidianas, e assinala que o que diferencia modelo mental de modelo de contexto é “que eles representam a comunicação e a interação verbal” (p. 107), organizando o modo como o discurso é construído e adequado à situação comunicativa. Assim, os modelos de contexto são

As representações cognitivas que integram e combinam as exigências tanto pessoais como socioculturais que se fazem aos eventos comunicativos e, portanto, explicam tanto as propriedades socioculturalmente partilhadas de todos os discursos, como suas propriedades individuais e únicas. (VAN DIJK, 2012, p.110)

Dito isto, os modelos de contexto são constituídos por modelos mentais, nos quais a construção e compreensão discursiva se sustentaram. Porém, vale salientar, que esses modelos estão estruturados e limitados a um contexto constituído pela sóciocognição.

Os principais conceitos relacionados ao estudo do discurso caros a esta proposta de pesquisa foram elencados. Passaremos agora às considerações a respeito das representações sociais.

3.2 As Representações Sociais

Compartilhando com as concepções de Serge Moscovici (2009), Denise Jodelet (2001), entende que a representação social pode ser vista como um fenômeno cognitivo. Sua visão acerca da representação social se assemelha à forma como van Dijk (2003) percebe as ideologias, no entanto, essas fazem parte da representação, a integram. As Representações Sociais

como fenômenos cognitivos, envolvem a pertença social dos indivíduos com as implicações afetivas e normativas, com as interiorizações de experiências, práticas, modelos de condutas e pensamento, socialmente inculcados ou transmitidos pela comunicação social, que a ela estão ligadas. (JODELET, 2001, p. 22).

As representações sociais se constituem de informações, imagens e auto-imagens, crenças, valores, opiniões, elementos culturais e ideológicos, de modo a conseguir um consenso, uma situação representativa e, no caso da mídia, difusão e aceitação dessas representações.

Para Moscovici (2009, p. 34), as representações sociais apresentam duas funções, ancoragem e objetivação. A primeira delas seria convencionalizar objetos, pessoas e acontecimentos, tornando-os comuns de modo que a ideia seja partilhada por todos. Este processo chamado *ancoragem* foi o que aconteceu com a representação de homem machista, visto que ficou tão comum que foi aceita pela sociedade e transmitida por gerações, chegando a mostrar para as mulheres que seu papel é aceitar um homem intolerante, agressivo, ausente. A representação social da ideologia machista foi convencionalizada e chegou a ser partilhada por diferentes grupos sociais.

A segunda função, *objetivação*, é ser prescritiva, se impondo por meio de uma estrutura e de uma tradição que indica o que deve ser pensado, como por exemplo, o discurso machista que é explicitado em uma das propagandas da campanha de que a mulher é frágil, submissa ao homem e deve ser uma exímia dona de casa, pois foi e ainda é um discurso e uma prática perpetuada pelas famílias durante a

criação de suas filhas e filhos, mas, sobretudo, as jovens são cobradas para agir conforme a ideologia repassada pelos pais e criarem seus futuros filhos e filhas dentro da lógica dessa ideologia.

Jodelet (2001), seguindo Moscovici, define dois processos de formação das representações sociais: objetivação e ancoragem. O processo de *ancoragem* se dá com a necessidade de classificação, de reconhecimento e enquadramento do que é “novo” de modo a naturalizá-lo. Objetivar, por sua vez, é o processo de materialização do pensamento, “coisificar” o abstrato, torná-lo palpável, compreensível. Esses “[...] processos gerativos e funcionais, socialmente marcados, permitem que nos aproximemos das representações em diferentes níveis de complexidade”. (JODELET, 2001, p. 39).

Dessa forma, criamos representações, como afirma Jodelet (2001, p.17), por necessidade de nos ajustarmos ao mundo, de “dominá-lo física ou intelectualmente, identificar e resolver os problemas que se apresentam”.

As representações são responsáveis por guiar a forma como nomeamos e nos posicionamos coletivamente diante os diferentes aspectos do cotidiano, haja vista que compõem os discursos e enunciados, sejam eles textuais, imagéticos ou midiáticos. Sua presença nos discursos se dá por meio de materialização e espacialização.

Os processos de elaboração representativa estão ligados a instâncias públicas e privadas, uma vez que abrangem situações amplas ideológica ou culturalmente, bem como situações sociais, da ordem da experiência pessoal e afetiva dos sujeitos envolvidos nas situações discursivas representacionais.

As representações expressam aqueles (indivíduos ou grupos) que forjam e dão uma definição específica ao objeto por elas representado. Estas definições partilhadas pelos membros de um mesmo grupo constroem uma visão consensual da realidade para esse grupo. Esta visão, que pode entrar em conflito com a de outros grupos, é um guia para as ações e trocas cotidianas – trata-se das funções e da dinâmica sociais das representações. (JODELET, 2001, p.21)

Desta maneira, Denise Jodelet (2001) conceitua a Representação Social como sendo uma forma de conhecimento socialmente construída e difundida, compartilhada, com fim prático de construir um contexto social comum a determinados grupos sociais que se utilizaram das definições e posicionamentos elaborados.

Geralmente, reconhece-se que as representações sociais – enquanto sistemas de interpretação que regem nossa relação com o mundo e com os outros – orientam e organizam as condutas e as comunicações sociais. Da mesma forma, elas intervêm em processos variados, tais como a difusão e a assimilação dos conhecimentos, o desenvolvimento individual e coletivo, a definição das identidades pessoais e sociais, a expressão dos grupos e as transformações sociais. (JODELET, 2001, p. 22)

Por difusão e assimilação dos conteúdos, pode-se inferir que a representação delimita o espaço para uma relação de estímulo-reposta, uma vez que rompe com o interior e com o exterior do grupo ou com o indivíduo. De modo a articular fatores afetivos, mentais e sociais, e integrar noções sobre o conjunto de sociabilidades, as representações sociais devem ser estudadas, juntamente com a cognição, a linguagem e a comunicação. “A particularidade do estudo das representações sociais é o fato de integrar na análise desses processos (*cognitivos*) a pertença e a participação, sociais e/ou culturais, do sujeito” (JODELET, 2001, p. 27).

Para pressupor esse processo de estímulo-resposta, a representação deve supor também uma adesão e participação, algo que a aproxima da crença, do compartilhamento de ideologias, uma vez que é necessária uma ratificação dos modelos representacionais apresentados.

Doise (2001), com uma abordagem societal das representações sociais, nos traz a concepção de *atitude* como um mecanismo psicológico que se dá em relação ao mundo social e em conjunção com valores sociais relacionados a esse mundo e afirma que “estudar a ancoragem das atitudes nas relações sociais que as geram significa estudá-las como representações sociais” (p. 190).

Os valores aos quais se refere o autor podem ser entendidos como crenças que geram atitudes e julgamentos sobre a conduta ou, inclusive, sobre as crenças sociais.

O estudo das representações sociais passa por uma análise das características a elas relacionadas, observando que as representações sociais são uma forma de conhecimento e que “é com as práticas sócio-culturais e com a enunciação de massa que o estudo das representações sociais mantém relações mais significativas” (SÁ, 1998, p. 43).

3.2.1 Representação social e Estereótipo

Ao construir representações sociais estereotipadas de grupos e classes sociais, os seriados televisivos se constituem, em sua maioria, num discurso legitimador e não problematizador, embora, algumas vezes, demonstrem ter o objetivo de criticar os estereótipos presentes na sociedade.

Para Walter Lippman (apud AMOSSY, 2001, p. 31-32), estereótipos são as “imagens de nossa mente que mediatizam nossa relação com o real. Se trata de representações cristalizadas, esquemas culturais pré-existentes, através dos quais cada um filtra a realidade do entorno”. Estas imagens expressam um imaginário social e, por isso, são simulacros e generalizações sob um ponto de vista.

Para Amossy (2001, p. 33-34), necessitamos de modelos para compreender o mundo e a ele nos ajustarmos, por isso, a importância da existência do estereótipo, tendo em vista que “esquematiza e categoriza”, contudo “esses procedimentos são indispensáveis para a cognição, ainda quando conduza a uma simplificação e generalização às vezes excessiva”.

A mídia, conforme a autora, é responsável por boa parte da visão que temos do mundo, ela constrói as representações sociais e as veicula, propiciando um constante contato do público com elas. “O estereótipo seria principalmente resultado de uma aprendizagem social” (p.41), fruto da construção cognitiva por meio das experiências de mundo.

A adesão a uma opinião estabelecida, uma imagem compartilhada, permite ao indivíduo proclamar indiretamente sua adesão ao grupo do qual deseja fazer parte. Expresso de algum modo simbolicamente sua identificação com uma coletividade, assumindo seus modelos estereotipados. (AMOSSY, 2001, p. 48)

Amossy (2001) considera os estereótipos, assim como a psicologia social compreende as representações sociais, não apenas de maneira negativa, mas como construções coletivas que podem expressar visões sob diferentes ângulos. As representações sociais e estereótipos, por seu caráter sócio-ideológico, devem ser tomadas não com juízo de valor, mas como constituintes da cognição social, tendo em vista que orientam as atitudes dos indivíduos.

3.3 Estudos de Gênero

A trajetória histórico-social dos estudos de gênero, quando observada, nos permite afirmar que estes enfocam a reflexão e a discussão sobre o feminino, problematizando sua existência, ou não, diante do masculino, sua(s) representação(ões) e seus papéis sociais.

Autores como O'Brien (1981), por exemplo, já trabalham com a ideia da inexistência do feminino, por tratar-se somente da ausência do masculino, construindo um discurso falocêntrico no qual o feminino é tomado como incompleto, visto que falta algo para que seja masculino. Outros, como Butler (2010), afirmam que toda a agressividade e represália do gênero masculino dirigidas ao feminino se devem à sensação de impotência masculina por sua incapacidade de gerar/gestar filhos; seria como se a mulher tivesse que pagar com submissão por isso, endossado pelo mito do medo da castração masculina.

Para Scott (1995, p.72), o termo *gênero* foi proposto por feministas americanas com o intuito de enfatizar o caráter social das distinções baseadas no sexo. Contudo, a partir dos anos 1980, em busca de uma legitimidade acadêmico-científica, na sua utilização mais simples, os historiadores e pesquisadores de modo geral tomaram *gênero* como sinônimo de *mulher*, adotando este novo termo em todos os textos sobre o assunto, associando-o às ciências sociais e desvinculando-o da política.

Para a autora, *gênero* precisa ser tomado como uma categoria social, pois “trata-se de uma forma de se referir às origens exclusivamente sociais das identidades subjetivas de homens e mulheres” (SCOTT, 1995, p.78), oferecendo um meio de diferenciar práticas sexuais de papéis sexuais atribuídos aos sexos, mas sem força suficiente para questionar paradigmas históricos.

Para Scott (1995), pensar o gênero sob a ótica determinista e baseado na visão classista marxista deixa lacunas em investigações que buscam explicar a origem e o compartilhar de representações sociais de gênero. Como por exemplo, há uma dificuldade em explicar como crianças educadas em diferentes contextos familiares continuam por fazer as mesmas associações entre masculinidade e poder. Contudo, se observados os sistemas de significação das sociedades, o modo como concebem/atribuem significado ao gênero e, por conseguinte, a seus papéis sociais, já se consegue explicar como a representação de gênero pode ser disseminada e

compartilhada, sobretudo em tempos de propagação midiática das informações, tendo em vista o controle discursivo da mídia sobre as ideologias e representações sociais.

O termo *gênero* (SCOTT, 1995, p.86) pode ser entendido como aquele com que se designam as relações sociais baseadas nas diferenças percebidas entre os sexos, dando significado às relações de poder. O termo é empregado para designar quatro elementos inter-relacionados, devido sua característica de constituição das relações sociais, mas que não acontecem de modo subsequente ou estanque, a saber:

- 1) os símbolos culturalmente disponíveis que evocam representações;
- 2) os conceitos normativos que expressam e limitam a interpretação dos símbolos, evitando sua compreensão metafórica;
- 3) a concepção de política e referência às instituições e à organização social, especificando os papéis de homens e mulheres e relacionando a estes a ideia de sucesso; e,
- 4) a identidade subjetiva, de modo a perceber como, em uma sociedade generificada, é construída e se relacionam com instituição, organizações e representações sociais.

Desta forma, Scott (1995) toma o gênero como categoria social e de análise, bem como compartilha de ideias feministas americanas e francesas sobre a questão do gênero.

Para Butler (2010), o gênero, assim como para Scott (1995), não deve ser concebido como uma concepção jurídica de sexo, já que é preciso observar o aparato cultural mediante o qual os sexos são estabelecidos, pois o gênero é o “meio discursivo/cultural”, politicamente neutro e anterior à própria cultura, sobre o qual age a cultura, considerando “a natureza sexuada” ou “um sexo natural”. Há uma impossibilidade de separar a noção de *gênero* “das interseções políticas e culturais em que invariavelmente ela é produzida e mantida” (p. 20).

A autora utiliza a expressão “heterossexualidade compulsória” para designar a forma como os gêneros são estabelecidos, tendo em vista a maneira binária de base biológica a qual considera que o sujeito se adapta e aceita, sem exceção, as construções sócio-discursivas sobre gênero e sexo repassadas pela sociedade/família em que se desenvolveu.

A autora, conhecida pelos pesquisadores sobre gênero como militante da transexualidade e da intersexualidade, amplia a discussão, trazendo a tona questões da *Teoria Queer*²³ e incluindo os indivíduos que não se adequam ao ideal normativo – binário, homem e mulher -, pois admite que particularidades sexuais de ordem anatômica e/ou psicológica divergentes da normalidade são excluídas negando, assim, a existência de uma variedade de apresentações de sexualidade que não seguem a imposição socialmente estabelecida. Para Butler (2002, p. 64), “o gênero é performativo porque é resultante de um regime que regula as diferenças de gênero. Neste regime os gêneros se dividem e se hierarquizam de forma coercitiva”.

A concepção de *gênero* aparece difusa e, embora tenha passado muito tempo desde os trabalhos de Scott (1995), e tenhamos estudos como os de Butler (2002; 2010), ainda encontramos pesquisas que tomam gênero desde o ponto de vista do sexo (abordagem biológica) e desconsideram as nuances que uma visão social deste termo pode apresentar. Com a presente investigação, não pretendemos fazer um estudo histórico sobre o gênero, mas conhecer o percurso feito pelas pesquisas sobre essa questão de modo a termos o suporte necessário à compreensão dos termos tomados para nossa análise, bem como, dos caminhos trilhados que levaram à mídia certas representações de gênero e discussões sobre esse tema. Por isso, optamos por investigar o gênero em interface com o discurso, sobretudo o imagético-verbal da mídia televisiva, de maneira que possamos refletir e analisar questões caras à nossa pesquisa.

3.3.1 Questões de Gênero e Discurso

A concepção de gênero, conforme Ferreira (2002), é uma construção discursiva e social, visto que as chamadas identidades de gênero respondem a representações pré-estabelecidas que atendem aos anseios e demandas de uma sociedade.

²³ A *Teoria Queer* surgiu nos anos 1980 para se contrapor as ideias de heteronormatividade e de determinismo sexual em que se defendiam a constituição dos gêneros baseados no sexo e normatizava a estrutura familiar a partir desta divisão. Alguns pesquisadores feministas discordam desta teoria, pois há impossibilidade de conceber que as questões feministas são compartilhadas por lésbicas, transgêneros, entre outros. Butler (2002; 2010) foi uma das percussoras nos estudos que enfocam questões feministas englobando o psicossocial como determinante na constituição dos gêneros. Para mais informações sobre a *Teoria Queer*: COREY, K.; DOTY, A. (Ed.) **Out in Culture: Gay, lesbian and Queer Essays on popular culture**. Durham and London: Duke University Press, 1985.

Como a sociedade está em constante modificação, as identidades de gênero, socialmente construídas e transmitidas, também sofrem transformações, que afetam os papéis sociais desempenhados pelos membros de dado grupo social, uma vez que

Formações discursivas resultam da determinação de um eu-locutor que, por sua vez, representa formações ideológico-culturais que lhe correspondem. E é na construção discursiva que se dá a constituição do sentido identitário do sujeito. (FERREIRA, 2002, p. 91)

O discurso detém a identidade de gênero e a desvela de maneira difusa, pois como está em constante transformação, devido às mudanças sócio-históricas, impossibilita uma construção discursiva que identifique exatamente a identidade do sujeito.

No âmbito das teorias feministas e do movimento pró-sexualidade, a questão da sexualidade e de sua construção são discutidas como constituídas nos termos do discurso e do poder, sendo este tomado como as convenções culturais e fálicas, predominantes nos discursos sexistas, de modo a uniformizar uma identidade de gênero por meio da “heterossexualidade compulsória” (BUTLER, 2010).

Se pensarmos no discurso midiático, de modo geral, podemos observar a trajetória da construção discursiva em torno ao gênero feminino, que provavelmente influenciou gerações de homens e mulheres na percepção de suas identidades e de seus papéis sociais e, inclusive, sexuais.

Sobre essa relação entre mídia e identidade de gênero, Manzanete & Baldo (2003) traçam um retrato da mulher nas propagandas fazendo um breve histórico de como a figura feminina era representada e quais papéis desempenhava nas peças publicitárias dos anos 1950 aos dias atuais. Conforme sua análise, a mulher era retratada de um modo diferente em cada década, influenciada, sobretudo, pelo contexto histórico-social. Assim, nos anos 50, como esposa, dona de casa, dedicada ao marido e aos filhos; nos anos 60, devido ao movimento feminista e algumas de suas conquistas, a publicidade se adapta ao mercado consumidor representado uma “mulher moderna” que adquire produtos os quais não a trarão mais afazeres domésticos, “compra para o marido tal roupa, que não amassa e ela não precisa passar”; nos anos 70, a linguagem publicitária se torna mais elaborada, as propagandas de produtos de limpeza seguem o contexto da época e colocam arte e

cultura; nos anos 80, por conta da entrada definitiva da mulher no mercado laboral, aparecem e ganham ênfase produtos que evidenciam a liberação feminina; nos dias atuais, já não é mais a mulher como objeto de desejo ou dona de casa exemplar que vende produtos e as propagandas entenderam e mudaram isso colocando os homens como objeto do desejo feminino e até transfigurando eletrodomésticos em figuras masculinas desejadas pelas consumidoras.

Apesar de os autores afirmarem, e podermos observar, uma mudança no discurso publicitário do começo do século XX em relação às práticas publicitárias contemporâneas nessa segunda década de século XXI, no que diz respeito às formas como as mulheres e as questões de gênero são tratadas, é perceptível que ainda existem muitos exemplos de propagandas que referenciam a mulher e as correlações com o gênero feminino para estruturar suas campanhas e seus produtos. Como exemplo, podemos hoje observar as propagandas de produtos para limpeza e higiene, que trazem a mulher como protagonista e principal usuária, ou mesmo a encarregada pelo consumo daquele produto. São detergentes de lavar louça, sabonetes bactericidas, sabões em pó, desinfetantes e até inseticidas, todos esses produtos ancorados na figura de uma mulher diligente e vigilante, responsável pela limpeza do lar e encarrega da saúde da família.

Além disso, nas produções televisivas, como telenovelas e seriados, o feminino, de modo geral, continua sendo retratado como dependente e frágil, visto que os discursos imagético-verbais constroem personagens aparentemente fortes e seguras, mas com histórias que demonstram a necessidade de apoio em uma figura masculina, como afirma Kaplan (1995).

3.4 O discurso das mídias: reflexões e conceituações

Elementos sonoros, verbais, imagéticos. Discurso midiático, audiovisual, televisivo, multimodal, verbovisual, imagético-verbal. Diversas são as formas com as quais podemos trabalhar ao tratarmos das construções de discursos e tantos veículos/dispositivos diferentes para os quais são produzidos com os mais diversos fins. Falar de cinema, televisão, HQ's, enfim, de uma infinidade de dispositivos que lançam mão desses elementos e estruturam discursos híbridos, é também, e

principalmente, compreender como esses elementos dialogam entre si e em que medida.

Dito isso, como exigência do processo de tessitura desta investigação, é fundamental caracterizar os discursos que se apoiam nas imagens utilizadas pelas mídias. Para tanto iniciamos com uma discussão sobre a imagem e definiremos e caracterizaremos, sobretudo, o que chamamos de discurso imagético-verbal.

3.4.1 Sobre a imagem

Se voltarmos nossos olhares um pouco atrás a fim de buscar onde e quando se inicia a discussão sobre a imagem, um dos pontos em que poderemos chegar remonta aos sofistas, ao grupo de Platão e seu Mito da Caverna (2004).

Texto universalmente conhecido, o Mito da Caverna nos apresenta uma situação em que alguns homens são feitos prisioneiros desde a infância em uma caverna. De costas para a saída da caverna, sua única interação visual com o mundo se constitui numa pequena fresta que permite que uma porção de luz penetre no ambiente e se projete na parede para a qual os presos estão postados. A pequena fresta produz projeções das silhuetas e formas daqueles que habitam e transitam nos arredores da caverna. Juntamente a essas projeções, os prisioneiros percebem ainda os sons ao redor da caverna. Sem saberem ao certo a sua fonte emissora, os prisioneiros associam os sons às projeções que veem. Para esses homens, as projeções não são projeções, são a sua realidade.

Numa situação hipotética em que um desses homens fosse libertado e tivesse contato com o mundo à sua volta, ele descobriria a verdadeira origem das imagens e dos sons. Quando retornasse à caverna e tentasse convencer seus companheiros sobre o que havia conhecido, correria o risco de ser ignorado ou até mesmo agredido pelos seus companheiros de cárcere, que o tomariam como louco ao questionar a verdade que estava diante de seus olhos e ouvidos.

Ao relatar o Mito, as considerações do filósofo a respeito do simulacro apontam para as imagens. Indo além, ele fala da produção dessas imagens, que não são mais que um modelo, cópia, reprodução da realidade. Existe uma relação de dependência do olhar, do conhecimento de mundo e da forma como se interpreta. Contudo, não podemos pensar numa relação de dependência dela ao

espectador/interlocutor para a sua existência. A concretude da sua percepção terá uma dependência do interlocutor, mas a imagem é autônoma.

Ao falar sobre nossa relação com a imagem, Mitchell (2005) a considera paradoxal, de ‘dupla-consciência’, já que ao mesmo tempo em que é material, ela é viva, funciona de modo independente. As imagens “são como organismos vivos”, têm exigências e desejos e indagá-las sobre o que querem se torna inevitável.

Aumont (1993), baseando-se em Arnheim (1969), apresenta uma tricotomia dos valores da imagem em sua relação com o real, respectivamente designada com valor de representação, de símbolo e de signo. O dispositivo, veículo de transmissão (cinema, televisão, outdoor, revistas), é responsável pela regulação da relação entre o espectador e suas imagens em um dado “contexto simbólico” e esse contexto é determinado pelo social.

Tomando-se, então, a representação imagética e a relação entre espectador e imagem, teremos os signos que podem funcionar como símbolos de acordo com a significação atribuída à imagem em contexto específico. Contudo, para Aumont (1993, p. 188), “o dispositivo é que regula a relação do espectador com a obra. Tem necessariamente efeito sobre esse espectador como indivíduo”. Esse fato explica, em parte, os efeitos da sala escura do cinema e sua magia relatados por Roland Barthes (2004) e o êxito, ou não, de séries televisivas, novelas, personagens dessas produções que são transmutadas para o cinema.

Podemos citar como exemplo a personagem Crô (Marcelo Serrado), da novela *Fina Estampa*, que gerou *Crô: o filme* sendo interpretado pelo mesmo ator e tomando como mote a temática abordada na televisão. O seriado *A Grande Família* também foi adaptado para o cinema e recebeu diversas críticas, muitas negativas, sobre aspectos que vão do roteiro à fotografia, além de não ter garantido um aumento significativos do público televisivo.²⁴ Muitos outros exemplos de programas de televisão que viraram filmes ou vice-versa podem ser citados, a saber, *Os normais*, *O auto da Compadecida*, *Caramuru*, *Cidade de Deus*, todos produzidos pela Globo Filmes.

²⁴ Sobre a repercussão do filme, ver: *A grande Família – O filme*, de Maurício Farias (Brasil, 2006) <<http://www.revistacinetica.com.br/grandefamilia.htm>>, *A grande Família – O filme* <<http://cineresenhas.com.br/2007/04/07/a-grande-familia-o-filme/>>, *A grande Família – O filme: mudando tudo para não mudar nada* <<http://omelete.uol.com.br/cinema/a-grande-familia-o-filme/#.VC1Sw2ddW6M>>. Acesso em: 06 fev. 2014

Pensada num sentido amplo, a imagem é, pois, a materialização do real. Se retomamos a ideia de simulacro e consideramos a relação real e representação que Foucault (1988) estabelece em cima do quadro de um cachimbo pintado por Magritte, teremos aí alguns questionamentos válidos acerca das visões da realidade, as leituras que dela surgem.

Reafirmamos, pois, que o termo imagem aqui utilizado

deve ser entendido num contexto amplo que engloba a criação e apresentação imagética verbal e não-verbal, considerando o pensamento cartesiano de que para dar conta da percepção é necessário ultrapassar a dimensão dos conteúdos visuais. (PEREIRA, 2008, p. 46)

A imagem é constituída, sobretudo, por elementos plásticos, os quais Aumont (1993, p. 136) afirma caracterizar o conjunto de formas visuais e constituí-las, são eles:

- a *superfície* da imagem, e sua organização, o que se chama tradicionalmente de composição, isto é, as relações geométricas mais ou menos regulares entre as diferentes partes dessa superfície;
- a gama de *valores*, ligada à maior ou menor luminosidade de cada região da imagem – e o contraste global ao qual essa gama dá origem;
- a gama de *cores* e suas relações de contraste;
- os elementos *gráficos* simples, especialmente importantes em toda imagem “abstrata”;
- a *matéria* da própria imagem, na medida em que proporciona a percepção, por exemplo, sob as espécies da “pincelada” na pintura ou do grão da película etc.

Alguns desses elementos, como valores, superfície, matéria, serão tomados por nossa análise, com as necessárias adequações, sob a nomenclatura de significantes plásticos, conforme proposto por Martine Joly (2007) e apresentado no capítulo que trata da nossa metodologia de análise.

Contudo, tendo em vista os objetivos da presente investigação, não basta apresentar as considerações sobre a imagem e sua caracterização. Isso porque nossa análise não acontece somente no âmbito da imagem, mas sim numa abordagem em âmbito de construção do discurso imagético-verbal.

3.4.2 O discurso imagético-verbal

No tocante ao discurso das mídias, sejam televisivas, cinematográficas, digitais ou analógicas, um termo utilizado para referenciá-lo é *audiovisual*, contudo, esta denominação deixa a desejar ao pensar nos elementos verbais e imagéticos que compõem este discurso. Por isso, propomos a denominação *discurso imagético-verbal*, a qual trataremos de esclarecer em que consiste baseados em seus constituintes.

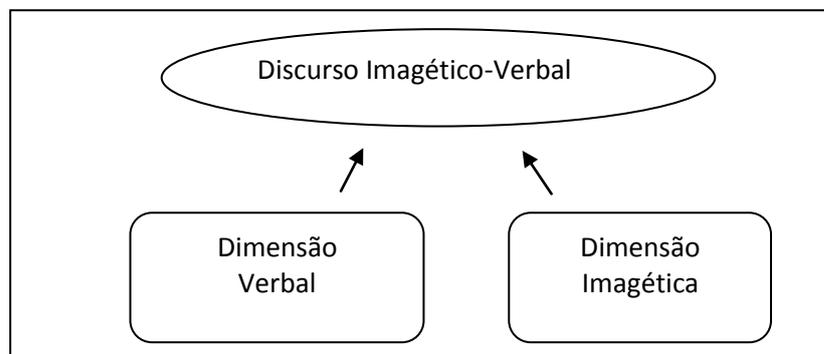
Vale ressaltar que, embora esse termo seja utilizado em diversos trabalhos, pouco ou quase nada se encontra sobre sua conceituação e estruturação²⁵. Trabalha-se com o pressuposto de que a nomenclatura se autoreferencia e, portanto, não se dá maior atenção ou espaço a defini-la.

Ao falar sobre a análise do discurso em movimento, Rose (2008, p.356) afirma que

as representações da mídia são mais que discursos. Elas são um amálgama complexo de texto, escrito ou falado, imagens visuais, e as várias técnicas para modular e sequenciar a fala, as fotografias e a localização de ambas.

Para a autora, a imagem em movimento compõe-se das dimensões visual e verbal. Estamos de acordo que o ‘amálgama’ desse discurso específico se compõe de duas dimensões, conforme o quadro:

Figura 1 – Constituintes do discurso imagético-verbal



Fonte: Elaborado pela autora

²⁵ Como exemplo da superficialidade da definição dada do conceito de imagético-verbal ver: SILVA, A. M. G. da; RODRIGUES, É. R. **O texto imagético verbal**: a charge em questão. Anais do 10º Encontro Nacional de Prática de Ensino de Geografia (ENPEG), V.1, n.1, Porto Alegre, ago./set. 2009. Disponível em: <[http://www.agb.org.br/XENPEG/artigos/GT/GT5/tc5%20\(80\).pdf](http://www.agb.org.br/XENPEG/artigos/GT/GT5/tc5%20(80).pdf)> Acesso em: 05 jun. 2014.

A dimensão verbal engloba o linguístico, oral e/ou escrito. Já a dimensão imagética, além dos elementos mostrados por Rose (Idem) e Aumont (Idem), abarca os movimentos de câmera e tomadas, os sons e músicas, todos os elementos utilizados para a construção da imagem em movimento e sua significação. Essas particularidades nos levam a conceber o discurso televisivo como um discurso imagético-verbal, com características próprias e constitutivo dos gêneros que compõem esse dispositivo.

O discurso imagético-verbal apresenta valores imanentes, os quais somente obterão resultado se inseridos em determinado contexto sócio-histórico para o qual foi produzido, visto que “o problema do sentido da imagem é pois o da relação entre imagens e palavras, entre imagem e linguagem” (AUMONT, 1993, p.248), relação que se dá em situações específicas de comunicação.

Para o autor não há imagem ‘pura’, puramente icônica, visto que a imagem prescinde do verbal para ser compreendida. A grande questão, conforme Aumont é comparar a maneira como imagem e linguagem veiculam informações e significam.

Esse questionamento sobre a relação entre imagem e linguagem se apresentou como uma preocupação das diferentes escolas semiológicas a ponto de haver uma tentativa de fundar uma semiologia *gerativa* da imagem com o intuito de estudar os *mecanismos profundos* de domínio da imagem e da linguagem advindos da mesma exegese.

Apesar da semiologia não ter definido uma metodologia rígida e específica para análise da imagem em movimento, há um legado deixado por pesquisadores, sobretudo do cinema, de propostas de construção de um modelo metodológico que comporte a natureza sincrética dessa análise (Joly (2007); Metz (2004); Vanoye e Goliot-Lété (2008)). Esses estudos, em sua grande maioria, consideram apenas os elementos constitutivos da imagem e/ou imagem e verbal de modo que o verbal funcione como explicação para o imagético, mas sem se debruçar sobre a construção discursiva das duas dimensões interligadas e indissociáveis.

Se devemos ter “em mente que a imagem só tem dimensão simbólica tão importante porque é capaz de significar – sempre em relação com a linguagem verbal” (AUMONT, 1993, p. 249), então faz-se necessária uma proposta de um discurso constituído pelos elementos que compõem essas duas dimensões de maneira isonômica, pois não deve haver concorrência entre elas, mas uma relação de interseção de modo a significar.

Flusser (2002, p. 10), ao falar sobre a rivalidade entre texto e imagem ao longo da história do Ocidente, afirma ser esta uma relação dialética na qual “embora textos expliquem imagens a fim de rasgá-las, imagens são capazes de ilustrar textos, a fim de remagicizá-los. Graças a tal dialética, imaginação e conceituação que mutuamente se negam, vão mutuamente se reforçando”.

Mas, de que maneira podemos objetivamente caracterizar a constituição dos discursos imagético-verbais e sua significação?

Considerando a distinção entre expressão (sentido) e designação (referência) estabelecida por Frege (1960; 1964), Souza (1998) ressalta que falar dos modos de significação implica abordar a interpretação da imagem buscando entender como se constitui em discurso e o quanto vem sendo usado para ratificar/sustentar discursos produzidos com textos verbais.

Dito isto, reafirmamos a relevância desta investigação que se propõe a analisar a imagem em movimento, o discurso imagético-verbal do seriado televisivo, não somente por sua sintaxe, mas também de modo a identificar e refletir sobre seu papel social e ideológico.

Ao abordar o discurso midiático e sua constituição, Charaudeau (2010, p. 109-110) defende que

A televisão é imagem e fala, fala e imagem. Não somente a imagem, como se diz algumas vezes quando se trata de denunciar seus efeitos manipuladores, mas imagem e fala numa solidariedade tal, que não se saberia dizer de qual das duas depende a estruturação do sentido. É claro que cada uma dessas matérias significantes tem sua própria organização interna, constituindo um sistema semiológico próprio, cujo funcionamento discursivo constrói universos de sentidos particulares, podendo a imagem jogar mais com a representação do *sensível*, enquanto a palavra usa da *evocação* que passa pelo conceitual, cada uma gozando de certa autonomia em relação à outra.

Para o autor, o discurso televisivo faz parte da gama de discursos da mídia, o chamado discurso midiático. Entendemos ser este discurso composto pelo discurso imagético-verbal, que se constitui, como afirma Charaudeau (Idem), de partes de imagem e de elementos verbais imbricados e ordenados de forma a que não haja sobreposição de um ao outro, mas um diálogo que permita a formulação de um discurso coeso e significativo ao interlocutor.

Entendemos o discurso imagético-verbal como autônomo e constituinte dos demais discursos híbridos (midiático, televisivo, audiovisual), refletindo os elementos que os estruturam, com sua sintaxe própria, e permitindo a geração de sentido.

Estes sentidos são socialmente orientados, mas têm encontrado dificuldades com relação a sua atribuição, sobretudo nos dias atuais, visto que, como afirmam Araújo & Paula (2009, p. 101), apesar de a imagem ter sido o primeiro vínculo entre homem e linguagem, “a dimensão sócio-cultural da percepção visual tem sofrido uma inegável modificação ao longo dos séculos”. Modificou-se a concepção/elaboração das imagens, assim como o olhar do espectador/interlocutor sobre elas.

Ao trabalhar com a relação imagem e texto, Mitchell (1995) apresenta a expressão *virada pictórica* em contraposição à virada linguística para mostrar que as imagens constroem a realidade social e que há dificuldade de serem descritas e analisadas. Esse feito se dá porque já não são suficientes as interpretações apenas estruturalistas e pós-estruturalistas no que concerne aos processos imagéticos de nossos dias. Posteriormente, a expressão utilizada pelo autor para tal fenômeno é modificada para *virada imagética* (MITCHELL, 2008), para referir-se a qualquer crise relacionada à imagem, não somente na contemporaneidade, mas ao longo da história.

Podemos estabelecer um diálogo entre Balogh (2002) e a ideia de Mitchell sobre mídia e imagem. Ao falar sobre as dificuldades de se fazer uma análise televisiva, tendo em vista a enorme quantidade de material a ser armazenado, catalogado e analisado, bem como a especificidade de seu discurso, a autora esclarece que “os formatos da TV são herdeiros de um vasto caudal de formas narrativas e dramatúrgicas prévias: a narrativa oral, a literária, a radiofônica, a teatral, a pictórica, a filmica e a mítica, entre outras” (BALOGH, 2002, p. 32).

Daí advém a especificidade do discurso imagético-verbal, em nosso caso o televisivo, e o porquê da necessidade de estabelecer uma denominação diferente das que estão postas para este discurso, pois ele não se resume apenas a diversos códigos (formas, como apresenta a multimodalidade) nem a elementos verbovisuais, mas trata-se de uma mescla dos vários elementos e linguagens já elencados propiciando uma intersecção entre imagético e verbal de modo a gerar signos e, por conseguinte, significação. Contudo, mais que uma denominação nos ocupamos em fazer uma especificação, uma caracterização do termo proposto, (re)significando-o.

Passemos, neste momento, a apresentação do percurso metodológico para a análise proposta nesta investigação.

4 A GRANDE VEREDA: CONSTRUTO TEÓRICO-METODOLÓGICO

Tendo em vista que, mais que um conjunto de passos e cânones a serem seguidos, a metodologia é um construto analítico-teórico, a presente pesquisa propõe procedimentos metodológicos tomando como referência a metodologia da Hermenêutica de Profundidade proposta por Thompson (1995), bem como estabelece categorias discursivas de análise para o discurso imagético-verbal com base nos Estudos Críticos do Discurso e na Análise da Imagem de Joly (2007), utilizando a Teoria das Representações Sociais como teoria social, dada a especificidade do objeto e do *corpus* aqui constituído.

Para além de um estudo dos dados gerados, nosso objetivo com esta pesquisa é explicar, interpretar e compreender os resultados obtidos ao final da análise, de modo a conhecer os “processos de sentido” que são construídos socialmente, motivo pelo qual o apoio na Hermenêutica de Profundidade se mostra relevante, tendo em vista que para ela a argumentação sobre a “plausibilidade das interpretações” (VERONESE & GUARESCHI, 2006, p. 86) se apresenta como fundamental ao método.

A Hermenêutica de Profundidade estabelece que se proponham sentidos, interpretados como ideológicos, aos discursos analisados, a fim de debater sobre eles de forma argumentativa, justificando-os, pois o interesse desta proposta centra-se nas relações em que o sentido dirige a ideologia.

Para Veronese & Guareschi (2006, p. 89), “é no nível das interações e da semantização do mundo que se produzem as estratégias e práticas e as constelações relacionais de poder”, daí a importância do aprofundamento na fase de análise do contexto sócio-histórico de produção e recepção do discurso estudado.

Como afirma Thompson (1995, p. 363), a Hermenêutica de Profundidade “é o estudo da construção significativa e da contextualização social das formas simbólicas”.

Quanto à definição do universo a ser estudado, uma vez que essa pesquisa é feita com base no arcabouço teórico levantado, a composição do *corpus* da pesquisa se constituiu já como um momento analítico e investigativo, em que o objeto é colocado em questão e os elementos teóricos são revisitados.

A constituição do *corpus* se dá inicialmente pela escolha da série televisiva a ser analisada, ressaltando que o principal critério foi o de apresentar mulheres em

papéis socialmente relevantes e que, além disso, permita um estudo sócio-histórico, de modo que possamos observar as representações sociais relacionadas ao gênero feminino ao longo de uma década e verificar se houve mudanças destas de acordo com as alterações do contexto sócio-histórico-cultural brasileiro.

A escolha por estudar um caso único de seriado televisivo ao invés de uma lista deles permite, como afirma Spink (2002, p. 100), “buscar na relação representação-ação os mecanismos cognitivos e afetivos da elaboração das representações” e, em nosso caso, como o discurso imagético-verbal as dissemina, as partilha. Outro fator que, metodologicamente, nos apoia nessa escolha do corpus diz respeito à própria duração e volume da amostra levantada, 14 temporadas disponíveis do mesmo produto, somando 14 anos de duração de uma mesma produção. Dessa maneira, é possível estabelecer um ciclo completo nesse marco cronológico, com mais possibilidades para preencher um quadro sócio-histórico.

Compreendemos, no entanto, que o refino dos procedimentos metodológicos foi motivado, durante o processo de elaboração da pesquisa, pelos questionamentos ao objeto e definições pertinentes ao próprio universo estudado, visto não haver um modelo ou padronização universal que possa ser adotado irrestritamente por todas as pesquisas que se acercam de um determinado tema. Contudo, como dito, propomos um construto teórico-metodológico para análise baseado na proposta de Thompson (1998) de análise discursiva e na observação prévia do objeto, que está organizado em três etapas, a saber:

1. Análise sócio-histórica;
2. Análise formal ou discursiva;
3. Reinterpretação dos sentidos.

Adiante detalharemos em que consiste cada uma dessas etapas bem como as adequações que, segundo Thompson (1995), são perfeitamente possíveis, de nossa proposta a elas.

Quanto à caracterização da pesquisa, conforme Gil (2007), nossa investigação é de natureza analítico-interpretativista, haja vista que propomos a descrição dos dados constituintes do *corpus* e sua análise, bem como sua interpretação de modo a observar e explicitar de que maneira o discurso imagético-verbal do seriado estudado constitui e legitima representações sociais do gênero feminino.

Esta pesquisa, quanto a seu método de abordagem, classifica-se como qualitativa, tendo em vista que o foco de nossa investigação está em observar o *corpus* de modo que ao analisá-lo, se descreva e interprete e se chegue a compreensão de como o discurso imagético-verbal do seriado analisado veicula representações sociais.

No tocante aos procedimentos de pesquisa, a geração e análise de dados, a investigação ora proposta constitui-se como pesquisa de análise do discurso que toma como base a Hermenêutica de Profundidade (THOMPSON, 1995), tendo em vista a identificação de estruturas discursivas e linguístico-ideológicas e a interpretação crítica dos sentidos presentes nas estruturas que compõem o discurso imagético-verbal do seriado televisivo *A Grande Família*.

Com base nos objetivos apresentados, a pesquisa classifica-se como explicativo-interpretativista, visto que tem por fim descrever as estruturas constituintes do discurso imagético-verbal do seriado televisivo estudado, explicar como estas constroem e/ou reafirmam representações sociais, buscando interpretar estas estruturas e compreender tanto a ideologia quanto as representações como um fenômeno cognitivo.

4.1 Delimitação do universo

Nesta investigação, elegeu-se como campo discursivo de referência a mídia, a partir desse campo, o espaço discursivo delimitado foi a relação entre ideologia e representação social no discurso dos seriados televisivos, mais especificamente no seriado *A Grande Família*.

O seriado retrata o cotidiano de uma família do subúrbio carioca, suas desavenças, conflitos e comemorações. Sua exibição semanal permite que dialogue com os acontecimentos do Brasil e do mundo, trazendo-os, muitas vezes, como mote para os episódios, chegando a parodiar a realidade em seu discurso imagético-verbal.

Para a abordagem ora proposta, serão utilizadas as situações de representação social e ideológica relacionadas ao gênero feminino neste discurso, bem como a noção de constituição de representações sociais e presença de fatores de identificação.

Organizamos a divisão do material analisado em sequências narrativas (unidades de sentido para Thompson) distribuídas em categorias discursivas a fim de desenvolver uma análise estrutural cuidadosa dos elementos imagético-verbais que compõem o discurso do seriado estudado.

Vale ressaltar a inexistência de uma metodologia definida e completa para a análise da imagem, visto que encontramos na literatura da área apenas sugestões que precisam passar por ajustes conforme o corpus e objetivos de análise, como, por exemplo, o letramento visual e a multimodalidade, que optamos por não utilizar, pois uma análise estrutural partindo da imagem nos dá mais subsídios para o estudo da construção do discurso imagético-verbal, uma vez que permite o estabelecimento de categorias de análise a partir da observação do objeto.

Tendo em vista que consideramos o discurso imagético-verbal como uma imbricação das duas linguagens que o compõem, estabelecemos procedimentos de análise que nos permitam um estudo conjunto desse discurso com suas particularidades e sem necessidade de dividi-lo em imagético e verbal. Para isso, nos baseamos na metodologia de análise da imagem com mensagem implícita proposta por Joly (2007).

Para Joly (2007) a imagem é composta pelo *significante icônico* (analógico, a própria imagem), *significante plástico* (elementos componentes, tais como cores, formas, textura) e *significante linguístico*. A autora resalta que no que concerne à análise das imagens não há uma metodologia pronta, mas que de acordo com os objetivos pretendidos o pesquisador precisa construir uma que responda às questões levantadas. Para a análise das imagens com mensagens implícitas, Joly propõe que sejam estudados os componentes que constroem a imagem e que, além disso, sejam observados seus contextos de produção e recepção e feito um trabalho de associação mental (possibilidade de geração de imagens mentais a partir das imagens apresentadas), de modo a averiguar se outros significados seriam cabíveis aos significantes analisados.

A composição da imagem com mensagem implícita proposta por Joly (2007) nos direciona a tomar o discurso imagético-verbal como construto plurissemiótico passível de ser analisado como unidade e não dissecá-lo nas partes que o compõem. Considerando essa característica, nossa análise se desenvolve observando os aspectos estruturais, semióticos e semânticos relevantes que compõem o discurso em questão.

Para tanto, utilizamos frames e sequências de frames do seriado *A Grande Família* para apresentar as sequências narrativas analisadas e situar o leitor na construção imagética do discurso, descrevendo os sons que possam compor a cena, e transcrevemos as falas das personagens de modo a trazer o verbal sempre que relevante para nossa pesquisa.

Além da metodologia proposta por Joly (2007), tomamos as etapas de procedimentos da Hermenêutica de Profundidade, de forma que possamos fazer uma análise integrada das linguagens constituintes do discurso imagético-verbal, mas, sobretudo, uma interpretação crítica desse discurso.

Ressaltamos que nosso percurso para estabelecimento do método visa propor um construto teórico-metodológico que parta do objeto analisado para estabelecer categorias de análise em um movimento de observação prévia dos dados que serão interpretados e ressignificados.

4.1.1 Delimitação do Corpus

Nosso *corpus* se constitui do discurso imagético-verbal dos episódios temáticos exibidos na semana do Dia das Mães, no período entre 2001 e 2014, do seriado televisivo *A Grande Família*.

Os episódios foram escolhidos pela sua importância dentro do contexto da série e da cultura, haja vista a data do Dia das Mães ser um marco de grande visibilidade nos roteiros da série e um episódio com essa temática tem ocorrência na maior parte das temporadas. Outro ponto decisivo para a escolha se deve ao papel social desempenhado pela mãe Nenê dentro da trama da série, além das questões relativas ao feminino abordadas quando se coloca em questão a temática da maternidade, os desdobramentos implicados e uma observação mais direta do foco dos episódios voltada para o tema desta tese. Essa repetição permite traçar uma tangente de comparação nos momentos da análise, a fim de identificarmos de que maneira os discursos se alteram, se se alteram, como se alteram, por que se alteram, ao longo das 14 temporadas consideradas para nossa pesquisa, levando em conta as categorias estabelecidas.

O recorte temporal escolhido se dá pelo fato do período 2001-2014 ter marcado a retomada (início e término) do seriado que, como dissemos anteriormente, havia feito bastante sucesso nos anos 1970.

Em 2010 foi lançado *A Grande Família – O Filme* em comemoração aos dez anos do seriado. Aclaramos que, por se tratar de outro gênero midiático, o filme não compõe nosso *corpus*, tendo em vista que nosso objetivo foi observar o seriado televisivo e sua construção discursiva contínua e periódica.

4.2 Procedimentos metodológicos

Neste tópico, são explicitados os procedimentos metodológicos adotados. A proposta apresentada é de construção de um modelo analítico-discursivo, apoiado na Hermenêutica de Profundidade e suas etapas de análise e na metodologia de análise da imagem implícita de Joly (2007), que dê suporte à investigação pretendida. Os passos seguidos foram:

1. Análise Sócio-histórica

- Esta etapa apresenta de modo geral o contexto sócio-histórico-cultural de produção dos episódios analisados, sobretudo no que diz respeito às questões de gênero e aos espaços sociais ocupados pela mulher, bem como aos papéis sociais relacionados ao feminino. Por se tratar de discurso midiático brasileiro e com exibição no Brasil, conhecer o contexto de produção significa também apoderar-se do de recepção.

Ressaltamos que, porque a análise do discurso precisa considerar o contexto de produção e recepção, não reservamos um tópico de nossa análise para uma descrição sócio-histórica. Contudo, partimos do tema geral Dia das Mães presente nos episódios selecionados e, sempre que necessário, contextualizamos, visto que os fatos relevantes ocorridos no Brasil e no mundo funcionam como mote para os episódios e influenciam nas atitudes das personagens. Portanto, quando importante para nosso estudo, durante a análise do discurso imagético-verbal nas categorias propostas nos reportaremos ao contexto sócio-histórico-cultural no qual se insere o seriado e demonstraremos sua relação com a construção discursiva das representações sociais do feminino.

2. Análise Formal ou Discursiva

- Assistimos e decupamos cenas, dividindo-as em sequências narrativas, de modo a selecionar aquelas que ressaltavam a participação de mulheres e a representação do gênero feminino, a fim de viabilizar a análise das categorias discursivas presentes no discurso imagético-verbal do seriado estudado, a saber: *Questões de Gênero, Modelos de Contexto e Representações Sociais*.

- Com as cenas escolhidas, apontamos elementos (significantes plásticos e linguísticos) presentes no discurso imagético-verbal dessas cenas que nos permitiram analisá-lo considerando aspectos de sua exegese, propostos por van Dijk (1999) e Aumont (1993), tais como: expressões linguísticas, aspectos suprasegmentais, ironia, vestuário, fotografia, entre outros;

- Analisamos o *corpus* agrupando-o nas categorias discursivas estabelecidas de modo a fazer um estudo ideológico-discursivo de base linguística das sequências narrativas previamente estabelecidas, observando os traços ideológicos no discurso imagético-verbal no que se refere à representação do gênero feminino no seriado televisivo *A Grande Família*.

3. Resignificação²⁶

- Reflexão em torno das categorias analisadas de modo a observarmos como se dá a relação entre discurso, ideologia e representação social no seriado televisivo, sobretudo no que tange a questão de gênero;

- Síntese integrando o conteúdo das formas simbólicas do discurso imagético-verbal presentes no seriado estudado à análise de produção destas formas.

4.2.1 Técnicas de geração de dados

Para a composição do *corpus*, o seriado televisivo *A Grande Família* foi assistido e os episódios temáticos – Dia das Mães – selecionados. Quanto ao desenvolvimento da investigação foram decupados os episódios a fim de selecionar as cenas que apresentavam ideologias e representações sociais relacionadas ao gênero feminino, organizadas em sequências narrativas e relacionadas às

²⁶ Por *ressignificação* entendemos a interpretação crítica dos resultados da análise, utilizando a associação mental de modo a atribuir significado ao discurso imagético-verbal considerando os contextos de produção e recepção.

categorias discursivas *questões de gênero, modelos de contexto e representações sociais*, a fim de viabilizar a análise. Em seguida, fizemos a decodificação (transcrição) das sequências narrativas, inclusive com a descrição dos elementos imagéticos, de modo a deixar os dados prontos para a análise. Nesta etapa, os frames foram captados por meio de *print screen* das cenas dos episódios do seriado baixados dos sites *Youtube* e *Daily Motion*, tendo em vista a impossibilidade de obter os episódios em DVD ou no site da emissora Globo.

4.2.2 Análise e interpretação dos dados

Com base na Hermenêutica de Profundidade, dividimos o trabalho em três etapas, relacionadas com os objetivos e questões de pesquisa apresentados anteriormente. Cada etapa procedimental, como estabelecido, se constitui de sub-etapas e em cada uma destas utilizamos os componentes analisáveis da imagem determinados por Metz (2004) e Aumont (1993). Desta forma, ao final, responderemos às questões de pesquisa, conforme os objetivos propostos.

Vale ressaltar a impossibilidade de que cada passo procedimental esteja relacionado a apenas um objetivo ou questão de pesquisa, visto que os procedimentos se completam e vão desde a preparação e divisão do *corpus* até a interpretação crítica dos elementos linguístico-discursivos encontrados no discurso imagético-verbal, conforme o quadro-síntese a seguir:

Tabela 1 - Quadro-síntese das etapas metodológicas para análise do discurso imagético-verbal

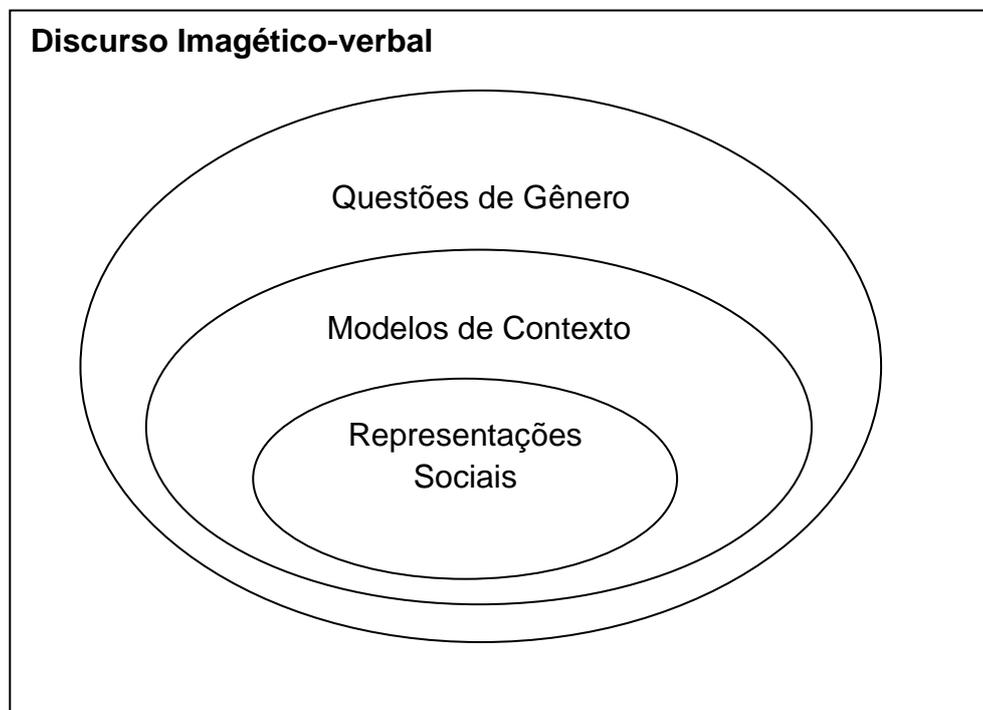
ETAPA METODOLÓGICA	PROCEDIMENTO (SUB-ETAPA)	OBJETIVO	QUESTÃO DE PESQUISA
Análise Sócio-histórica	Esta etapa apresenta de modo geral o contexto sócio-histórico-cultural de produção dos episódios analisados, sobretudo no que diz respeito às questões de gênero e aos espaços sociais ocupados pela mulher, bem como aos papéis sociais relacionados ao feminino. Por se tratar de discurso midiático brasileiro e com exibição no Brasil, conhecer o contexto de produção significa também apoderar-se do de recepção.		
Análise Formal ou Discursiva	Assistimos e decupamos cenas, dividindo-as em sequências narrativas, de modo a selecionar aquelas que ressaltem a participação de mulheres e a representação do gênero feminino, a fim de viabilizar a análise das categorias discursivas presentes no discurso imagético-verbal do seriado estudado, a saber: <i>Gênero, Modelos de Contexto e Representações Sociais</i> .	- Identificar e analisar quais as representações sociais explicitadas no discurso imagético-verbal do seriado analisado, considerando a relação ideológica entre este discurso e as questões de gênero;	- Como o discurso imagético-verbal do seriado <i>A Grande Família</i> constrói e veicula representações do gênero feminino, legitimando e/ou ressignificando certas práticas sociais, papéis sociais do feminino e constituição familiar?
	Com as cenas escolhidas, apontamos elementos (significantes plásticos e linguísticos) presentes no discurso imagético-verbal dessas cenas que nos permitiram analisá-lo considerando aspectos de sua exegese, propostos por van Dijk (1999), tais como: expressões linguísticas, aspectos suprasegmentais, ironia, vestuário, fotografia, entre outros;		- De que maneira o discurso imagético-verbal do seriado <i>A Grande Família</i> caracteriza o gênero feminino, de modo a gerar condições de uma identificação do espectador?
	Analisamos o <i>corpus</i> agrupando-o nas categorias discursivas estabelecidas de modo a fazer um estudo ideológico-discursivo de base linguística das sequências narrativas previamente estabelecidas, observando os traços ideológicos no discurso imagético-verbal no que se refere à representação do gênero feminino no seriado televisivo <i>A Grande Família</i> .	- Analisar como se dá no seriado televisivo em estudo a conformação das identidades de grupo;	
Ressignificação	- Reflexão em torno das categorias analisadas de modo a observarmos como se dá a relação entre discurso, ideologia e representação social no seriado televisivo, sobretudo no que tange a questão de gênero.	- Analisar como o discurso imagético-verbal constitui e legitima, no seriado televisivo brasileiro <i>A Grande Família</i> , no período compreendido entre 2001 e 2010, as representações do gênero feminino, bem como as ideologias de grupo sexista.	- Como diferentes posicionamentos sócio-ideológicos aceitos na conjuntura atual afetam a construção dos discursos e dos tipos sociais representados no discurso da série de TV <i>A Grande Família</i> , de modo a gerar uma identidade de gênero?
	- Síntese integrando o conteúdo das formas simbólicas do discurso imagético-verbal presentes no seriado estudado à análise de produção destas formas.	- Examinar a relação entre identidades de grupo e gênero nas representações legitimadas pelo discurso imagético-verbal do seriado televisivo <i>A Grande Família</i> , a partir da constituição das personagens e de sua tipificação.	- Como o discurso imagético-verbal constrói e explicita midiaticamente as identidades de gênero e os papéis sociais a elas relacionados e, por conseguinte, representações do gênero feminino no seriado televisivo <i>A Grande Família</i> ?

4.2.2.1 Categorias de análise

4.2.2.1.1 Categorias ideológico-discursivas

Para fins de análise discursiva, a partir da observação do *corpus*, estabelecemos três categorias, que juntas compõem o discurso imagético-verbal do seriado em questão e estão relacionadas a seu conteúdo, a saber: *Questões de Gênero*, *Modelos de Contexto* e *Representações Sociais*.

Figura 2 - Organização das Categorias Discursivas Presentes no Discurso do seriado *A Grande Família*.



Fonte: Elaborado pela autora

Essas categorias se constroem de forma gradativa, da mais geral a mais específica, de modo a acompanhar o fluxo da observação feita do discurso imagético-verbal do seriado *A Grande Família*, permitindo-nos que ao final da análise, na etapa da resignificação, sintetizemos quais elementos linguístico-discursivos constroem as representações do feminino na série, agrupando-os, conforme o conteúdo discursivo, em duas categorias sociais:

- *Papéis da Mulher*: o emprego dessa categoria permitiu problematizar os moldes sociais em que a mulher é enquadrada cultural e midiaticamente. Assim,

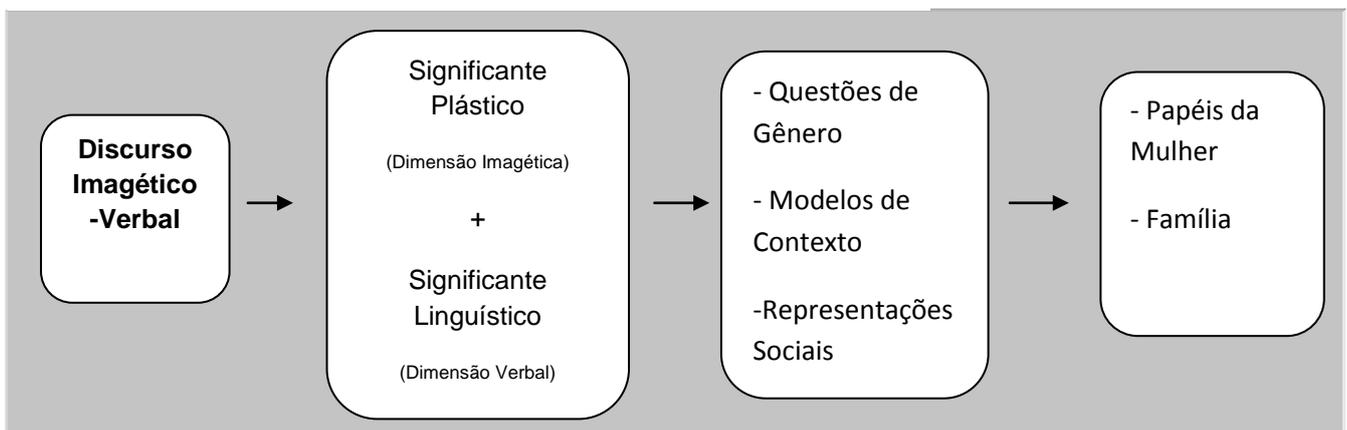
analisamos de que forma o discurso imagético-verbal do seriado abordava os papéis estabelecidos para a mulher na sociedade brasileira, suas formas de discutir essas questões, se rompia com essas questões, discutindo sobre a conquista de espaços pelas mulheres, as mudanças de paradigmas sociais com relação aos gêneros e uma isonomia social em relação às participações na vida pública e privada.

- *Família*: estabelecemos uma base de análise que tem como ponto de partida temas sociais e práticas de família. Um dos motivadores para o estabelecimento dessa categoria foi a heterogeneidade presente nesse conceito e que constantemente vem passando por reformulações em nível institucional, como é o caso dos novos parâmetros de formação familiar estabelecidos pelo IBGE que tem sido revistos com frequência, tendo por objetivo se adequar à grande variabilidade de constituições presentes na sociedade brasileira. O termo família que compõe o título do programa analisado, possui implícita uma forte carga de representação social e é uma categoria que agrega outras. Desta forma, está passível de se relacionar com a categoria social sobre os *Papéis da Mulher*, uma vez que se cruzam, por haver no conceito de família já uma pré-noção de papéis a serem ocupados pelos gêneros.

Em cada categoria de análise descrevemos a estrutura linguístico-discursiva (elementos discursivos, linguísticos, semióticos) que compõe o discurso imagético-verbal do seriado estudado, relacionando-a com o papel deste discurso na composição e veiculação de ideologias e representações sociais.

A seguir, apresentamos um organograma que sistematiza as categorias e subcategorias estabelecidas para nossa pesquisa:

Figura 3 - Síntese das categorias de análise



Fonte: Elaborada pela autora

Vale ressaltar que o quadro anterior remete à nossa concepção de discurso imagético-verbal como composto pelo entrelaçamento indissociável dos elementos linguísticos com os imagéticos (plásticos e sonoros). Ademais, as categorias de análise linguístico-discursiva e as sociais indicam etapas metodológicas diferentes, respectivamente, *Análise Formal ou Discursiva* e *Ressignificação*.

Em nossa análise consideramos igualmente, baseado no proposto por Joly (2007), Aumont (1993) e Metz (2004), os aspectos formais do discurso imagético-verbal. Para tanto, tomamos os **aspectos linguísticos** das estruturas do discurso estabelecidas por van Dijk (1999), a saber:

- Aspectos Fonéticos e Fonológicos: tom, volume, entonação (aspectos suprasegmentais), enfim, os sons que integram o discurso podendo sofrer alterações conforme a posição social do locutor, a opinião ou emoção expressadas, visto que muitas destas podem ser expressadas de maneira implícita por meio destes recursos;

- Aspectos Sintáticos (Estilísticos): formas oracionais, sua organização, que podem indicar a intenção do locutor de explicitar ou suprimir uma ideia ou opinião, além de denotar cortesia, formalidade, pertencimento a um grupo e polarização intergrupar;

- Aspectos Semânticos: significados e suas interpretações expressos por meio da coerência textual, proposições utilizadas, implícitos e explícitos do discurso;

Para a análise do imagético, retomamos os elementos da imagem mostrados por Aumont (1993), bem como os para análise fílmica apresentados por Metz (2004), e, dada a especificidade do discurso midiático/televisivo, estabelecemos os seguintes **aspectos imagéticos**:

- Componentes do plano: ângulo da filmagem e enquadramento, movimento de câmera, escala;

- Definição da imagem: composição plástica, fotografia, cores;

- Sequência narrativa: linear, *feedback*, *mise en abîme*;

- Componentes sonoros: voz *off*, fundo musical, trilha sonora;

- Ponto de vista: visual, narrativo;

- Personagens: figurino, penteado, maquiagem, postura, expressões corporais ou faciais.

Para viabilizar e sistematizar nossa análise do discurso imagético-verbal, propomos, baseado na análise estrutural do filme de Vanoye & Goliot-Lété (2008), o seguinte quadro:

Quadro 1 – Quadro de Constituintes do Discurso Imagético-verbal

Discurso imagético-verbal	
Identificação	
Temporada: Episódio: Título do episódio:	
Dimensão Imagética	Dimensão Verbal
<ul style="list-style-type: none"> - Cenário - Componentes do plano - Definição da imagem - Sequência narrativa - Componentes sonoros - Ponto de vista - Personagens 	<ul style="list-style-type: none"> - Falas das Personagens

Fonte: Elaborado pela autora

Para Vanoye & Goliot-Lété (idem), o processo analítico passa pelas etapas desconstrução-reconstrução-interpretação, que, se fizermos uma analogia correspondem quase que totalmente às etapas de nossa metodologia. A diferença da proposta dos autores e a que desenvolvemos está, sobretudo na última etapa, visto que nos preocupamos não apenas em interpretar os elementos do discurso, mas em ressignificar o discurso de modo a observar como constroem e partilham ideologias e representações sociais.

O quadro anterior nos permite descrever (decupar/desconstruir) as dimensões componentes do discurso analisado de modo a propiciar uma interpretação cuidadosa de como elas se imbricam e constituem as ideologias e representações sociais do feminino. Ressaltamos que, por conta de nosso corpus de pesquisa, o quadro está organizado com elementos identificáveis no gênero televisivo seriado,

contudo esse pode ser adaptado para análise de outros gêneros cujo discurso seja imagético-verbal.

As estruturas do discurso imagético-verbal, por nos permitirem um estudo detalhado de base estrutural, auxiliam na observação e análise das ideologias presentes, implícita ou explicitamente, no discurso do seriado *A Grande Família* daí a relevância de tomá-las como aspectos analisáveis, passíveis de ser descritos e interpretados quando necessário para identificar as representações sociais do feminino no referido discurso.

5 EPISÓDIO DE HOJE: A GRANDE FAMÍLIA

Quando estamos assistindo a um seriado, na maioria das vezes nos deixamos levar pela sua história, por suas cores, seus personagens. Chegamos a ignorar certos elementos ideológicos instaurados no discurso, tudo em nome do entretenimento e do momento lúdico a que nos permitimos. Contudo, quando nos propomos a realizar um estudo dos produtos midiáticos, sobretudo os televisivos, surgem diversos questionamentos, dentre eles, sobre os motivos de sua produção, de sua aceitação por parte de patrocinadores e público, do porque suas imagens e roteiros são daquela maneira, como seus personagens são apresentados, a escolha dos atores, as falas, as temáticas abordadas.

Enfim, analisar um produto midiático nos apresenta uma situação híbrida, uma vez que nos solicita um olhar de audiência, bem como uma percepção atenta e crítica, que pode não haver por parte do espectador, no que tange aos elementos constituintes daquele objeto. Particularmente em nosso caso, nos colocamos atentos ao contexto sócio-histórico de sua concepção e veiculação para que possamos, assim, estabelecer uma análise abordando os diversos elementos dessa rede complexa chamada produto midiático audiovisual.

Tendo o discurso imagético-verbal do seriado televisivo *A Grande Família* como objeto de investigação, nos cabe uma reflexão que vá além de seu contexto de produção e recepção de modo a observar a relevância deste para a Rede Globo e para o público brasileiro, justificando sua permanência por tanto tempo na grade fixa da emissora. A série, que começou em 2001 como um *remake* (refilmagem) em homenagem a uma série homônima produzida nos anos 1970²⁷, acabou caindo nas graças do público, emissora e patrocinadores, se estabelecendo na grade fixa de programação da Rede Globo de Televisão durante 14 anos. Essa duração, por si só, já nos impõe questões a serem discutidas ao longo desse trabalho, dentre elas, por exemplo, a que se questiona sobre as transformações pelas quais esse produto midiático passou durante o período em que foi ao ar.

Nossa análise propõe um estudo dos elementos sócio-histórico-discursivos que constroem representações sociais acerca do papel da mulher e da família dentro da obra *A Grande Família*. Para tanto, como dito no capítulo 3, as etapas metodológicas de nossa análise se baseiam nas propostas apresentadas pela

²⁷ <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/tvfolha/tv1803200111.htm>>, Acesso em: 04 abril 14.

Hermenêutica de Profundidade (THOMPSON, 1995). Assim, durante a análise do corpus, contextualizamos a sociedade e o meio de comunicação nos quais se insere o seriado analisado, de modo que possamos observar os fatos e as transformações sociais ocorridas no contexto de sua produção e recepção e se as representações do feminino no seriado acompanharam essas mudanças e de que modo. Dessa forma, evitamos repetições e retomadas de informações que certamente aconteceriam se separássemos a análise do contexto do discurso.

Contudo, por entendermos que dentro da narrativa seriada cada temporada é um produto midiático em si compondo o todo do seriado e, sobretudo, em *A Grande Família*, que usa os acontecimentos sócio-históricos do país como tema anual das temporadas, não faremos uma introdução apresentando esses aspectos deslocados da análise. Inicialmente nos deteremos na apresentação das personagens e dos espaços/cenários nos quais se desenrola a maior parte das cenas do seriado e no decorrer da análise o mote de cada temporada, quando relevante, será abordado.

5.1 Pirraça pai, pirraça mãe, pirraça filha...

O ano era 2001. Um novo século se inicia, o tão afamado e aguardado século das transformações sociais e inovações tecnológicas chega com racionamento de água e energia para evitar o *apagão* no Brasil. Na política, escândalos como o da adulteração do painel do Senado Federal, renúncias de mandatos, cassações políticas. No mundo, crise na Argentina e a tragédia do World Trade Center em 11 de setembro.

Na mídia, o brasileiro conhece uma televisão que se propõe mais próxima do telespectador, com o programa *Casa dos Artistas* da emissora SBT. Sucesso de audiência, a produção feita com artistas confinados em uma casa sendo filmados o tempo inteiro afirma mostrar o real construído ao vivo, e não mais apenas o retrato da realidade.

Em meio a esses acontecimentos, que serão usados como assuntos para os episódios, estreia no dia 29 de março *A Grande Família* cujas personagens fixas são:

Família Silva

Figura 4 – Dona Nenê



Fonte: A Grande Família (2008).

Nenê (Marieta Severo), mãe de família e dona de casa dedicada, que sempre faz o possível para agradar aos filhos, marido, pai, genro e aos amigos, vizinhos e apazigua as divergências entre eles.

Figura 5 – Lineu Silva

Lineu (Marco Nanini), pai da família Silva, funcionário público e cidadão íntegro, cumpridor de seus deveres. Aparentemente rígido com os filhos, mas ao final complacente realiza todas as suas vontades.



Fonte: A Grande Família (2008).

Figura 6 – Maria Isabel



Fonte: A Grande Família (2008).

Bebel (Guta Stressen), jovem mimada, que, embora casada, vive com o marido na casa dos pais. Contudo, está sempre buscando uma forma de parecer independente e moderna que vai desde trabalhar na pastelaria do bairro até administrar os negócios do marido quando este é preso.

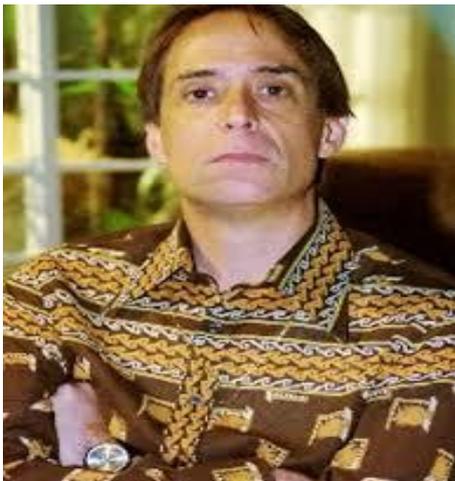
Figura 7 – Tuco



Fonte: A Grande Família (2001).

Tuco (Lúcio Mauro Filho), primogênito dos Silva, jovem preguiçoso e sustentado pelos pais. O rapaz não tem profissão e sempre que surge uma ocupação logo dá um jeito de dispensá-la.

Figura 8 – Agostinho



Fonte: A Grande Família (2008).

Agostinho²⁸ (Pedro Cardoso), marido de Bebel, vive com recursos financeiros dos sogros e tenta constantemente obter vantagens das pessoas.

²⁸ Uma característica preponderante nesta personagem é o figurino, com roupas que remetem aos anos 1970 como calça de boca de sino e blusas bem coloridas e com imagens geométricas. Ressaltamos que por mais que a personagem se modifique ao longo do seriado, sendo pai de família e empresário, o figurino continua na mesma linha retrô apenas ganhando alguns acessórios e peças que indicam certa ascensão social, tais como correntes de ouro, terno, relógio dourado.

Figura 9 – Seu Flor

Seu Floriano (Rogério Cardoso), Seu Flor, pai da Nenê. Aposentado, vive com a filha e dorme no sofá por não ter cama e quartos suficientes para todos. Com um toque de ironia em suas falas, traz à tona a questão do idoso que vai morar com a família e, apesar de ser querido e amado, não encontra espaço para ele em suas vidas.



Fonte: A Grande Família (2001).

Vizinhos e Amigos da Família Silva

Figura 10 – Beiçola



Beiçola (Marcos Oliveira), advogado, dono da pastelaria do bairro e avarento. Solitário já desde o início do seriado demonstra estar apaixonado por Nenê e por várias temporadas age com o intuito de separá-la do marido e poder concretizar seu desejo de se relacionar com ela. Nas últimas temporadas o foco da personagem passa a ser fazer parte dessa família, mesmo como amigo.

Fonte: A Grande Família (2006).

Marilda (Andréa Beltrão), dona do salão de beleza do bairro e melhor amiga de Nenê. Solteira e independente tem muitos pretendentes com os quais não mantém relacionamentos estáveis e duradouros.

Figura 11 – Marilda



Fonte: A Grande Família (2006).

Figura 12 – Paulão



Fonte: A Grande Família (2010).

Paulão da Regulagem (Evandro Mesquita), mecânico de automóveis e sócio da empresa de táxi de Agostinho. É disléxico, por isso troca as palavras ou letras, o que pela estereotipação dá um tom humorado à personagem. Com seu jeito conquistador costuma atrair as mulheres, mas não consegue ter a exclusividade de Marilda, por quem é apaixonado.

Abigail (Márcia Manfredini), empresária e secretária-mor da associação de moradores do bairro. Invejosa e arrogante rivaliza com Nenê e critica a conduta dos vizinhos, exceto de Beizola, por quem se apaixona e chega a namorar por um tempo.

Figura 13 – Dona Abigail



Fonte: A Grande Família (2010).

Cenários²⁹

Por se tratar de um seriado com locação específica, há alguns poucos cenários fixos onde a maioria das cenas acontece e, esporadicamente, as personagens aparecem em outros cenários. Nos episódios que compõem nosso corpus, alguns cenários diferentes aparecem devido à saída da família para comemorar o dia das mães com um almoço no restaurante *Petisco da Velha* ou no *Pagodão da Mamãe*. Neste momento, caracterizaremos os cenários fixos. Os outros cenários utilizados serão descritos e destacados quando de sua aparição.

²⁹ Denominamos cenários todos os espaços, ambientes e locações onde são gravadas as cenas de uma produção audiovisual.

- Casa dos Silva

Figura 14 - Foto da Casa da Família Silva



Fonte: A Grande Família (2005).

Nos diferentes ambientes desta casa se desenvolve grande parte das histórias do seriado *A Grande Família*. Em termos de cenário, é possível dizer que a casa é materialização espacial das ações dos personagens, funcionando como eixo para a construção das abordagens de relações familiares, e também para o binômio casa-rua presente nos episódios. A sala serve de cama para Seu Floriano nas primeiras temporadas, mas também para conversas sobre os problemas e dilemas familiares e pessoais, além de ser um refúgio para assistir televisão. Nos quartos figura o espaço da intimidade, onde são discutidas as relações e planos dos casais. Na cozinha, reduto de Dona Nenê, há uma síntese do *coração* da casa, por ser um espaço de acolhimento dos familiares, amigos e visitantes. É lá que são preparadas as refeições que alimentam a todos que se reúnem à mesa na sala de jantar. E também é na cozinha que surgem temas polêmicos, pontos de virada de ação na série, discórdias, mas principalmente as conciliações e confraternizações.

Figura 15 - Foto da Sala da Casa dos Silva (2010)



Fonte: A Grande Família (2010).

Neste cenário, seguindo a linha de caracterização das personagens, nos chama atenção o estilo dos anos 1970-80 que impera na decoração. Os elementos de decoração combinam peças mais atuais com objetos da época em que Lineu e Nenê se casaram. Uma casa simples do subúrbio carioca, em que há grandes destaques visuais como azulejos decorados e móveis coloridos da cozinha, muitas cortinas de tecido florido espalhadas pelas janelas basculantes e sua harmonização com poltronas, móveis e almofadas no mesmo padrão. As portas são feitas de vidro jateado em formato de vitral com armação em ferro, numa inspiração art déco. A mesa redonda da sala de jantar se combina a detalhes dispersos cuidadosamente pelos cenários, a exemplo do pinguim de geladeira, os copos de vidro pintados com motivos florais e, principalmente, a jarra laranja e verde em formato de abacaxi que se tornou ícone da série.

Esses cenários, assim como o bairro e seus moradores, tem sua decoração progressivamente modificada com o passar das temporadas, se adequando tanto ao tempo cronológico (século XXI) em que a trama acontece quanto ao padrão de vida da família Silva.

Figura 16 - Foto da Casa dos Silva (2013/2014)



Fonte: A Grande Família (2013).

Ao longo dos 14 anos de seriado, a casa, paulatinamente, vai ganhando um aspecto mais moderno, como a mudança da mesa redonda por uma mesa retangular e painéis em madeira escura, papel de parede em ambientes como sala de jantar e quarto do casal, iluminação decorativa (arandelas, por exemplo), cortinas claras sem desenhos e taças de vidro. Mas também, e principalmente, mantem traços retrôs imprescindíveis por serem ícones de *A Grande Família* e por serem verdadeiros símbolos kitsch, como os azulejos da cozinha, a jarra de abacaxi e o pinguim de geladeira.

- Pastelaria do Beiçola

Lanchonete da rua onde as personagens jogam sinuca, tomam cerveja, lancham, discutem e se entendem. Construído de forma a remeter a um boteco com balcão, paredes revestidas com azulejos, expositor com os pastéis, prateleiras com garrafas de bebidas, sinuca e cartazes.

- Casa de Bebel e Agostinho

O casal Bebel e Agostinho começa a série morando na residência dos Silva. Com o passar das temporadas, eles acabam se mudando para viver ao lado da casa

dos Silva. Esse imóvel é alugado e de propriedade de Beiçola, pequeno e com o mesmo estilo retrô da casa dos pais de Bebel, principalmente no mobiliário, visto que não há muita riqueza de detalhes decorativos.

Feitas as necessárias apresentações e contextualizações vale ressaltar que, muito embora o contexto sócio-histórico nacional seja tomado pelos roteiristas como mote, na primeira temporada o tema principal do seriado será a família Silva com o intuito de apresentar as personagens e espaços e torná-los familiares aos telespectadores. Serão comuns cenas de Agostinho na pastelaria do Beiçola, Lineu argumentando sobre a postura de Tuco e Agostinho, e Nenê resolvendo os dilemas familiares.

5.2 Essa família é muito unida...

O ano era 2001, nem bem havíamos encerrado a leva de discussões sobre a virada do milênio e a escola de samba vencedora do carnaval quando a programação da Rede Globo de Televisão anunciava o começo de uma nova aposta de formato de programa para aquela temporada. Tudo bem, uma aposta nem tão nova assim, mas que, inserida num cenário que valorizava quase que exclusivamente as narrativas teledramatúrgicas, aparecia como um produto diferenciado.

Com sua trilha sonora embalada em ritmo de samba e sua estética colorida kitsch, *A Grande Família* começava a se inserir como outra opção de produção seriada televisiva nacional de sucesso. Com episódios ocupando uma janela de exibição de 30 minutos no horário nobre da emissora, o programa apresentava aquilo que aos moldes televisivos se considerava a típica família de subúrbio do Brasil da época. Família essa composta por um pai funcionário público, uma mãe dona de casa, dois filhos crescidos e alguns agregados. Moradores de um bairro suburbano que interagem com sua vizinhança e estabelecem não somente a noção de família restrita às paredes de seu imóvel próprio, mas estendem essas relações para os arredores de sua vizinhança. A família em sua intimidade e alteridade, em seu cuidado com o bem estar do outro. Um modelo.

Dentro desse modelo de família, observamos ao longo de 14 temporadas as variações, alterações, reelaborações e transformações pelas quais os diversos personagens e abordagens de temas passaram. Os motivos dessas variantes dizem respeito a questões cronológicas, questões sociais, políticas, ideológicas, a questões de produção, questões profissionais, questões técnicas. Atentamos, assim, para algo que permeará a análise que se segue: forma e conteúdo atuando conjuntamente em regime de confluência e interferência para se chegar ao produto apresentado ao público.

Dessa maneira, nos interessa abordar alguns pontos que, a nosso ver, estão imbricados, a saber: as questões de gênero, os modelos de contexto e as representações sociais. Como bem estabelecemos na metodologia, observamos suas implicações em discurso e forma.

5.2.1 A construção do discurso imagético-verbal em A Grande Família

Joly (2007) propõe uma metodologia para analisar as mensagens implícitas das imagens, compreendendo-as como um conjunto de significantes (plásticos e linguísticos) indissociáveis, que precisam ser estudados como unidade sob pena de comprometer-se o entendimento da mensagem da imagem³⁰.

Deste modo, para nossa análise do discurso imagético-verbal, como apresentamos no capítulo 2, propomos uma metodologia que toma como ponto de partida a concepção desse discurso como unidade (JOLY, 2007) constituída por múltiplos componentes (plásticos, linguísticos), estabelecemos categorias discursivas para análise e em seu desenvolvimento enfatizaremos os tópicos *família* e *papéis da mulher*, categorias sociais estabelecidas a partir do conteúdo veiculado pelo discurso em questão.

No que se refere à estrutura do discurso imagético-verbal, consideramos os aspectos linguístico-discursivos, elencados por van Dijk (2006), bem como os aspectos imagéticos apontados por Metz (2004) e Aumont (1993), embora não nos detenhamos na descrição e análise de todos, mas apenas nos que se apresentarem relevantes aos objetivos de nossa investigação.

³⁰ Para maiores detalhes sobre a metodologia proposta por Joly (2007), ver os capítulos 3 e 4 desta tese.

Em nosso exercício analítico, faremos um passeio ora descritivo ora analítico-interpretativista de modo a situar o leitor tanto no seriado quanto em nosso corpus e evitando dividir o trabalho em blocos estanques.

Partiremos do que consideramos ser a categoria analítica mais geral, *Questões de gênero*, e especificaremos mais a cada categoria, formando, desta maneira, conjuntos com suas partes interligadas, pois acreditamos que as categorias aqui estabelecidas apresentam intercessão entre si e remetem ao processo de ancoragem das *representações sociais* (nossa última categoria).

As imagens que compõe as temporadas de *A Grande Família* trazem consigo um traço estético recorrente e que preferimos aqui detalhar de antemão, uma vez que se repetirão por quase toda a série. Em audiovisual, quando se fala sobre escolhas fotográficas, se fala mais apropriadamente sobre os tipos de iluminação utilizados, as paletas de cores, os filtros de textura, os enquadramentos de cena e angulações. Essas opções terão um grande impacto estético na produção, uma vez que irão compor a identidade do produto e estabelecer correlações simbólicas entre forma, conteúdo e espectador. Daí trazermos tais detalhamentos sob a alcunha de definições da imagem.

Em *A Grande Família*, o primeiro ponto a chamar nossa atenção para a composição visual do quadro é a própria abertura da série, que, ao longo das temporadas, é composta em miscelânea de formas e cores, com padrões intercalados de imagens e uma grande movimentação. A abertura se vale de recursos como colagens, animações, *stop motions* que remetem à ideia de multiplicidade, mas numa composição complementar, numa referência às próprias personagens da série, que encorpam arquétipos diversos dos universos narrativos. Por isso os títulos dos episódios e a abertura podem ser entendidos como elementos contextualizadores. Balogh (2002, p.71), ao falar sobre as aberturas e encerramentos dos episódios das produções televisivas, afirma que

Nos produtos audiovisuais construídos por materiais e linguagens heterogêneas (semióticas sincréticas), como é óbvio, o discurso será construído pela representação imagética e sonora e pela própria denominação. As vinhetas de abertura serão parte dessa moldura contextualizadora do relato.

São elementos importantes tanto para os gêneros ficcionais quanto para estabelecer com o espectador uma relação de intimidade, permitindo que ele

perceba um fim no episódio ao invés de seu término abrupto. No caso do seriado analisado temos a abertura com praticamente a mesma configuração da cena de encerramento, visto que temos imagens da família reunida ou à mesa ou diante da televisão.

Quanto ao padrão dos enquadramentos, há uma predominância pelos planos médios e próximos, recurso que segue o padrão da imagem televisiva, que opta por priorizar a imagem das personagens da cintura para cima. Esse tipo de plano é bastante explorado na série, compondo a grande maioria das cenas. Outros enquadramentos explorados, mas em menor quantidade, são os planos gerais com uma finalidade locativo-geográfica.

Eles são usados para situar o telespectador com relação aos locais de desenvolvimento da ação, mostrando fachadas de casas, estabelecimentos ou prologamento do espaço da rua. Os enquadramentos utilizados na série como um todo tem por objetivo permitir uma visualização mais clara dos elementos de cena, uma vez que se pressupõe que os televisores possuem ecrãs de dimensões reduzidas. Assim, essa escolha tende a direcionar o olhar para a cena e aproximar o telespectador do que está acontecendo.

Assim como os enquadramentos, as movimentações de câmera são simples, básicas em sentidos horizontais para o acompanhamento de falas de personagens e movimentações dentro do quadro. São perceptíveis os usos constantes de panorâmicas no eixo horizontal do quadro e travellings de acompanhamento dos personagens, ou seja, quando a estrutura da câmera é movimentada dentro do espaço de cena. Aqui também é possível dizer que a opção por não utilizar uma movimentação de câmera mais dinâmica e fluida se deve pela própria natureza televisiva da obra. Esses recursos se aplicam às produções para televisão de modo geral, e, por isso, no discurso imagético-verbal do seriado *A Grande Família*.

A iluminação usada é homogênea, que tem por meta aproximar-se de um ambiente ensolarado, em que há luz incidindo de maneira uniforme pelos diversos pontos dos cenários e personagens. É uma iluminação difusa, sem grandes contrastes de claros e sombras nem variações nas temperaturas de cor, que busca certa uniformidade, uma aproximação do branco. A saber: luz com tons mais avermelhados indicam temperaturas mais quentes, luz com tons azulados indicam temperaturas mais frias. É possível afirmar que tais opções se adequam com a

sintaxe visual que o meio impõe e se justificam dentro da proposta da série, que não tem como meta o rompimento com o padrão visual vigente.

Se falta ousadia e inventividade no aspecto técnico essencial da composição do quadro, isso é compensado, contudo, na direção de arte e figurino, na paleta de cores explorada, na caracterização dos personagens. De um modo geral, a paleta de cores trabalhada na série é viva e vibrante, que explora muitas tonalidades complementares e o uso de estampas e mesclas.

Há uma opção pela ênfase dos elementos caricaturais das personagens, como uma forma de criar um contraste com a aparência cotidiana dos subúrbios. As personagens têm cartelas de cores e estampas próprias, que criam uma identidade visual comunicativa de seus comportamentos e arcos narrativos. Como exemplo disso podemos citar a personagem Marilda (Andréa Beltrão) que tem como traço a personalidade forte e ousada, com uma sensualidade inerente e uma autoestima pujante. Suas roupas são sempre estampadas e o uso de tons fortes como vermelho vivo e verde intenso são recorrentes. A personagem carrega consigo toda uma coleção de acessórios tais como pulseiras, brincos, colares, bolsas, cintos e sapatos nos mesmos tons e estampas das suas roupas.

Tendo em vista que “a mídia é estruturadora de percepções e cognições, funcionando como uma espécie de agenda coletiva (SODRÉ, 2011, p. 26), passamos à análise de como se constrói no discurso imagético-verbal do seriado *A Grande Família* as representações sociais do feminino.

5.2.1.1 Questões de Gênero

Ao falarmos de questões de gênero é preciso que se estabeleça a diferença entre assuntos relacionados à mulher e os assuntos relacionados às questões de gênero, motivo que nos faz estabelecer a última como uma categoria.

Aqui analisaremos de que maneira as questões relacionadas ao feminino e ao masculino são abordadas, não necessariamente havendo correspondência quanto ao sexo e à representação homem ou mulher. Ao observarmos as questões de gênero, verificaremos de que forma os gêneros são definidos, abordados, classificados e até mesmo como o espaço discursivo se organiza quanto a essas questões.

Algumas situações no seriado trazem à tona questões de gênero, não somente masculino e feminino, mas tocam na diversidade e sua aceitação pelas famílias.

Um exemplo disso, mesmo que caricato, aparece no episódio *A melhor mãe do mundo* (5ª Temporada - 2005), quando Bebel, por não conseguir engravidar, decide criar um cachorro e chamá-lo de filho. Agostinho, o pai, ao voltar com o ‘filho’ de um passeio na praça mostra-se revoltado pelo fato deste ter cheirado outro macho e ameaça dar cintadas no animal para que “aprenda a ser homem”, sendo repreendido por Bebel:

Quadro 2 – Sequência Narrativa 1

Discurso imagético-verbal	
Identificação	
<p>Temporada: 5ª Temporada - 2005</p> <p>Episódio: 04/2005</p> <p>Título do episódio: A melhor mãe do mundo</p>	
Dimensão Imagética	Dimensão Verbal
<p>Cenário: Em frente a casa de Agostinho e Bebel, na rua.</p> <p>Componentes do plano:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Plano aberto frontal <p>Sequência narrativa:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Narrativa linear <p>Componentes sonoros:</p> <p>Ponto de vista:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Narrador observador <p>Personagens:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Agostinho: camisa, calça e sapato social. - Bebel: Minisaia, camiseta e colete de algodão, sandália de plástico com plataforma. 	<p>Bebel: Ôh, Agostinho, você sabe como a mamãe fica no dia de hoje, vamos logo, <u>se não ela vai nos matar!</u></p> <p>Agostinho: Quem vai matar alguém aqui sou eu e vai ser esse cachorro safado.</p> <p>Bebel: Você tá falando do nosso filho, Agostinho?!</p> <p>Agostinho: Não, Bebel, filho meu não faz o que ele fez na praça.</p> <p>Bebel: Muita calma aí, quê que aconteceu?</p> <p>Agostinho: Bebel, eu soltei o cachorro, num é normal isso?! Quando eu vejo, ele tá se atracando com outro cachorro macho, Bebel!</p> <p>Bebel: Só isso?!</p> <p>Agostinho: Que é isso?! Teu filho tem um ataque de pederastia na praça e você fala só isso?!</p> <p>Bebel: Agostinho, num é isso não. É que o Juninho, né, Juninho, ele gosta de sair por aí farejando tudo.</p> <p>Agostinho: Farejando?! Ele tava atracado...você me desculpe, mas ele vai ter que levar uma surra de cinto que é pra aprender a ser homem. <i>(tira o cinto da cintura)</i></p> <p>Bebel: Que é isso, Agostinho?! Isso nunca, nunca. Quê que é, você quer estragar o meu primeiro dia das mães espancando nosso próprio filho?!</p> <p>Agostinho: Eu não tenho filho homossexual. Vem cachorro, vamos aprender a ser... <i>(levantando o cinto como se fosse bater)</i></p> <p>Bebel: Escuta aqui, se levantar a mão pro meu filho, eu é que vou te dar uma surra. Vem, Juninho, vem com a mamãe. Ele não é gay, ele é muito macho. Vem meu machão...</p>

Fonte: A Grande Família (2005).

Nesta cena, podemos ressaltar o léxico utilizado por Agostinho para se referir à homossexualidade, como a seleção e o uso de palavras tais como *pederastia*, *safado*, que remetem a uma conduta negativa e que por isso deve ser punida e corrigida. Há também a recusa em aceitar ter um filho homossexual e a ênfase em que se aprende a ser homem, ou seja, a não se aproximar fisicamente de outro “macho”, ainda que para isso se use de violência.

A cena suscita discussões acerca de questões de gênero e de diversidade sexual. Contudo, cabe aqui observar que, ao final dessa cena, a fala da personagem Bebel corrobora para a ênfase de um modelo de contexto e representação social do ser homem, ou melhor, “macho”, que não aceita a homossexualidade e a nega, inclusive, ao utilizar o aumentativo “machão” como forma de reafirmar a representação.

O propósito de questionamento apresentado no começo do episódio é mitigado pelo discurso de reforço do status quo e reiterando os modos de abordagem midiática padrões para o tema: recorrer ao jocoso a fim de descaracterizar qualquer empoderamento possível nos discursos. Importante ressaltar que esse episódio data de 2005, momento em que o país iniciava uma discussão mais ampla em torno das questões de gênero e de representatividade homoafetiva nos contextos midiáticos, havendo, contudo, um grande tabu em relação aos modos de lidar com essas temáticas.

Esse repúdio à diversidade sexual será retomado em diversos momentos do seriado, sobretudo pela personagem Agostinho, que está construída de modo a retratar o homem de subúrbio com modelos sociais e políticos ancorados em ideologias machistas, capitalistas e com o reforço do papel de superioridade do patriarcado. Com frequência Agostinho expressa verbalmente o que significa ser homem e qual a posição da mulher para ele, embora no desenrolar do seriado algumas vezes suas atitudes demonstrem o contrário do que fala. Na dimensão imagética, Agostinho tem seu figurino composto por calça, sapato social, camisas estampadas de seda, com estampas de animais em dias de festa, e com pulseiras e cordões largos ao pescoço, a personificação do malandro, o conquistador das mulheres, que se vale desses elementos visuais incomuns, tidos por ele como sofisticados, como modo de se destacar socialmente. Essa visão da personagem

sobre sua construção não deixa de ser estereotipada, pois seria como o próprio malandro.

Essa construção imagética de Agostinho se contrapõe com a caracterização de sua mulher Bebel no começo da série, com roupas curtas e justas e acessórios típicos de adolescente, complementando seus gestos exagerados e voz esganiçada. Essa construção visual de Bebel remete à infantilização feminina nos modelos de representação audiovisual sobre os quais fala Mulvey (2011). Essa perspectiva infantil do gênero feminino a partir da personagem Bebel não acontece apenas na sua representação em relação ao seu marido Agostinho. Acontece ainda na interação com a personagem Lineu e mesmo com a personagem Tuco que, apesar de ser mais novo que a irmã, acredita ter autoridade para repreendê-la e direcioná-la em algumas situações.

A visão machista e autoritária de Agostinho fica explícita com certa frequência ao longo do seriado. Na primeira temporada, mesmo morando com os sogros e desempregado, ele se mostra insatisfeito por Bebel querer trabalhar fora, como observamos na sequência narrativa 2 apresentada a seguir.

Na discussão entre o casal, os pronomes possessivos são usados pelo marido na tentativa de impor opinião e autoridade sobre sua mulher. Ao falar que a “**minha** mulher não trabalha na pastelaria”, Agostinho a coloca na condição de objeto, com um proprietário que só a reconhece como “**sua** mulher”, aquela que cumpre com a afirmação. No entanto, Bebel em sua resposta se exclui desse universo apropriativo do marido. Ela faz uso do mesmo recurso retórico que ele, mas com o objetivo de desconstrução de sentido originalmente apresentado, pois utiliza o movimento semântico da ressalva que van Dijk (2008b) denomina *negação aparente*. Ao afirmar que “a **sua mulher** pode não trabalhar, **mas eu** trabalho”, Bebel nega conhecer a informação e, com a conjunção adversativa **mas** e a ênfase no pronome pessoal **eu**, demonstra não compartilhar da ideologia do marido.

Agostinho busca ainda dois últimos recursos retóricos verbais na tentativa de dissuadir a mulher. Um deles é a *empatia aparente* (VAN DIJK, 2008b), ao afirmar que ela merece um emprego melhor, com mais status na intenção de denegrir o trabalho na pastelaria. O outro recurso, que denominaremos de *comparação*, acontece no momento em que toma a figura da mãe Nenê como referência de postura feminina a ser seguida.

Quadro 3 - Sequência Narrativa 2

Discurso imagético-verbal	
Identificação	
<p>Temporada: 1ª Temporada – 2001</p> <p>Episódio: 06/2001</p> <p>Título do episódio: Todo dia ela faz tudo sempre igual</p>	
Dimensão Imagética	Dimensão Verbal
<p>Componentes do plano:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Em plano aberto, os homens da família sentados à mesa tomando café, Nenê de pé servindo a todos; - Em plano médio, alternância de câmera entre Beißola, Bebel e os personagens que interagem com eles; <p>Sequência narrativa:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Narrativa linear. <p>Componentes sonoros:</p> <p>Ponto de vista:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Narrador observador <p>Personagens:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nenê veste calça e camiseta de algodão em tons alaranjados, chinela rasteira. - Lineu veste calça e camisa social; - Tuco, Agostinho e Seu Flor camisa e bermuda de algodão; - Bebel usa vestido vermelho, cabelo penteado, maquiagem, mochila pequena nas costas, óculos de sol redondos, bracelete no meio do braço e sapatos de salto alto tipo Melissa. 	<p>[...]</p> <p>Beißola: Não, D. Nenê, eu vim aqui cobrar é da sua filha.</p> <p>Lineu: Que é isso, Bebel, você tá dando calote no Beißola que nem Seu Flor?!</p> <p>Seu Flor: Que nem Seu Flor não que eu não dei calote em ninguém.</p> <p>Bebel: Não, não é isso, pai, é que eu vou trabalhar na pastelaria do Beißola.</p> <p>Lineu: Vai trabalhar?!</p> <p>Bebel: Começo hoje...</p> <p>Beißola: Começa hoje e já tá atrasada...</p> <p>Nenê: Bebel...você vai trabalhar...</p> <p>Agostinho: Peraí que deve tá havendo um mal entendido aí, a <u>minha mulher</u> não trabalha em pastelaria de quinta categoria.</p> <p>Bebel: Olha aqui, a <u>sua mulher</u> pode não trabalhar, mas <u>eu</u> trabalho. Eu sei que não é assim um emprego assim... glamoroso, mas eu tô cansada de não fazer nada.</p> <p>Lineu: Minha filha, eu admiro muito a sua iniciativa, mas, francamente, trabalhar <i>pro</i> Beißola...</p> <p>Bebel: Mas papai eu vou trabalhar no caixa, <i>poxa</i>, um cargo de confiança.</p> <p>Seu Flor: Eu não tenho a menor confiança no Beißola, vou ter confiança num cargo desse.... (<i>risos</i>)</p> <p>Tuco: Aí, Bebel, eu te dou a maior força, aí, até porque você trabalhando lá no Beißola vai estourar aquilo de vez e eu num vou mais precisar comer aquela porcaria. (<i>risos</i>)</p> <p>Nenê: Ai, gente, pelo amor de Deus, a Bebel pode trabalhar onde ela quiser mesmo que seja numa pastelaria que nem a do Beißola.</p> <p>Beißola: Obrigado, D. Nenê, a senhora sempre gentil, sempre educada... Bebel, vamos que a pastelaria já devia tá funcionando.</p> <p>Agostinho: (<i>segurando o braço de Bebel</i>) Bebel, você não vai, numa boa, você não vai...</p> <p>Bebel: Eu vou e tá acabado, Agostinho! Beißola tá me esperando, me solta!</p> <p>Agostinho: Bebel, seguinte, eu acho que você é uma mulher que foi feita <i>pra</i> trabalhar numa coisa bacana, entendeu?! Numa empresa grande, sei lá, bilíngue, como empresária, numa coisa assim <i>high</i>, e não essa coisa assim de uma pastelaria de bairro, você tá entendendo?!</p> <p>Bebel: Agostinho, você é contra o trabalho, sua opinião não conta.</p>

Fonte: A Grande Família (2001).

Além da dimensão verbal, há a imagética com o close up da câmera nas personagens que discutem aos gritos. Em plano médio horizontal, vemos o olhar desafiador de Bebel e os gestos de ambos, sobretudo do marido que tenta dissuadi-la da decisão de trabalhar fora. A cena segue e o plano médio da câmera mostra Agostinho agarrando a mulher pelo braço e dizendo: “você não vai, numa boa, você não vai”. Aqui, atitude e discurso se contradizem aparentemente, mas tem como propósito se complementar para que o marido alcance seu objetivo e vença a discussão. Ao mesmo tempo em que usa da força para evitar que a mulher saia, segurando seu braço, ele modula o tom da voz, abrandando-o, para demonstrar que é “numa boa” que ela deixará de ir trabalhar.

Vale ressaltar que por vezes Agostinho, quando se sente contrariado por algo relacionado à mulher, inicia a conversar com ela fazendo exigências, com tom de voz alterado (às vezes com gritos), mas, ao perceber que não consegue convencê-la ou vencê-la, muda de estratégia e modula a voz, a acaricia e até passa a balbuciar as palavras.

No mesmo episódio podemos encontrar questões de gênero também no discurso do pai da família Silva.

Quadro 4 - Sequência Narrativa 3

Discurso imagético-verbal	
Identificação	
<p>Temporada: 1ª Temporada – 2001</p> <p>Episódio: 06/2001</p> <p>Título do episódio: Todo dia ela faz tudo sempre igual</p>	
Dimensão Imagética	Dimensão Verbal
<p>Componentes do plano:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Em plano médio frontal, ao pé da porta do banheiro, Lineu, Tuco e Seu Flor. - Close up em Nenê na porta do banheiro e caminhando, deixando os demais em segundo plano. - Em primeiro plano Nenê e Lineu conversam e em segundo plano a família os observa. <p>Sequência narrativa:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Narrativa linear, seguindo o padrão clássico romanesco com começo, meio e fim. <p>Componentes sonoros:</p> <p>Ponto de vista:</p>	<p>[...]</p> <p>Lineu: De modo que <u>eu só deixo se</u> você me disser que emprego é esse.</p> <p>Nenê: De modo que <u>eu não pedi o seu consentimento</u>. E olha aqui, <u>Seu Lineu</u>, o <u>senhor não</u> pode falar não, <u>tá?!</u>, que o <u>senhor</u> também dá muito mais atenção ao trabalho que a família.</p> <p>Lineu: Mas quem é que vai cuidar da casa, Nenê? Quem é que vai lavar essa louça toda em apenas um minuto e meio de torneira aberta?</p> <p>Nenê: Mas é isso, Lineu, eu não posso viver pensando que se eu não limpar a casa a casa vira uma bagunça, se eu não lavo os pratos os pratos ficam uma sujeira, entendeu?! Ai, <u>eu preciso de mais espaço pra mim</u>, Lineu.</p>

<p>- Narrador observador</p> <p>Personagens:</p> <p>- Lineu, Tuco, Seu Flor e Agostinho usam pijamas e roupas de dormir (camisas de algodão e bermuda);</p> <p>- Nenê usa vestido preto de alça, sandália de salto médio, tiara no cabelo e maquiagem.</p>	<p>Lineu: <i>Pra quê você quer espaço, Nenê, a cozinha não é tão pequena assim...</i></p> <p>(<i>Nenê sai</i>)</p> <p>Lineu: Quem é que vai lavar essa louça agora?</p>
---	---

Fonte: A Grande Família (2001).

No dia seguinte à cena anterior, a sequência narrativa se inicia da mesma maneira. Plano médio frontal, à porta do banheiro os homens da casa reclamam pela demora de Bebel em sair, *tudo sempre igual*. A diferença reside no fato de que quem estava se arrumando era Nenê, que havia decidido começar a trabalhar fora, que não queria mais a *vida simples* de dona de casa. Sua convicção e satisfação são percebidas, com câmera em close up no rosto, pelo seu olhar ao horizonte, postura ereta e respiração profunda ao sair do banheiro e passar em meio aos homens perfilados como em um pelotão, que a observam boquiabertos.

Faz-se necessário destacar que por diversas vezes na série, não apenas no episódio em questão, os arcos narrativos que tratam da questão de gênero irão se valer do uso do mundo do trabalho como um ponto de construção discursiva. A casa e os serviços domésticos são trabalhados como uma opção menor, mais segura e recorrentemente atribuída ao gênero feminino, seja ocupada por homens ou mulheres. Já o mundo exterior é tido como um universo a ser desbravado e por isso deve ser ocupado pelo gênero masculino, que figura como um núcleo mais forte dentro dessa composição discursiva.

Frame 2 - Nenê saindo para trabalhar (2001)



Fonte: A Grande Família (2001).

Ao saber das intenções de Nenê, Lineu exige informações sobre o emprego e ela se recusa a fornecer essas informações. O marido, então, age como se tivesse autoridade de posse e suas palavras tivessem peso de veto dizendo: “eu só **deixo se** você me disser que emprego é esse”.

Temos na ameaça do marido uma construção concessiva com a partícula **se** indicando uma relação de permuta entre ações (informação = poder ir). Contudo, o que chama atenção é a carga semântica do verbo **deixar**, pois demonstra a ideia de que o marido pensa ter autoridade a ponto de proibir a mulher de sair.

Nenê, em tom irônico, responde ao marido que não precisa de “seu consentimento” e recorre ao pronome de tratamento formal **senhor** e ao vocativo **Seu Lineu** para desconstruir a postura dele de possuidor da mulher. A ironia, assim como o humor (VAN DIJK, 2006; 2008b), são recursos retóricos usados para propagar ideologias e, ao questionar Nenê sobre seus motivos de querer mais espaço, ele afirma que “a cozinha nem é tão pequena assim”, difundindo a ideologia machista de que lugar de mulher é na cozinha. Tal ideologia se constrói e se reafirma com os motivos listados por Lineu para que a mulher não trabalhe fora, os afazeres domésticos.

Chamamos a atenção, aqui, para a troca do figurino de dona de casa de Nenê por um vestido e sandália de salto, figurino que se assemelha ao que Bebel usava no dia anterior para ir trabalhar. Temos aqui a construção ideológica na imagem da mulher que fica em casa como mais “simples” e a mulher do mercado laboral, mais arrumada, ativa e segura de seu potencial.

Lineu não quer que Nenê trabalhe fora, mas põe o trabalho em primeiro lugar, à frente dos filhos, da mulher, da diversão. Porém, haverá uma inversão desses papéis no episódio de 2011 quando ela se torna presidente da Associação de Moradores Paivense e o marido assume por um dia o comando da casa. No episódio de 2014, há uma revisão desses papéis quando Nenê decide priorizar sua realização profissional e Lineu a apoia, chegando a aceitar um emprego de funcionário no restaurante para ficar próximo da mulher. Essas inversões/revisões/ressignificações de papéis apontam para a reelaboração do modo como as questões de gênero são abordadas com a série.

No entanto, atentamos para o hiato de tempo entre o episódio analisado e o de 2011, que é de 10 anos. Ao longo de uma década, no que condiz à questão de gênero, dona Nenê reforça sua fixidez no ambiente doméstico e seu pertencimento a

esse espaço. Na última temporada, 2014, há uma ruptura com esse ambiente de forma que ela já não consegue nem mais habitar o mesmo espaço e se muda para uma casa separada de toda a família.

Quando presidente, o acúmulo de tarefas e a dificuldade em conciliar casa, filhos, marido, leva Nenê, como sempre, a repensar a decisão de trabalhar ou ter alguma obrigação fora de casa e recuar, mesmo com o suporte do marido, que normalmente percebe no decorrer do episódio que precisa respeitar e apoiar a decisão da mulher³¹, como na cena a seguir.

Quadro 5 – Sequência Narrativa 4

Discurso imagético-verbal	
Identificação	
Temporada: 11ª Temporada – 2011	
Episódio: 05/2011	
Título do episódio: A mãe de todos	
Dimensão Imagética	Dimensão Verbal
Cenário: Pastelaria do Beijola Componentes do plano: - Plano aberto frontal - Plano médio lateral Sequência narrativa: - Narrativa linear Componentes sonoros: Ponto de vista: - Narrador observador/ - Câmera em plongée Personagens: Nenê: Vestido floral e sandália de salto médio. Lineu: camisa, calça e sapato social.	Lineu: Beijola, me dá uma cerveja. Beijola: É pra já! Nenê: Lineuzinho, por quê que você num me disse o que <i>tava</i> acontecendo? Lineu: Ah, Nenê, eu gostaria tanto de conseguir cuidar dos nossos filhos tão bem quanto você. Nenê: Ai, Lineuzinho, sabe qual é o seu problema? Seu problema é que você é dramático. Lineu: Eu?! Nenê: É, você. Lineuzinho, só porque uma coisa <i>tá</i> dando errado agora não quer dizer que vai dar errado <i>pra</i> sempre, entendeu? <u>Quantas vezes você <i>tava</i> na repartição trabalhando e eu <i>tava</i> em casa toda enrolada com Tuco e Bebel.</u> Lineu: Pois é, aí é que está, <u>você estava toda enrolada e eu não estava ali pra ajudar.</u> Nenê: É, agora quem <u>não <i>tá</i> dando conta sou eu</u> , né?! Ai, Lineu, é tão complicado conciliar trabalho, casa, filho, nossa... Ai <u>eu fracassei</u> como mãe e presidenta... Lineu: Agora quem <i>tá</i> sendo dramática é você. Nenê: (<i>risos</i>) Tô, né?! Lineu: Vamos fazer o seguinte, você vai lá resolve teu problema e eu vou voltar pro meu campo de batalha que é lá em casa.

Fonte: A Grande Família (2011).

³¹ Os episódios de *A Grande Família* seguem uma ordem dos fatos, conforme a estrutura do gênero seriado, que seria problema, trama, resolução. Uma particularidade do seriado analisado é que, muitas vezes, o problema significa uma atitude equivocada de um ou mais membros da família Silva, reconhecida por ele durante a trama e resolvida ao fim com todos confraternizando ao redor da mesa ou diante da televisão.

Na cena anterior, Lineu, após passar o dia tentando participar da vida e problemas dos filhos, percebe que eles não têm nele a mesma confiança e cumplicidade que com a mãe e fica chateado por perceber o pai ausente que foi.

A conversa entre os dois levanta questões como a obrigação da mulher em conciliar e desempenhar bem os vários papéis acumulados, enquanto que ao homem cabe somente trabalhar fora e manter financeiramente a casa. Dessa forma, ele acaba por não participar ativamente das vivências familiares, ficando a responsabilidade da casa e dos filhos apenas a cargo da mulher/mãe.

Nenê utiliza de um léxico derrotista afirmando **fracassei, não tô dando conta, enrolada** para indicar sua incompetência por não conseguir agradar a todos com seu desempenho.

Apesar do entendimento de marido e mulher e a inversão de papéis estabelecida no fim da cena, a escolha lexical de Lineu constrói uma imagem de trabalho como **problema** para Nenê e casa como **campo de batalha** para ele, reforçando a ideologia dos espaços sociais diferenciados designados a homens e mulheres.

No seriado, as relações de poder são apresentadas de forma mais explícita, como viemos analisando até aqui, mas também de uma maneira mais sutil, como, por exemplo, o tão comum ciúme/possessão masculino por seu carro e a incompatibilidade de gênero quando o binômio carro-mulher é estabelecido como tópico discursivo.

Quadro 6 – Sequência Narrativa 5

Discurso imagético-verbal	
Identificação	
Temporada: 4ª Temporada – 2004 Episódio: 04/2004 Título do episódio: Um táxi chamado desejo	
Dimensão Imagética	Dimensão Verbal
Cenário: Casa dos Silva/ Carro Componentes do plano: - Plano aberto horizontal - Plano médio lateral no casal Sequência narrativa: - Narrativa linear Componentes sonoros: Ponto de vista: - Narrador observador Personagens:	Nenê: Lineu, Lineuzinho, já que <i>cê</i> num tá fazendo nada, <i>cê</i> me leva no supermercado? Lineu: Ôh, Nenê, por que toda vez que eu estou lendo o jornal você acha que eu não estou fazendo nada? Nenê: Ué, <i>cê</i> num tá fazendo nada?! Lineu: Eu estou lendo o jornal. Nenê: Ah, lê amanhã, Lineu. Lineu: O jornal de amanhã eu quero ler amanhã, o jornal de hoje eu faço questão de ler hoje.

<p>- Lineu usa camisa e calça social. - Nenê: veste conjunto de calça pescador e blusa frente única, sandália de salto médio e bolsa.</p>	<p>Nenê: Tá bom, então cê me dá a chave do carro que eu vou dirigindo sozinha. Lineu: Você vai dirigindo?! Nenê: Ué, qual é o problema, Lineu? Tenho carteira. Lineu: Ter carteira e saber dirigir são duas coisas completamente diferentes, Nenê. A pessoa precisa de pelo menos dez anos de prática pra saber realmente dirigir. Nenê: Ah, e como é que eu vou ter dez anos de prática se eu num dirijo nunca?! [...] (No carro indo ao supermercado) Nenê: Eu gostaria de saber por que que eu num posso dirigir? Lineu: Não é que você <u>não possa</u> dirigir, Nenê, é que você <u>não precisa</u> dirigir. Deixa comigo, eu faço isso há anos e nunca recebi sequer uma multa. Nenê: É a polícia, Lineu. Ele <i>tá</i>... Lineu, a polícia <i>tá</i> mandando você parar... Policial: (Ao rádio de comunicação) É LJB3101. É Lineu Silva, 256844-6. Nenê: Ih, Lineu, <i>tá</i> demorando muito <i>pra</i> devolver teus documentos, hein?! Será que você fez besteira? Lineu: Quem fez besteira foi ele, Nenê, parando um motorista prudente, experiente e habilidoso como eu. Policial: Seu Lineu, eu vou ter que apreender sua carteira, o senhor está proibido de dirigir por excesso de multas. Lineu: Multas? Eu? Multas? Não, não é possível, deve <i>tá</i> havendo um engano. E depois eu preciso dirigir, <u>como é que nós vamos ao supermercado? como é que nós vamos voltar pra casa?</u> Policial: A senhora sabe dirigir? Nenê: (<i>irônica</i>) Eu?! <u>Não tão bem quanto ele.</u></p>
---	---

Fonte: A Grande Família (2004).

O discurso construído e já ancorado na sociedade remete à inabilidade da mulher para dirigir, inclusive com o dito popular *mulher no volante, perigo constante*. O homem se vale desta representação para dificultar que ela conduza o carro.

Essa cena mostra a direção do carro como sinônimo de poder. Alguns movimentos semânticos podem ser observados no discurso de Lineu para justificar que Nenê não dirija, a saber: a *negação aparente* com a escolha lexical de termos que, como usados, se repelem semanticamente como **poder** e **precisar**, seguidos da autoapresentação positiva do condutor Lineu.

Embora sabendo que terá sua carteira de habilitação apreendida por excesso de multas, Lineu já tem a representação tão forte que continua agindo como se apenas ele fosse capaz de conduzir o carro, não saia do lado do motorista,

afirmando que **precisa** dirigir e começa a indagar ao policial “como é que nós vamos ao supermercado? como é que nós vamos voltar pra casa?”.

Frame 3 – Um táxi chamado desejo (2004)



Fonte: A Grande Família (2004).

O policial aponta Nenê como solução aos problemas do marido e ela novamente usa da ironia, verbal e imagética (olhar e sorriso no canto da boca), ao retomar o que Lineu tinha deixado claro que “não **tão bem** quanto ele”, ou seja, não a ponto de ser proibida de dirigir. Há aqui um questionamento do padrão social estabelecido às divisões de gênero em torno das atividades exercidas, mas o discurso do episódio mais uma vez aponta para a mulher a fala de reforço do padrão, demonstrando um arraigado senso cultural que trabalha o machismo não como algo praticado exclusivamente pelos homens, mas permeado nas atitudes de ambos os sexos.

5.2.1.2 Reflexo social: modelos de contexto

Manhã de domingo de maio no subúrbio do Rio de Janeiro, Nenê se prepara para sair e comemorar o Dia das Mães, mas dessa vez há outra mulher que dividirá sua data e homenagens, sua filha Bebel. A mais nova mãe da família decide mudar o lugar do tradicional almoço comemorativo e levará todos para uma badalada e

cara churrascaria da cidade, mas antes diverge com sua mãe sobre seus direitos como homenageada do dia.

Assim começa o episódio *Mãe só tinha uma* (2008) do seriado *A Grande Família*, que já no título ironiza o dito popular ‘mãe só tem uma’. Utilizando o verbo **ter** no pretérito, o título do episódio ao mesmo tempo em que nos remete ao modelo tradicional de família constituída por mãe, pai e filhos, também desconstrói esse padrão ao afirmar sua inexistência (*tinha*). Como já descrevemos, a família terá mais uma mãe para presentear e homenagear e, por isso, o jogo com o verbo **ter** no passado.

Em várias cenas a fala e postura da personagem Bebel com relação ao *seu* Dia das Mães enfatiza sempre que existem duas formas de comemorar a data, a sua “que é legal”, em um bom restaurante, e a de Nenê no lugar de costume (a casa da família Silva) e “sem graça”.

Diferentes modelos de contexto aparecem no seriado, contudo, os de família e, no caso de nosso corpus, os de comemoração do Dia das Mães, estão fortemente construídos pelo discurso imagético-verbal. É interessante perceber a recorrência de episódios com o tema de dia das mães na maioria das temporadas e como as personagens lidam com o evento em diversas situações, mas ao final confraternizando felizes.

No episódio *A mãe do ano* (2003), Nenê pede para ser surpreendida e a família se mobiliza para isso, o que gera certa expectativa na mãe por receber grandes homenagens e aplausos, visto que seu modelo de contexto para o dia das mães inclui glamour e reconhecimento público.

Contudo, a família não entende surpresa da mesma maneira que a mãe e a leva para o Petisco da Velha, restaurante onde a família, sobretudo o casal Silva, vão habitualmente. Descobrir a surpresa frustra a imaginação de Nenê, que passa todo o episódio esperando por algo mais. Na sequência narrativa 6 podemos observar que há discordância entre os homens da família sobre a comemoração de dia das mães.

Quadro 7 - Sequência Narrativa 4

Discurso imagético-verbal	
Identificação	
<p>Temporada: 3ª Temporada – 2003</p> <p>Episódio: 05/2003</p> <p>Título do episódio: A mãe do ano</p>	
Dimensão Imagética	Dimensão Verbal
<p>Cenário: Carro do Lineu</p> <p>Componentes do plano:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Plano médio frontal alternando com plano médio lateral que acompanha a fala das personagens. <p>Sequência narrativa:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Narrativa linear intercalada com a cena imaginada por Nenê. <p>Componentes sonoros:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Som carros e buzinas; <p>Ponto de vista:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Narrador observador <p>Personagens:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nenê usa vestido rosa, colar de pérolas e venda nos olhos; - Lineu e Seu Flor usam camisa e calça social. - Tuco veste camisa de algodão, calça jeans e tênis. 	<p>Nenê: Ai, gente, posso olhar?</p> <p>Lineu: Não, não, ainda não, Nenê...</p> <p>Nenê: Matar a mãe de ansiedade no dia das mães é pecado...</p> <p>Lineu: Tenha um pouco de paciência, Nenê, nós já estamos chegando, é só um instante.</p> <p>Tuco: Eu tô falando que esse negócio de surpresa isso num vai dar certo, hein... <u>o melhor era ter deixado a mamãe fazer o cozido dela e pronto.</u></p> <p>Lineu: Quem não quis fazer o cozido foi a sua mãe, se ela quer uma coisa diferente esse ano vai ser diferente. <u>Hoje quem manda é ela.</u></p> <p>Seu Flor: Mas, minha filha, <i>cê</i> podia ter mandado a gente fazer uma coisa mais fácil, né?!</p> <p>Nenê: Mas eu não mandei nada, eu só pedi uma surpresa.</p> <p>Lineu: Se esse ano a Nenê quer ter uma surpresa ela vai ter a surpresa dela e pronto.</p> <p><i>(Nenê se imagina chegando numa grande comemoração para a mãe do ano, com todos gritando seu nome.)</i></p> <p><i>(Saindo do carro e tirando venda dos olhos de Nenê.)</i></p> <p>Lineu, Seu Flor e Tuco: Atenção...um, dois, três e...</p> <p>Nenê: Ué, gente, é essa a surpresa?</p> <p>Lineu, Seu Flor e Tuco: É!</p> <p>Nenê: Fila!</p>

Fonte: A Grande Família (2003)

Para Tuco, o melhor era “ter **deixado**” a mãe fazer o tradicional cozido de domingo, dessa forma garantiriam o almoço tranquilo. Para Lineu, nesta data “quem manda é ela”. Esta afirmação permite uma dupla inferência, o marido quer agradar e satisfazer a mulher comemorando o seu dia, mas, também, deixa implícito que nos outros dias do ano quem **manda** não é ela, trazendo a data comemorativa como um marco de exceção dentro do jogo de poder da casa.

Quando chegam ao restaurante encontram uma enorme fila e o casal Bebel e Agostinho chegam para a comemoração atrasados devido a uma discussão por discordância de como festejar o dia das mães.

Quadro 8 - Sequência Narrativa 5

Discurso imagético-verbal	
Identificação	
Temporada: 3ª Temporada – 2003	
Episódio: 05/2003	
Título do episódio: A mãe do ano	
Dimensão Imagética	Dimensão Verbal
<p>Cenário: Rua em frente ao restaurante</p> <p>Componentes do plano:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Plano frontal com enquadramento ao centro. <p>Sequência narrativa:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Narrativa linear <p>Componentes sonoros:</p> <p>Ponto de vista:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Narrador observador <p>Personagens:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nenê usa vestido rosa, colar de pérolas e venda nos olhos; - Lineu, Agostinho e Seu Flor usam camisa e calça social. - Tuco veste camisa de algodão, calça jeans e tênis. - Bebel usa saia, camisa de algodão, bolsa a tira colo, sandália plataforma e óculos escuros rendondos. 	<p style="text-align: center;"><i>(Bebel e Agostinho justificam seu atraso para o almoço)</i></p> <p>[...]</p> <p>Agostinho: Seu Floriano o que nós tivemos não foi briga, a gente vinha no carro, entendeu?, Bebel discordou do lugar onde a gente ia trazer a D. Nenê, então houve uma pequena discussão.</p> <p>Bebel: Não, pequena discussão nada, foi um barraco mesmo. Como é que cês trazem a gente aqui no petisco da velha? <u>Poxa, a mamãe merecia almoçar num lugar chique, né, e sem fila...</u></p>

Fonte: A Grande Família (2003)

Para Bebel, a mãe merecia uma comemoração em alto estilo, “almoçar num lugar chique” e “sem fila”. A fila, por sinal, faz parte da composição do modelo de contexto de dia das mães, pois as mães não cozinham, as famílias saem para almoçar fora e os restaurantes superlotam, ficando, como na cena do seriado, com uma enorme fila de espera do lado de fora.

Uma mesma situação com personagens da mesma família e que, por isso, aparentemente compartilham de concepções de mãe e família similares, mas diferentes modelos de contexto. Isso se explica por que, como afirma van Dijk (2012), o modelo de contexto, apesar de seu caráter social, é em sua essência individual e subjetivo, pois depende tanto do conhecimento de mundo, mas também

da personalidade do sujeito, da visão de mundo que pauta suas ideologias e representações.

Por isso, Bebel, por ter uma identificação de gênero e ser mais sensível às demandas da mãe, tem um modelo de contexto de comemoração da data, compartilhado com sua mãe, enquanto seu irmão tem uma visão utilitarista da mãe, inclusive em seu dia.

No episódio *O pagodão da mamãe* (2006), assim como em tantos outros, as falas das personagens e os acontecimentos se desencadeiam de modo a expor o modelo de 'bom' Dia das Mães, que precisa ser em um restaurante de qualidade com a família reunida e presentes. Traçaremos a partir de agora o percurso construtivo do discurso imagético-verbal.

Nenê perde o dinheiro do conserto da geladeira da família apostando no bingo e recebe de Lineu novamente dinheiro para pagar o serviço. Com isso, o marido fica sem condições de levá-la para almoçar no Dia das Mães e proporá a Beiçola que troque um cheque pré-datado, mas o dono da pastelaria lhe convida a participar do rodízio de pastéis que fará pela ocasião da data festiva. Bebel responderá prontamente: “Beiçola, se liga. Você acha que a **minha** mãe vai passar o Dia das Mães num rodízio de pastéis?!” E a fala de Lineu termina por enfatizar como deve ser comemorado o dia: “Realmente, Beiçola, o dia das mães não pede pastel, pede uma outra coisa.”

Com o possessivo **minha**, Bebel mostra que outras mães até podem passar o dia das mães comendo pastel, mas para a sua era inaceitável, pois, como já disse em outros episódios, sua mãe merece uma coisa especial, chique.

Lineu, mais polido e político, usa de um tom de voz e gestos explicativo-argumentativos com a expressão **uma outra coisa**, deixando implícita sua opinião sobre o convite de Beiçola.

Frame 4 – O Pagodão da mamãe (2006)



Fonte: A Grande Família (2006)

Como mostra o frame acima, verbal e imagético se complementam, pois, enquanto Bebel, com expressão de impaciência, e Lineu argumentam com Beijola, o resto da família (exceto a mãe) está diante do comerciante com expressões irritadas e de desacordo com o proposto.

Nesse mesmo momento, em casa, Nenê tenta convencer o técnico da geladeira a dar um desconto ou receber o pagamento no mês seguinte.

Quadro 9 - Sequência Narrativa 6

Discurso imagético-verbal	
Identificação	
Temporada: 6ª Temporada – 2006	
Episódio: 06/2006	
Título do episódio: O pagodão da mamãe	
Dimensão Imagética	Dimensão Verbal
Cenário: Cozinha da casa dos Silva Componentes do plano: - Plano médio frontal Sequência narrativa: - Narrativa linear Componentes sonoros:	Marreta: Pronto, nova! Trezentos reais, D. Nenê. Nenê: Vem cá, Marreta, <u>cê tem mãe?</u> ! Marreta: D. Nenê, eu vou dizer uma coisa a senhora, diga que o serviço <i>tá</i> caro, mas num ponha minha mãe no meio não, <i>tá</i> certo?! Nenê: Não, Marreta, é pra <u>saber se você sabe assim o valor</u>

<p>Ponto de vista: - Narrador observador/ - Câmera em plongée</p> <p>Personagens: Nenê: Calça jeans pescador, camisa de manga ¾, sandália com salto médio e tiara. Marreta: Camisa de time de futebol, calça jeans, gorro e tênis.</p>	<p><u>do dia das mães.</u> Marreta: <i>lapoi</i>, eu sei sim. Com o dinheiro que a senhora me deve, D. Nenê, por exemplo, eu levo minha <i>véia</i> no Pagodão da mamãe e ainda compro <i>pra</i> ela um perfume de almíscar. A senhora num ia gostar não?!</p> <p>Nenê: Não, não, do Pagodão da mamãe não, é um pouco barulhento, eu prefiro ir com os meus filhos, assim, num lugarzinho mais tranquilo, né?! E perfume de almíscar eu num gosto muito não, acho muito doce, meio enjoativo...</p> <p>Marreta: <u>Quê que a senhora vai fazer de tão especial assim, de tão melhor?</u></p> <p>Nenê: Marreta, aí depende de você, né, eu posso pagar o serviço da geladeira no mês que vem?</p> <p>Marreta: D. Nenê, <u>a senhora tem mãe?!</u></p> <p>Nenê: Já entendi, <i>tá aqui...Brigada em Marreta...</i></p>
--	---

Fonte: A Grande Família (2006)

Notemos que o diálogo se desenrola em torno do modo de agir com uma mãe no dia das mães e dos diferentes modelos de contexto existentes na sociedade, visto que para Marreta levar a mãe ao Pagodão e lhe comprar um perfume de almíscar será a forma de alegrá-la, enquanto que para Nenê essa comemoração não agrada.

A ironia do técnico depois que Nenê repudia sua comemoração e presente, indagando "quê que de **tão melhor**" a dona de casa faria no dia das mães, mostra a validade e aceitação de sua conduta no contexto social no qual se insere e enfatiza a diversidade de modelos de contexto, bem como sua adequação ao contexto social de quem o vivencia, pois, como já afirmamos, para a construção desses modelos são consideradas as cognições individual e social.

Nenê acaba sendo levada ao Pagodão e, nesta cena, podemos observar o modelo de contexto construído pela imagem, pois enquanto a família Silva se arruma, se veste melhor, Marreta está na festa com a mesma roupa que usava na casa de Nenê. Além disso, a família da dona de casa forma uma grande mesa o que não se vê com as demais famílias.

Embora diferentes modelos de contexto de dia das mães sejam encontrados no discurso imagético-verbal do seriado, eles apresentam o mesmo cerne significativo que seria a comemoração pela data da figura materna, é o dia de agradá-la e dar-lhe voz e vez. Ao indagar "cê tem mãe?!", as personagens implicam suas representações sociais de mãe e da relação mãe e filho.

5.2.1.3 Representações sociais: o gênero feminino na TV

Tendo em vista que nos propomos a construir um percurso gradativo entre as categorias estabelecidas, observando sua inter-relação e congruências, chegamos à última parada de nossa trajetória: as Representações Sociais do feminino no seriado *A Grande Família*.

Especificamos quais representações objetivamos analisar, pois o seriado em questão apresenta uma diversidade delas, tais como as profissionais (taxista, vendedor de pastéis, microempresário, funcionário público), os papéis na sociedade, de pai, de filhos, de família. Contudo, nosso foco estará sobre a representação do feminino, seus papéis na família e sociedade no discurso imagético-verbal da série investigada.

Para isso, continuamos com os episódios de Dia das Mães, os quais nos permitem analisar a composição imagético-verbal das personagens femininas, agrupando-as por representação social identificada.

A dona de Casa

Nenê, matriarca da família Silva, desde o início da exibição do seriado se apresenta como a clássica dona de casa que cuida da ordem doméstica enquanto os demais membros vivem seu cotidiano e compromissos.

Quadro 10 - Sequência Narrativa 7

Discurso imagético-verbal	
Identificação	
Temporada: 1ª Temporada - 2001	
Episódio: 06/2001	
Título do episódio: Todo dia ela faz tudo sempre igual	
Dimensão Imagética	Dimensão Verbal
<p>Componentes do plano:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Em primeiro plano, ao pé da porta do banheiro, Lineu, Tuco e Seu Flor. - Em segundo plano, alternadamente, Agostinho e D. Nenê, conforme vão participando da cena ou sendo citados pelos outros personagens. 	<p>Lineu: Bebel, pelo amor de Deus, Bebel, olha a hora. Tuco: Por favor, Bebel. Seu Flor: Minha neta, eu tô te pedindo... Lineu: Bebel, tem que economizar água, estamos em pleno racionamento. <u>Ôh Nenê, fala alguma coisa.</u> Seu Flor: Lineu, lembrei de um negócio. O Tuco não tomou banho ontem, será que eu num podia tomar dois hoje? Lineu: <u>Nenê, por quê que o Tuco não tomou banho ontem?</u> Tuco: E a campanha do governo? Eu tô ajudando no</p>

<p>Sequência narrativa: - Narrativa linear, seguindo o padrão clássico romanesco com começo, meio e fim.</p> <p>Componentes sonoros: Ponto de vista: - Narrador observador</p> <p>Personagens: - Lineu, Tuco, Seu Flor e Agostinho usam pijamas e roupas de dormir (camisas de algodão e bermuda); - Bebel veste um vestido vermelho e está bem maquiada e penteada; - Nenê veste calça e camiseta de algodão em tons alaranjados.</p>	<p>acionamento, ué!</p> <p>[...]</p> <p>Seu Flor: Bebel, sai daí, Bebel! <u>Nenê, fala com a tua filha.</u></p> <p>Bebel: Cês podem esperar sentados, só vou sair daqui quando eu <i>tiver</i> linda!</p> <p>Tuco: Ferrou agora, ela num vai sair daí nunca!</p> <p>Agostinho: Ôh, agora <i>tu ofendeu</i> a mãe dos meus filhos...</p> <p>Lineu: Bebel, Bebel, a gente promete que se você sair daí a gente vai dizer que você está linda.</p> <p>Bebel: Eu num <i>tô</i> me arrumando <i>pra</i> vocês, <i>tô</i> me arrumando <i>pra</i> sair.</p> <p>Agostinho: Épa, <i>perai</i>, vai sair <i>pra</i> onde?</p> <p>Bebel: <i>Mãeeê</i>, cadê meu batom, hein? Aquele rosa...</p> <p>[...]</p> <p>Agostinho: Escuta aqui, Bebel, onde é que você pensa que você vai?!</p> <p>Bebel: <u>Cê tá vendo, mãe, como ele é machista?</u> Eu num posso nem me arrumar <i>pra</i> sair, né?!</p> <p>Agostinho: Bebel, volta aqui...</p>
--	---

Fonte: A Grande Família (2001)

No discurso verbal das personagens percebemos a construção de uma representação social da mãe de família como aquela responsável por tudo o que acontece em casa. Nenê tem a tarefa de cuidar e zelar pelo bem estar de todos, explicando e resolvendo desde a demora em desocupar o banheiro até o banho não tomado pelo filho já adulto.

Como responsável pelo bom andamento da casa, quando alguém ou alguma situação não atende às expectativas de seus moradores ela acaba sendo culpada. Isso acontece quando Seu Flor após pedir sem sucesso que sua neta saia do banheiro (“**Minha** neta, eu *tô* te pedindo”), exige: “Nenê, fala com a **tua** filha”. O possessivo **tua**, neste caso, traz implícito o descontentamento com a atitude da neta e a busca por culpabilizar o outro de modo que a responsabilidade pela resolução do problema seja deste, aqui Nenê.



Fonte: A Grande Família (2001)

A mãe se mostra saturada com as cobranças, reclamações e confusões diárias. E, como em um fluxo de consciência, Nenê conversa consigo sobre sua rotina diária e a forma como os membros da família a tratam enquanto a imagem passa de um plano aberto para close up dela em primeiro plano com a família discutindo em segundo plano.

Quadro 11 - Sequência Narrativa 8

Discurso imagético-verbal	
Identificação	
Temporada: 1ª Temporada – 2001 Episódio: 06/2001 Título do episódio: Todo dia ela faz tudo sempre igual	
Dimensão Imagética	Dimensão Verbal
Componentes do plano: - Em primeiro plano, Nenê olhando para a câmera. - A câmera acompanha a movimentação de Nenê. Sequência narrativa: - Narrativa linear. Componentes sonoros: Ponto de vista: - Narrador observador Personagens: - Nenê veste calça e camiseta de algodão em tons alaranjados, chinela rasteira e tiara nos cabelos.	Nenê: Todo dia é isso... eles <i>inda</i> num decidiram se eu sou da delegacia da mulher <u>ou</u> do tribunal de pequenas causas <u>ou</u> do departamento de reparação e manutenção <u>ou</u> do tempo da <u>escravidão</u> .

Fonte: A Grande Família (2001)

A cena segue, como transcrito, com Nenê antecipando todas as reclamações diárias de cada membro da família, mostrando o ciclo ininterrupto, repetitivo e monótono de sua rotina doméstica. Ciclo que denota o acúmulo de papéis desempenhados, sobretudo porque todos esperam que ela por ser mãe, esposa e dona de casa resolva todas as questões familiares. As atribuições de Nenê vão além das tarefas de dona de casa, o que pode ser observado pela conjunção alternativa **ou** que, nesse caso, indica mais que alternância, significa o acúmulo de tarefas fazendo com que ela se sinta no “tempo da **escravidão**”.

O léxico **escravidão** traz consigo uma enorme carga semântica de abuso, subserviência, servidão e, inclusive, desvalorização do trabalho e do ser humano que desempenha esse papel. Conforme investigações como a de Morales (2006), a mãe e dona de casa é retratada pelas produções televisivas como sobrecarregada por ser completamente responsável pela família e seu bem estar, sem poder abrir mão da beleza, do carinho com o marido, da tranquilidade e bom humor.

Para Fujisawa (2006), a partir dos anos 1980, com a conquista em massa das mulheres do mercado de trabalho, começam as mudanças de representações sociais das mulheres nas mídias, principalmente nas propagandas, visto que precisavam gerar uma identificação do público com seus produtos e programas televisivos.

Nenê, casada desde os anos 1980-90, vai sendo construída com a representação da mulher para quem o tempo, pelo menos aparentemente, não passou, mas que se sente incomodada com a rotina que leva. Por isso, em tom de raiva e demonstrando insatisfação com sua vida e tarefas Nenê conversa com ‘seus botões’, mas, ao mesmo tempo, pela posição da câmera, se confidencia com o espectador.

A dona de casa, em primeiro plano, demonstra impaciência em seu monólogo frente à câmera, narrador observador, cúmplice de sua vida doméstica, de sua solidão em meio a balburdia dos familiares que a cobram resoluções, atitudes e serviços. Contudo, enquanto relata sua rotina matinal continua seguindo-a, atendendo aos anseios e demandas de filhos, pai, marido e genro.

Embora com tantos afazeres domésticos e se desdobrando para atender a todos, Nenê é vista por seus familiares como desocupada, como uma pessoa que leva uma vida tranquila, sem esforço ou preocupação. Aqui, temos uma representação da dona de casa.

Podemos observar esta representação de dona de casa explícita no discurso da cena a seguir (Sequência Narrativa 9), quando Agostinho e Bebel discutem por ela ter dito que vai trabalhar na Pastelaria do Beißola. Ele sem mais argumentos para dissuadir a mulher, agrega o ‘exemplo’ de Nenê à conversa indagando “por que não **puxou** a sua mãe”. Com o verbo empregado se constrói a imagem mental de **puxar** para si o exemplo, segui-lo, carregá-lo, o que, lamenta Agostinho, não aconteceu com Bebel.

Quadro 12 - Sequência Narrativa 9

Discurso imagético-verbal	
Identificação	
<p>Temporada: 1ª Temporada – 2001</p> <p>Episódio: 06/2001</p> <p>Título do episódio: Todo dia ela faz tudo sempre igual</p>	
Dimensão Imagética	Dimensão Verbal
<p>Componentes do plano:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Em plano aberto, Nenê retira a mesa do café da manhã e o casal discute; - Plano médio em alternância de câmara entre o casal e close up em Nenê quando introduzida no diálogo. <p>Sequência narrativa:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Narrativa linear. <p>Componentes sonoros:</p> <p>Ponto de vista:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Narrador observador <p>Personagens:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nenê veste calça e camiseta de algodão em tons alaranjados, chinela rasteira, tiara no cabelo. - Lineu veste calça e camisa social, pasta de couro preta debaixo do braço; - Agostinho camiseta, bermuda e chinelo; - Bebel usa vestido vermelho tipo hippie, cabelo cacheado, maquiagem, mochila pequena nas costas, óculos de sol redondos, bracelete no meio do braço e sapatos de salto plataforma tipo Melissa. 	<p>[...]</p> <p>Agostinho: Ôh, meu Deus, por que você num puxou a sua mãe, hein?! <u>Se você tivesse puxado a sua mãe ficava aí com essas roupinhas simples, esse gestual bacana dela, esse bem bom aí, essa vidinha mansa, bem bom dela.</u></p> <p>Nenê: (<i>contrariada</i>) Bem bom?!</p> <p>Bebel: Mas não puxei mesmo! Eu sou uma <u>mulher moderna</u>, uma <i>business woman</i>, eu odeio vida mole.</p> <p>Nenê: (<i>espantada</i>) <u>Vida mole?!</u></p> <p>Agostinho: <i>Tá</i> vendo, D. Nenê, <i>tá</i> vendo como ela me trata?! <u>Só porque eu falei <i>prela</i> ficar aí que nem a senhora nessa vida mansa...</u></p> <p>Nenê: (<i>contrariada, falando sozinha</i>) Vida mansa! Eu vou te mostrar <u>minha vida mansa</u>, vida mansa!! Vocês <i>tão</i> pensando o quê, que é fácil ser <u>dona de casa</u>, é, é?! Fico aqui o dia inteiro, num saio, num me divirto, num faço nada...só dou uma saidinha quando Lineu me convida <i>pra</i> jantar num restaurante...</p> <p><i>Lineu volta a cena e avisa a Nenê que não poderão jantar fora a noite, pois tem um compromisso de trabalho.</i></p>

Fonte: A Grande Família (2001)

O genro compartilha sua representação social de dona de casa ao afirmar: “Se você tivesse puxado a sua mãe ficava aí com **essas roupinhas simples, esse gestual bacana** dela, esse **bem bom** aí, essa **vidinha mansa, bem bom** dela”. Assim, descreve o vestuário, gestos, costumes de Nenê e os relaciona a uma “vida mole” com o intuito de fazer o contraponto com a produção de Bebel para ir trabalhar, enfrentar a vida dura, e suas aspirações de mulher independente. Nenê, contrariada, apresenta sua representação de dona de casa como atarefada, solitária, reclusa e monótona.

Considerando que a representação social não é individual, mas de natureza social, podendo ser expressada pelos sujeitos e, inclusive, por um deles, vale ressaltar que as personagens Agostinho e Nenê no seriado são associadas a grupos sociais diferentes e, por isso, identificamos em seus discursos representações sociais vinculadas a distintas ideologias de grupo.

Estas representações se consolidam ao longo do seriado pelo discurso imagético-verbal de outras personagens, como Lineu e Bebel que neste mesmo episódio afirmam com gestos de desdém a tranquilidade de ser dona de casa, ou como D. Abigail no episódio *A mãe de todos* (2011) que compartilha da representação de vida assoberbada de dona de casa de Nenê. Observando a construção discursivo-ideológica não somente do episódio transcrito acima, mas do seriado como um todo, reconhecemos a relação dos discursos das personagens a distintos grupos sociais. Desta forma, entendemos que Agostinho e Nenê veiculam representações sociais de dona de casa e não somente pontos de vista/posicionamentos divergentes sobre esta ocupação.

A argumentação de Agostinho reafirma que “do mesmo modo que os preconceitos são representações sociais negativas estereotipadas, os argumentos em si podem ser estereotipados e convencionais” (VAN DIJK, 2008b, p. 143). Para corroborar com uma representação, muitas vezes, os discursos se valem de uma estereotipação impregnada de ideologia, assim, constroem argumentos aparentemente sólidos e irrefutáveis, pois baseados no chamado senso comum, no imaginário coletivo. Contudo, a estereotipia pode ser utilizada, ainda, por meio da desconstrução de uma representação para caracterizar outra.

Essa relação entre ideologia, estereótipos e representação social também pode ser observada na justificativa de Bebel para não **puxar** a mãe, visto que cria uma relação paradoxal entre dona de casa e mulher moderna.

Frame 6 – Nenê, *dona de casa* (2001)

Fonte: A Grande Família (2001)

A dona de casa, para Bebel, teria uma vida simples, e ela odeia “vida mole”. A mulher moderna enfrenta, como veremos na cena a seguir, a vida dura do mercado de trabalho, seria uma “*business woman*”. Neste ponto há uma relação entre a representação de mulher moderna para Bebel e a idealização de si e a concepção de emprego ideal descrita por Agostinho para ela.

Observamos que a filha usa da manipulação discursiva para construir seu argumento, fazendo, por meio das escolhas lexicais, uma autoapresentação positiva de si (mulher moderna) em detrimento da apresentação negativa do outro (dona de casa).

Esta autoapresentação é ressaltada pela dimensão imagética do discurso, visto que a cada afirmação positiva sobre mulher moderna a câmera faz close up em Bebel e a cada caracterização negativa o close up é feito em Nenê. Além disso, a construção imagética da dona de casa acontece desde seu monólogo com plano detalhe nos pés calçados com chinelo e plano aberto permitindo visualizar seu figurino.

Essa alternância da câmera também é um jogo ideológico, visto que, nesse contexto, o foco na mulher moderna, segura, com atitudes afirmativas e na dona de casa com expressões corporais e faciais mais retraídas e tom de voz mais baixo, se imbrica com a dimensão verbal do discurso de modo a ressaltar as ideologias confrontadas.

Frame 7 – Bebel, *mulher moderna* (2001)

Fonte: A Grande Família (2001)

Em seguida, embalada pelo fundo musical de *Cotidiano* de Chico Buarque, uma sequência de cenas mostra a rotina de afazeres domésticos de Nenê, incluindo a leitura de romances de banca de revista e a impaciência por não ter ocupação durante a tarde. A música aqui funciona como narrador da sequência de cenas apresentadas.

Depois de afirmar ser uma mulher moderna, que não gosta de vida mansa e por isso havia aceitado o trabalho de Beizola, Bebel chega em casa chateada com a notícia de que foi demitida e chamada de “pastel” pelo patrão.

Nenê aproveita para, utilizando as palavras de Bebel, construir sua autoimagem, sua identidade. Por meio do mesmo recurso retórico a mãe aponta o ponto negativo da filha (“num quer **dar duro**”) e seus pontos positivos (“se eu **quiser** trabalhar fora eu trabalho”, “que eu **num tenho medo de dar duro**”).

No dia seguinte, Nenê se arruma e sai para trabalhar. Porém, inconformado com a decisão de Nenê de trabalhar fora, Lineu utiliza da prerrogativa de ser fiscal sanitário e multa a pastelaria na intenção de fechá-la e impossibilitar que sua mulher trabalhe lá. Beizola tenta negociar com Lineu para que retire a punição aplicada.

Na conversa podemos identificar a construção discursiva de duas representações sociais do feminino: esposa e trabalhadora³², confirmando a ideia de que são ressaltadas as identidades de grupo com relação à representação de gênero.

Essas subjazem da ideologia de coisificação da mulher, visto que Lineu e Beißola se referem a Nenê como um objeto do qual podem até **emprestar**, ou seja, dispor como lhes apetece. Seus gestos ao deliberar sobre o tempo dela e a cena com os dois em primeiro plano sem sequer voltar os olhos para a esposa/funcionária, que está atrás do balcão esperando o resultado da confabulação, auxiliam na construção das representações sociais.

Quadro 13 - Sequência Narrativa 10

Discurso imagético-verbal	
Identificação	
<p>Temporada: 1ª Temporada – 2001</p> <p>Episódio: 06/2001</p> <p>Título do episódio: Todo dia ela faz tudo sempre igual</p>	
Dimensão Imagética	Dimensão Verbal
<p>Cenário:</p> <p>Componentes do plano:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Primeiro plano Lineu e Beißola conversam e em segundo plano Nenê segue atenta à negociação. - Close up em Nenê no balcão da pastelaria. - Plano aberto com Lineu, Beißola e Nenê. <p>Sequência narrativa:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Narrativa linear <p>Componentes sonoros:</p> <p>Ponto de vista:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Narrador observador <p>Personagens:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nenê usa vestido preto de alça, sandália de salto médio, tiara no cabelo e maquiagem. - Lineu veste camisa e calça social e porta uma pasta de couro. - Beißola veste camisa e calça social. 	<p>Beißola: Lineu, vê se você alivia a minha barra. Olha, <i>vamo</i> fazer o seguinte, <u>eu empresto a Nenê</u> algumas horas do dia <i>pra</i> você.</p> <p>Lineu: Ah, você empresta? Ôh que generosidade...</p> <p>Beißola: É, de manhã ela fica comigo e a tarde fica com você.</p> <p>Lineu: Ela é <u>minha mulher</u>...</p> <p>Beißola: Ela é <u>minha funcionária</u>...</p> <p>Nenê: Quem que vocês pensam que são <i>pra</i> resolver a <u>minha vida</u>?</p> <p>Lineu: Eu sou <u>seu marido</u>!</p> <p>Beißola: Eu sou <u>seu patrão</u>!</p> <p>Lineu: Era! Quando o estabelecimento ainda estava em funcionamento, artigo 7º parágrafo único, está joça está interdita.</p> <p>Nenê: Pois <u>ou</u> você desinterdita esta joça <u>ou</u> eu não volto mais <i>pra</i> casa.</p> <p>Lineu: Joça desinterditada...</p> <p>Nenê: E agora sai daqui seu fiscal sanitário <u>ou</u> <u>lhe enquadro no artigo zero de comida, zero de roupa limpa e zero de casa arrumada por abuso de autoridade</u>.</p>

Fonte: A Grande Família (2001)

³² Atentamos que as representações do feminino foram assim denominadas com o intuito de relacioná-las a grupos sociais e não considerando seus atributos de forma excludente, portanto, não queremos indicar que a esposa não seja trabalhadora ou vice-versa.

Além do uso dos possessivos proferidos com ênfase pelo tom de voz, olhar e gestos (como o dedo indicar erguido indicando ordem) das personagens, a escolha lexical se destaca nesta cena. Podemos estabelecer um paralelo entre o valor semântico das palavras **mulher/marido** e **funcionária/patrão** que formam uma cadeia significativa quase que dicotômica no discurso analisado, pois mulher está para marido assim como funcionária para patrão e a permutação dessas duplas não parece ser possível.

Aqui, muda a relação de poder, mas ele se mantém. Ou seja, tem-se a relação mulher/marido, empregado/patrão, mas a relação é de poder, sempre, dadas as representações de mulher compartilhadas pelo seriado, diretamente ligada a reafirmação de uma identidade feminina submissa.

As relações de poder podem ser observadas pelo modo como os homens deliberam sobre a vida da mulher/funcionária. Contudo, Nenê de expectadora da conversa assume um papel ativo e defende o direito de decidir sobre “**minha vida**”. Apesar de conseguir que o “seu fiscal” Lineu cancele a multa e vá embora, ela o ameaça com a suspensão das atividades domésticas às quais ele atribuía unicamente à mulher, levando a uma visão utilitarista dela. Isso demonstra, inclusive, que mesmo com uma disputa de poder entre os dois e ó aparente triunfo de Nenê ela reafirma a ideologia de que *lugar de mulher é em casa*.

Num movimento de *inversão*, após a cena, Lineu parece rever sua postura e convoca a família a assumir a organização e limpeza da casa. Nenê se decepciona com seu empregador, volta para casa desanimada e encontra o marido com tudo organizado a esperando para o jantar. Tal inversão pode funcionar de modo a colocar a ‘vítima’, neste caso o oprimido, em posição de ‘culpado’, opressor, gerando uma empatia do expectador com o opressor e não mais com o oprimido. (VAN DIJK, 2008b)

Quadro 14 - Sequência Narrativa 11

Discurso imagético-verbal	
Identificação	
Temporada: 1ª Temporada – 2001 Episódio: 06/2001 Título do episódio: Todo dia ela faz tudo sempre igual	
Dimensão Imagética	Dimensão Verbal
Cenário: Componentes do plano: - Alternância da câmera entre Lineu e Nenê. Sequência narrativa: - Narrativa linear Componentes sonoros: Ponto de vista: - Narrador observador Personagens: - Nenê usa vestido preto de alça, sandália de salto médio, tiara no cabelo e maquiagem. - Lineu veste camisa e calça social.	Lineu: Nenê, você está bem? Como é que foi o seu dia de trabalho? Nenê: A única coisa boa do meu dia de trabalho é que ele foi o único. Pedi demissão. Lineu: Demissão, Nenê, mas você não pode desistir assim tão fácil. Nenê: Ah, Lineu, você tem razão, <i>cê</i> tem razão... olha, eu num fui feita <i>pra</i> trabalhar fora, eu sou um fracasso. [...] Nenê: Ah, brigada, brigada Lineuzinho, mas eu não quero mais trabalhar fora. Lineu: Não, Nenê, você tem que trabalhar fora, você não pode passar a vida inteira sendo <u>uma simples dona de casa</u> . Nenê: O quê que tem de errado em ser uma simples dona de casa? Lineu: Eu pensei que você achasse errado ser uma simples dona de casa. Nenê: Não, não, Lineu. <i>Cê</i> sabe quê que eu acho? Eu acho que eu queria trabalhar fora <i>pra</i> provar que eu podia trabalhar fora e agora eu já provei e eu queria voltar <i>pra</i> vida que eu escolhi, né?! É uma vida que as vezes tem uma parte assim meio chata, né, mas que também me dá muita alegria, né?!

Fonte: A Grande Família (2001)

A opção da mulher entre ficar em casa ou trabalhar fora é tratada neste episódio de forma explícita como uma **escolha**. Há um movimento de desqualificação do papel da dona de casa e ao final uma reconstrução e valorização deste.

Nas entrelinhas, o **fracasso** que Nenê sente por não conseguir trabalhar fora, reafirma uma representação de mãe e esposa como aquela que não foi “feita *pra* trabalhar fora”. Essa aparente incompetência em inserir-se na rotina do mercado laboral e manter o controle e a ordem familiar se constrói pela contraposição entre as expressões *trabalhar fora* e *trabalhar dentro de casa*, visto que as tarefas domésticas socialmente não são reconhecidas como trabalho, tanto que não se utiliza a expressão ‘trabalho doméstico’ ou ‘trabalho dentro de casa’, mas se recorre à atenuação por meio do léxico empregado, a saber, tarefas, afazeres, obrigações.

Esse construto ideológico-discursivo gera uma concepção, presente no senso comum, de que a mulher que **escolhe** dedicar-se ao lar 'não trabalha, é dona de casa', cumpre com suas obrigações de mãe e esposa.

Essa representação de dona de casa como a mulher que não *trabalha fora* coaduna com a ideologia machista que, embora reconheça a necessidade do salário advindo do ingresso feminino massivo no mercado laboral por conta do processo de industrialização/capitalização, não concebe que o homem possa dividir os cuidados com a casa e com os filhos. A partir do começo do século XX, a aceleração da industrialização e o deslocamento da força de trabalho masculina para lutar nas frentes de guerra, a mulher sai de casa para *trabalhar fora* e auxiliar financeiramente ao marido, mas não pode se eximir de suas responsabilidades domésticas, portanto, acumula papéis.

Como observamos pela fala das personagens, como, por exemplo, nos episódios de 2001, 2008 e 2011, essa construção ideológico-discursiva ressalta duas representações do feminino: a dona de casa e a trabalhadora, que não se excluem. Assim, compartilhando de uma ideologia machista, mídia e sociedade reafirmam por seus discursos e atitudes que cabe à dona de casa cumprir com suas obrigações domésticas, atendendo aos filhos e marido e, ainda, *trabalhar fora*; à trabalhadora, por sua vez, cabe ajudar nas despesas da família, porém sem descuidar da casa, *trabalhar dentro de casa*.

A fala de Nenê, na sequência narrativa 13, reforça uma representação de mulher de sucesso como multitarefas, que tem sido cada vez mais retratada pela mídia e nos episódios aqui analisados será recorrente, visto que ela fará muitas incursões no mercado laboral, como, por exemplo, nos episódios das temporadas 2011 e 2014.

Ressaltamos que, embora as atitudes da dona de casa Nenê somente se modifiquem significativamente a partir da penúltima temporada (2013), seu figurino acompanha as transformações socioeconômicas da família Silva e sua saída de casa com mais frequência devido a sua integração na associação de moradores do bairro, outras oportunidades de emprego que não logram êxito e a abertura de sua loja de confecção.

O sair de casa e *trabalhar fora* impacta na construção da identidade das mulheres da família Silva, que passam a usar blazer, blusa com manga 3/4, cabelo bem penteado e maquiagem antes só vistos em dia de festa e, Bebel usa coque nos

cabelos e óculos de grau. Além da dimensão imagética, denotando segurança Nenê assume um tom de voz mais alto e Bebel diminui os gritos. Desta forma, o discurso imagético-verbal do seriado *A Grande Família* elabora e veicula as representações sociais de dona de casa e de trabalhadora, bem como as modifica com o decorrer das temporadas, contudo, permanece sua base na ideologia machista com o retrato de uma sociedade patriarcal.

Encontraremos uma alteração nessas relações de poder entre homem e mulher constantemente problematizadas no seriado somente na temporada 2014, pois Nenê, se deixando afetar menos pelas convenções e exigências sociais, decide sair de casa e se realizar como profissional. Ao marido coube aceitar a situação e apoiar sua escolha de sentir-se livre, embora, neste momento, essa seja a condição imposta por Nenê para continuar tendo encontros esporádicos com Lineu. Há uma ruptura total da mulher submissa para a mulher livre e independente, que, apesar do apelo dos filhos e marido, se coloca em primeiro lugar e continua firme em seus novos projetos.

A Filha Mimada

Personagem feminina fixa no seriado *A Grande Família*, Bebel é construída pelo discurso imagético-verbal como a representação social de filha mimada, dependente dos pais, aquela incapaz de resolver seus problemas sem auxílio. Apresenta certo desequilíbrio emocional, chora com facilidade, se exalta quando não atendem a seus desejos e recorre aos gritos. Sempre que contrariada altera radicalmente seu tom de voz e passa a gesticular bastante.

Quadro 15 - Sequência Narrativa 12

Discurso imagético-verbal	
Identificação	
Temporada: 6ª Temporada – 2006 Episódio: 06/2006 Título do episódio: O pagodão da mamãe	
Dimensão Imagética	Dimensão Verbal
Cenário: Pastelaria do Beijola Componentes do plano: - Plano aberto frontal Sequência narrativa: - Narrativa linear	<i>(Entra na pastelaria e Agostinho está jogando sinuca)</i> Bebel: <i>(gritando)</i> Tinho, Tinho, olha aqui, olha o secador que eu vou comprar pra mamãe de dia das mães. Cé tem dinheiro, né, Ti?!

<p>Componentes sonoros: Ponto de vista: - Narrador observador/ - Câmera em plongée Personagens: Bebel: Camiseta e minisaia, Saldália com salto e bolsa pequena pendurada no braço. Agostinho: Tuco: Camiseta de algodão, calça jeans e tênis. Lineu e Agostinho: camisa, calça e sapato social.</p>	<p>Agostinho: Tinha, não tenho mais. Bebel: Como tinha, tinha... Cê perdeu na sinuca?! Agostinho: Perdemos, né, cê entrou, gritou, me desconcentrou, agora num tem mais dinheiro. O que foi <i>pro</i> buraco foi o secador da tua mãe, sua tonta. Tuco: Qual é, Bebel? Bebel: Quê? Tuco: Se <i>tu quiser</i> eu racho essa parada aí contigo. Bebel: Ah, se enxerga, vai, Artur, cê lá tem grana? Moleque duro. Tuco: Ué, eu arrumo... Bebel: (<i>debochando</i>) Arruma com quem, com o papai? Lineu: (<i>entrando na pastelaria</i>) Bom dia! Bebel: Pode deixar, com o papai eu mesma arrumo... (<i>em tom de voz meigo</i>) <u>paizinho</u>, paizinho cê podia me emprestar um dinheiro <i>preu</i> comprar o presente da <u>mãezinha</u>...</p>
---	---

Fonte: A Grande Família (2006)

Em sua fala Bebel, usa a modalização como recurso para conseguir algo, como baixar o tom de voz e o emprego de diminutivos (**Tinho**, **paizinho**, por exemplo), mostrando-se meiga e frágil para conseguir o que deseja.

Construída inicialmente como impulsiva, mimada e incapaz de resolver seus problemas sem o auxílio dos pais, com o passar das temporadas Bebel ingressa no mercado de trabalho e chega a se tornar empresária após assumir a empresa do marido quando ele vai preso. Contudo, apesar de parecer mais independente, ela continua a recorrer aos pais como apoio e não abandona alguns traços de personalidade como a impulsividade e a voz esganiçada gritando e xingando para se fazer ouvir. Como no episódio *Um táxi chamado desejo* (2004), em que Agostinho ganha presentes de uma passageira. Bebel descobre e aos gritos pede explicações ao marido e lhe estapeia por não obter resposta satisfatória.

Frame 8 – Um táxi chamado desejo (2004)



Fonte: A Grande Família (2004)

Para enfatizar a construção da mulher casada que não deixou a adolescência, o figurino (vestido bem curto e salto alto), com franja nos cabelos e maquiagem compõem a jovem.

Nas primeiras temporadas, a moça aparece vestida, independente da ocasião, com minissaias ou bermudas curtas, blusas coladas e calça sandálias de salto plataforma do tipo *Melissa*³³, conhecida por ser sinônimo de moda e estilo entre as jovens. Por vezes, seu figurino e acessórios remetem ao estilo grunge, indicando alguém moderno e ligado à moda.

Quanto ao cabelo, aparece preso em um rabo de cavalo ou solto com uma tiara, com pequenos cachos e franja, dando um ar pueril à personagem, que se completa com a maquiagem com olhos marcados pelo delineador e batom cor de rosa.

Frame 9 - Episódio A mãe do Ano (2003)



Fonte: A Grande Família (2003)

³³ História e atuação da marca Melissa: <<http://mundodasmarcas.blogspot.com.br/2006/07/melissa-moda-em-plastico.html>> Acesso em: 15 abril 14

Frame 10 - A melhor mãe do mundo (2005)



Fonte: A Grande Família (2005)

À medida que as temporadas passam, o penteado de Bebel vai se modificando, mas, juntamente com o figurino, continua seguindo a linha adolescente, pois muitas vezes saem o rabo de cavalo do cabelo e entram tiaras, presilhas, como mostram os frames.

Frame 11 - O pagodão da mamãe (2006)



Fonte: A Grande Família (2006)

Apesar da fragilidade com que Bebel está construída, denotada no imagético pelo figurino e tom de voz, o discurso imagético-verbal apresenta uma mulher forte, firme e que exige obediência do marido. Observamos a gesticulação bem marcada e a voz da jovem que aos gritos direciona Agostinho ao que deve fazer, mas também o uso de apelidos como *Tinho* e a modulação do tom de voz alterado de forma a expressar carinho em seus pedidos, que se não atendidos serão exigidos.

Figura 17 - Foto de O duelo (2013)



Fonte: A Grande Família (2013)

Além disso, a personagem passa a assumir mais responsabilidades, se torna mãe e administra a empresa quando o marido é preso, mas sua essência de filhinha do papai e sua personalidade explosiva seguem até o fim do seriado. Essa manutenção dessas características da personagem reforça o que anteriormente apontamos como os recorrentes usos de infantilização das personagens femininas, usando desses elementos como instrumentos discursivos inferiorizantes. Como as personagens são esféricas, complexas, essa não é uma condição predominante ou exclusiva, mas se constitui num traço extremamente explorado para as construções discursivas.

A Mulher

Como vimos em algumas análises das representações sociais de dona de casa, a mulher é construída sob diferentes ideologias e representações sociais no seriado *A Grande Família*. Nesta investigação, analisamos as personagens fixas femininas que participam dos episódios que compõem nosso corpus: Nenê, Bebel e Marilda.

Cada uma delas remete a uma representação social de mulher, analisamos o discurso imagético-verbal que constrói essas representações contrapondo uma a outra.

A personagem Nenê é a representação social da mulher dona de casa e mãe de família. Nas primeiras temporadas do seriado a caracterização da personagem, incluindo o figurino, mostra ao espectador uma mulher simples, que usa bermuda e chinelos de dedo em seu dia a dia e lê literatura de banca de jornal, sem grandes preocupações com o mundo fora de seu lar, mas que não esquece sua vaidade quando se arruma com roupas floridas e vestidos de cetim em ocasiões especiais como o dia das mães. À medida que avançam as temporadas Nenê não usa mais as roupas simples, faz as tarefas domésticas arrumada e com sandália de salto médio.

Frame 12 - A dona da festa (2009)



Fonte: *A Grande Família* (2009)

A construção imagético-verbal da personagem Nenê de modo a trazer a tona a representação social de mãe de família e boa esposa se complementa por cenas em que ela afirma a mulher que não quer ser para o marido, como, por exemplo, no episódio *O Pagodão da mamãe* (2006).

Nenê perde dinheiro no bingo e Lineu precisa gastar mais que o previsto ficando sem dinheiro para comemorar o dia das mães. Ela promete ao marido que não jogará mais e não consegue. Ao final, sabendo da “bronca” que levará dele, ela o presenteia com um relógio como forma de pedir desculpas e justifica dizendo: “Depois eu não queria, assim, que cada vez que você olhasse *pro* pulso vazio, *cê* pensasse que tinha em casa uma mulher que não cumpre promessa.” A representação de mulher ressaltada como aquela que tem palavra, aquela que quer ter uma imagem positiva perante o marido e a família.

Esta personagem protagoniza várias outras situações nas quais aparece a representação de mulher como aquela que se quiser êxito profissional precisará abdicar dos cuidados com a família, pois há uma incapacidade de desempenhar se maneira satisfatória as funções do lar e as profissionais, como na cena a seguir.

Quadro 16 - Sequência Narrativa 13

Discurso imagético-verbal	
Identificação	
Temporada: 11ª Temporada – 2011 Episódio: 05/2011 Título do episódio: A mãe de todos	
Dimensão Imagética	Dimensão Verbal
Cenário: Associação de moradores Componentes do plano: - Plano aberto frontal Sequência narrativa: - Narrativa linear Componentes sonoros: Ponto de vista: - Narrador observador/ - Câmera em plongée Personagens: Nenê: Calça jeans, blusa floral, sandália com salto médio. Abigail: Terno e saia rosa, lenço no pescoço e sapato de salto.	Abigail: Num ficou linda a faixa que fiz, Nenê? Nenê: Ficou... Abigail: Que cara é essa? Num tá gostando de coração? Nenê: Não, <i>tô, tô...</i> sabe o quê que é, Abigail, eu <i>tô</i> muito incomodada, assim, com a data da festa, tem que ser amanhã?! Abigail: Mas é a festa da mãe carente, que outra data <i>cê</i> queria, Nenê?! Nenê: Ai, é que eu prometi <i>pra</i> Bebel e <i>pro</i> Tuco que eu ia passar o dia das mães com eles, né?! Abigail: Ahh, eu entendo... Ihh, isso daqui amanhã vai <i>tá</i> lotado de mães de todos os cantos do bairro. Nenê: Pois é, justamente, eu tenho que <i>tá</i> aqui, né?! <i>Magina</i> , o que eu fiz <i>pra</i> isso aqui acontecer. Olha, eu mobilizei a comunidade, eu batalhei pelas doações. Ai, meu Deus do Céu, eu <i>tava</i> tão louca, mais com tanta coisa na cabeça que eu esqueci de falar <i>pra</i> Bebel e <i>pro</i> Tuco que a festa era amanhã.

	<p>Abigail: Ai, Nenê, <u>deve ser tão difícil ser presidente, dona de casa, mãe, né?!</u></p> <p>Nenê: <u>Nem me fala, nossa, tem hora que eu tenho vontade de desistir de tudo.</u></p> <p>Abigail: Ai, eu imagino, não precisa desistir de tudo não. Deixa o almoço das mães carentes comigo e fica com a tua família, Nenê.</p> <p>Nenê: Aê, <i>cê se oferecendo pra ficar no meu lugar?!</i></p> <p>Abigail: No seu lugar não, que é isso? Mas eu iria adorar representar a associação, Nenê.</p>
--	--

Fonte: A Grande Família (2011)

Trabalhando como presidente da Associação de Moradores, Nenê está assoberbada tentando atender às demandas e ajudar a todos os moradores do bairro, o que faz com que deixe de dar atenção aos filhos e marido ficando, como observa Lineu, “você sabe como”. Os filhos, acostumados a terem seus problemas compartilhados e resolvidos pela mãe, começam a cobrar-lhe mais atenção e ela promete que passará todo o dia das mães com eles. Porém, ela esquece que havia organizado a “Festa da mãe carente” da Associação para o domingo do dia das mães e conversa com Abigail sobre seu dilema.

A empresária, sem filhos ou marido, se mostra aparentemente sensível às questões de Nenê, mas usando os papéis desempenhados por ela para se referir ao peso de acumulá-lo: “deve ser **tão difícil** ser presidente, dona de casa, mãe”, ao que Nenê reitera compartilhando sua vontade de “desistir de tudo”. Ao afirmar tamanha dificuldade, Abigail se dispõe a assumir o lugar de presidente enquanto Nenê “fica com a **tua** família”.

Temos, então, um contraponto, entre família e profissão e sua incompatibilidade. Abigail, sempre trajando tailleur ou saia na altura no joelho com camisa de mangas compridas, salto alto, lenço no pescoço e cabelos penteados em coque, é uma representação de mulher que conquistou certa independência financeira, mas para isso não constituiu uma família.

Novamente a ideologia veiculada pelo discurso imagético-verbal do seriado é de que a mulher deve escolher entre a realização pessoal, emocional, a família, e a realização profissional. Há uma polarização na qual ou a mulher consegue sua independência financeira ou constrói uma família, caso também da personagem Marilda. Essa divisão ideológica reitera que se pertencente ao grupo das mulheres independentes, então não integra o grupo de mães e esposas, logo, pelo discurso de Nenê, infeliz, incompetente.

Corrobora com esta polarização a aparente estabilidade das personagens. Os papéis são fixos, ou seja, são representados como fixos e bem diferenciados, delimitando os espaços de atuação para a mulher e construindo suas representações, como mostramos ao falar da dona de casa e da trabalhadora, com baseadas em uma ideologia machista arraigada na sociedade patriarcal.

Frame 12 - A melhor mãe do mundo (2005)



Fonte: A Grande Família (2005)

A personagem Marilda corrobora para a representação social de mulher moderna. Dona de um salão de beleza, a cabeleireira não se importa com as convenções sociais, por isso, não se preocupa com casamento, tem muitos namorados e pretendentes. Seu visual auxilia na construção da personagem, que tem estilo retro com vestidos acinturados, de manga comprida com estampas de bicho em tecido de crepe ou seda, acessórios como pulseiras e brincos grandes e sapatos de salto alto.

Identificado como um estilo visual com forte prática entre as décadas de 1970 e 1980, o estilo retrô tem como ponto de sua construção visual a apropriação de valores estéticos do final do século XIX e começo do século XX. Ao se apropriarem de modelos estéticos tidos como ultrapassados, os modelos e desenhos desse estilo tem por objetivo uma subversão da ordem e do que está estabelecido, trazendo uma revolução e uma resignificação de elementos.

No caso do seriado analisado, ao se utilizarem de elementos com essas características para a composição visual de cenários e figurinos, em especial os da personagem Marilda, percebe-se um trabalho de construção de representações. Isso porque há toda uma carga de significado discursiva impetrada na indumentária da personagem. Suas roupas e acessórios são seus pontos de expressão e de destaque dentro desse grupo de aparente monotonia visual. Ela, mulher solteira, trabalhadora, empoderada, se apresenta como um ponto fora da curva da normatividade de representação do feminino na série.

Aparecendo em vários momentos no decorrer do seriado, relacionada sobretudo às personagens Bebel e Marilda, essa representação de mulher moderna é um estereótipo assumido como natural, ou quase, tomado para se contrapor à mulher tradicional. Enquanto a primeira não aceita subjugar-se a um homem, veste roupas chamativas, fuma, tem unhas grandes pintadas com cores fortes, trabalha fora, tem seu próprio negócio, a segunda se configura como a recatada com roupas, maquiagem e unhas mais discretas, hábitos saudáveis, dependência emocional e financeira do marido e dedicação à família.

Nenê, a representação da mulher mais tradicional do seriado, não aceita o modo de vida da melhor amiga e está constantemente buscando um “bom partido” para ela. Como, por exemplo, na fila de espera do restaurante aguardando a liberação de uma mesa, onde Nenê, sabendo que Marilda está grávida, tenta convencê-la de que precisa de um marido e pai para seu filho. Novamente, ela traz, evidencia um papel para a mulher como mãe e esposa, retomando a relação de poder, já introjetada, e busca manter sua condição, seu lugar social.

Quadro 17 - Sequência Narrativa 14

Discurso imagético-verbal	
Identificação	
Temporada: 5ª Temporada – 2005	
Episódio: 04/2005	
Título do episódio: A melhor mãe do mundo	
Dimensão Imagética	Dimensão Verbal
Cenário: Entrada do restaurante Componentes do plano: - Plano aberto frontal	[...] Nenê: Olha lá o Leonardo de Caprio... Marilda: É o maitre, Nenê.

<p>Sequência narrativa: - Narrativa linear</p> <p>Componentes sonoros:</p> <p>Ponto de vista: - Narrador observador/ - Câmera em plongée</p> <p>Personagens: Nenê: Vestido floral com frente única. Marilda: Vestido de mangas compridas, salto e muitas pulseiras largas de plástico. Tuco: Camiseta de algodão, calça jeans e tênis. Lineu: camisa, calça e sapato social.</p>	<p>Nenê: Eu sei que é o maitre, mas é um maitre bem bonito, Marilda. E não tem aliança. Lineu: Que é isso, Nenê?! Que é isso, <i>cê tá</i> o quê, paquerando na minha frente?! Nenê: Que é isso, Lineu. Eu só <i>tô</i> procurando um pai <i>pro</i> filho da Marilda. Marilda: Mas eu num <i>tô</i> procurando marido. Nenê: Mas <i>cê</i> devia. <u>Você vai criar uma criança sem pai? Não pode, marilda. Quem vai comprar presente <i>pra</i> você no dia das mães?</u> Marilda: O filho, quando ele crescer... Nenê: E até lá, <u>quem vai te ajudar a cuidar da criança quando você <i>tiver</i> sobrecarregada de trabalho, hãhã?! Com quem você vai dividir os bons e os maus momentos da maternidade?</u> Pensa bem, Marilda. Olha em volta, marilda, olha só, olha só <u>quanta família feliz...</u> Marilda: Vou pegar uma cerveja... Nenê: Pede <i>pro</i> maitre. Marilda: O maitre que se dane. Lineu: Ôh, Nenê, a Marilda <i>tava</i> tão bem. Você deixou a Marilda abalada. Nenê: Mas era essa a ideia. Tuco: Eu acho que a <u>mamãe tem razão</u>, viu, o que a <u>Marilda precisa mesmo é de um homem</u>. Nenê: Viu? Viu, o Tuco também acha. Tuco: E poderia ser eu, né?! Nenê: Ôh Tuco, <i>quê</i> que <i>cê tá</i> pensando?! Lineu: Ele não <i>tá</i> pensando nada, Nenê, nada, nada. Cadê Bebel e Agostinho que não chegam?</p>
--	--

Fonte: A Grande Família (2005)

A construção discursiva se dá pelas justificativas de Nenê. Primeiro aponta o fator social, mostrando que Marilda “não **pode**” “criar uma criança sem pai”, o que indica a falta de escolha dela sobre se adequar ou não à representação de família tradicional. Em seguida, os argumentos passam para o campo prático e afetivo como a divisão dos cuidados com o filho e das experiências. Ressaltamos que essa ponderação sobre “dividir os bons e maus momentos da maternidade” contrasta com as reclamações de Nenê em muitos momentos do seriado com relação a prioridade que Lineu dá ao trabalho e a sobrecarga da mãe.

Com a afirmação de Tuco dando **razão** a mãe, pois “Marilda **precisa mesmo** é de um homem”, se reafirma a construção ideológico-discursiva da representação social de mulher. Nenê, concebida aqui como a voz da **razão**, compartilha da ideologia machista e enfatiza o poder patriarcal na sociedade em que a completude e felicidade da mulher e da família está diretamente condicionada à figura masculina, visto que ao apontar “quanta **família feliz**” se refere ao modelo tradicional de família com pai, mãe e filhos.

Reconhecemos, uma vez mais, a dualidade da personagem Nenê, mulher que almeja a independência e até lastima não conseguir se libertar das amarras sociais, e mãe/esposa que defende a tradicional instituição da família submetida ao homem. Aparentemente linear, ela apresenta tensões, cisões, mostrando suas arraigadas crenças, como na cena acima, mas, ao mesmo tempo, deseja transformações, revê posturas e toma atitudes, assumindo como a primeira mulher presidente da associação, enfrentando a família para realizar-se profissionalmente e deixando em segundo plano sua vida doméstica para concretizar projetos pessoais.

Essas tensões entre ideologias e desejos de Nenê aparecem desde o episódio *Todo dia ela faz tudo sempre igual* (2001), sendo encontradas em quase todos os episódios, visto que esse movimento de enfrentar o status quo, lutar por autonomia e retornar a aceitar e defender a condição anterior se mostra em suas incursões ao mercado laboral, seja na pastelaria, na associação, no ateliê. O fato é que, de modo a enfatizar as representações sociais do feminino apoiadas no machismo e patriarcado, Nenê, exceto no episódio da temporada 2014, sempre repensa sua decisão de ter um emprego e volta a ser dona de casa. Além disso, em tom quase doutrinal, ao final do episódio há uma cena dela explicando a Lineu os motivos de voltar a cuidar da família, ressaltando sua inabilidade para conciliar os papéis de mãe/dona de casa e trabalhadora e a alegria e importância de dedicar-se à vida doméstica.

Ainda sobre a felicidade como dependente da adequação aos modelos socialmente estabelecidos, podemos observar, ainda, no início do episódio *A melhor mãe do mundo* (2005).

Quadro 18 - Sequência Narrativa 15

Discurso imagético-verbal	
Identificação	
<p>Temporada: 5ª Temporada – 2005 Episódio: 04/2005 Título do episódio: A melhor mãe do mundo</p>	
Dimensão Imagética	Dimensão Verbal
<p>Cenário: Salão de Beleza da Marilda Componentes do plano: - Plano aberto frontal Sequência narrativa:</p>	<p>Marilda: Dia das mães é ótimo <i>pro</i> faturamento. Nenê: Ai, Marilda, que visão comercial, fria e calculista de uma data tão linda. Marilda: Hum, uma data tão linda...mas <u>se não tiver</u> <u>almocinho</u> em sua homenagem, <u>presentinho</u> e <u>paparicação</u></p>

<p>- Narrativa linear</p> <p>Componentes sonoros:</p> <p>Ponto de vista:</p> <p>- Narrador observador/ - Câmera em plongée</p> <p>Personagens:</p> <p>- Nenê: Vestido floral com frente única.</p> <p>- Marilda: Vestido de mangas compridas, salto e muitas pulseiras largas de plástico.</p> <p>- Bebel: Saia, camiseta, sandália com salto e avental de plástico.</p>	<p><u>você fica irritadíssima que eu sei.</u></p> <p>Nenê: Claro, né, Marilda. <u>Uma data tão bonita como essa merece sim homenagem, paparicação, presentinho.</u> Você tem alguma coisa contra?!</p> <p>Marilda: Ih, tá atacada...</p> <p>Nenê: Ah, tô mesmo, né, Marilda. Como é que eu posso comemorar o dia das mães se a <u>Bebel tá infeliz porque num pode ter um filho.</u></p> <p>Marilda: Filho do Agostinho também num é lá grande coisa, né?!</p> <p>Nenê: Ih, vê lá como é que você fala do meu neto, hein.</p> <p>Marilda: Mas <u>cê nem vai ter esse neto, Nenê.</u></p> <p>Nenê: Então, por isso mesmo é que eu decidi que esse ano não vai ter comemoração de dia das mães lá em casa.</p> <p>Marilda: Ah, Nenê, faz isso não, é seu dia, Bebel vai entender.</p> <p>Nenê: Cê acha?!</p> <p>Marilda: Claro... Ih, deixei o feijão no fogo.</p> <p><i>(Marilda sai de cena e entra Bebel)</i></p> <p>Bebel: Dia das mães é péssimo pra coluna. <u>As mães todas querem ficar lindas e eu aqui trabalhando feito uma louca em pleno domingo.</u></p> <p>Nenê: Ih, Bebel, tem gente que tem problema muito pior.</p> <p>Bebel: Lhh, já vi que <u>tá atacada hoje...</u></p> <p>Nenê: Ah, tô mesmo, né, Bebel. Esse ano lá em casa não vai ter comemoração de dia das mães não.</p> <p>Bebel: Por quê?!</p> <p>Nenê: Bebel, como é que eu posso comemorar se <u>a Marilda tá infeliz porque ela não tem o próprio pai pro próprio filho dela?</u></p> <p>Bebel: Ah não, mãezinha, hoje é seu dia, a Marilda vai entender.</p> <p>Nenê: É?! Cê acha?!</p> <p>Bebel: Claro, magina, ela <u>tá felicíssima hoje, tá faturando uma nota preta.</u></p> <p><i>(Marilda volta a cena).</i></p> <p>Nenê: Ahh, então <u>tá, né.</u> Eu concordo em comemorar o dia das mães, mas só porque vocês duas insistiram muito.</p>
---	---

Fonte: A Grande Família (2005)

Nesta cena a representação social de mulher como a que precisa de um homem e pai para os filhos, filhos estes que são desejados e imprescindíveis. A escolha do léxico **infeliz**, que tem um significado negativo estabelecido pelo senso comum, compartilha da representação midiática geral de mulher feliz. Podemos, então, observar que se não pode ter filho a mulher será infeliz, assim como se não tem “o próprio pai *pro* próprio filho dela”, ou seja, novamente a felicidade se relaciona com a adesão a certas convenções sociais, pois, de alguma maneira,

aderir a essas convenções, como, por exemplo, ter um emprego, carro, família, pode ser felicidade e estar a ela associado.

Observemos que Bebel, também como representação social de “mulher moderna”, sabe que Marilda não se importa com as convenções e que “**tá felicíssima hoje, tá faturando uma nota preta**”.

O discurso ideologicamente marcado pela representação social de mulher como boa esposa se constrói pela fala de praticamente todas as personagens, fazendo surgir por contraste uma representação de mulher como má esposa. Impregnadas da ideologia machista, essas representações ressaltam a boa esposa como atenciosa, submissa, dedicada ao marido e filhos, reforçando o poder masculino e determinando os papéis atribuídos aos gêneros.

Por meio da análise das discussões entre Agostinho e Bebel podemos acessar alguns desses sentidos e, conseqüentemente, esses podem estar associados a ideologias, valores de grupo, como na cena a seguir em que a mulher tenta ajudá-lo a resolver problemas financeiros.

Quadro 19 - Sequência Narrativa 16

Discurso imagético-verbal	
Identificação	
<p>Temporada: 11ª Temporada – 2011</p> <p>Episódio: 05/2011</p> <p>Título do episódio: A mãe de todos</p>	
Dimensão Imagética	Dimensão Verbal
<p>Cenário: Casa de Bebel e Agostinho</p> <p>Componentes do plano:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Plano aberto frontal <p>Sequência narrativa:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Narrativa linear <p>Componentes sonoros:</p> <p>Ponto de vista:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Narrador observador/ - Câmera em plongée <p>Personagens:</p> <p>Nenê: Calça jeans, blusa floral, sandália com salto médio.</p> <p>Tuco: Camiseta de algodão, calça jeans e tênis.</p> <p>Bebel: Camisa de algodão, calça legging e sandália de salto.</p>	<p>Bebel: <u>Tinho</u>, eu peguei dinheiro emprestado com a mamãe.</p> <p>Agostinho: Ai, que ótimo... (<i>contando o dinheiro</i>) Maria Isabel, como é que <i>cê</i> tendo oportunidade de pegar dinheiro emprestado pega setenta reais?!</p> <p>Bebel: É que eu gastei um pouquinho <i>pra</i> comprar biscoito <i>pro</i> Floriano.</p> <p>Agostinho: Maria Isabel, eu num acredito nisso. Eu aqui tendo que enfrentar os credores, você pega o nosso dinheiro e gasta com <u>bobaginha de biscoito</u> <i>pra</i> filho.</p> <p>Bebel: O nosso filho precisa comer, Agostinho. Além do mais setenta reais é dinheiro.</p> <p>Agostinho: Maria Isabel, setenta reais não é nada frente ao investimento que uma pessoa da minha posição empresarial tem que fazer.</p> <p>Bebel: <u>Eu só quis ajudar.</u></p> <p>(<i>Lineu entra em cena</i>)</p> <p>Lineu: Olha aqui, você já sabe o que eu vou perguntar e eu já sei o que você vai responder.</p>

	<p>Agostinho: Ôh, Lineu, então porque que você vai perguntar?</p> <p>Lineu: Então, sem embromação, vamos direto ao ponto: você pegou o dinheiro do potinho?</p> <p>Bebel: Pai, eu...</p> <p>Lineu: Minha filha eu num quero discutir, eu só quero meu dinheiro de volta.</p> <p>Agostinho: Bela ajuda, hein, Maria Isabel. Agora por causa da merreca de setenta reais eu ainda vou ter que aguentar teu pai aqui me chamando de ladrão.</p> <p>Lineu: Você pegou o dinheiro?</p> <p>Bebel: Não, pai, eu fui lá e peguei o dinheiro emprestado com a mamãe. Ela não te falou?</p> <p>Lineu: Não. Você sabe como a sua mãe está, ela deve ter esquecido. E eu sinto muito, Agostinho.</p> <p>Agostinho: Não tem problema, Lineu, <i>magina...</i> sua visita aqui me encheu de alegria... era o que faltava <i>pra</i> tornar o meu dia ainda melhor!</p> <p>Lineu: O quê que tá acontecendo?</p> <p>Bebel: É que quando o Agostinho comprou os dois táxis...</p> <p>Agostinho: Maria Isabel, eu não quero que seu pai saiba disso...</p> <p>Lineu: Não, eu quero saber qual é o problema.</p> <p>Bebel: O problema é que agora nós temos dois IPVAs <i>pra</i> pagar, pronto falei!</p> <p>Lineu: E você não pensou nisso quando comprou os dois táxis?</p> <p>Agostinho: Ôh, Lineu, agora eu sou um empresário com a cabeça...eu num tenho tempo <i>pra</i> pensar em tudo!</p> <p>Lineu: Ah, realmente, somar um mais um deve ser muito difícil, leva muito tempo.</p> <p>Agostinho: Muito Obrigado, hein, Maria Isabel, muito obrigado. <u>Tá vendo porque eu não queria que ele soubesse, vê agora o que <i>tu conseguiu pra</i> mim aí, muito obrigado.</u></p> <p>Bebel: Que foi besteira o que <i>cê</i> fez foi...</p> <p>Agostinho: Eu num acredito nisso! Eu num acredito que no momento que eu preciso de mais apoio <u>você que é minha mulher, minha esposa, você vai faltar esse apoio a mim,</u> Maria Isabel, pelo homem que aqui lutando <i>pra</i> estabelecer a vida, fica agora com essa <u>mesquinha sua de briguinha de dona de casa,</u> Maria Isabel, ora essa!</p>
--	---

Fonte: A Grande Família (2011)

Na cena, Bebel configura a representação social de mulher como boa esposa, como a que “só quis ajudar”, mesmo quando o marido a maltrata, pois ela entende o fato de sua chateação e apenas cala.

Agostinho, assim como em outras cenas analisadas, se utiliza do recurso retórico de vitimização, para van Dijk (2008b), a culpabilização da vítima, para impor respeito e desviar a atenção dos seus equívocos, desta forma constrói discursivamente a mulher que Bebel deve ser. Essa idealização faz parte do jogo ideológico-discursivo, pois, de certa forma, anula a realidade e permite a representação social de mulher/esposa veiculada como a que apoia

incondicionalmente o marido, relevando qualquer problema para evitar “mesquinaria sua de briguinha de dona de casa”.

Ademais, identificamos uma relação de poder de Agostinho sobre Bebel, como o homem da casa, o empresário, frente à postura submissa dela, inclusive com olhar, voz e ombros baixos, o que coaduna com a representação social de mulher como boa esposa.

Aqui o diminutivo foi usado pelas personagens com dois objetivos, a saber, por Bebel para indicar carinho (Tinho) e por Agostinho para atenuar ou desqualificar o problema apontado pela mulher (briguinha).

A construção imagética de Bebel na cena corrobora com a representação de mulher como boa esposa compartilhada por Agostinho, visto que a câmera em plano aberto a mostra com os ombros arqueados, cabisbaixa e expressão de choro. Além disso, o tom de voz baixo e quase gutural da jovem ao se justificar e o uso do nome do marido no diminutivo reforçam a percepção de fragilidade, bem diferente da Bebel ativa e segura apresentada nas análises feitas anteriormente de outros episódios. O figurino da personagem está mais simples, e com cores mais sóbrias como preto, embora ainda com estilo próprio como o detalhe do laço na blusa e o corte de cabelo desfiado, denotando jovialidade e modernidade.

Frame 13 – A mãe de todos (2011)



Fonte: A Grande Família (2011)

Vale, neste momento, contrastar a construção imagética da personagem Bebel dos episódios anteriormente analisados com esta, pois há uma mudança na forma como se apresenta ao espectador. Até então se autodenominava “mulher moderna” e seu figurino, cabelo, acessórios e gestos exagerados constituíam a representação social dessa mulher. Na temporada 2011, o casal tem as obrigações com o filho, Bebel está menos impulsiva, grita menos e seu figurino ganha um toque mais adulto, é a “mãe de família”.

Cabe observar que a partir desta temporada até o meio da temporada 2014 o seriado *A Grande Família* vai perdendo o seu tom cômico, as personagens brigam de maneira mais incisiva, os temas pesados se arrastam por mais de um episódio.

A Mãe

Chegamos à representação feminina mais forte identificada nos episódios analisados, tanto por sua temática quanto por ser a mãe Nenê o maior fio condutor do seriado em todas as temporadas. Ademais, outras personagens como Bebel e Marilda se tornam mães com o avanço do tempo, o que faz com que as representações desta figura sejam construídas e compartilhadas em diversos momentos e com diferentes ideologias que a circundam.

No episódio *A mãe do ano* (2003), os homens da família, após um almoço de dia das mães fracassado no restaurante Petisco da Velha, perdem Nenê no estádio. Triste e solitária ela senta na arquibancada vazia e pega um jornal trazido pelo vento.

“Mãe do ano abandonada no Maracanã”, acompanhada de uma foto de Nenê coroada. Tudo embalado por um fundo musical lento, remetendo ao sentimento de decepção da mãe que aparece em plano médio chorando. Esse movimento de câmera nos explicita um narrador observador, que constrói para o espectador o **abandono** da mãe que se contrapõe com a idealização da foto do jornal. Foto essa que exprime a representação de mãe da personagem Nenê.

Frame 14 – A mãe do ano (2003)



Fonte: A Grande Família (2003)

Na sequência Lineu, Seu Flor e Tuco, marido, pai e filho, chegam em casa procurando por Nenê que não está lá. Desesperados começam a imaginar as muitas situações em que ela poderia se encontrar. Com pequenas cenas rememorativas de Nenê no ônibus retornando para casa, as personagens constroem a representação de mãe que cada um tem, a saber, 1. a conciliadora, vestida de mulher maravilha, pois ela está no meio de duas torcidas e obrigada os brigões a se entenderem, 2. a heroína, que leva um tiro de um torcedor e o perdoa, 3. A inocente e feliz, que conta como foi bom seu dia das mães no Maracanã, 4. E a santa, que cuida de todos e não teve direito nem a uma surpresa de dia das mães.

Todas essas visões são embasadas em arquétipos de representação feminina dentro das narrativas de uma maneira geral, não apenas no seriado em análise. Existe uma recorrência de aplicação desses arquétipos e o discurso aqui se constrói justamente como base nos clichês em torno do tema, uma vez que o seriado se utiliza de recursos bastante trabalhados em narrativas para atingir seu ponto de comicidade.

Frame 15 – A mãe do ano (2003)



Fonte: A Grande Família (2003)

Cada uma dessas representações vem acompanhada de sua respectiva caracterização imagética que auxiliam na sua construção. Ora rapper com *dreadlocks* nos cabelos e cantando de improviso, ora menininha de rosa e com ursinho, ora recebendo a faixa de mãe do ano, ora santa que perdoa a todos, sobretudo a Lineu, por ser “mãe e mãe sempre perdoa”.

Nenê é essa mãe que Lineu admira porque gostaria de **cuidar** dos filhos tão bem quanto ela, a mãe dedicada e que como sugerem os títulos de alguns dos episódios analisados é **a melhor mãe do mundo, a mãe do ano, a mãe de todos**.

A personagem Bebel também auxilia na construção da representação social de boa mãe, quando, mesmo com a situação financeira de Agostinho, ao conseguir dinheiro emprestado com Nenê “gasta dinheiro *pra* comprar biscoito *pro* Florianinho” (2011), pensando no bem estar dele antes de tudo. Além disso, Bebel modifica o figurino e cabelo ao ser mãe e, embora ainda com roupas curtas, assume um estilo mais adulto.

5.3 Ressignificando: categorias sociais

As representações sociais são aqui compreendidas como o resultado de um percurso cognitivo-social que passa pelo modo como se entende o objeto desta representação num contexto amplo que sofre interferências diretas dos modelos de contexto sobre a situação comunicativa na qual se insere este objeto. Dito isso, neste momento, resignificamos a tessitura identificada no discurso imagético-verbal analisado de modo a identificar quais papéis da mulher e concepções de família emergem das situações comunicativas apresentadas.

Dessa forma, refletiremos sobre a função da mídia, mais particularmente da televisão, na construção e propagação de representações sociais do feminino, buscando relacioná-las com o contexto sócio-histórico do Brasil, contexto de produção, e observar sua influência sobre a constituição dessas representações, pois nos meios de comunicação “o discurso socializador é o resultado de um processo subjetivo de seleção de elementos da realidade com interesses particulares, ocultando aquilo que não interessa mostrar” (FAJARDO, 2006).

Valendo-se de estereótipos e modelos de contexto de situações sociais para que ao primeiro olhar o público possa se reconhecer nas personagens, a televisão utiliza elementos imagético-verbais da realidade para compô-las e enredo verossimilhante com o intuito de gerar uma identificação do espectador com o que vê nas telas, influenciando nas atitudes, na tomada de posição (DOISE, 2001) pelos sujeitos.

5.3.1 Papéis da Mulher

As personagens femininas que participam dos episódios analisados funcionam de veículo para a socialização de modelos, moldes sociais em que a mulher é enquadrada cultural e midiaticamente.

O discurso imagético-verbal do seriado *A Grande Família*, seguindo os estereótipos presentes na sociedade brasileira, em seu início estabelece papéis considerados essencialmente femininos. São as representações sociais da mulher como dona de casa, mãe zelosa, esposa carinhosa, filha mimada, amante, empresária. Papéis que coadunam com as imagens da mulher veiculadas pela mídia em geral e aceitas pela sociedade.

Além disso, a exigência da sociedade atual para que a mulher desempenhe com perfeição vários papéis ao mesmo tempo aparece como questão recorrente e cada personagem representa uma forma de agir diante dessas situações. Essas atitudes, como afirma Doise (2001), são socialmente influenciadas e se remetem à ideologia do sujeito sobre o fato vivenciado.

A personagem Nenê representa o maior conflito entre representações do seriado, pois quer e busca desempenhar diferentes papéis e muitas vezes não logra êxito, sentindo-se incompetente por isso como se fosse sua obrigação conciliá-los, mas ao mesmo tempo reafirmando em tom doutrinal reforçado pelas expressões faciais e corporais a satisfação de ser dona de casa e cuidar da família.

Portanto, ressaltando uma representação de mulher que atenda a ideologia patriarcal, há a necessidade de priorizar um dos papéis sob a pena de tornar-se a vida um caos. Então, quando dona de casa e mãe não trabalha fora e quando inserida no mercado laboral sua casa e familiares entram em desordem. Seu papel maior seria o de organizar a vida de todos que a cercam, o que explica o título e o episódio *A mãe de todos* (2011), no qual acredita ser sua função auxiliar e atender a filhos, marido, amigos e vizinhos.

Daí, o conflito entre as representações que, em tese, surge das distintas percepções dos sujeitos/atores sociais sobre a própria representação, visto que o objeto não será único, mas como num caleidoscópio, muda segundo o movimento, o sujeito, a perspectiva, a relação de poder e de empoderamento do sujeito. Para enfatizar o lugar destinado à mulher e suas representações, Nenê sofre os movimentos de realizar-se e retornar para as atribuições domésticas, são tensões que demonstram a circularidade da personagem e sua insatisfação com o papel desempenhado. Essas fusões são responsáveis por construir uma representação distinta para a mãe/esposa nas temporadas 2013 e 2014.

O discurso imagético-verbal do seriado apresenta as diferentes percepções do feminino, bem como as relações de poder entre homens e mulheres pelas: 1. personagens masculinas tanto pelas escolhas lexicais, tom de voz, recursos retóricos como a culpabilização, quanto pelo olhar autoritário mostrado pela câmera em plongée (de cima para baixo), pelos gestos denotando o empoderamento do sujeito. 2. personagens femininas, sobretudo Nenê e Bebel, as quais, alimentando o jogo de poder masculino, baixam tom de voz, usam diminutivos, tomam um olhar meigo e gestos suaves quando desejam conseguir algo com seus maridos, mas

também aumentam a voz, falam os nomes completos dos homens, assumem um olhar altivo com queixo erguido para estabelecer sua autoridade, usam da polarização a seu favor. Além disso, a câmera auxilia na elaboração imagético-verbal dessas relações de poder, pois constrói a polarização por meio dos close ups ou planos médio evidenciando traços de uma personagem em detrimento dos de outra, e, com a imagem em plongée para ressaltar o empoderamento do sujeito e do contra plongée para sua submissão.

Nos anos 2000 as mulheres conquistam cada vez mais espaço na sociedade, o Brasil elege sua primeira presidenta e a independência feminina avança para o centro das discussões, tendo esse contexto sócio-histórico como motivador narrativo. Depois de algumas tentativas frustradas, a partir da temporada 2012 do seriado, *Nenê*, com o marido em coma e movida pela necessidade de manter a família, abre sua loja de roupas femininas, consegue inserir-se no mundo do trabalho, mas ainda auxiliada pela facilidade de fazer seus horários e poder sair a qualquer momento para atender a família.

Em 2014, há uma aparente inversão de papéis entre *Nenê* e *Lineu*, pois aposentado ele ficará em casa enquanto ela, movida pelo desejo contido durante anos, irá trabalhar como chefe de cozinha de um restaurante. Essa suposta troca de papéis não modifica a representação machista do feminino, visto que o marido está em casa mas não assume as obrigações domésticas que continuam sendo da esposa ou, no episódio *Mãe de fases* (2014), a cargo de uma empregada doméstica. Ademais, não acontece a inversão, já que não há uma permuta de papéis, há sim uma modificação, um deslocamento, nos papéis e representações sociais do feminino, como já apresentado, porém a cobrança por uma mulher multitarefas, por uma mãe e esposa abnegada continuam. A mídia, embora influenciada pelas transformações sócio-históricas, segue refletindo uma sociedade machista, atendendo aos interesses de um grupo e veiculando em suas produções representações do feminino que coadunem com eles de modo a ancorá-las na cognição social, naturalizá-las.

Um dos recursos ideológico-discursivos para a construção das representações sociais do feminino no seriado *A Grande Família* é a polarização entre homens e mulheres, mas também entre mulheres que se percebem superiores frente às outras, sobretudo por sua profissão e independência. *Bebel*, filha de *Nenê*, já se apresenta desde o início do seriado como contraponto à incapacidade da mãe

em administrar casa, filhos, marido e trabalho. A jovem assume o papel de mulher moderna, trabalha fora e a partir da penúltima temporada concilia filho, marido com a empresa Carrara motos Carrara criada por ela.

Vale ressaltar, que o papel de dona de casa e mãe desempenhado por Bebel não é muito enfatizado, pois seu principal objetivo é empreender e evoluir financeiramente, o que não condiz com ideologia a qual a mídia se relaciona. Ressaltar uma representação de mulher profissional, mãe, esposa bem sucedida e feliz seria conceber a ideia de que, caso queira, o gênero feminino pode abrir-se a todas as oportunidades e desejos, além do que seria afirmar a independência total da mulher que não necessita agregar-se a figura masculina. Essa necessidade de um homem, de um pai, de um marido é reiterada, principalmente, nas falas de Nenê a Marilda, mas Bebel também justifica a obrigação de aceitar problemas e grosserias de Agostinho com o argumento de ser ele seu marido, o pai do seu filho.

A construção imagético-verbal dessas mulheres sofre mudanças conforme os papéis que desempenham, atendendo a uma expectativa social a eles relacionada, visto que o papel social pressupõe uma expectativa sobre como o sujeito deve agir, vestir, uma adequação às normas. No produto televisivo em geral a imagem ressalta esse enquadramento de maneira estereotipada.

No seriado analisado observamos um ajuste do figurino, dos seus modos de agir, a esses estereótipos, de forma que identificamos o papel social desempenhado sem desvinculá-lo da essência da personagem. Por exemplo, quando dona de casa Nenê tem figurino simplório, já quando presidenta, empresária, chefe de cozinha suas roupas denotam elegância, usa salto, cabelo sempre arrumado e imposta a voz com mais frequência para defender seu ponto de vista. Bebel também se transforma de adolescente à empresária pelo visual da personagem, mas também pela diminuição do uso de gírias e, embora não abandone totalmente, por sua voz com menos gritos. Contudo, Nenê continua usando o mesmo corte de cabelo e cores vivas ou estampas florais, enquanto Bebel segue com roupas curtas mudando apenas o tecido.

Observamos a construção imagética das personagens fazendo referência a estilos visuais específicos dentro da história da arte, cujas características se aproximam da própria construção discursivo-imagética dessas personagens. Como exemplo, podemos citar Nenê, pois seus figurinos tem uma paleta composta por tons pastel na base, contrastando com cores complementares de tons vivos. Além

disso, há uma abundância de formas orgânicas e estampas florais que remetem a uma feminilidade característica do estilo Art Nouveau, muito difundido na Europa entre o final do século XIX e começo do século XX (MEGGS, 2009).

O estilo de Bebel, por sua vez, que se autodenomina mulher moderna, tem cortes de cabelo e figurinos inspirados no estilo grunge dos anos 1990, que, advindo dos estilos rock e punk. Esse estilo tem como proposta a irreverência com estampas e cores e passou por uma releitura nos anos 2000 adquirindo um toque mais elegante e feminino com brilho, apliques de renda, camisetas temáticas. Podemos perceber essa mudança no figurino de Bebel ao longo das temporadas, visto que vai ficando mais arrumado, passando do jeans à seda, da camiseta ao blazer, porém sempre com brilho ou detalhes que identificassem a personagem.

As questões dos papéis da mulher na sociedade eram discutidas à medida que as personagens femininas iam se alterando e conquistando espaço, como estava acontecendo mundialmente. Os homens e até mulheres como Abigail achavam desnecessário que suas esposas, filha, irmã deixassem seus lares e papéis de dona de casa e fossem para o mundo difícil do trabalho. Essa visão aos poucos foi sendo modificada e no final do seriado as mulheres conquistaram seus espaços e respeito. Embora não haja uma mudança significativa nas relações de poder, com os deslocamentos nas representações identificamos um esboço de protagonismo feminino, mas o patriarcalismo ainda se impõe.

Percebemos que houve mudanças de paradigmas sociais com relação aos gêneros e à isonomia social em relação às participações na vida pública e privada, conforme essas mudanças aconteciam na realidade do mundo. Contudo, essas alterações continuam coadunando com uma ideologia machista ressaltando representações da mulher como dependente do homem, embora na atual conjuntura sua dependência seja apenas emocional, como aquela que deve abnegar-se pelo bem estar e felicidade dos filhos, marido, amigos.

A imagem da família patriarcal com o pai/ marido na cabeceira da mesa durante as refeições segue encerrando os episódios. Os poderes estão estabelecidos e os papéis da mulher, apesar de influenciados pelas mudanças sócio-econômicas, sofrem discretas alterações que não modificam a relação de dominação masculina.

5.3.2 Família

As representações sociais do feminino que emergem ao analisar o discurso imagético-verbal do seriado *A Grande Família* nos suscitam a discussão de temas sociais e práticas de família por, neste caso, sempre implicarem o feminino como centro desta instituição social.

O conceito de família do Brasil tem passado por reformulações em nível institucional. O IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), por exemplo, entende por família o “conjunto de pessoas ligadas por laços de parentesco, dependência doméstica ou normas de convivência, residente na mesma unidade domiciliar, ou pessoa que mora só em uma unidade domiciliar”.³⁴ Esse conceito difere do tradicionalmente difundido de família natural como sendo constituída de progenitores e filhos habitando um mesmo espaço, visto que nos dias atuais os valores afetivos são considerados como primordiais para suas concepções.

Entendemos que não mais há apenas um tipo de família. Na pós-modernidade a família se organiza conforme padrões da sociedade neoliberal. Indo além, diríamos que as famílias se configuram nos nossos dias de maneiras heterogêneas, sem padrões pré-determinados.

O título do programa analisado evoca de maneira implícita traços de uma representação social. A grande família refere-se à casa aberta dos Silva para os amigos e familiares e para a forma como resolvem seus dilemas e problemas individuais ou coletivos numa atitude solidária. Há, também, um estereótipo de família, ou ainda, um modelo de família.

Retomando as análises feitas do discurso imagético-verbal do seriado, percebemos o estereótipo presente na representação social de família veiculada como a tradicional com pai, mãe, filhos, parentes e amigos. Essa representação estereotipada se complementa com papéis sociais bem definidos, pois não há muito espaço para a diversidade de formatação dessa instituição social.

No episódio *A melhor mãe do mundo* (2005), Marilda está grávida e não se preocupa com o fato de seu filho não ter pai. Nenê, inconformada, critica Marilda, por isso e argumenta mostrando todos os motivos pelos quais ela precisa de um

³⁴ Para mais informações ver:
<<http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/condicaodevida/indicadoresminimos/conceitos.shtm>>, Acesso em: 10 ago 2014.

marido e pai para seu filho, pois não concebe que uma “família feliz” só com mãe e filho.

Para Nenê, feliz será aquela família considerada nos moldes tradicionais. Contudo, com o avanço das temporadas, até pela conjuntura familiar encontrada do país, ela precisa apoiar a separação de Bebel e reconhecer uma estrutura familiar diferente composta apenas de mãe e filho, como a que Marilda concebia. Na última temporada a própria Nenê acaba se separando de Lineu.

Essas separações entre os casais são atenuadas por não haver um desligamento total entre eles, já que Agostinho fica morando com a sogra quando Bebel decide se divorciar e Nenê sai de casa, mas para morar no quarto dos fundos. É como se a ideologia por trás dessas separações fosse a mesma que constitui a representação social de família tradicional, pois uma vez família sempre família.

Vale ressaltar que não aparece durante os 14 anos do seriado nenhuma representação de família constituída por pessoas do mesmo sexo ou por pai e filhos, o que reforça a representação social veiculada desde o título *A Grande Família*, como aquela fundada na ideia de que homem e mulher devem juntos constitui-la e assumir seus papéis e obrigações.

Novamente percebemos a mídia a serviço de interesses de grupo, trabalhando pela manutenção do status quo e delimitando o público alvo do produto, visto que ao veicular apenas a representação de família tradicional atende a uma parcela da sociedade brasileira que não compartilha das demais configurações de família, e a um público que se identifica e se sente representado com a imagem do homem como chefe de família e da mulher como rainha do lar, a mãe dedicada.

Por fim, a análise do discurso imagético-verbal do seriado *A Grande Família* nos mostra que é passível de se relacionar a família com os papéis sociais da mulher, uma vez que se cruzam, por haver no conceito de família já uma pré-noção de papéis a serem ocupados pelos gêneros. Por mais que haja tensões e discussões sobre essa questão no seriado, as mulheres continuam exercendo papéis pré-definidos o que pode contribuir para a ancoragem de sua representação na cognição social.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Antes da estrada de tijolos amarelos, Dorothy vivia uma vida quase cinza no Kansas. Tudo o que lhe estava reservado eram os mesmos caminhos seguidos pelas outras mulheres do sul, cuidar da casa, cozer e esperar pelo regrado alimento trazido ao fim do dia pelo marido que teria um dia. Mas a menina queria ir além, explorar o mundo, não se contentava com aquilo que diziam a ela que deveria ser seu papel.

Outra mocinha muito curiosa atendia pelo nome de Alice. Para ela, duas coisas estavam presentes: os caminhos que ninguém costuma trilhar e os porquês que as pessoas não gostavam de responder. Tal como Dorothy, Alice se aventurou num outro universo, cheio de maravilhas e desafios, buscando encontrar sua identidade e se reconhecer no mundo, construir seu lugar, escolher seu papel.

Assim como Dorothy em *O Mágico de Oz* e Alice no *País das Maravilhas*, no seriado televisivo *A Grande Família* Bebel e Nenê parecem, à primeira vista, condenadas a seu mundo de vida doméstica, monótono, cansativo e desvalorizado, contudo, não se dão por satisfeitas e buscam desbravar horizontes, conquistar espaço. Marilda, por sua vez, tenta reafirmar sua independência e integrar-se em uma sociedade que a recrimina por não se adequar a seus moldes. As três personagens femininas que mais aparecem nos episódios analisados lutam para se encontrar em um mundo masculino e machista.

Kehl (1998), em *Deslocamentos do feminino*, afirma que, tanto nos textos literários como na publicação de livros, se percebe que a mulher é construída com uma “natureza” que coincide com a visão masculina do “ser mulher”. Uma visão se perpetua inclusive na publicação de livros que reflitam o que a mulher desejava ou, pelo menos, deveria desejar.

Essa visão masculina da mídia, os olhos por detrás das câmeras, constrói e compartilha as representações sociais do feminino no discurso imagético-verbal do seriado *A Grande Família*. A referida elaboração aparece na convergência das dimensões imagética e verbal que se imbricam, se complementam, com seus elementos constituintes de modo a construir o discurso imagético-verbal, permitindo a criação de signos plurissemióticos e sua significação, veiculando ideologias e representações.

Ao descrever e analisar a construção do discurso imagético-verbal que caracteriza as personagens femininas do seriado, identificamos as representações sociais nele explicitadas e sua relação ideológica com questões de gênero.

Cabe ressaltar a existência de uma macro construção representativa do feminino no seriado, que atravessa as temporadas e a progressão das personagens, caracterizando-as. Essa formulação acontece em três dimensões de representação: as internas dos episódios, como, por exemplo, o movimento caleidoscópico de Nenê com tensões que emergem e se resolvem num mesmo episódio; as internas das temporadas, como as incursões das mulheres da família Silva no mercado laboral que se repetem em vários episódios de uma mesma temporada; e as macro representações que dão conta duma visão global do arco geral da personagem desde o seu começo até o fim.

A identificação das representações sociais do feminino no seriado *A Grande Família* permite, ainda, uma análise da conformação das identidades de grupo e sua relação com o gênero nas representações legitimadas pelo discurso imagético-verbal, a partir da constituição das personagens, de modo a concluir que:

Em primeiro lugar, no discurso imagético-verbal do seriado *A Grande Família* as representações sociais do feminino são construídas e veiculadas por meio das dimensões que o constituem.

A composição desse discurso acontece com cenas em plano médio e próximos, close up ou travelling direcionando a atenção do espectador para expressões faciais, olhar, gestos e figurino; com a modulação do tom de voz das personagens; e, com as falas elaboradas utilizando escolha lexical cuidadosa que caracteriza a boa mulher/mãe/esposa assim como a mulher **moderna**, marcadores discursivos como a conjunção adversativa **mas** auxiliando na elaboração da polarização e das relações de poder, e de tempos verbais como, em grande parte das vezes, o imperativo para os homens e o futuro do pretérito para as mulheres. Traços suprasegmentais, como gritos, gagueira, ênfase em palavras e expressões caracterizam de forma estereotipada os papéis sociais da mulher acompanhados de gestos e expressões faciais.

Recursos imagético-verbais retóricos e semânticos como os elencados transparecem as relações de poder, enaltecem a figura do homem, enfatizando o status quo de provedor da família, e a decisão da mulher por ficar em casa submetendo-se a filhos e marido, como quando a câmera em plongée remete ao

olhar masculino superior à mulher. O enquadramento das cenas com predomínio de planos médios e próximos busca gerar uma aproximação ao espectador, uma adesão ao enredo pela identificação com personagens de linguagem e vida simples, bem como a fotografia e cenografia com objetos e cores remetendo ao cotidiano buscando a verossimilhança.

O produto televisivo analisado constrói e veicula as representações do feminino como se fossem uma cópia da sociedade, busca a adesão do espectador com o intuito de objetivá-las e ancorá-las de maneira natural e imperceptível na cognição social.

Ao se remeter aos papéis da mulher, essa estruturação linguístico-discursiva do discurso imagético-verbal explicita as práticas sociais esperadas para o feminino, as concepções de família e a constituição familiar aceitável no contexto social em que se desenrola a trama.

De modo a gerar condições de identificação com o espectador, o gênero feminino se caracteriza no discurso analisado de diferentes maneiras e com recursos imagético-verbais, a saber:

1. a mãe, que se caracteriza de duas formas, a tradicional com figurino sóbrio e simples atribuído como típico de dona de casa, gestos, tom de voz tranquilo, linguagem coloquial com uso recorrente de diminutivos e com a preocupação exagerada em atender e agradar a todos; e, a moderna, com figurino composto por roupas curtas, coladas, maquiagem mais elaborada, e que apesar de se preocupar com filho e marido não desiste de sua vida profissional e independente. Recorre-se à polarização para demarcar os grupos, gerar identificação e sentimento de pertença por sujeitos que compartilham das mesmas representações sociais.

2. a filha mimada, que não resolve seus problemas sem o auxílio dos pais, se exalta e grita quando contrariada e se veste conforme a moda. O estereótipo da adolescente/jovem.

3. a dona de casa, que se desdobra para manter a casa e a vida de filhos, marido, amigos e vizinhos em ordem, evitando frustrá-los, não se descuida da aparência, mas se veste de forma simples com tons pastéis, vestidos floridos e conjuntos de calça e blusa.

4. a mulher, também construída sob diferentes representações, a tradicional, dependente financeira e emocionalmente do marido, e a independente que impõe

suas vontades e usa um figurino chamativo com tecidos estampados e com cores fortes, e que se casada e com filhos será realizada e feliz, mas se solteira será triste e desvalorizada.

Ademais, no discurso identificamos distintos modelos de contexto no que se refere ao dia das mães, ao ser mulher/esposa/mãe. Esses modelos ideologicamente delineados, juntamente com a abordagem das questões de gênero, auxiliam na construção e veiculação das representações sociais do feminino. Analisando a tríade reconhecemos o estabelecimento de papéis a serem desempenhados pela mulher e o(s) modelo(s) de família aceito(s) pelas personagens do seriado.

Contudo, ao longo dos catorze anos do remake do seriado *A Grande Família*, assim como o contexto sócio-histórico-econômico brasileiro, as personagens vão se modificando, bem como os conflitos entre gêneros, e as representações do feminino se deslocam de modo a atender a diferentes modelos de contexto.

Dito isso, confirmamos nossa proposição inicial de que o discurso imagético-verbal do seriado televisivo *A Grande Família* constrói e partilha papéis sociais, bem como representações, sobretudo do gênero feminino, por meio da estereotipação das personagens e pelo alinhamento de seus discursos com uma ideologia vigente nos contextos de produção e recepção da série.

Considerando os problemas de pesquisa podemos afirmar que:

1. O seriado *A Grande Família*, construído muitas vezes em tom cômico, aborda situações discursivas que se configuram a partir da definição de seus nichos de mercado, público alvo, e segmentação temática. Isso propicia um direcionamento do discurso às ideologias compartilhadas por seus espectadores e uma maior efetivação da comunicação devido à possibilidade de identificação dos grupos com as ideologias veiculadas e sua adesão, o que explica os altos índices de audiência mantidos pelo seriado durante os 14 anos em que foi exibido.

2. A representação do feminino acontece tomando como ponto de partida as identidades de gênero e os modelos de contexto, estabelecendo os papéis sociais exercidos pelas personagens femininas, de modo a enfatizar a hierarquização social patriarcal, que deveria se opor à matriarcal. Essa oposição não acontece devido ao modelo de família introjetado na cultura brasileira no qual o homem ocupa o centro, detém o poder.

3. Na tentativa de enfraquecer estereótipos e reformular tipos socialmente representativos, o discurso imagético-verbal do seriado *A Grande Família*, no período entre 2001 e 2014, acaba por formular outras representações que propiciem uma identidade de grupo e/ou gênero para com os espectadores. Contudo, como numa espiral, esse movimento acaba por criar outros estereótipos que são veiculados e compartilhados juntamente com as representações sociais, atendendo novamente a ideologias de grupo.

Essas constatações comprovam nossa tese de que o dinamismo das representações sociais leva diretamente à sua ressignificação. No caso específico do discurso midiático, veicula-se essa ressignificação de forma que o espectador possa tomá-la como válida, internalizá-la e compartilhá-la, visto que a mídia detém um nível de poder social e reproduz ideologias de grupo que são socialmente endossadas e retroalimentadas. Isso acontece pela presença dos meios no cotidiano da sociedade e a legitimidade adquirida pela sua prática. Assim, ao pensarmos seus discursos observamos que eles estão articulados dentro do paradoxo de apresentar o que se julga que o público acredita/gosta/aceita e a afirmação de que o público gosta de determinados conteúdos/ideologias/representações veiculados por que eles são apresentados pelos mídia.

Cumpridos os objetivos propostos para esta investigação, respondidos os problemas de pesquisa, nos cabe afirmar que nos detivemos a um recorte possível à pesquisa das representações sociais do discurso imagético-verbal. Ressaltamos que não almejamos uma análise global dessas representações, mas seu estudo tangencialmente conforme fossem sendo ressaltada no corpus.

Para além deste recorte encontramos um leque de problemas e questionamentos passíveis de investigação. O seriado televisivo *A Grande Família* permite gerar dados para análise do masculino, das questões éticas, das relações entre vizinhos e comunidade, além disso, podem ser desenvolvidas pesquisas sobre qualquer outro produto constituído pelo discurso imagético-verbal (filme, telenovela, vídeo).

O construto teórico-metodológico elaborado para análise desse discurso pode ser utilizado para estudos de sua estrutura para gerar significação, assim como da relação entre discurso e cognição social.

Totó, eu tenho a impressão de que não estamos mais no Kansas. Com olhos curiosos, maravilhados com o mundo novo à sua frente, Dorothy, no filme *O Mágico de Oz* (1939), já não era aquela menina de vida cinzenta. As circunstâncias haviam mudado, realmente já não estava mais em sua cidade natal. Agora, inserida em outro contexto, logo percebeu seu novo papel naquela sociedade, trocou de vestido e sapatos, encheu-se de coragem e seguiu com seu cachorro Totó pela longa estrada de tijolos amarelos.

REFERÊNCIAS

A GRANDE Família. Direção: Maurício Farias e Mauro Mendonça Filho. Produção: Guel Arraes. Roteiro: Guel Arraes, Adriana Falcão e Mauro Mendonça Filho. Rio de Janeiro: Rede Globo de Televisão, 2001–2002.

A GRANDE Família. **Direção:** Maurício Farias. **Produção:** Guel Arraes. **Roteiro:** Guel Arraes, Adriana Falcão e Mauro Mendonça Filho. Rio de Janeiro: Rede Globo de Televisão, 2001-2012.

A GRANDE Família. Direção: Luis Felipe Sá. Produção: Guel Arraes. Roteiro: Adriana Falcão, Bernardo Guilherme, Cláudio Paiva, Marcelo Gonçalves, Mauro Wilson, Max Mallmann, Nelson Caldas, Nilton Braga e Péricles Barros. Rio de Janeiro: Rede Globo de Televisão, 2013-2014.

AMOSSY, R.; PIERROT, A. H.. **Estereotipos y clichés**. Buenos Aires: Eudeba, 2001.

ARAUJO, C.; PAULA, S. de. O culto das imagens. **Ser**, Goiânia, v.1, n.1, p. 100-113, jul./dez. 2009.

AUMONT, J. **A imagem**. Campinas, SP: Papyrus, 1993.

AZEVEDO, K. F. **O acesso dos excluídos ao espaço discursivo do jornal**. Dissertação do Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade Federal de Pernambuco, 2003.

BALOGH, A. M. **O discurso ficcional na TV: sedução e sonho em doses homeopáticas**. São Paulo: Editora da USP, 2002.

BARTHES, R. **O Rumor da Língua**. São Paulo: Martins Fontes, 2004.

_____. **Elementos de Semiologia**. São Paulo: Cultrix, 1972.

_____. **Ensaio Críticos**. Coleção signos, volume 11. Lisboa: Edições 70, 1964.

BAUDRILLARD, J. **Simulacros e simulação**. Trad.: Maria João da Costa Pereira. Lisboa: Relógio d'Água, 1991.

BAUMAN, Z.. **Globalização: as consequências humanas**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1999.

BAUM, L. F. **O Mágico de Oz**. [S. l.]: TecnoPrint, 1989. Disponível em <<https://pt.scribd.com/doc/13059413/L-Frank-Baum-O-Magico-de-Oz>>, Acesso em: 24 out. 2014.

BENTES, A. C. Linguística textual. *In*: MUSSALIM, F.; BENTES, A. C. (Org.) **Introdução à linguística: domínios e fronteiras**. V. I. São Paulo: Cortés, 2008, p. 245-288.

BUTLER, J. P. **Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2010.

_____. Críticamente subversiva. *In*: JIMÉNEZ, R. M. M.. **Sexualidades transgressoras: Uma antologia de estudos queer**. Barcelona: Icaria Editorial, 2002, p. 55 a 80.

CÂNDIDO, A. et al. **A personagem de ficção**. 10ª ed. São Paulo: Perspectiva, 2004.

CARROLL, L. **Alice no país das maravilhas**. [S.l.]: Editora Arara Azul, 2002. Disponível em <<http://www.ebooksbrasil.org/adobeebook/alicep.pdf>>, Acesso em: 24 out. 2014.

CHARADEAU, P. **Discurso das Mídias**. São Paulo: Contexto, 2010.

COREY, K.; DOTY, A. (Ed.) **Out in Culture: gay, lesbian and queer essays on popular culture**. Durham and London: Duke University Press, 1985.

DEBORD, G.. **A sociedade do espetáculo: comentários sobre a sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2003.

DOISE, W. Atitudes e representações sociais. *In*: JODELET, D. (Org.). **As representações sociais**. Trad. Lilian Ulup. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2001, p. 187-204.

FAJARDO, E. G. Personajes, estereotipos y representaciones sociales. Una propuesta de estudio y análisis de la ficción televisiva. **Eco-pós**. V.9, n.1, jan-jul 2006, p. 58-81.

FAIRCLOUGH, N. **Discurso e mudança social**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2001.

FERREIRA, D.M.M. **Discurso feminino e identidade social**. São Paulo: Annablume; Fapesp, 2002.

FLUSSER, V. **Filosofia da caixa preta: ensaios para a futura filosofia da fotografia**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.

FOUCAULT, M. **A arqueologia do saber**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997.

_____. **Isto não é um cachimbo**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1988.

FUJISAWA, M. S. **Das Amélias às mulheres multifuncionais: a emancipação feminina e os comerciais de televisão.** São Paulo: Summus, 2006.

GIL, A. C.. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa.** São Paulo: Atlas, 2007.

GUATTARI, F.; ROLNIK, S.. **Micropolítica: cartografia do desejo.** Petrópolis: Vozes, 1996.

IORIO, P. de M. **A menor distância entre dois mundos: um estudo sobre a representação do Eu e do Outro em telenovelas de Gloria Perez.** Tese de Doutorado do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Literatura da Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2010.

IRINEU, L. M. **Representações sociais sobre a latinidade em sites de redes sociais contemporâneas: uma investigação discursivo-ideológica situada no Orkut.** Dissertação (Mestrado) do Programa de Pós-Graduação em Linguística da Universidade Federal do Ceará. Fortaleza, 2011.

JODELET, D.. **Representações sociais: um domínio em expansão.** *In:* _____. (Org.). *As representações sociais.* Tradução de Lilian Ulup. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2001.

JOLY, M.. **Introdução à análise da imagem.** Lisboa: Editora 70, 2007.

JOST, F. **Compreender a televisão.** Porto alegre: Sulina, 2007.

KAPLAN, E. A.. **A mulher e o cinema: os dois lados da câmera.** Rio de Janeiro: Artemídia; Rocco, 1995.

KEHL, M. R. **Deslocamentos do feminino: a mulher freudiana na passagem para a modernidade.** Rio de Janeiro: Imago, 1998.

KOCH, I.G.V.; MORATO, E.M.; BENTES, A.C.. Ainda o contexto: algumas considerações sobre as relações entre contexto, cognição e práticas sociais na obra de Teun van Dijk. **ALED**, n. 11, v.1, 2011, p. 79-91. Disponível em: <<http://projetonoisnafita.vl1.net2.com.br/site/pdf/rev07.pdf>>, Acesso em: 06 jul. 2014.

LIMA, N. M. **A construção da identidade de Lula em jornais de língua inglesa.** Dissertação do Programa de Pós-Graduação em Letras da Universidade Federal de Pernambuco, 2005.

MACHADO, A. **A televisão levada a sério.** São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2000.

MAINGUENEAU, D. **Doze conceitos em análise do discurso.** São Paulo: Parábola Editorial, 2010.

MANZANETE, C. M; BALDO, R.; GIACOMINI FILHO, G. Mudanças de paradigmas no estereótipo da mulher na propaganda. *In:* MELO, J. M de.; GOBBI, M. C.;

BARBOSA, S. (Org.). **Comunicação latino-americana: o protagonismo feminino**. São Bernardo do Campo: UMESP; Adamantina: FAI, 2003, p. 203-212.

MEGGS, P. B. **História do design gráfico**. São Paulo: Cosac Naify, 2009.

METZ, C. **A significação no cinema**. São Paulo: Perspectiva, 2004.

MITCHELL, W. J. T. **Picture Theory**. Chicago: The University of Chicago Press, 1995.

_____. **What Do Pictures Want?** The Lives and Loves of Images. Chicago: University of Chicago Press, 2005.

_____. Four fundamental concepts of image science. *In*: ELKINS, J. (org.). **Visual literacy**. New York: Routledge, 2008.

MORALES, M. F. et al. 2006. **Mujeres en serie: discurso de género en la ficción televisiva del nuevo milenio**. Madrid: AMECO.

MOSCOVICI, S. **Representações sociais: investigações em psicologia social**. Tradução de Pedrinho A. Guareschi. Petrópolis: Vozes, 2009.

MULVEY, L. Prazer visual e cinema narrativo. *In*: MACEDO, A. G.; RAYNER, F. (Org.). **Gênero, cultura visual e performance: Antologia crítica**. Ribeirão: Edições Húmus, 2011.

MUSSALIM, F. Análise do Discurso. *In*: MUSSALIM, F.; BENTES, A. C. **Introdução à Linguística: domínios e fronteiras**. V. 2. 6. ed. São Paulo: Cortez, 2009, p. 101-142.

OLIVEIRA, R. P. de. Literatura, cinema e produção de simulacros. *In*: SARAIVA, J. A. (org.). **Narrativas verbais e visuais: leituras refletidas**. Vale do Rio dos Sinos: UNISINOS, 2003, p. 27-41.

O'Brien, M.. **The politics of reproduction**. London: Routledge, 1981.

PEREIRA, G. da C. **Brás Cubas: discurso e metadiscurso na construção da personagem no romance e nos filmes**. Dissertação (mestrado) – Universidade Federal de Pernambuco. CAC. Letras, 2008.

ORLANDI, E. P. **Análise de discurso: princípios e procedimentos**. 9 ed. Campinas: Pontes, 2010.

ORWELL, G. **1984**. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

PÊCHEUX, M. **O discurso: estrutura ou acontecimento**. Trad. Eni Puccinelli Orlandi. 3 ed. Campinas: Pontes, 2002.

PLATÃO. **A República**. São Paulo: Martin Claret, 2004.

ROSE, D. Análise de imagens em movimento. *In*: BAUER, M.W.; GASKELL, G. (Ed.). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008. p. 343-364.

SÁ, C. P. de. **A construção do objeto de pesquisa em representações sociais**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 1998.

SCOTT, J. W. Gênero: uma categoria útil de análise histórica. **Educação & Realidade**. Porto Alegre, vol. 20, nº 2, jul/dez 1995, p. 71-99.

SODRÉ, M. **Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2011.

SOKOLOSKI, M. E. As representações femininas reveladas pelos estereótipos no programa a grande família. **Razón y Palabra**, Portugal, n. 74, 2011.

SOUZA, T. C. C. de. Discurso e imagem: perspectiva de análise não verbal. **Ciberlegenda: revista do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal Fluminense**, v. 1, n.1, 1998. Disponível em: <<http://www.uff.br/ciberlegenda/ojs/index.php/revista/article/view/240>>, Acesso em: 12 nov. 2014.

SPINK, M. J.. Desvendando as teorias implícitas: uma metodologia de análise das Representações Sociais. *In*: GUARESCHI, P. A.; JOVCHELOVITCH, S.. (Org.). **Textos em Representações Sociais**. Petrópolis: Vozes, 2002, p. 117-148.

STÜCKER, A. **A periferia nos seriados televisivos Cidade dos Homens e Antonia**. Dissertação do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo, 2009.

THOMPSON, J. B. **Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa**. Petrópolis: Vozes, 1995.

VAN DIJK, T. A. **Discurso e contexto: uma abordagem sociocognitiva**. São Paulo: Contexto, 2012.

_____. **Racismo e discurso na América Latina**. São Paulo: Contexto, 2008a.

_____. **Discurso e poder**. Judith Hoffnagel e Karina Falcone (Org.). São Paulo: Contexto, 2008b.

_____. **Ideología: una aproximación multidisciplinaria**. Sevilla: Gedisa, 2006.

_____. **Ideología y discurso: una introducción multidisciplinaria**. Barcelona: Ariel, 2003.

_____. Algunos principios de una teoría del contexto. **ALED** (Revista latinoamericana de estudios del discurso), 1(1), 2001, p. 69-81. Disponível em:

<<http://www.discursos.org/oldarticles/Algunos%20principios%20de%20una%20teor%20EDa%20del%20contexto.pdf>>, Acesso em: 06 jul. 2014.

_____. (Org.). **El discurso como estructura y proceso**. Estudios sobre el discurso I: una introducción multidisciplinaria. Barcelona: Gedisa Editorial, 2000a.

_____. (Org.). **El discurso como interacción social**. Estudios sobre el discurso II: una introducción multidisciplinaria. Barcelona: BEG, 2000b.

VANOYE, F; GOLIOT-LÉTÉ, A. **Ensaio sobre a análise fílmica**. Campinas, SP: Papirus, 2008.

VERONESE, M.V; GUARESCHI, P.A. Hermenêutica de profundidade na pesquisa social. **Ciências Sociais Unisinos**. 42(2):85-93, maio/ago 2006. Disponível em: <<http://www.redalyc.org/pdf/938/93842201.pdf>> Acesso em: 10 nov 2013.

WODAK, R.; MATOUSCHEK, B.. (1998). “Se trata de gente que con sólo mirarla se adivina su origen”: análisis crítico del discurso y el estudio del neo-racismo en la Austria contemporánea. In: ROJO, L. M.; WHITTAKER, R. (eds.). **Poder-decir o el poder de los discursos**. Madrid: Arrecife; UAM Ediciones, p. 55-92.

WOLFE, F. Por trás do espetáculo: o poder das imagens. *In*: NOVAES, A. (Org.). **Muito além do espetáculo**. São Paulo: Editora Senac, 2005.

ZANFORLIN, S. C. **Nem comédia, nem drama: gay como gente**. Análise crítica do seriado televisivo Os Assumidos (queer as folk). Dissertação do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade Brasília, 2004.