



A Grande Família: representação da imagem da mulher¹

Eline LUZ²
Universidade Estadual de Santa Cruz, Ilhéus, Ba

RESUMO

A discussão de gêneros está se destacando cada vez mais na rotina da sociedade. Considerando a atuação da mídia como importante veículo de apresentação e difusão de ideias, comportamentos e visões, de mundo é de fundamental importância reconhecer e analisar os discursos na programação midiática. A partir desses aspectos, esse trabalho analisa a imagem da mulher na série "A grande família" e como esta pode ser utilizada como representação social da mulher na sociedade.

PALAVRAS-CHAVE: Mulher ; Representação ; Televisão ; Série ; Dona Nenê

APRESENTAÇÃO

A partir de imagens publicitárias desenvolvidas e difundidas durante a primeira e segunda guerra mundial (1914 – 1945), as mulheres começaram a ser representadas nos meios de comunicação. Até então, o papel das mulheres como importantes agentes de construção social era ignorado pela sociedade patriarcal. A partir do momento que as mulheres tomam consciência de si enquanto gênero atuante dá-se início às lutas pela conquista de direitos.

A industrialização e a urbanização alteraram a rotina social, particularmente das mulheres, ocupando o espaço das ruas, a trabalhos fora de casa e estudos. A transformação da infra-estrutura econômica, mais a alfabetização das mulheres, o cinema, os meios de transporte, a substituição de bens produzidos em casa pelos industrializados, alterou inteiramente o ritmo de vida e os contatos que mulheres e homens passaram a desfrutar. Essas mudanças proporcionaram contato com comportamentos e valores de outros países, os quais passaram a ser confrontados com os costumes patriarcais ainda vigentes.

No entanto, mesmo depois da conquista de direitos fundamentais e de terem se mostrado ao mundo enquanto gênero pensante e atuante, as mulheres nunca deixaram de ser vistas de modo semelhante a objetos, como nos comerciais de cerveja, que

¹ Trabalho apresentado no IJ 4 – Comunicação audiovisual do XIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 14 a 16 de junho de 2012.

² Discente do VI semestre de Comunicação Social em Rádio e Televisão da Universidade Estadual de Santa Cruz



sempre exibem o corpo como forma de seduzir os espectadores – do sexo masculino - ou a sua redução ao mero papel de figura do lar. Um bom exemplo disso é a campanha publicitária da Sky de 2011, na qual a modelo Gisele Büchen – ícone da campanha – é colocada no papel de dona de casa, servente ao marido. Outro exemplo, utilizando a mesma modelo, é a campanha da Hope (marca de roupas íntimas). Nele a mulher é adjetivada como objeto comparado ao produto “Ela é brasileira, divertida, sexy. Ela é linda, sedutora, natural. Gisele é Hope”.

Diante da atual realidade da mulher brasileira, este trabalho tem como proposta mostrar a construção social da mulher a partir de uma personagem criada na série “A grande família”, veiculado, pela rede Globo, todas as quintas às 22:30. Para tanto, serão analisando quinze episódios exibidos entre os dias 8 de setembro e 15 de dezembro de 2011. A ideia é entender a imagem social da mulher de classe média no Brasil, sua situação na mídia, a partir da principal personagem feminina do seriado, Dona Nenê.

A Grande Família, série exibida pela Rede Globo desde 2001, trata de forma bem humorada situações comuns ao ambiente familiar, cativando seu público pela identificação e reconhecimento nas personagens. O programa iniciado em 2001 é um *remake* da série produzida e difundida pela mesma emissora nos anos de 1972 a 1975. Por se tratar de um *remake* onde o roteiro não foi modificado, os valores considerados para a construção série é reflexo da sociedade dos anos 70. Escrita inicialmente por Max Nunes, Oduvaldo Viana Filho, Armando Costa e Paulo Pontes, e dirigida por Milton Gonçalves (1972) e por Paulo Afonso Grisolli (1973-1975), atualmente dirigida por Mauro Mendonça Filho.

O programa apresenta “os Silva”, uma família de classe-média brasileira, que vive no subúrbio do Rio de Janeiro. O patriarca, Lineu Silva, fiscal sanitário politicamente correto e responsável, é casado com Nenê, uma exemplar dona de casa para os parâmetros dos 70. O casal tem dois filhos: Maria Isabel, também chamada de Bebel, casada com o taxista, Agostinho Carrara; e Artur, o caçula carinhosamente chamado de Tuco, namorado de Maria Angelina. Abelardo, ou Beiçola, dono de uma pastelaria, tem alguns transtornos psicológicos, se veste e age como a falecida mãe, a portuguesa Dona Etelvina. Noivo de Dona Abigail, a vizinha fofoqueira e dona de uma locadora, mas é apaixonado pela Dona Nenê. A trama que gira em torno da família Silva, também conta com a presença Paulo Wilson, mais conhecido como Paulão da Regulagem, o mecânico



cafajeste, e Mendonça, mulherengo chefe de repartição de Lineu. O *remake* está no ar há 11 anos, a longa durabilidade e manutenção do programa é um importante indicativo de aceitação dos telespectadores.

A personagem escolhida para análise, Dona Nenê, é uma dona de casa paciente, dedicada ao lar, justa e politicamente correta, que por ser a principal figura feminina da série é o motivo pelo qual foi escolhida como objeto para análise. Representa, na série, a figura da dona de casa. Uma mulher sempre a disposição das necessidades dos membros da família, adora cozinhar e canaliza toda sua segurança na figura do marido, construindo assim o estereótipo da dona de casa almejada pela sociedade patriarcal.

AUDIOVISUAL E CONSTRUÇÃO SOCIAL

Uma produção audiovisual é um importante veículo de reprodução de discursos, mesmo produtos voltados ao entretenimento e humor não estão livres desta função. A todo instante em nossas rotinas, somos bombardeados pelo discurso hegemônico, nos lares, escolas, trabalho e por veículos e comunicação. Estar em sociedade nos exige análise e posicionamento de forma direta e indireta.

“Os indivíduos nascem num mundo já moldado por uma luta de classes. Fora dessa luta alguma classe ou aliança de classes emergiu numa posição dominante e muitas vezes “hegemônica”; tal classe tentará sempre assegurar uma posição hegemônica, isto é, ganhar legitimidade política através da introdução da sua visão cultural no tecido social. Com este propósito irá colocar os seus intelectuais orgânicos em locais estratégicos dentro do aparato cultural e ideológico e irá fazer alianças com os intelectuais tradicionais mais influentes. Após algum tempo, esta visão do mundo articulada pelos seus filósofos no domínio da alta cultura irá ser influenciada e solidificada em senso comum”. (ADAMSON, 1980, p. 149, apud MORROW; TORRES, 2004, p.38)

No caso da série em análise, esta reproduz o discurso hegemônico que foi construído a partir dos valores patriarcais de definição para dinâmica social. A construção de valor de gênero na sociedade, ainda hoje, é sustentada pela visão patriarcal formada e reproduzida pelo senso comum.

“O senso comum é formado por diferentes posições ideológicas, que não são “falsas imagens” da realidade ou produto de uma “falsa consciência”, mas visões particulares da realidade que se baseiam em



relações materiais de classe, gênero e raça. Senso comum, então, é formado principalmente (mas não exclusivamente) por ideologias hegemônicas, uma vez que os grupos dominantes, apoiados em relações de poder que envolvem as dinâmicas de classe, raça, geração, gênero etc., conseguem apresentar suas visões como “naturais” na compreensão da sociedade. O discurso hegemônico é aceito, em parte, porque consegue ancorar-se em entendimentos anteriormente presentes no senso comum”. (GANDIN; HYPOLITO, 2003, p.72).

A reprodução de discurso gera interferência na construção social. É no processo de produção do que será veiculado que se constrói diferentes formas de reproduzir discursos. Após a chegada da mulher na mídia, acontece um ganho na visibilidade da questão de gênero enquanto identidade. A construção da identidade acontece a partir de três processos segundo Alejandro Carson, o primeiro deles o reconhecimento de pertencimento, quando os indivíduos se identificam entre si e com a ação dos outros, o segundo é a desigualdade, os indivíduos exercem suas vontades a partir da estrutura formada por uma organização social e a terceira é a diversidade, quando nos entendemos na unicidade, a eterna tensão entre vontade e repressão. A partir da análise podemos notar que a construção da identidade, que se dá em três processos, acontece paralelamente, produzindo identidade do sujeito através de um método repleto de contradições, tensões e conflitos.

Sobre esse processo de formação de identidade, Stuart Hall defende a importância do movimento feminista para a construção da imagem atual da mulher.

“O movimento feminista possibilitou a discussão de questões relativas à família, à sexualidade, ao trabalho doméstico e ao cuidado com as crianças e questionou a noção de que homens e mulheres fazem parte da mesma identidade, a “humanidade”, trazendo à tona a diferença sexual”. (HALL, 2002, p.48).

Os produtos midiáticos contribuem para formação de ideias e comportamentos entendidos como padrão para uma sociedade. A série *A Grande Família*, em exibição na emissora Rede Globo desde 2001, representa o padrão tradicional que família classe média brasileira deve ter, de acordo com o discurso hegemônico. A série completou 10 anos no ar em março de 2011. Diante disso é perceptível a aceitação do público que consome este produto. O programa, a partir da linha humorística, reproduz discursos presentes na sociedade dos anos 70, valores pregados pelo discurso hegemônico, que até hoje se sustenta no senso comum.



“Objetivação é o processo pelo qual procuramos tomar concreto, visível, uma realidade. Procuramos aliar um conceito com uma imagem, descobrir a qualidade icônica, material, de uma ideia, ou de algo duvidoso. A imagem deixa de ser signo e passa a ser uma cópia da realidade. Um dos exemplos fornecidos por Moscovici refere-se à religião. Ao se chamar de pai a Deus, está-se objetivando uma imagem jamais visualizada (Deus), em uma imagem conhecida (pai), facilitando assim a ideia do que seja Deus”. (OLIVEIRA; WERBA, 2002, p.109)

A partir do conceito de objetivação na teoria da representação social, discutido por Oliveira e Werba, podemos dizer que a forma como a mulher ainda hoje é representada nos meios de comunicação é carregada de heranças. Fruto inclusive desse processo descrito. A forma como a mulher é representada nos grandes meios carrega heranças.

DONA NENÊ: principal figura feminina na série

A série possui uma estética que transita entre o moderno e o tradicional. A construção da imagem das personagens é de grande importância para a construção do discurso que estará sendo transmitido. Na série “A Grande Família” Dona Nenê é a principal representação da figura materna na família entendida como padrão na sociedade brasileira, ela afirma um modelo ideal de dona de casa. Nenê é uma dona de casa exageradamente tradicional, tanto em seus comportamentos quanto em seu figurino, sempre prezando pela harmonia e o bem-estar familiar. A personagem de Nenê utiliza roupas tradicionais, diferente de sua filha Bebel, outra imagem feminina na série, que apesar de estereotipadamente se diferenciar da mãe herda desta visões de mundo. Em uma descrição publicada no site da Rede Globo, nos deparamos com o discurso da mulher que segue os padrões de comportamento, se realiza a partir do lar e vive em função da família, em especial o marido.

“Nenê é a mãe que todo mundo pediu a Deus. Aliás, pro Agostinho ela também é uma sogra e tanto! Já para os “rolos” de Tuco, a história muda completamente de figura, porque ela morre de ciúmes das mulheres que aparecem na vida do filhão. Mesmo assim, no final das contas, Nenê sempre dá um jeito de acobertar as trapalhadas dos filhos, do genro e até dos amigos, como o Beizola e a Marilda! Ela está sempre disposta a cozinhar pra família, a ouvir os problemas alheios e ajudar todo mundo, mas quando se sente mal amada ou traída, pode ter certeza de que sua cozinha estará fechada para reformas. Afinal, toda heroína tem seus problemas! Então, para que a família tenha sempre a Super Nenê à disposição, Lineu é uma peça fundamental. Para ser feliz, ela precisa muito se sentir amada pelo maridão...Se bem que sua prioridade agora é o netinho, Floriano”. (REDE GLOBO, 2011)



Nesta temporada, a décima primeira temporada, Nenê não se destaca tanto quanto antes, porém tal descrição ainda é afirmada nos episódios a partir de falas das personagens.

O trabalho doméstico de Nenê não é reconhecido nem mesmo pelo seu marido, que chega a desvalorizar, como no episódio do dia 17/11/2011. Neste Nenê mostra estar se auto-medicando e, em um diálogo com Lineu, o trabalho feito por ela é totalmente diminuído. “Ah Lineu se você tivesse com milhões de problemas lá na presidência da associação, que nem eu estou, com mais um leilão beneficente para arrumar, o que você faria? Lineu: Resolveria os problemas da associação e organizaria o leilão beneficente. Ela: e se, além disso, tudo você tivesse que fazer todos os trabalhos da casa. Lineu: Isso não é desculpa”.

Posicionamentos como esse se repetem em alguns episódios, como no exibido no dia 15/12, onde, em um sonho, Lineu demonstra grande tristeza ao ver Nenê tendo que se dedicar à costura para poder sustentar a família, após ele e Agostinho morrerem . Em um diálogo com Agostinho, Lineu diz “Ah, Nenê está sofrendo tanto, ela agora costura para fora, trabalha dia e noite nessa máquina.”

Nenê passa a demonstrar, em alguns episódios, a vontade de fazer algo além de servir à família. No episódio do 10/11, ela fala para Lineu sobre sua vontade de cantar na banda que ele formou com os colegas da repartição, mas ele sente vergonha de falar para os amigos, que Nenê tem vontade de cantar. Em um dia de ensaio da banda Mendonça leva sua noiva, jovem e atraente, para cantar. Ao ver isso Nenê se indigna e pressiona Lineu que por conta disso, mesmo ainda relutando, fala com os amigos e eles aceitam que ela cante na banda. Após isso no episódio do dia 13/10, Nenê passa a ter aulas de canto com sua sogra. Ao saber disso, Lineu passa a se sentir traído por sua esposa que, agora, estava alimentando seu sonho de cantar. Ele compartilha isso com o colega de repartição, Mendonça, que aconselha o amigo: “A relação homem x mulher é uma luta, né? Você recebe um soco e dá outro pior.” Neste episódio, Nenê entra em crise porque descobre o talento para música, mas tem medo de compartilhar isso com o marido, medo alimentado pelo fato de Lineu ser sempre crítico. A personagem cria um bloqueio ao tentar cantar na presença dele. Ela só tem o apoio de sua sogra no que diz respeito à carreira de cantora, pois até o filho, Tuco, a censura ao saber da novidade. ”Tuco: Quer dizer que agora você virou cantora, mãe. Dona Glória: Porque será que todo mundo se



espanta tanto, hein? Tuco: Porque há 300 anos ela é dona de casa, né? De repente.

Nenê: Ô Tuquinho, se você não tem nada interessante para falar fica quieto. Tuco: Ta bom mãezinha. Só me responde uma pergunta para eu poder me preparar. Você está só cantando ou você está dançando também?”

Com isso, mais uma vez Nenê desiste daquilo que deseja. Lineu demonstra preocupação ao ver que ela ficou decepcionada porque não conseguiu realizar seu sonho de ser cantora e resolve apoiá-la; ela estranha o comportamento do marido. E ele responde: “Porque eu não quero que você coloque a culpa em mim.” E o episódio encerra com Nenê lavando o quintal e cantarolando com prazer.

Hoje, diante da luta travada pelas mulheres por um lugar na sociedade, não é aceitável em a representatividade da mulher como *Amélia*³, principalmente nos meios de comunicação. No entanto, esse discurso ainda se faz muito presente, sendo o consumo de produtos midiáticos um indicativo do ainda reconhecimento da mulher como tal.

Buscando os conceitos de Goffman, podemos entender representação social como:

“Toda atividade de um indivíduo que se passa num período caracterizado por sua presença contínua diante de um grupo particular de observadores e que tem sobre estes alguma influência”.
(GOFFMAN, 1985, p.29)

Aplicando este conceito à mídia, pode-se entender essa influência como a capacidade de incorporação, na representação, de valores que são reconhecidos pela sociedade, reforçando e estimulando determinados comportamentos e discursos hegemônicos.

Nenê vê em seu marido uma fortaleza, a ele confia sua segurança, ele é o que equilíbrio da casa, racional e de posicionamento firme. No episódio do dia 8/12 é abordada a dificuldade financeira de uma família e formas de superar isso. Nenê em uma frase descreve como deve ser um marido ideal para ela “Meu marido tem que ser uma pessoa equilibrada”. Em outra situação, no episódio do dia 27/10, onde a personagem quase não tem visibilidade, Agostinho mais uma vez pisa na bola e ao perceber isso a atitude de Nenê é designar para Lineu a função de tomar uma atitude, dizendo: “Você não vai atrás dele Lineu?” Lineu hesita e ela insiste: “Sei lá, para dá uma bronca.” e ela é ignorada quando ele responde: “No momento estou mais preocupado com minha mãe.”

³ Personagem do samba “Ai que saudades da Amélia” de Ataulfo Alves e Mário Lago e se tornou símbolo da mulher do lar submissa ao marido.



No episódio do dia 3/11, explicita a dependência que Nenê tem de Lineu. No episódio, Nenê tira do baú seu sonho de viajar à Buenos Aires ao ver sua filha e seu genro prestes a fazer isso. A realização do sonho não aconteceu até então porque Lineu nunca encontra uma ocasião boa para isso. Nenê não hesita em deixar de realizar seu sonho por conta do marido, assim como em outros episódios também não notamos ela tomar atitude a favor si, quando toma frente de algo é para defender alguém da família.

No dia 24/11 o episódio mostrou Nenê e seu novo hábito de pensar alto, ela prefere definir assim a dizer que está conversando sozinha. Enquanto isso a rotina dos outros personagens fluem construindo outra trama tranquilamente. O momento em que as tramas se encontram é quando Tuco sugere que o africano que Agostinho estava hospedando em casa passe a fazer companhia a Nenê, já que ela não tem com quem conversar. Nessa trama fica visível como a dona de casa se passa como alguém invisível no lar, só sendo lembrada quando é requisitada. Nenê ressalta isso enquanto está pensando alto: "Mãe e esposa é igual caixa eletrônico, tem que funcionar 24 horas por dia e quando não funciona todo mundo *xinga*". Neste mesmo episódio quando Nenê se posiciona com alguma decisão Lineu a pondera e ela simplesmente aceita com um "Ta bom".

“[Segundo Bourdieu] a dominação masculina constrói as mulheres como objetos simbólicos, colocando-as em permanente estado de insegurança corporal, ou melhor, de dependência simbólica: elas existem primeiro pelo, e para, o olhar dos outros, como objetos receptivos, atraentes, disponíveis. Delas se espera que sejam naturais, ou seja, mantenham a chamada ‘essência feminina’, e ser magra e jovem também contribui para a concepção de ‘ser mulher’. Todo este arcabouço de elementos simbólicos vai contribuir para a produção da subjetividade. Esta subjetividade incide diretamente nas relações afetivas e na autoestima da mulher e, por conseguinte, na capacidade de atração ou sedução, de ser amada ou rejeitada, de ser uma mulher jovem e visível na sociedade, ou de ser uma mulher envelhecida e invisível na sociedade”. (ARIANI, 2011, p.6)

Assim como a publicidade, a série a “A grande família” também apresenta a mulher como um objeto, um corpo a ser desejado pelos telespectadores. No episódio do dia 1/12, nomeado de “Adoráveis sedutoras”, a mulher é colocada em um posto de objeto de posse e que valoriza a imagem do homem. Nenê vai até o trabalho de Lineu questionar ele sobre ele ter aceitado o chefe recusar as férias dele; Lineu responde que esse é um assunto referente somente a ele; Nenê entra em conflito com ele e diz que não, que é um assunto deles, tentando tomar frente da situação, mas encerra o diálogo



com "Acho que você não se esforçou o suficiente", e resolve tomar uma decisão, ir conversar com o chefe de Lineu. Nenê consegue o que desejava e, após isso, Lineu passa a questioná-la de que forma ela conseguiu isso, ele acredita que ela usou o corpo para seduzir o chefe e só por isso conseguiu. No mesmo episódio Lineu é adjetivado de MACHO ALFA, por seu colega de trabalho Mendonça. Ao fim da trama Lineu proíbe Nenê de falar com qualquer pessoa da repartição e finaliza com a frase "Você vai me ensinar esse jeitinho".

No episódio do dia 6/10, Nenê agora é presidente da Associação de Moradores e tem um desafio, impedir o acontecimento das obras do viaduto. Nenê vai por vias mais fáceis para conseguir isso, contrata os serviços do pajé Murici. Esse seria o momento que a personagem teria para mostrar sua capacidade de atuação, mas que perdeu todo o crédito ao destacar que para ela conseguir só seria possível com a ajuda do pajé. No episódio, Paulão diz "Eu uso a bebida para convencer a mulher a me dar aquilo que ela não quer dá", com isso ele mostra o discurso de que a mulher não tem vontade própria, que ele é quem vai determinar as ações dela. Ainda neste episódio Nenê anula a importância de sua vida ao agregar o valor dela só pela existência do seu netinho com a seguinte frase: "Se não fosse pelo meu neto eu preferia ter morrido". No episódio do dia 29/9 ela deixa bem claro o quanto ela se deixa guiar pelo amor ao neto, sendo capaz de enfrentar o marido quando o assunto é a sua relação com o neto.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A sociedade atual foi historicamente construída a partir de uma base patriarcal, onde ser macho implica em carregar conceitos e posturas. Isso implica e reprodução do senso comum da organização social, senso comum que entende a mulher como classe inferior aos homens, que deve limitar o seu papel na sociedade a cuidar dos filhos e do marido. Com a globalização, o acesso ao conhecimento, a história, a trocas de valores de sociedades diversas desencadeou nas mulheres questionamentos sobre o senso comum aplicado para mulher. A partir disso foram travadas lutas pela desconstrução deste modelo de sociedade, permitindo atuação da mulher fora do ambiente doméstico, lutando pela liberdade da mulher enquanto classe e ser humano.

Os meios de comunicação de massa atuam como agentes perpetuadores do senso comum, na maioria das vezes representam a mulher como objeto e como ser limitado. A publicidade abusa da utilização do corpo para seduzir o público masculino, em outras



situações a mulher é colocada como a doméstica e mãe, quando diverge desse estereótipo é colocada como marginalizada.

Na série *A GRANDE FAMÍLIA*, Dona Nenê carrega na personagem a construção da figura feminina ideal, com atuação limitada ao ambiente doméstico, carregada pelo sentimento materno de responsabilidade pelos demais membros da família e ainda assim não tem reconhecimento desta dedicação. Seu trabalho no lar é visto como uma ação nula pelos demais membros da família e amigos. A trama constrói essa imagem da mulher com a sutileza da imagem de família tradicional classe média brasileira, uma família com pai, mãe, filhos, netos, dificuldades financeiras, unidos pelas confusões e que são capazes de superar todos obstáculos e são felizes. Utiliza do humor para falar de problemáticas sociais que são assistidas diariamente por espectadores que passam a naturalizar o discurso reproduzido pelo programa.

REFERÊNCIAS

ALGRANTI, L. **Cadernos Pagu: Fazendo história da mulher**. Editora UNICAMP, 1995.

ARIANI, A. **Mulheres em posição de destaque: Porque isso ainda surpreende?**, 2011
Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2011/resumos/R6-2140-1.pdf>

AZZAROTTO, Gisley Romanzini; GUARESCHI, Pedrinho A. **Comunicacao e controle social**. 2.ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1993.

BERGER, Peter; LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade: tratado de sociologia do conhecimento**. 23. ed. Petrópolis: Vozes, 2003.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Lisboa: Difel, 1989.
_____. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1997.

BRITTO, V., DOURADO, J. e OLIVEIRA, M.. **A Grande Família: as estratégias sociais da Rede Globo de Televisão na esfera da cidadania**. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-0772-2.pdf>

CASTORIADIS, Cornelius. **A Instituição Imaginária da Sociedade**. 2ª edição. Rio de Janeiro: Editora Paz e Terra, 1982.



DUBY, G. e PERROT, M. **História das mulheres no Ocidente**. Editora EBRADIL, 1991.

GANDIN, Luís Armando; HYPOLITO, Álvaro Moreira. **Reestruturação Educacional como Construção Social Contraditória**. In: HYPOLITO, Álvaro Moreira; GANDIN, Luís Armando. Educação em Tempos de Incerteza. 2. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2003. P. 59-92.

GUARESCHI, P. Representações sociais. In: GUARESCHI, P. et al. **Os construtores da informação : meios de comunicação, ideologia e ética**. Petrópolis : Vozes, 2000.

GOFFMAN, Erving. **As representações do eu na vida cotidiana**. Tradução: Maria Célia Santos Raposo. 11ª ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1985.

HALL, Stuart. **A identidade cultural da pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2002.

LANZARINI, R. E MACHADO, I. **O discurso hegemônico e contra-hegemônico na construção da imagem pelos meios de comunicação de massa**. Disponível em: http://ufsc.academia.edu/RicardoLanzarini/Papers/922927/MASCULINIDADES_PUBLICAS_O_discurso_hegemonico_e_contra-hegemonico_na_construcao_da_imagem_pelos_meios_de_comunicacao_de_massa

MACHADO, D., QUEIROZ, F., BEZERRA, L. e NETO, R. **Família na pós-modernidade e suas representações midiáticas**. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-0107-1.pdf>

MOSCOVICI, Serge. **Representações Sociais: investigações em psicologia social**. Petrópolis: Vozes, 2003.

MORROW, Raymond; TORRES, Carlos Alberto. **Gramsci e a Educação Popular na América Latina – percepções do debate brasileiro**. Currículo sem Fronteiras, v. 4, n. 2, pp. 33-50, Jul/Dez 2004.

OLIVEIRA, F. O. de, WERBA, G. C. Representações sociais. In: JACQUES, M. da G. C, SREY, M. N. et al. **Psicologia social contemporânea**. 6. ed. Petrópolis: Vozes, 2002.