

UNIVERSIDADE ESTADUAL DO SUDOESTE DA BAHIA (UESB)
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM LINGUÍSTICA (PPGLIN)

SÍLVIA MARIA ALENCAR SILVA

**A DISCURSIVIZAÇÃO SOBRE A FAMÍLIA NA MÍDIA – OUTROS MODELOS, A
MESMA HISTÓRIA**

VITÓRIA DA CONQUISTA – BA
2013

SÍLVIA MARIA ALENCAR SILVA

**A DISCURSIVIZAÇÃO SOBRE A FAMÍLIA NA MÍDIA – OUTROS MODELOS, A
MESMA HISTÓRIA**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Linguística (PPGLIN), da Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia (UESB), como requisito parcial e obrigatório para obtenção de título de Mestre em Linguística.

Área de Concentração: Linguística

Linha de Pesquisa: Sentido e Discurso

Orientador: Prof. Dr. Nilton Milanez

VITÓRIA DA CONQUISTA – BA

2013

Silva, Sílvia Maria Alencar.

S583d A discursivização sobre a família na Mídia – outros modelos, a mesma história / Sílvia Maria Alencar Silva, 2012. 88f.: il.; color.

Orientador (a): Nilton Milanez.

Dissertação (Mestrado) – Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia, Programa de Pós-Graduação em Linguística, Vitória da Conquista, 2013.

Referências: f. 81-88.

1. Análise do discurso – Aspectos sociais. 2. Discurso – Sujeito. 3. Família – Mídia - Discurso. I. Milanez, Nilton. I. Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia, Programa de Pós-Graduação em Linguística. III. T.

CDD: 401.41

Catálogo na fonte: Elinei Carvalho Santana – CRB-5/1026
UESB – Campus Vitória da Conquista – BA

Título em inglês: The discursivization of the family in the Media - other models, the same story

Palavras-chave em inglês: Family. Media. Subject. Speech.

Área de concentração: Linguística

Titulação: Mestre em Linguística

Banca examinadora: Prof. Dr. Nilton Milanez (Presidente-Orientador); Profa. Dra. Edvania Gomes da Silva (UESB); Prof. Dr. Pedro Luís Navarro Barbosa (UEM)

Data da defesa: 18 de fevereiro de 2013

Programa de Pós-Graduação: Programa de Pós-Graduação em Linguística.

SÍLVIA MARIA ALENCAR SILVA

**A DISCURSIVIZAÇÃO SOBRE A FAMÍLIA NA MÍDIA – OUTROS MODELOS, A
MESMA HISTÓRIA**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Linguística (PPGLIN), da Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia (UESB), como requisito parcial e obrigatório para obtenção de título de Mestre em Linguística.

Data da aprovação: 18 de fevereiro de 2013.

BANCA EXAMINADORA



Prof. Dr. Nilton Milanez (UESB)

(Orientador.)



Profa. Dra. Edvania Gomes da Silva (UESB)



Prof. Dr. Pedro Luis Navarro Barbosa (UEM)

À minha família, meu lugar de conforto no mundo.

AGRADECIMENTOS

Aos meus pais, **Silas Matias e Maria da Penha**, por me ensinarem, com seus exemplos, a olhar o mundo e as pessoas sem preconceitos. Essa realização eu dedico a eles;

À minha avó, **Alzira Alencar**, primeira professora que conheci, mulher de grande força e de atitudes corajosas, que colaborou muito para a formação do meu olhar sobre a figura da mulher e seu papel no mundo;

Às minhas irmãs, **Samara e Silvana** e ao meu sobrinho mais lindo, **Miguel Lourenço**, pelos tantos abraços e cuidados;

Ao meu orientador, **Prof. Dr. Nilton Milanez**, pela oportunidade de fazer parte do seu grupo de estudos; e à **Profª Ms. Janaína Santos**, por me apresentar ao grupo.

Aos Professores do Programa de Mestrado em Linguística, por terem contribuído tanto para minha formação acadêmica;

Um agradecimento especial à Banca da Qualificação: **Prof. Dr. Jorge Viana Santos**, à **Profª Drª Edvania Gomes da Silva**, pelas leituras minuciosas do meu trabalho, que me apontaram uma direção e nortearam a minha pesquisa;

À **Profª Drª Maria da Conceição Fonseca-Silva** e à **Profª Drª Nirvana Ferraz Santos Sampaio**, pelo empenho em trazer o Programa de Mestrado em Linguística para nossa Universidade;

Às minhas queridas colegas de turma, **Marcele Viana**, e, especialmente, a **Maria Antonieta Tigre**, pelo companheirismo, paciência, força e conselhos que me fortaleceram e sustentaram nestes dois anos;

Ao meu amigo irmão, **Iguaraci Santos**, por sempre ter estado comigo, mesmo quando não estava tão perto. Juntos, vivenciamos a experiência de entrar no Mestrado e partilhamos angústias e alegrias, assim como em todos os outros momentos de nossas vidas;

Às valiosas amigas, **Aline Kiss, Gracielly Bittencourt, Renise Oliveira e Raiana Martins**, por tantas vezes terem me distraído do cansaço e me reenergizado, seja ouvindo meus desabafos e me dando uma palavra de conforto ou apenas compartilhando momentos de descontração e muitas risadas;

Ao Secretário do Mestrado em Linguística, **Jonathan Lopes**, que sempre nos recebeu e nos atendeu com bom humor, tranquilidade, paciência e eficiência;

E, acima de tudo, a **DEUS**, que colocou todas essas pessoas maravilhosas pelo meu caminho, me concedeu a oportunidade de chegar até aqui e me deu forças para seguir até o fim.

Infância

*Meu pai montava a cavalo, ia para o campo.
Minha mãe ficava sentada cosendo.
Meu irmão pequeno dormia.
Eu sozinho menino entre mangueiras
lia a história de Robinson Crusóe
Comprida história que não acabava mais.*

*No meio dia branco de luz uma voz que aprendeu
a ninar nos longe da senzala - e nunca se esqueceu
chamava para o café.
Café preto que nem a preta velha
café gostoso
café bom.*

*Minha mãe ficara em casa cosendo
Olhando para mim:
- Psiu... Não acorde o menino.
Para o berço onde pousou um mosquito.
E dava um suspiro... que fundo!
Lá longe meu pai campeava
no mato sem fim da fazenda.*

*E eu não sabia que a minha história
era mais bonita que a de Robinson Crusóe.*

Carlos Drummond de Andrade

RESUMO

Durante muito tempo, prevaleceu na mídia o conceito de família cuja estrutura é composta por pai, mãe e filho(s). Mas, com o passar do tempo, a esse formato foram se juntando outros, como as famílias monoparentais, as famílias homoafetivas. Com essas alterações, outros membros se tornaram mais comuns nas formações familiares – o padrasto, a madrasta, o enteado, o filho adotivo. Porém, por mais que a família se reinvente, continuam perceptíveis nela marcas daquela família antiga, seja nos sujeitos que a compõem, seja nas práticas e funções desses sujeitos no interior do grupo familiar e nas suas relações com a sociedade. Com esses outros formatos de família ganhando visibilidade, chamou-nos atenção o modo como passaram a ser retratados pela mídia televisiva, e qual formato é priorizado em suas produções, mais especificamente, em peças publicitárias. Surgiu-nos a questão: estes novos formatos divergem tanto assim daquele formato do qual aparentemente fogem? Quais as dispersões e regularidades que compreendem este discurso? Interessou-nos também compreender a historicidade que propiciou a emergência desse discurso e qual o processo de constituição e subjetivação dos sujeitos. Para a nossa análise, tomamos como *corpus* um conjunto de treze peças publicitárias veiculadas no período de 2006 a 2011. Orientamo-nos pelo método arqueológico de Foucault, pelos estudos sobre mídia de Gregolin, Milanez, Navarro e Fonseca-Silva; e, para respaldar nosso trabalho com imagens em movimento, recorreremos às pesquisas de Courtine e Milanez, e às noções de imagem fílmica delineadas por Aumont. Na análise deste discurso, apreciamos e descrevemos cada enunciado produzido, verbal e imagético e identificamos as regularidades e dispersões existentes. Investigamos e problematizamos os diversos formatos de família representados na mídia e, recorrendo à noção de intericonicidade, verificamos quais os efeitos de sentido construídos e as memórias evocadas além das condições de possibilidade que marcam o sujeito e que determinam que este discurso e não outro tenha surgido neste dado momento.

PALAVRAS –CHAVE

Família. Mídia. Sujeito. Discurso.

ABSTRACT

For a long time, it prevailed in the media the concept of family which structure is composed by a father, a mother and a son(s). But, as time goes by, this format was joined by others such as single parents and homo-affective families. However, even though the family reinvents itself, it's still perceptible marks of religious speech and of that ancient family, either in the subjects that compose it, or in their practices. And with these other family formats earning visibility, it drew our attention to how they are portrayed in advertisements broadcasted on television media. How are these families represented? What family format is prioritized? What meaning effects are built by these speeches produced by the media around the family? We are also interested in understanding the historicity that led to the emergence of this speech and which is the process of constitution and subjectivity of the subjects. To our analysis, we will build a set of twelve advertisements aired from 2006 to 2011. We will orient ourselves through Foucault's archaeological method, media studies from Gregolin, Milanez, Navarro and Silva Fonseca, and to support our work with moving images, we will use the research of Courtine and Milanez, and the notions of filmic image outlined by Aumont. We will problematize and investigate the different family formats represented in the media and, using the concept of intericonicity, we will verify which are the sense effects built and the memories evoked, as well as the possibility conditions that marks the subject and determines that this speech, and not the other one, have arisen in this given moment.

KEYWORDS

Family. Media. Subject. Speech.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	10
2 HISTÓRIA, DISCURSO E MEMÓRIAS.....	15
2.1 A FAMÍLIA NA HISTÓRIA: A NOÇÃO DE ARQUIVO.....	15
2.1.1 O casamento	17
2.1.2 Pai e Mãe/ Marido e Esposa	19
2.2 A CASA E A DISCIPLINA	21
2.2.1 Lugar de memória	21
2.2.2 Espaço disciplinar.....	21
2.3 A FAMÍLIA E SEUS VÁRIOS FORMATOS	23
2.3.1 Resistências	23
2.3.2 As leis e a interferência do público no privado	25
2.4 FAMÍLIAS - IMAGENS E MEMÓRIAS NA MÍDIA	27
2.4.1 Intericonicidade	28
3 ANÁLISE DO DISCURSO E MÍDIA	39
3.1 A ANÁLISE DO DISCURSO – O CAMPO DE PESQUISA	39
3.2 O DISCURSO NA MÍDIA NO FOCO DA ANÁLISE	41
3.3 A MÍDIA E A ORDEM DESSE DISCURSO	42
3.4. AS FAMÍLIAS NOS COMERCIAIS DE TV	43
3.5 IMAGENS EM MOVIMENTO: AS FAMÍLIAS EM CENA.....	44
3.5.1 A imagem em movimento e seus recursos para produzir sentidos	44
3.5.2 As famílias homoafetivas nas peças publicitárias.....	49
3.5.3 As memórias familiares nas peças publicitárias	52
3.5.4 A nova família do comercial de margarina	55
4 SUJEITO, PODER E PRÁTICAS DE SUBJETIVAÇÃO NA MÍDIA.....	59
4.1 O SUJEITO E AS RELAÇÕES DE PODER	59
4.2 PRÁTICAS DE SUBJETIVAÇÃO NA MÍDIA.....	60
4.2.1 Deslocamentos do conceito de família.....	61
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	78
REFERÊNCIAS	81

1 INTRODUÇÃO

*“Não me pergunte quem sou
e não me diga para permanecer o mesmo.”*
(Michel Foucault, 2008, p.20)

Como poderíamos definir família? Um grupo ligado por laços sanguíneos e/ou afetivos, formado por pai, mãe e filhos? Se nos guiarmos pelo formato mais conservador, o pai seria um homem, que, trabalhando fora de casa, garante o sustento e a proteção da família, ele é o chefe; a mãe, uma mulher sensível e dedicada à casa, é a responsável pela arrumação do “ninho”, pelo preparo do alimento e pela educação dos filhos, é a rainha do lar; os filhos seguem as ordens dos pais, pois entendem que estas são para o seu bem, não cabe a eles discutir ou argumentar sobre isso. São controlados e vigiados pelos seus responsáveis e têm como obrigação sempre apresentarem bons resultados, seja nos estudos, seja em suas demais atividades. Enfim, um grupo dentro do qual cada um tem um papel específico, determinado, e onde as relações de poder são bem definidas.

Mas como é construído o conceito de família dentro de uma sociedade? Que condições possibilitam que um determinado conceito de família se estabilize num determinado momento histórico, e não outros em seu lugar? Sendo a mídia importante terreno de produção de discursos, qual a sua importância na cristalização desses conceitos? E, sendo o enunciado delineado em um campo enunciativo “que lhe apresenta relações com o passado e que lhe abre um futuro eventual”, (FOUCAULT, 2008a, p. 111), que memórias atualizam? São estas as perguntas que permeiam o nosso trabalho.

Sobre o grupo familiar descrito acima, podemos pensar que ele já não é o único que se entende como família na nossa realidade. O conceito de família se alargou e os papéis de cada um dentro dela se dinamizaram. Hoje temos as famílias chefiadas por mulheres, os pais “solteiros”, as famílias homoafetivas, as famílias que se formaram depois de divórcios. Com isso, a presença de outros membros, como enteados, filhos adotivos, madrastas e padrastos se tornou mais comum. Como podemos confirmar nas palavras de Leite e Cordeiro:

“A família vem sofrendo transformações através dos tempos, se moldando às mudanças sócio-culturais, econômicas e religiosas em que se encontram. É, pois uma célula sócio-cultural que precisa ser continuamente reconstruída.” (LEITE & CORDEIRO, 2008, p. 113)

Num olhar mais atento aos comerciais exibidos na TV ao longo dos tempos, nos detendo naqueles que são produzidos em torno de famílias, notamos a predominância de um só

formatofamiliar – o formato convencional, aquele que compreende pai-mãe-filho. Mas nos últimos anos começamos a perceber a aparição de outros grupos familiares, ainda que de forma tímida, e algumas vezes causando polêmica. São as mudanças de comportamento na sociedade que acabam por refletir na mídia, que, compreendendo-se no interior de uma sociedade, não pode colocar-se alheia aos seus acontecimentos. Acontecimentos como o que percebemos no período em que foi feito o recorte das peças publicitárias que são base da análise deste trabalho. Um *corpus* formado por treze comerciais, exibidos entre os anos de 2006 e 2011, dos mais diversos produtos, que trazem como seus personagens principais, a família e seus membros, seja o pai ou a mãe e seus filhos, mas com um novo olhar sobre o conceito de família.

Neste trabalho, compreendemos a família como um grupo que não se prende a moldes, mas que pode assumir diferentes formas, embora, em cada uma delas, as memórias de um grupo familiar que predominou muito tempo ainda persista. É a emergência de um discurso sobre a família reatualizado diante de outro referencial. Entendemos, assim, que o conceito de família, as relações familiares e os papéis desempenhados por cada indivíduo em seu interior são constituídos historicamente e culturalmente.

Seguindo o conceito foucaultiano de enunciado, buscaremos identificá-lo e descrevê-lo para darmos início a nossa análise. Buscamos compreender o que fez do enunciado não um acontecimento passageiro, efêmero, mas uma materialidade repetível dentro de uma rede. Necessário se faz, ao falarmos de enunciado, delinear mostrês elementos: quem fala, visto que qualquer pessoa não pode falar de qualquer assunto (há elementos que a autorizam a proferir determinado dizer); de onde fala, o seu referencial, aquilo que define as leis de possibilidade de seu aparecimento, as regras de sua existência e dará ao enunciado o caráter de verdade; e quais as posições que o sujeito ocupa “em relação aos diversos domínios ou grupos de objetos” (Foucault, 2008, p. 58, 103). E como um enunciado sempre vem cercado por outros enunciados, atualizando-os, outro importante elemento a se delinearé o campo associado que envolve o enunciado em análise, “a série de outras formulações no interior das quais o enunciado se inscreve” (Foucault, 2008, p.111).

Na mídia televisiva, as imagens ganharam movimento e outros efeitos visuais que contribuem para a produção de sentidos e ativação da memória. Elas se tornaram imensamente comuns na sociedade, devido ao grande poder de penetração desses recursos audiovisuais em todos os meios. Segundo Aumont (2002), o valor de uma imagem se estabelece pela sua aceitação na sociedade. As imagens não aparecem num discurso por acaso. Seja num panfleto, num cartaz, num *outdoor*, numa notícia de jornal, numa peça

publicitária, as imagens são escolhidas, pensadas, editadas, seguindo critérios estabelecidos pelo objetivo do editor.

As mudanças de comportamento dentro de uma sociedade, quando ganham visibilidade em um nível que não se pode mais ignorá-las, levam o Estado a criar leis que legalizam e administram essas mudanças. Legalizar ou tornar ilegal é uma prática de controle social do Estado. Um exemplo seria a legalização da união civil entre pessoas do mesmo sexo(2011) e a consequente autorização para estes recorrerem a adoção ou a outros procedimentos para se ter filhos, como a fertilização, por exemplo. Mas para tudo isso, estes casais precisam de uma autorização do Conselho Regional de Medicina. Em 2010, uma decisão do Tribunal de Justiça abriu precedente para que juízes autorizassem a adoção e registro da criança em nome de um casal do mesmo sexo.É o Estado interferindo na formação da família para manter o controle sobre esta e, consequentemente, sobre a sociedade.

Para falar sobre a família neste trabalho, utilizaremos três recortes no tempo, sob o olhar da Nova História, na qual não se conta a história pelos grandes fatos, como acontece na História Tradicional, seguindo uma continuidade, mas considerando a história feita nos pequenos acontecimentos do cotidiano, nas rupturas. Para o analista do discurso, toda investigação parte do presente, não nos interessa a origem, algo privilegiado pela história tradicional. Sendo assim, nossa análise parte da observação da família, na mídia televisiva, mais especificamente, nos comerciais de TV,na atualidade;seguindo uma rede de imagens que nos vem à memória, passaremos para a descrição do retrato da família dos séculos XVII ao XIX, visto a partir dos estudos de Michelle Perrot; e chegaremos à família talhada no interior do discurso religioso, a Sagrada Família, José, Maria e Jesus. Nestes três recortes, buscaremos identificar dispersões e regularidades, bem como as memórias evocadas pelas imagens que trazem, e os sentidos que constroem, nos apoiando nos preceitos da Análise do Discurso de linha francesa e seus estudos no Brasil, e nos conceitos de Michel Foucault, tomando como referência o conceito de discurso além dos conceitos de acontecimento discursivo, memória, sentido, sujeito e poder.

Além de ter sido uma época extremamente marcada pela presença da Igreja (católica e protestante) e suas imposições na sociedade (LEBRUN, 2009), o período que compreende os séculos XVII a XVIII nos chama atenção também por outro motivo: foi nesta época que as práticas disciplinares tornaram-se formas de dominação, o que não significa que os indivíduos passaram a ser obedientes e mecanizados, visto que sempre há resistências, mas foi sim, um período marcado por uma tentativa de um controle mais acirrado “entre as atividades

produtivas, as redes de comunicação e o jogo das relações de poder” (FOUCAULT, 1995, p.242).

A ordem deste trabalho segue a direção do nosso olhar ao nos colocarmos diante da materialidade do nosso *corpus*. No primeiro capítulo, História, Discurso e Memória, apresentamos o conceito de família, e a emergência doreferido conceito em outros momentos históricos, mostrando como o formato de família de outrora ainda se faz presente hoje, em grupos familiares da atualidade. Tratamos dos papéis do pai e da mãe, e do marido e da esposa, determinados historicamente, e de como esse grupo familiar se estrutura e se organiza dentro do seu espaço – a casa, um espaço disciplinar, dividido hierarquicamente para um maior controle de uns sobre os outros; e um lugar em que se arquivam memórias.

Iniciamos a análise das primeiras peças publicitárias e, orientando-nos pelo conceito de intericonicidade, introduzido na Análise do Discurso por Jean Jacques-Courtine, descrevemos uma rede de imagens construídas pela memória e mostramos quais os efeitos de sentido produzidos por essa rede, nos discursos sobre família no espaço midiático.

As imagens da família observadas nestes comerciais nos levam a outras imagens, dentre elas, aquelas constitutivas do discurso religioso, como a Sagrada Família e a imagem de Nossa Senhora, construindo assim uma rede de imagens. De acordo com Gregolin, as imagens tem o poder de trazer à tona figuras do passado e “provocar sua emergência na memória do presente” (2008, p. 22). Propomos então “pensar discursivamente essas redes de imagens que constituem a cultura e o imaginário de uma sociedade” (GREGOLIN, 2008, p. 21), e como elas são organizadas para produzir determinados sentidos.

Para tratarmos sobre as condições de possibilidade desse discurso sobre a família na contemporaneidade, apresentamos dados do último censo do IBGE, realizado em 2010, cujas informações constataam certas mudanças de comportamento no interior da família e, por consequência, dentro da nossa sociedade nos últimos tempos.

No segundo capítulo, Análise do Discurso e Mídia, o assunto é o campo de estudos que orienta essa pesquisa, denominado Análise do Discurso ea contribuição de Jean-Jacques Courtine para suas pesquisas ; e a superfície de emergência na qual se materializou o *corpus* analisado neste trabalho – a mídia, mais especificamente, a mídia televisiva, o grande alcance de suas imagens e os mecanismos de controleutilizados na produção de seus discursos para produzir sentidos. Mais uma vez, buscamos imagens para analisar e endossar nossos estudos e, como falamos de vídeos, nos apoiamos nos estudos de Milanez, sobre as noções que envolvem a imagem em movimento, seus recursos e seus efeitos, como elementos a mais no discurso midiático, e nas noções de imagem fílmica talhadas por Aumont.

Ainda neste capítulo, dando continuidade às análises das peças publicitárias, mostramos o aparecimento de outros grupos familiares que fogem daquele grupo conservador, outrora priorizado pela mídia, – as famílias homoafetivas, os casais com filhos adotivos, a mãe chefe de família e a nova família do comercial de margarina. É a mídia refletindo e reproduzindo os novos comportamentos da sociedade.

No terceiro capítulo, Sujeito, Poder e Práticas de Subjetivação na Mídia, nos aprofundamos no conceito de sujeito para a Análise do Discurso, tratamos da constituição desses sujeitos, das relações de poder entre eles, e dos processos que transformam indivíduos em sujeitos, especificamente, no campo midiático.

2 HISTÓRIA, DISCURSO E MEMÓRIAS.

*“Apesar de termos feito tudo que fizemos,
ainda somos os mesmos e
vivemos como os nossos pais.”*

(Belchior)

2.1 A FAMÍLIA NA HISTÓRIA: A NOÇÃO DE ARQUIVO

Para compreender como é construído o sentido de família na contemporaneidade, necessário é fazer um resgate de como a família era vista em alguns outros momentos da história, e, nessa emergência do discurso sobre a família, compreendê-lo a partir de um jogo de retomadas e de apagamentos. As verdades materializadas neste discurso são determinadas historicamente, no interior de uma sociedade, e assim estabelecem uma relação com a história e com a memória. Para nos ajudar a compreender essas relações precisamos recorrer à noção de arquivo operacionalizada por Foucault na Arqueologia do Saber. Segundo ela,

“o arquivo é a lei do que pode ser dito, o sistema que rege o aparecimento dos enunciados como acontecimentos singulares(...) é, também, o que faz com que todas as coisas ditas não se acumulem indefinidamente em uma massa amorfa, não se inscrevam, tampouco, em uma linearidade sem ruptura e não desapareçam ao simples acaso de acidentes externos, mas que se agrupem em figuras distintas, se componham umas com as outras segundo relações múltiplas, se mantenham ou se esfumem segundo regularidades específicas(...) é o que define o modo de atualidade do enunciado-coisa: seu sistema de funcionamento. (...) é o que diferencia os discursos em sua existência múltipla e os especifica em sua duração própria. (2008, p.147)

Tomando como exemplo o discurso sobre a família para explicar tal noção, arquivo seria o conjunto de todos os saberes construídos sobre a família, dos enunciados produzidos, aquilo que determina como vemos a família hoje e como ela foi vista em outras épocas. Nas palavras de Navarro, o arquivo seria “um depósito de memória mítica, social e histórica” (2007, p.96) sobre a família numa sociedade. Ele delimita tudo o que se pode falar sobre a família num determinado momento histórico. É o que “dá as condições de emergência do enunciado” (NAVARRO, 2007, p.96) E é a partir do arquivo sobre família, construído na descontinuidade da história, que podemos pensar as práticas discursivas que a envolvem na atualidade que compreende o recorte que fizemos para análise.

Partindo do pressuposto de que todo enunciado traz em suas margens a presença de outros enunciados (FOUCAULT, 2008), ao observarmos o grupo familiar representado pela

mídia nas peças publicitárias que constituem o *corpus* desta análise, podemos dizer que um conceito de família trazido de outro momento histórico nos vem à memória. Um grupo familiar estruturado sob moldes mais conservadores e com lugares e papéis marcados sob forte disciplina. E essa memória se dá a ver mesmo nos grupos familiares que aparentemente fogem a esta estrutura.

Para olharmos a família em diferentes momentos históricos, não utilizaremos o conceito tradicional de história, mas focalizaremos este acontecimento pelos trajetos da Nova História, que vê a história construída nos pequenos detalhes, no cotidiano. Nela, apenas os grandes nomes responsáveis por feitos heroicos, destacados pela história tradicional, mas também o indivíduo comum, passa a ser agente da história. Como afirmam Santos e Milanez:

“O cotidiano deixa de pertencer ao silêncio, ao rumor que circula ou à confissão. Todas essas coisas que constituem o ordinário, o detalhe sem importância, a vida sem glória, a vida comum podem e devem ser ditas, ou melhor registradas, impressas, colocadas em circulação. Elas se transformam em coisas passíveis de descrição e de transcrição ao mesmo tempo em que estão atravessadas por mecanismos de poder.” (2010, p. 50)

Com isso, é possível mostrar que muitos costumes e práticas presentes hoje em nossa sociedade já fizeram parte de outros períodos da história. São formas de viver e de ver o mundo de outros tempos que, constantemente, se dão a ver em nossas escolhas e exclusões.

Na França, entre os séculos XVI e XVIII, o conceito de família era impregnado de valores religiosos. Nesse período, a família era definida como um grupo formado a partir da união de um homem e de uma mulher (cristãos), que não podiam fugir de suas obrigações junto à igreja e, conseqüentemente, à sociedade, ou seja, ter filhos e criá-los nas bases cristãs, e com as bênçãos da Igreja, formar uma família. O chefe de Estado que quisesse o apoio e respeito de seus súditos precisava ostentar uma família exemplar e cuidadosa (HALL, 2009). Algo percebido também na contemporaneidade, quando um líder religioso ou político tem o seu valor e grau de respeitabilidade subordinado ao tipo de família que construiu e na qual está inserido. Para o entendimento comum, ele não pode ser um bom pastor ou um bom político se não é um bom pai, um bom chefe de família.

A família, então, se constituía como uma célula de fundamental importância social, um “átomo da sociedade civil responsável pelo gerenciamento dos ‘interesses privados’, cujo bom andamento era fundamental para o vigor do Estado e progresso da humanidade” (PERROT, 2009, p. 91). Esse conceito de família segue os moldes de uma família patriarcal, na qual o pai é o chefe, provedor do mantimento; e a mãe, a dona do lar, a responsável pela

procriação e pelos serviços domésticos, “e porque trazia a criança no ventre, dava-a à luz, alimentava-a, a mulher estava investida de um papel fundamental: era a depositária da família e da espécie.”(GÉLIS, 2009, p. 305).

No século XVII, as sociedades rurais exigiam braços para o trabalho com a terra, em torno da qual tudo girava. As famílias eram formadas para atender a essa necessidade laboral. Homens que cuidavam da terra, por necessitarem de ajudantes, e por estes serem caros, optavam por casar-se e ter muitos filhos, o que garantia o trabalho na lavoura e certa economia, visto que, os próprios donos cuidavam de suas propriedades.

Com a ida das famílias para as cidades, houve mudanças significativas no âmbito familiar. Tanto na relação entre eles quanto na relação entre eles e a sociedade. Nas cidades, com espaços mais apertados, a família passa a ser mais condensada – nela só cabem pai, mãe e filhos. Saem de cena os avós, tios e primos. Com a diminuição do grupo, há um estreitamento dos laços. A afetividade torna-se mais forte e visível. Já não se tem filhos apenas para poder contar com um trabalhador a mais na lavoura, mas para poder criá-los e amá-los. Esse excesso de afetividade, no entanto, vai comprometer a disciplina e o controle dos filhos, o que abre caminho para interferência da Igreja e do Estado na educação das crianças e na vida privada das famílias (GÉLIS, 2009).

Sob a necessidade de manter o controle social, disfarçada na pretensa proteção dos filhos e educação dos futuros cidadãos, a Igreja e o Estado, em vários momentos da história, vão buscar meios de interferir no papel da família, seja nos direitos dos pais sobre os filhos, ou mesmo no que se refere ao casamento e ao divórcio, criando leis que legalizam e/ou tornam ilegais certas práticas. É sobre o que trataremos mais adiante, quando falaremos da interferência do público no privado.

2.1.1 O casamento

O casamento, inicialmente uma tarefa apenas da igreja, passa a necessitar de uma oficialização jurídica a partir do final do século XVIII. No Antigo Regime, na Europa, apenas a presença do padre como testemunha era suficiente para legalizar a união do casal. Porém, em 1792, o Estado, por meio de decreto, impõe a sua participação nesse evento. A partir de então, além do padre, que realizava o casamento religioso, fez-se necessário também a presença de um funcionário público que tornaria legal a união perante a lei. E o público passa a interferir no privado, tomando para si uma dose de controle, quando o Estado estabelece leis que determinam possíveis impedimentos para uniões, regulariza o processo de adoção,

estabelece direitos aos filhos legítimos, institui o divórcio e limita o poder paterno. (HUNT, 2009, p. 30-31).

No âmbito pessoal, o casamento era uma forma de cuidar-se, já que afastava o homem dos maus hábitos e o condicionava ao convívio em família. Casar era um meio de dominar-se para dominar o outro, principalmente para o chefe da família, o pai, que deveria ter autoridade e conduta irrepreensível, ter controle sobre seus desejos e ímpetos, para dominar sua esposa e manter seus filhos sob suas rédeas, além de construir uma boa figura diante da sociedade. Casar-se também seria uma entrega aos cuidados do outro (FOUCAULT, 2009), que passava a responder não apenas por si, mas pelos dois, e estes responderiam pelos cuidados dos filhos.

Quando se fala em casamento e família, não há como não lembrar de práticas religiosas, uma vez que, em muitos momentos da história, religião se mistura à família e orienta seu comportamento. A união conjugal, por exemplo, é comparada, pelo catolicismo, à união de Jesus e sua igreja, por isso, considerada indissolúvel na frase proferida pelo padre ao realizar um casamento “o que Deus uniu, o homem não separe.” E, ao se casarem, os noivos assumem responsabilidades e obrigações com a família, com a igreja e com a sociedade. Como descreve Lebrun a respeito das uniões nos séculos XVII e XVIII:

O matrimônio é o primeiro sacramento que os noivos se ministram mutuamente na presença de um padre que os abençoa, mas é também o compromisso por parte dos recém-casados de nada fazer para afastar a união de sua finalidade primeira – a procriação – a fim de pôr no mundo e criar batizados os filhos de Deus. Ainda que queiram, seu gesto não pode se reduzir à união de dois destinos individuais.” (LEBRUN, 2009, p. 91)

Desaconselhado pela Igreja Católica aos que querem dedicar suas vidas ao sacerdócio, com a justificativa de que, para servir a Deus, necessário é renegar aos prazeres carnavais, o casamento foi sacralizado, pelos protestantes, como a união do “amor divino e amical”, que só encontrava lugar no matrimônio. Deste modo, eles desconsideram o celibato como “o estado superior do homem” e abençoam o casamento (RANUM, 2009, p.254).

A união de duas pessoas é o primeiro passo para a formação de uma família. Quando duas pessoas se unem, logo se espera que tenham filhos, pois estes fecharão o grupo e legitimarão a união – a família está formada. Esse era um dos motivos pelos quais as relações extraconjugais eram condenadas pela Igreja e pela sociedade. Elas visavam apenas o prazer, e, se delas se originavam descendentes, estes eram amaldiçoados por serem uma ameaça a harmonia e ao patrimônio da família e por terem sido frutos de relações proibidas

(FOUCAULT, 2009). Ou seja, por traz de uma pretensa proteção da família, havia um interesse em proteger, antes de tudo, as riquezas.

Outro fato justifica a imposição da fidelidade mútua dentro do matrimônio – a sustentação de uma suposta superioridade masculina. Manter-se fiel significa ter controle sobre suas paixões, e quem o faz mostra superioridade sobre quem não o consegue fazer. Filósofos como Sêneca e Musonius defendem a fidelidade recíproca como prática indispensável para a convivência a dois, e em seus Preceitos Conjugais, tratado no qual ensina um homem a tratar sua esposa no casamento, Plutarco afirma que

O casamento, enquanto vínculo de afeição e relação de respeito, muito mais do que estrutura estatutária, exige para si todas as atividades sexuais e condena todas as que ocorreriam fora dele. E, embora tenda a exigir uma fidelidade simétrica aos dois parceiros, ele também constitui um lugar de transação onde a afeição do marido para com a mulher e a prudência da esposa face ao marido terão que se compor: nele os prazeres exteriores do homem não serão mais o efeito reconhecido de sua superioridade estatutária, mas de uma certa fraqueza que o homem deve limitar tanto mais porque a mulher a tolera por uma concessão que, ao salvaguardar talvez a sua honra, prova também sua afeição. (apud FOUCAULT, 2009, p.176)

A fidelidade no casamento seria, então, além de uma demonstração de autocontrole, uma demonstração de afeição e respeito pelo cônjuge. E é por intermédio do casamento que há a conversão dos papéis de homem e mulher em marido e esposa; e, pela chegada dos filhos, estes papéis são novamente modificados. Marido e esposa passam a ser, a partir de então, pai e mãe.

2.1.2 Pai e Mãe/ Marido e Esposa

Ainda na infância, se marcam as diferenças entre homem e mulher, diferenças essas que contribuirão para o futuro papel que cada um assumirá dentro da família, e, consequentemente, dentro da sociedade.

Para a menina, é comum brincar com a boneca, como se esta fosse um bebê de verdade. Ela se diverte ninando este bebê, fingindo que o alimenta e o protege. Ao menino, brincadeiras assim são negadas. Ele é educado para não chorar, para não demonstrar suas fraquezas e para ser forte sempre, e, enquanto a menina se apega às suas bonecas, criando um vínculo afetivo, o menino se interessa por coisas “de homem”, como carros, lutas e super heróis.

Assim, quando esta menina torna-se mãe, ela naturalmente desenvolve o instinto

maternal, sensação, historicamente atribuída ao sexo feminino, e um apego e envolvimento muito maior com as tarefas domésticas que implicam o cuidado – cuidar do marido, dos filhos, da casa. O menino, chegando a ser pai, assume o lugar do herói – protetor da casa e da família, e responsável pelo seu sustento, mas como não foi “ensinado” a cuidar, nem se envolver emocionalmente, mantém-se mais distante dos filhos e dos problemas cotidianos domésticos. Enquanto a mãe é a rainha do lar, ele é o chefe da família, o todo poderoso em torno do qual se estabelecem as relações. Concordando com LYRA e LEÃO,

“quando nasce um bebê, e como consequência surge um pai, a este último é passada a ideia de que um homem não é capaz de exercer de modo competente as tarefas e cuidado que um bebê requer. Mesmo para aqueles que, felizmente, conseguem ir contra esses modelos que a sociedade tenta impor, ainda resta um “ensinamento”: ainda que exerçam o cuidado, nunca conseguirão ser tão bons quanto as mães, afinal, a sociedade sustenta o senso comum de que as mulheres possuem um instinto materno a seu favor. (2010, p.85)

No século XVIII, enquanto os homens se firmavam na sociedade e se faziam respeitar por seu trabalho, a mulher mergulhava cada vez mais na vida doméstica e na criação dos filhos. Uma mulher que trabalhava fora de casa não era uma mulher virtuosa, por isso, o marido deveria ter uma profissão que o remunerasse o suficiente para sustentar sua casa. Não poder sustentar sua família era motivo de desonra para ele. Constata-se, assim, uma divisão entre o universo masculino e feminino vinda do discurso religioso extremamente presente naquela época. Como descreve Hall,

“Para os evangélicos, o homem cuidava da vida pública; a mulher, por seu lado, era o centro do lar e da família. Eles acreditavam firmemente que o homem e a mulher nasciam para ocupar esferas diversas. Era uma regra da natureza, confirmada pelo costume e pelas relações sociais. Cada sexo, diferente por natureza, possuía suas características próprias, e qualquer tentativa de sair de sua esfera estaria condenada ao fracasso.” (2009, p. 54)

Uma mulher digna era aquela que cumpria o papel que lhes foi ensinado – servir ao seu marido e ser senhora de seu lar, caso contrário, a própria igreja a condenava, assim como toda a sociedade. Isso traz à memória uma passagem bíblica que orienta às esposas a serem obedientes aos maridos e que zelem por suas casas¹. Cabia, a elas, o papel de esposas e mães, sempre envolvidas em atividades filantrópicas e passando seus ensinamentos às suas filhas para que reproduzissem seu modo de agir, que também era ensinado nas instituições de ensino e escolas dominicais. Um fato que remete a outra memória, mais recente – nos anos 1980,

¹ Efésios, cap.5, vers.22-24,33; Provérbios, cap.14, vers.1.

havia nas escolas públicas uma disciplina direcionada às mulheres, denominada “Educação para o lar”. Nela, as meninas aprendiam, ainda em tenra idade, coisas como preparar uma refeição, arrumar uma casa e atividades de artesanato como tricô, crochê, bordado, pinturas. Trabalhos com os quais ela podia ganhar algum dinheiro sem se ausentar de suas responsabilidades com a disciplina e com a organização do espaço doméstico. Espaço doméstico este que dizia muito sobre seus moradores ao mesmo tempo em que os moldava para a vida fora dele.

2.2 A CASA E A DISCIPLINA

2.2.1 Lugar de memória

Segundo Nora (1981) um lugar de memória se estabelece a partir da necessidade de se criar arquivos para ativar a memória, já que ela não é espontânea. A casa, lugar da família, é também o lugar de suas memórias. Cada móvel, cada cômodo, cada objeto de decoração, cada porta-retratos atualiza uma memória e conta a história de seus habitantes. Se há filhos, se são organizados, se trabalham fora ou não, suas preferências pessoais. É uma casa ou apartamento? Tem jardim? Bichos de estimação? É uma casa grande ou pequena? Como são dispostos os cômodos? Cada escolha, cada pequeno ou grande detalhe, “o jogo de exclusões e das preferências, a disposição do mobiliário, a escolha dos materiais, a gama de formas e de cores” (DE CERTEAU, 2008, p. 204), tudo isso delineia características da família que se abriga nela e de como essa família vai escrevendo sua história nas paredes que a protegem.

É nesse espaço doméstico que a criança, moldada por dispositivos de controle, forma sua personalidade, seus gostos e desejos, aprende a ser adulta e leva seu aprendizado para a família que vai formar mais tarde, reproduzindo as maneiras de viver que aprendeu em sua casa, com sua família. São as memórias de sua infância que a acompanharão ao longo da vida.

Mas a casa não é apenas um lugar no qual se depositam as memórias dos indivíduos que nela habitam. Ela também é compreendida como um espaço no qual estes indivíduos são cercados o tempo todo por práticas de disciplinarização e controle. É um espaço disciplinar.

2.2.2 Espaço disciplinar

Foucault afirma que a disciplina sempre esteve presente na sociedade - nas prisões, nos conventos, nas oficinas – mas foi durante os séculos XVII e XVIII que as técnicas disciplinares apareceram como “fórmulas gerais de dominação” (FOUCAULT, 2008b, p. 118). Com o objetivo de produzir corpos fortes, dóceis e úteis, a disciplina organiza a sociedade e garante a força para o trabalho e o controle sobre os indivíduos.

A disciplina se estabelece a partir do cumprimento de certas práticas, como a distribuição dos indivíduos num determinado espaço, o espaço disciplinar, de acordo com suas funções. Na escola, o lugar do professor e do aluno na sala de aula; nas prisões, os condenados e os vigilantes; nas fábricas, os operários e os supervisores. “Importa estabelecer as presenças e as ausências, saber onde e como encontrar os indivíduos, instaurar as comunicações úteis, interromper as outras, poder, a cada instante, vigiar o comportamento de cada um, apreciá-lo, sancioná-lo” (FOUCAULT, 2008, p.123). Outra prática ligada à disciplina é o controle do tempo para seu bom aproveitamento. Fixar horários de chegada e de saída, do cumprimento das atividades, de dormir e de acordar. Tudo isso acontece sob a vigilância de alguém responsável por manter a ordem no espaço disciplinar.

A partir dessas considerações, podemos afirmar que a disciplina se faz necessária no grupo familiar, e que a casa pode ser compreendida como um espaço de disciplina. Neste espaço, os indivíduos são distribuídos: “cada indivíduo no seu lugar; e em cada lugar, um indivíduo” (FOUCAULT, 2008b, p.123). Nela, regras estabelecidas visam o controle e a organização, tanto do lugar em si, quanto das pessoas que o habitam. É onde a mãe é a “rainha” e o pai, “o chefe.” É um espaço construído para facilitar a vigilância de uns sobre os outros e o controle sob suas ações. Como descreve Perrot, em uma casa do século XIX,

“A distribuição e o uso dos cômodos, escadas e corredores de circulação das pessoas e das coisas, locais de descanso, para cuidados e prazeres do corpo e da alma, tudo obedece a estratégias de encontro e evasão que trespassam o desejo e preocupação para consigo.” (2009, p. 288)

Pais e filhos são distribuídos em seus quartos e cada ambiente da casa tem uma função – a cozinha, a sala de visitas, o banheiro. Os membros da família seguem horários, como chegada e saída, hora das refeições e precisam cumprir as obrigações domésticas diárias. Essas regras no interior da casa preparam o indivíduo para viver também fora dela, visto que, todos os lugares da sociedade são regidos pelo que pode e pelo que não se deve fazer, pois, assim como numa casa, “em qualquer sociedade, o corpo está preso no interior de poderes

muito apertados, que lhe impõem limitações, proibições ou obrigações” (FOUCAULT, 2008b, p. 118).

A família é uma instituição dentro da qual os sujeitos se constituem em suas relações uns com os outros. Cada um tem sua função específica e há normas que visam o bom funcionamento do grupo. Essas normas garantem a disciplina necessária para a manutenção da organização familiar, sempre acompanhada de dispositivos de controle e de punição que garantem a sua eficácia. Essa disciplina dentro da casa está intimamente ligada a uma disciplina fora de seus limites, nas relações e convívio social dos indivíduos. Podemos pensar, assim, que uma sociedade disciplinada começa com uma casa em ordem.

Portanto, ao garantir a organização e controle no interior da casa, a disciplina garante o controle da sociedade. O Estado, em vários momentos da história, criou formas de interferir na ordem doméstica para poder vigiá-la e controlá-la e assim poder manter seu domínio sobre as cidades. O público entra na esfera do privado, estabelecendo formas de viver, criando leis que definem os caminhos do matrimônio, a criação dos filhos, cerceando o poder paterno, e legalizando os processos de adoção. “O Estado frequentemente limitou o controle da família ou da Igreja sobre o indivíduo a fim de ampliar o seu próprio.” (HUNT, 2009, p. 32)

Para punir quem não se encaixa nas regras familiares e, conseqüentemente sociais, o Estado criou instituições que se definem em função da família. Prisões, quartéis, conventos, internatos. Para os conventos e internatos, iam aqueles que precisam de uma intervenção mais rígida que a da família e menos que a do presídio; os bandidos vão para a prisão; os vagabundos e as prostitutas são punidos com a exclusão do convívio familiar, colocados à margem da família e da sociedade, já que desrespeitaram suas regras de convivência, não se encaixaram na disciplina laboral, ou ultrapassaram os limites da moral estabelecidos pela família e pelo Estado: “a família é o centro do qual eles constituem a periferia” (PERROT, 2009, p. 78).

2.3 A FAMÍLIA E SEUS VÁRIOS FORMATOS

2.3.1 Resistências

Assim como em todas as relações de poder, nessa imposição de poder, de disciplinarização e controle do Estado sobre a sociedade, há resistências. Seja entre Estado e indivíduos, seja entre indivíduos ou entre grupos de indivíduos. Visto que de um lado deste jogo sempre há sujeitos “livres”, caso contrário, não seriam relações de poder, mas de coação.

Por sujeitos “livres” entende-se, segundo Foucault, “sujeitos individuais ou coletivos que têm diante de si um campo de possibilidades onde diversas condutas, diversas reações e diversos modos de comportamento podem acontecer” (1995, p.244).

Para compreender no que consiste essa resistência, precisamos saber que resistir, aqui, “não significa apenas dizer não, pois se trata de um processo transformador do qual o sujeito, por meio de seus deslocamentos de posição, pode criar e recriar as situações nas quais está envolvido, reconfigurando as estratégias de poder das quais compartilha” (MILANEZ, 2009, p.220).

Como uma forma de resistência ao padrão imposto, a família assumiu outras formas e outros membros passaram a aparecer mais em sua estrutura. Falamos das famílias monoparentais (aquela composta por um pai ou uma mãe cuidando sozinho(a) de seus filhos), quando apenas um indivíduo desempenha as funções, antes atribuídas a dois; das famílias homoafetivas; das famílias formadas depois de divórcios; dos filhos adotivos, das madrastas, dos padrastos e dos enteados. Sendo assim, talvez não seja mais possível se falar em “família”, mas sim, em “famílias”, considerando essa formação em todas as suas formas de representação (LOSACCO, 2011). Deste modo, numa definição mais ampla, poderíamos dizer que famílias são grupos de indivíduos ligados por laços de sangue e/ou laços de afeto, que têm a mesma função na sociedade, são as células que a compõe, que trazem em si muito daquele formato de família antiga, mas que se renovam no que se refere a estrutura e distribuição de funções. Mesmo assim, a família não perde a sua importância, “ela continua sendo, para o bem ou para o mal, a mediação entre o indivíduo e a sociedade” (SAWAIA, 2010, p. 39). É este o conceito de família que guia a nossa pesquisa.

Mudanças no interior da família não são simples. Sempre causam polêmicas e muitas vezes alimentam debates acalorados. Tudo porque família é um conceito enraizado em nossa sociedade, cercado de exclusões e presente desde sempre na memória coletiva, estabelecida como algo sagrado, que deve seguir um padrão. Nascemos, crescemos e nos deparamos com um conceito de família que já existia antes de nós, que foi ensinado aos nossos pais e que eles nos ensinaram, mesmo implicitamente, com seu modo de viver e com suas escolhas. E assim, um único modo de olhar para as coisas foi se reproduzindo. Nas palavras de SARTI,

mudanças são particularmente difíceis, uma vez que as experiências vividas e simbolizadas na família têm como referência, a respeito desta, definições cristalizadas que são socialmente instituídas pelos dispositivos jurídicos, médicos, psicológicos, religiosos e pedagógicos, enfim, pelos dispositivos disciplinares existentes em nossa sociedade, os quais têm nos meios de comunicação um veículo fundamental, além de suas instituições específicas.” (2010, p.23)

Fatos como a difusão da pílula anticoncepcional, a entrada da mulher no mercado de trabalho e sua busca por profissionalização, o aumento do desemprego, as descobertas médicas sobre reprodução humana *in vitro*, as leis que mudaram diretamente a forma como as relações eram construídas dentro da família e a legalização das uniões homoafetivas são alguns dos acontecimentos responsáveis pelas grandes transformações no corpo familiar ao longo dos tempos, principalmente nos papéis desempenhados por cada um dentro dele. Tais acontecimentos afetam aquele conceito enraizado em nossa memória do que é família. Condições de possibilidade que propiciaram a emergência de outros formatos de família, diferentes, mas não tanto assim, daquele único formato consagrado, outrora, pela Igreja e pela sociedade – o grupo familiar formado por homem-pai, mulher-mãe e filhos. É a emergência de um enunciado que se repete, mas em condições específicas que particularizam o seu acontecimento.

2.3.2 As leis e a interferência do público no privado

As famílias são responsáveis pela preparação dos cidadãos para o mundo social. Elas são a base da sociedade, por isso, a organização da sociedade está vinculada a organização da família. Nas palavras de PERROT,

“A família, átomo da sociedade civil, é a responsável pelo gerenciamento dos “interesses privados”, cujo bom andamento é fundamental para o vigor dos Estados e o progresso da humanidade. Cabe-lhe um sem número de funções. Elemento essencial da produção, ela assegura o funcionamento econômico e a transmissão dos patrimônios. Como célula reprodutora, ela produz as crianças e proporciona-lhes uma primeira forma de socialização” (PERROT, 2009, p. 91)

Deste modo, as famílias se tornam responsáveis pelo gerenciamento social. O trabalho, a produção de patrimônio, a educação dos filhos, ou mesmo o controle das finanças domésticas, em todos esses momentos, a família e seus atos colaboram na gestão da sociedade e na “organização das cidades” (FOUCAULT, 2009). Se as famílias conseguem cumprir seu papel ou não, as consequências serão sentidas pelo todo social. Mas assim como as famílias colaboram para mudanças na sociedade, elas também são suscetíveis a essas mudanças e diretamente afetadas por elas. Um bom exemplo disso foi o período da ditadura militar, quando as famílias foram vistas como opositoras aos movimentos sociais de crítica às posições políticas predominantes na época, e consideradas um “espaço de reprodução do

capital e da alienação”. (SAWAIA, 2010, p.41). Ou seja, para o governo manter controle sobre a sociedade e suas manifestações, as famílias deveriam ter o controle de seus membros dentro de casa. O público, ao mesmo tempo em que dominava o privado, necessitava dele para manter-se com tudo sob controle. Estes são alguns fatores que explicam o interesse e as constantes interferências do Estado.

Um dos instrumentos utilizados nessas interferências, que visam a manutenção de um controle, é a produção de leis que regulamentam a constituição da família e de suas práticas. Quando o Estado determina como deve ser formada uma família, quando burocratiza as uniões e adoções, quando determina direitos e deveres, ele mostra seu poder e a necessidade de manter a sociedade sob controle a partir do controle sobre as famílias. Estas constantes interferências garantem a produção do trabalho, a geração de bens e da economia doméstica que refletirá em todo corpo social.

É um jogo de poder. O Estado limita o conceito de família em suas leis, surgem famílias que fogem àquele padrão estabelecido, e em resposta, surgem outras leis, revisando o conceito de família para inserir os novos grupos na legislação, com seus devidos direitos e deveres para com o Estado. Um dos muitos exemplos foi a instituição da lei do concubinato, que tornou oficial uma relação estável de mais de cinco anos, e deu a estes casais os mesmos direitos daqueles cujas uniões foram celebradas pelo oficial da lei. Mas é preciso lembrar que todo direito vem acompanhado de deveres.

Em 1988, foi instituída a sociedade conjugal, compartilhada em direitos e deveres pelo homem e pela mulher, e a igualdade de direitos entre filhos legítimos e ilegítimos. Assim, crianças nascidas de relacionamentos extraconjugais, após um exame de DNA que comprovasse a paternidade, passaram a ter seus direitos de filho assegurados pela justiça (SARTI, 2010).

Outra lei muito polêmica foi a criação do ECA – Estatuto da Criança e do Adolescente. Tal lei surge como uma grande interferência nas famílias e no modo como os filhos eram educados e/ou disciplinados. O estatuto tira dos pais o total controle sobre sua prole, chegando a sugerir uma proteção legal aos menores, garantida pelo Estado, frente às atitudes dos próprios pais. Mas ao mesmo tempo em que regulamenta as relações familiares e interfere no poder paternal, o estatuto reafirma o convívio familiar como um direito de toda criança.

Em abril de 2011, o IBGE divulgou os resultados gerais do último censo que cobriu o período entre 2000 e 2010. Nele, uma novidade: pela primeira vez, uma edição do recenseamento contabilizou a população residente com cônjuges do mesmo sexo e constatou que, no Brasil, há mais de 60 mil casais homoafetivos. O censo ainda constatou outras

mudanças nas famílias brasileiras. Segundo os dados coletados, diminuíram os casamentos religiosos e civis e aumentou o número de uniões consensuais, aquela em que duas pessoas decidem viver juntas, sem a necessidade de oficializar a união; as famílias também estão menores. As mulheres estão preferindo ter filhos mais tarde, para priorizar a carreira, e tendo menos filhos. Fato que pode ser explicado, em parte, pela inserção da mulher no mercado de trabalho e pelo surgimento da pílula, que deu-lhe o poder de decisão sobre seu corpo e sobre sua vida. O número de famílias chefiadas por elas aumentou e a quantidade de divórcios também. O que não significou a queda no número de casamentos. Temos então, novas famílias se formando, a partir da união de pessoas vindas de outras estruturas familiares.

(www.ibge.gov.br)

Em maio de 2011, o Supremo Tribunal Federal reconheceu as uniões estáveis entre pessoas do mesmo sexo como entidade familiar. Dessa forma, os direitos dos casais homoafetivos se equipararam aos direitos dos casais heterossexuais e a adoção foi um deles. E, em outubro do mesmo ano, o casamento entre duas mulheres, no Rio Grande do Sul, foi autorizado, abrindo precedentes para que tribunais de instâncias inferiores adotassem a mesma posição. Mas, antes disso, em junho, um juiz do interior de São Paulo, converteu uma união estável entre dois homens, em casamento civil. Deste modo, detalhes e direitos, como alteração do estado civil, mudanças de nome, herança no caso de morte de um dos cônjuges, dependência em plano de saúde, tornaram-se oficialmente legais.

Sobre a adoção por parte de casais homoafetivos, já em abril de 2010, um casal formado por duas mulheres teve o direito de adoção reconhecido pela Justiça Federal do Rio Grande do Sul. O Ministério Público recorreu, mas o Tribunal negou, alegando a relevância da relação afetiva entre as crianças e as mães adotivas, que já viviam como família, mas eram adotadas por apenas uma das mães (<http://www1.folha.uol.com.br/folha/cotidiano/ult95u726790.shtml>).

As famílias mudam, as leis mudam ou se renovam para alcançar essas mudanças e regulamentá-las, supervisionadas e controladas pelo Estado. Este é um processo que não começou agora e, certamente, ainda trará muitas outras alterações em seu curso. E, a partir do momento em que essas mudanças são percebidas na sociedade, elas são também refletidas nas imagens da mídia, importante instrumento de produção de sentidos e construção da história na atualidade.

2.4 FAMÍLIAS - IMAGENS E MEMÓRIAS NA MÍDIA

2.4.1 Intericonicidade

Na Arqueologia do Saber, ao propor um método arqueológico para a análise dos discursos, Foucault apresenta sua concepção de enunciado, a forma de identificá-lo e como descrevê-lo. A partir destes estudos, compreendemos enunciado não no sentido gramatical, como uma frase ou uma proposição, mas sim como um acontecimento discursivo. Um enunciado, então, é definido inicialmente, pelo que ele não é – uma frase, uma proposição, um ato de linguagem. Na concepção foucaultiana, enunciado é

“uma função de existência que pertence, exclusivamente, aos signos, e, a partir da qual se pode decidir, em seguida, pela análise ou pela intuição, se eles “fazem sentido” ou não, segundo que regra se sucedem ou se justapõem, de que são signos, e que espécie de ato se encontra realizado por sua formulação (oral ou escrita)” (FOUCAULT, 2008a, p. 98).

Essa existência precisa de um referencial, ou seja, de condições de possibilidade e de regras de existência; de um sujeito, que não é o da gramática, mas sim, compreendido como um lugar, uma posição, que pode ser ocupada por diferentes indivíduos; de um campo associado, a rede de formulações na qual se inscreve, retomando-as ou atualizando-as, estabelecendo ligações com o passado e com o futuro; e de uma materialidade, que coloca os enunciados num tempo e num espaço nessa rede, possibilitando que sejam repetidos ou transformados (FOUCAULT, 2008a).

Essa definição abre possibilidades para a compreensão de que materialidades, tanto verbais quanto imagéticas, podem ser consideradas como enunciados, e é por meio deste conceito que olharemos para os vídeos que formam o *corpus* desta análise, como suporte material que o tempo e o lugar da enunciação utilizam.

Com o surgimento da imprensa, a imagem passa a ocupar um lugar de destaque na produção dos discursos. Já não se considera apenas o dito, mas todo quadro que se montou em torno dele, e assim contribui para sua compreensão. Segundo Courtine, na análise da fala pública, não se pode pensar em separar palavras de imagens, tanto fixas quanto em movimento, pois elas, as imagens, merecem a mesma atenção que direcionamos aos enunciados verbais (*apud* GREGOLIN, 2008, p. 17). Deste modo, os estudos de Courtine, apoiados nas reflexões foucaultianas, apontam para a análise de novas materialidades dentro da Análise do Discurso. A proposta é “pensar discursivamente as redes de imagens que constituem a cultura e o imaginário de uma sociedade.” (GREGOLIN, 2008, p. 21).

Na mídia televisiva, as imagens ganharam movimento e outros efeitos visuais que

contribuem para a produção de sentidos e ativação da memória, e se tornaram imensamente comuns na sociedade, devido ao grande poder de penetração desses recursos audiovisuais em todos os meios. As imagens não aparecem num discurso por acaso. Seja num panfleto, num cartaz, num *outdoor*, numa notícia de jornal, numa peça publicitária, as imagens são escolhidas, selecionadas, editadas, seguindo uma ordem estruturada por critérios estabelecidos.

Tomando como exemplo os discursos produzidos na mídia, podemos dizer que nada neles aparece aleatoriamente. A escolha dos personagens, as falas, as imagens e as figuras evidenciadas. Tudo se une para produzir sentido. Assim como ocorre nas peças publicitárias. Neste caso, a ordem na escolha das materialidades imagéticas e verbais presentes em sua montagem é pensada para atingir um determinado objetivo.

Courtine é responsável por outra grande contribuição, dessa vez, para a análise de imagens. Ele traz para o interior da Análise do Discurso a noção de intericonicidade. Essencial para a descrição de uma história das imagens, tanto internas quanto externas ao indivíduo, entende-se, por ela, que toda imagem atualiza outras imagens e forma, com elas, uma série. Nas materialidades utilizadas neste trabalho, capturadas em peças publicitárias, as construções visuais nos remetem à memória da família antiga e, a todo o momento, fazem surgir outras imagens que juntamente com essas, retomam o conceito canônico de família, e propõem um resgate dos valores sustentados por este formato familiar. Nisso consiste a intericonicidade, e como explica Courtine,

“A intericonicidade supõe, portanto, dar um tratamento discursivo às imagens, supõe considerar as relações entre imagens que produzem sentidos: imagens exteriores ao sujeito, como quando uma imagem pode ser inscrita em uma série de imagens, uma arqueologia, de modo semelhante ao enunciado em uma rede de formulações, em Foucault; mas também imagens internas, que supõem a consideração de todo conjunto da memória da imagem no indivíduo e talvez também os sonhos, as imagens vistas, esquecidas, ressurgidas ou fantasiadas que frequentam o imaginário.” (2011, p.160)

As imagens das famílias nos comerciais de TV trazem em si memórias de outras imagens. Imagens presentes em nossa memória coletiva e que colaboram para a construção do sentido do que entendemos como família. A memória dessas imagens liga as imagens do presente ao passado, ao mesmo tempo que estabelece ligações com um “futuro eventual” (FOUCAULT, 2008a). Começamos então a delinear o campo associado ao qual aquele enunciado pertence, um campo no qual coexistem outros enunciados e outras materialidades

que podem se repetir, se reatualizar ou se transformar para produzir sentidos num determinado momento.

Mostramos a seguir imagens recortadas do discurso religioso, imagens que, inevitavelmente, nos vêm à memória quando nos deparamos com a representação de uma família. A construção da figura materna, que nos leva à imagem da mãe de Jesus; o costume de sentar-se à mesa, tão antigo, que nos faz lembrar a Última Ceia, quando Jesus se despede de seus apóstolos antes de sua crucificação. Ou mesmo a forma como a família é retratada, seguindo o formato da Sagrada Família, na qual se unem um pai, uma mãe e seu filho - José, Maria e Jesus. São imagens que se repetem e que trazem consigo, a proliferação de um discurso sobre a família.

2.4.1.1 A mãe – Nossa Senhora

Ao analisar essa rede de imagens, trazidas pela memória ao nos depararmos com o *corpus* desta pesquisa, nossos olhos buscam o que nelas se repete e, como analistas, procuramos identificá-las e descrevê-las para compreender que efeitos de sentidos são produzidos por essa repetição.

Algumas marcas do discurso religioso, tão presente na nossa cultura, são visivelmente percebidas no conjunto familiar representado pela mídia. Seja nas posições de pai e mãe, dentro do formato tradicional de família; seja nos seus costumes cotidianos, como sentar-se à mesa nas refeições e/ou comemorações; seja na figura materna, muito relacionada à figura da mãe de Maria (catolicismo), seja no próprio significado de família presente na memória de todos, como algo sagrado, que tem como espelho a Sagrada Família do discurso religioso. Segundo Gregolin,

“ O poder da imagem é o de possibilitar o retorno de temas e figuras do passado, colocá-los insistentemente na atualidade, provocar sua emergência na memória do presente. A imagem traz discursos que estão em outros lugares e que voltam sob a forma de remissões, de retomadas e de efeitos de paráfrases. Por estarem sujeitas aos diálogos interdiscursivos, elas não são transparentemente legíveis, são atravessadas por falas que vêm de seu exterior – a sua colocação em discurso vem clivada de pegadas de outros discursos.”2000, p.22)

Dos vídeos selecionados, recortamos algumas imagens para esta análise. Trazemos as figuras das mães, para fazer uma descrição de como esse sujeito é representado pela mídia e

que memórias ele atualiza. O primeiro fotograma² foi recortado de um comercial da perfumaria O Boticário, numa campanha do dia das mães (2008); o segundo foi capturado num comercial da VIVO (2009); o terceiro fotograma é a representação de uma mãe num comercial da margarina Qualy (2010). Para fechar este círculo, utilizamos uma imagem de Nossa Senhora (figura 1), a mãe de Jesus, e descrevemos qual a relação entre elas, a partir de um domínio de memória, e que outros enunciados atualizam em sua emergência, visto que todo enunciado é atravessado por outros (FOUCAULT, 2008a).



Fotograma 1

Fotograma 2

Fotograma 3



Figura 1

No século XVI, tornou-se conhecida e ganhou o gosto popular uma ciência que estudava os traços do rosto – a fisionomia. Seus estudos procuravam, através das análises de detalhes das expressões do rosto, decifrar a alma humana. Estes estudos consideravam o rosto como o espelho da alma e cada detalhe que lhe pertencia tinham-no como indício. (COURTINE e HAROCHE, 1988).

Segundo Cureau de la Chambre (1659 apud COURTINE e HAROCHE, 1988), além

² Imagens fixas, que, dispostas em sequência, em película transparente, passando de acordo com um certo ritmo, em um projetor, constituem um filme. (AUMONT, Jacques. 1995, p. 19); Aqui, trataremos por FOTOGrama todas as imagens capturadas nas peças publicitárias analisadas.

da voz e da língua, outras materialidades como as expressões da testa e dos olhos funcionam como intérpretes do pensamento do homem. Dos fotogramas 1 ao 3, colhidos em comerciais de TV em momentos diferentes, uma análise das expressões e detalhes dos rostos nos mostram figuras maternas sempre doces, de pele clara e traços delicados, o que nos remete a memória da imagem de Nossa Senhora, a mãe de Jesus, na figura 1, e com ela, surge uma série de enunciados presentes na memória coletiva sobre o que é mãe.

A mãe que cuida, a mulher que vive para seus filhos e é guiada pelas emoções. A mais compreensiva, aquela que está mais próxima aos filhos e, portanto, mais presente em seus momentos do que o pai. A insubstituível, aquela que sofre as dores do parto, e, mesmo quando não, aquela que cria, que “padece no paraíso” para cuidar da família. Seja com um olhar que sugere meiguice (fotograma 1), compreensão (fotograma 2) tranquilidade (fotograma 3), a mãe é representada como algo sagrado, com a qual não se brinca e que todos gostaríamos que fosse eterna. Tarefas e emoções que sempre são relacionados à figura feminina, que por sua vez, é relacionada à figura da santa.

O vídeo que serviu de fundo para o fotograma 1 é da Perfumaria O Boticário (2008). Ele traz uma mãe que chora ao ganhar um presente do filho em comemoração ao dia das mães. Duas crianças, aos seus pés, entregam-lhe presentes em comemoração ao dia das mães. A cena lembra um devoto diante de seu santo de devoção. A câmera, alternando movimentos de *plongée* e *contra plongée*, reforça a posição de superioridade da mãe diante dos filhos e de submissão deles diante dela. A feição da mãe, doce, meiga, amável, nos remete à memória de Nossa Senhora. Mais uma vez, nos levando ao discurso religioso, as imagens na mídia contribuem para a formação de uma ideia do que é ser mãe. A imagem dessa mãe zelosa, amável, aparece também em outros lugares além do discurso religioso, como nos contos de fadas, que exercem um caráter pedagógico na educação infantil. A meia luz, a posição dos garotos com relação à mãe, os diálogos, tudo parece ter sido montado para emocionar, para provocar em nós memórias da infância. Esse aspecto nos traz um questionamento feito por Milanez e que parece muito relevante agora: “qual é esse tipo de poder capaz de produzir discursos de verdade como estes veiculados na mídia em nossa sociedade com efeitos tão poderosamente tocantes?” (2007, p.16)

No vídeo do qual foi recortado o fotograma 2, o produto é a margarina Qualy-Sadia (2009). Nele, a mãe está inserida numa nova estrutura familiar – mãe, filho e avó - pelo menos quando se trata de comerciais de margarina. Mas sobre isso falaremos mais adiante. Agora, nos concentraremos na figura da mãe. Uma sequência de *closes* nos rostos dos personagens narra a história de uma mãe que, durante o café da manhã, tenta contar ao filho

sobre seu novo namorado. Parecendo receosa pela reação do filho, ela faz rodeios mas é surpreendida pela mãe que termina de dar a notícia ao menino. Temos aí uma mãe que aparece num contexto familiar diferente dos outros vídeos: é uma mãe solteira, que tem um namorado, como tantas outras que saíram de relações que não deram certo ou simplesmente optaram por assumirem sozinhas a criação de seus filhos. Mas apesar dessas características atualizadas, ainda podemos ver nessa mãe, marcas daquela mãe da família canônica que se repetem – seja nos traços do rosto, seja na sua relação com o filho ou mesmo na sua posição dentro do grupo familiar.

A VIVO, empresa de telefonia celular, é o produto vendido no comercial que nos cedeu o fotograma 3 (2010). O vídeo começa pelo final da história, quando a filha avisa aos pais que eles serão avós. Logo depois, a história vai para o momento em que ela avisa que decidiu se casar. Tudo isso se dá numa sequência de falas curtas ao celular. O tom de voz da mãe, mesmo quando parece repreendê-la, é compreensivo, carinhoso e pacífico, de acordo com os sentidos que se construíram sobre como um tom de voz deve ser para agrupar estas características.

As três mães retratadas nos vídeos, embora apresentem algumas diferenças, mostram grandes semelhanças entre elas e entre elas e a imagem da santa (figura 1). Seja nos cabelos, que parecem um manto sobre os ombros; seja nos detalhes dos rostos e na delicadeza de seus gestos. Isso nos remete ao conceito de *materialidade repetível*, que caracteriza a existência do enunciado e que “faz aparecer o enunciado como um objeto específico e paradoxal, mas também como um objeto entre os que os homens produzem, manipulam, utilizam, transformam, trocam, combinam, decompõem e recompõem, eventualmente destroem” (FOUCAULT, 2008a, p.118)

2.4.1.2A mesa – A santa ceia

O sentar-se à mesa para se alimentar é um hábito comum nas famílias. É quando seus membros confraternizam entre si, quando conversam, compartilham, além do alimento, informações sobre suas vidas, os acontecimentos do dia e mantêm acesos e nutridos os laços de união, que garantem a sua força enquanto instituição social. As famílias reúnem-se em torno da mesa para se alimentar, para comemorar, ou simplesmente para conversar. O alimento, considerado algo sagrado, é repartido por todos. Todo esse cenário e os elementos que o compõem, assim como a sua significação evocam outro enunciado da cultura cristã – a “Santa Ceia”. Ao redor de uma mesa, partilhando com seus discípulos, pão e vinho, Cristo dá

eles as últimas instruções antes de sua morte. Na simbologia cristã, o pão e vinho da Santa Ceia significam o corpo e o sangue de Cristo. Este fato mostra a grande e forte ligação entre Cristo e seus discípulos.

Na família, reunir-se à mesa para as refeições é tido como um costume que une os seus membros, uma cena do cotidiano familiar, é o momento do diálogo, que reforça os laços de afeto e cuidado no grupo familiar.



Fotograma 4Fotograma5



Figura 2
(A Última Ceia, Leonardo Da Vince. 1495-1497)

No vídeo do qual retiramos o fotograma 4 – Sobremesas Activia (2009), a câmera gira em torno da mesa ao mesmo tempo em que se direciona para o personagem que fala. É um movimento que, na linguagem cinematográfica, denomina-se *setravelling*, “deslocamento do pé da câmera, durante o qual o eixo de tomada permanece paralelo a uma mesma direção” (AUMONT, 1995, p.39).

Na família – formada por pai, mãe e dois filhos – a mãe conversa com o pai sobre a possibilidade de a filha fazer uma viagem com as amigas, mas a tentativa de negociação é

prejudicada pela revelação do filho mais novo de que os planos de viagem da irmã incluem dormir na casa do namorado. A mãe então oferece a sobremesa para apaziguar um conflito advindo da revelação do garoto. Tudo isso mostra um pai alheio aos acontecimentos domésticos e uma mãe mais inteirada da vida particular dos filhos. Mostra também uma ordem: a filha precisa da permissão do pai para fazer sua viagem, e o momento escolhido para resolver esse problema foi o momento da refeição à mesa, quando todos estão reunidos.

O fotograma 5 representa uma família, sentada à mesa. O comercial é de um macarrão instantâneo – Nissim Miojo (2008). Interessante é observarmos a disposição dos membros – pai, à frente e mãe e filho à sua direita e à sua esquerda, comem o alimento preparado pela mãe – o macarrão. Momento da refeição – momento sagrado. Poderiam estar sentados no sofá, em frente à TV enquanto comem, prática comum numa época em que se tem pouco tempo para tudo, mas estão na mesa, reunidos. Quem, mais do que a família seria autorizada a vender um alimento? Sentados à mesa, saboreando uma iguaria e aprovando seu paladar. Em tais circunstâncias, quem convenceria mais sobre o valor deste alimento para as outras famílias?

A mídia, ao trazer à tona essas cenas do cotidiano familiar, produz um discurso sobre a família e, com isso, constrói um sentido sobre o que é a família na contemporaneidade. Um conceito que se encaixa na atualidade, mas moldado a partir de memórias. Segundo Navarro, “a mídia funciona como um dos lugares de refúgio da memória, pois os discursos que compõem a sua ordem discursiva são portadores de uma memória, na medida em que materializam sentidos inscritos em outro lugar” (2008, p. 156).

2.4.1.3 A família sagrada e a Sagrada Família

No discurso religioso, mais especificamente no cristianismo, buscamos o termo Sagrada Família – utilizado para se referir à família Jesus, Maria e José. A imagem de Maria, a mãe que sofreu com as dores de seu filho; José, o homem que trabalhava para sustentar sua família; Jesus e sua ligação intensa com sua mãe. O cuidado de Maria e José com seu filho. Este é um formato de família, cujas práticas e sentidos vemos refletidos nos grupos familiares representados na mídia, sejam eles mais ou menos conservadores.

Para esta análise, selecionamos os fotogramas 6 - Casas Bahia (Dia dos Pais/ 2007); e 7 - Vivo SmartPhone Ilimitado (2011). Trouxemos ainda para esta análise a fotografia de uma família típica do início do século XX (figura 4), um quadro da artista amazonense contemporânea Mary Bueno (figura 5), e outro quadro do pintor renascentista Rafael Sanzio

(figura 6).



Fotograma 6



Fotograma 7



Figura 3
Mary Bueno/Séc. XX)



Figura 4
Família Almeida (1920)



Figura 5
(Rafael Sanzio/Séc.XVI)

O fotograma 7 foi coletado na peça da Vivo *SmartPhone* Ilimitado (2011), que apresenta a narrativa de um garoto sobre sua vida, acompanhada de seu crescimento, que passa pela adolescência, chega à fase adulta, ao casamento e aos filhos. Ao falar de sua vida, ele parece falar da vida de todos nós, como se todos os indivíduos estivessem fadados a um único caminho traçado pela vida, o de crescer, casar e multiplicar-se. Isso nos faz pensar que somos marcados por discursos que se formaram antes de nascermos. Nascemos, crescemos e, no convívio com nossa família, somos ensinados sobre o que é uma família e como deverá ser a nossa.

A família que fecha o vídeo (fotograma 7), homem, mulher e três filhos, nos remete àquela família de outrora, na qual a mulher era a figura aparentemente frágil e submissa, e o homem, o chefe da casa. Como a família da figura 4: pai, mãe e filhos em trajes formais, a mãe, sentada, é rodeada pelas crianças enquanto o pai está de pé, ao lado deles, numa postura quase militar. É o retrato de uma família cujas relações se davam baseadas numa hierarquia firmada pela disciplina severa, na qual o pai era uma figura quase que

intocável, e como um rei, suas ordens e suas vontades eram inquestionáveis; à mãe cabia o papel de cuidar da família, da educação dos filhos e de servir ao marido. Qualquer problema de indisciplina ou falha de caráter dos filhos era considerado sua responsabilidade, já que estava mais presente em suas vidas do que o pai, que sempre estava no trabalho.

Voltando ao vídeo, nele, é o homem quem fala o tempo todo, a mulher apenas o acompanha. O olhar direcionado a ele, os beijos no rosto, a mão sobre seu ombro, são gestos que mostram uma preocupação em agradá-lo. Mas, embora notemos semelhanças, observamos um diferencial entre essas duas famílias –percebemos mais afetividade entre eles, são pessoas felizes, sorridentes, o que os difere da sisudez das famílias do século XIX, por exemplo, quando pais e filhos mal se falavam e as relações no interior familiar eram mais austeras, características que ainda permeiam famílias mais conservadoras.

Sobre as figuras que representam a Sagrada Família, o quadro de Mary Bueno, parece construído a partir de círculos, que sugerem uma ligação inquebrável, sólida entre os membros daquela família. Nele, o pai olha para a esposa e esta, para o filho. No quadro de Rafael Sanzio, a disposição dos personagens nos faz pensar no pai como o protetor da família e na mãe como cuidadora da prole. O pai, posicionado acima de todos, direciona seu olhar para o mesmo ponto que a mãe – seu filho.

Apesar de terem sido produzidas em sociedades tão distantes e distintas, podemos perceber algumas semelhanças entre essas duas pinturas sacras que representam a sagrada família: a posição dos membros da família e a direção do olhar de cada um. A figura masculina acima da figura feminina, e o olhar deles que se dirige para o mesmo ponto -o filho. Isso nos leva a pensar sobre a norma que rege a produção dessas imagens, pois pensamos que elas não são produzidas aleatoriamente, mas seguem um padrão aprendido como o “adequado”. Não falamos de normas oficiais, que recomendem este estilo e não aquele, mas sim de uma ordem que se cristalizou na memória do artista, no decorrer dos tempos, sobre o que é e como deve ser cada imagem dessas. “São as normas internas da tradição artística que fazem com que um artista pinte ou entalhe uma Virgem com o Menino como ‘convém’, como aprendeu, como é ‘normal’ fazer.” (SCHMITT, 2007, p.136)

Estas imagens materializam enunciados sobre a família e os prendem a uma rede de outros enunciados “neles se apoiando ou deles se distinguindo” (Foucault, 2008b, p. 112). Os dois fotogramas trazem à tona o discurso da família cristã, (formada por pai, mãe e filho(s)), e se liga a ela quando prioriza determinado formato de família em detrimento de outros, mas propõe uma mudança quando apresenta uma forma nova desses indivíduos se relacionarem, quando traz famílias menos sisudas e com relações e distribuição mais flexíveis de atividades,

reatualizando o conceito de família. Como afirma Foucault, todo enunciado de alguma forma reatualiza outros enunciados (Foucault, 2008b).

A partir da análise destes três fotogramas, dos vídeos que os incorporaram, e das relações que estabelecemos com base em movimentos de intericonicidade, podemos verificar que vários comportamentos e imagens produzem o efeito de sentido da família como algo sagrado, inevitável e insubstituível na vida de todo ser humano.

Os fotogramas⁶ e 7 também provocam outra memória que reforça esta afirmação – os finais de novela, finais felizes. Raro é a novela que não traz em seus fechamentos, casais se unindo, crianças nascendo, formando famílias felizes, produzindo o efeito de sentido de que é esse final que todos gostaríamos de ter, como sendo isso uma recompensa por todo o sofrimento ao longo da saga. O ápice do mocinho, da mocinha é encontrar um grande amor que seja abençoado com a chegada de um filho, fechando o grupo familiar e trazendo alegria ao casal. Aos antagonistas, um dos castigos, talvez o pior, é a privação desse convívio familiar. Sempre terminam sozinhos e sem o apoio da família. É a família sagrada, privilégio de quem a merece. O espaço no qual se abrigam, as pessoas que a constituem são de valor inestimável para todo indivíduo.

Segundo o método arqueológico apresentado por Foucault, na análise do enunciado é preciso que investiguemos o enunciado no ato de sua emergência, as condições nas quais esse enunciado emergiu, e o sistema que fez dele um acontecimento, ao mesmo tempo repetido e único. A este “sistema geral da formação e da transformação dos enunciados”, Foucault denominou arquivo, noção de relevante importância nas análises dos discursos (2008a). A análise de um arquivo “comporta, pois, uma região privilegiada: ao mesmo tempo próxima de nós, mas diferente de nossa atualidade, trata-se da orla do tempo que cerca nosso presente, que o domina e que o indica em sua alteridade; é aquilo que, fora de nós, nos delimita.” (FOUCAULT, 2008a, p. 148). Deste modo, é no interior do arquivo que recortamos o *corpus* e que podemos pensar as práticas discursivas de uma sociedade.

3 ANÁLISE DO DISCURSO E MÍDIA

“É preciso parar de diabolizar e de beatificar ao mesmo tempo a televisão, e refletir sobre a produção, circulação e apropriação das imagens”

(Jean Jacques Courtine, 2003)

3.1 A ANÁLISE DO DISCURSO – O CAMPO DE PESQUISA

A Análise do Discurso surge no final dos anos 1960, apoiada em disciplinas como História, Filosofia e Psicanálise, no cenário político da Revolução de 1968, em meio a uma ebulição de acontecimentos históricos de grande repercussão. Inicialmente, com a função de estudar apenas “as produções verbais no interior de suas condições sociais de produção” (PAVEAU e SARFATI, 2006, p. 202), mais especificamente, a produção do discurso político, seu olhar se amplia ao longo do tempo e com novos estudos na área.

Fundada por Michel Pêcheux, na França, com a publicação de seu livro “Análise Automática do Discurso” (AAD1969), a Análise do Discurso se estabelece com base em releituras de Saussure (por Pêcheux), de Freud (por Lacan) e de Marx (por Althusser). Seu fundador divide a formação deste campo de pesquisas em três períodos, marcados por construções e desconstruções.

Os estudos de Althusser e sua releitura de Marx fornecem uma forte sustentação na construção da Análise do Discurso. Michel Pêcheux traz para a AD os conceitos althusserianos de “ideologia” e “assujeitamento ideológico”, bem como sua visão a respeito do poder, compreendido por Althusser como algo restrito aos Aparelhos Ideológicos do Estado (AIE); além disso, toma emprestado de Marx o conceito de “condições de produção” e o redefine para introduzi-lo em seus estudos (FONSECA-SILVA, 2007).

Assim como Michel Pêcheux, Michel Foucault também tinha ligações com Althusser. Ambos foram seus alunos, embora estabelecessem com ele relações baseadas em afinidades e conflitos. Enquanto Michel Pêcheux apoiava o modo como Althusser compreendia o poder (restrito aos Aparelhos Ideológicos do Estado – AIE), Michel Foucault apresentava outro olhar sobre o poder – o poder que se movimenta nas relações.

Mas, apesar de divergirem em alguns pontos, mais tarde, Michel Pêcheux faz outro empréstimo para a Análise do Discurso. Desta vez, ele traz, para este campo de estudos, o conceito de “formação discursiva” desenvolvido por Foucault. Compreendida como um

espaço constitutivamente invadido por elementos que vêm de seu exterior, “que se repetem nela, fornecendo-lhe suas evidências discursivas fundamentais” (PÊCHEUX, 1997, p.314). Este “exterior” que marca uma formação discursiva é denominado por Pêcheux de interdiscurso. Assim se dá o início de uma maior aproximação entre Pêcheux e os estudos foucaultianos.

Michel Pêcheux dá sinais de mudanças e reconfigurações nas práticas da análise do discurso feitas até aquele momento, em um texto, escrito como apresentação ao trabalho de Jean Jaques-Courtine “O estranho espelho da análise do discurso” (1981). Mais adiante, Courtine, a partir de uma releitura da *Arqueologia do Saber*, de Michel Foucault, faz críticas, propõe outras mudanças teórico-metodológicas e introduz mais conceitos foucaultianos nos estudos do discurso, ampliando seu campo de visão (GREGOLIN, 2006).

A chegada de Courtine na AD, bem como as colaborações que trouxe, materializam mudanças no modo de olhar para o objeto, já iniciadas por Michel Pechêux anteriormente, o que amplia o campo de interesses dos estudiosos da área. Mais adiante, além do discurso político, todas as produções orais do cotidiano tornam-se possíveis objetos de análise para este campo de estudos. Os trabalhos de Courtine acompanham as mudanças na sociedade e se adequam ao surgimento de novas materialidades que possam ser incorporadas ao discurso (GREGOLIN, 2008, P. 25-26). Sua proposta é que, por meio da análise de enunciados, chegue-se à compreensão de como pensa e age a sociedade, na qual estes emergiram. Num primeiro momento, focados no discurso político, materializado em textos escritos, os analistas do discurso passam depois a se interessar pela sua emergência na mídia.

A Análise do Discurso compreende o discurso como um campo complexo no qual se atravessam língua, sujeito e história. Para esta análise, os conceitos de Michel Foucault, propostos no seu livro *A arqueologia do Saber*, são essenciais, principalmente quando trabalhamos com materialidades híbridas, aquelas nas quais se juntam o verbal e o não verbal.

Na *Arqueologia do Saber*, Foucault define o discurso, detalha sua formação e propõe o método arqueológico como forma de analisá-lo. Tal método consiste em identificar o enunciado, olhar as suas condições de possibilidade, o campo associado ao qual pertence, as memórias que ele evoca e os enunciados que ele exclui, além dos efeitos produzidos por este acontecimento no momento histórico em que ele emergiu, com objetivo de compreender como se dá a produção de sentidos em uma sociedade para poder compreender o seu funcionamento. Com o seu método arqueológico de análise do discurso, Foucault propõe uma análise das práticas discursivas de uma época para mostrar que os saberes e verdades produzidos naquele momento são determinados historicamente.

3.2 O DISCURSO NA MÍDIA NO FOCO DA ANÁLISE

Na década de 80, os estudos de Jean-Jacques Courtine se voltaram para o discurso político nos sistemas áudio-visuais, influenciando a postura da Análise do Discurso (AD) sobre o objeto (GREGOLIN, 2008). Com o passar do tempo e os novos estudos, esses limites foram se alargando e os interesses da Análise do Discurso se expandiram. E numa época em que a mídia aparecia com grande força, as imagens também entraram no rol de interesses dos analistas do discurso. Segundo Gregolin, ao olhar para as movimentações do discurso político na mídia, Courtine “abre caminhos para o estudo das materialidades não verbais que constituem a historicidade dos discursos” (2008, p. 21). Visto que, a mídia é compreendida como lugar de produção de discursos e fonte inesgotável dessas materialidades, isso a torna um terreno interessante para a Análise do Discurso, cujo objetivo é analisar como se dá essa produção. Nas palavras de Gregolin,

“Na sociedade contemporânea, a mídia é o principal dispositivo discursivo por meio do qual é construída uma “história do presente” como um acontecimento que tensiona a memória e o esquecimento. É ela, em grande medida, que formata a historicidade que nos atravessa e nos constitui, modelando a identidade histórica que nos liga ao passado e ao presente.” (2007, p. 17)

Com a grande popularização dos aparelhos de TV, a mídia televisiva é cada vez mais presente na vida das pessoas e, com isso, se tornou também um ótimo meio de fazer negócios. Seus comerciais alcançam grande público, o que pode garantir o sucesso do produto divulgado e sua ampla aceitação no mercado consumidor.

Para isso, agências de propagandas investem na produção de comerciais que conquistem esse consumidor, que o atraiam, valendo-se de artimanhas profissionais para estabelecer alguma identificação entre o produto oferecido e o seu público alvo. Um exemplo são as peças publicitárias que trazem, como pano de fundo, imagens de grande apelo sensorial, com temas que tocam, que provocam a memória afetiva do seu público alvo, como uma tentativa de cativá-lo e torná-lo fiel ao seu produto.

Um desses temas é a família- pais, mães e filhos como personagens principais. E foi essa presença das peças publicitárias no dia a dia das pessoas, aliada ao constante e crescente surgimento dessas peças trazendo famílias – além do modelo tradicional - como atores, que chamou a nossa atenção e atraiu nosso interesse. A peça publicitária, ou mais popularmente falando, o comercial de TV, traz ainda um composto de materialidade verbal e imagética,

envolvidas em movimento, que a torna um objeto rico para nossa análise, e mais ainda, para a análise da sociedade na qual essas produções estão inseridas.

A mídia televisiva é um caldeirão repleto de imagens em movimento. Nas palavras de FONSECA-SILVA (2007), essas imagens que circulam são, ao mesmo tempo, reflexo e resultado dos modos de pensar das sociedades. Analisar essas materialidades imagéticas, juntamente com as demais materialidades que compõem esses enunciados, é o caminho para chegar à compreensão do funcionamento da sociedade e, talvez, pensar em possibilidades de intervir e transformar o meio em que vivemos.

Para compreender como funciona o discurso sobre a família na mídia é necessário compreender antes que nada acontece por acaso. Tudo nesta superfície de emergência obedece a uma ordem que visa um determinado objetivo. Um exemplo são os horários determinados para a veiculação de comerciais, a depender do tipo de produto que vendem e a qual público é direcionado e o controle sobre as imagens e os textos que aparecem nessas peças. A mídia é um espaço organizado e pensado para se encaixar na sociedade a qual pertence e dela fazer parte.

3.3A MÍDIA E A ORDEM DESSE DISCURSO

A mídia conta com padrões de funcionamento e uma ordem que engloba todos os seus enunciados, dentre eles, as peças publicitárias. Sua veiculação depende de vários fatores como, que tipo de produto está sendo vendido? Qual o teor do texto? Que público se quer atingir? Comerciais de produtos de interesse doméstico, (produtos de limpeza, de beleza, alimentos, remédios, eletrodomésticos), bens, como carros, casas; e também aqueles polêmicos como bebidas alcoólicas, todos terão um horário propício e pensado para sua apresentação, considerando o consumidor ao qual aquele produto é direcionado.

A tela da TV materializa um discurso sobre a família, mantendo um controle sobre o (re) aparecimento de determinados enunciados e não outros. As imagens que circulam, ao mesmo tempo em que refletem a sociedade na qual se inserem, reproduzem costumes que lhes são conhecidos e, por isso, aceitos, propondo modelos – mitos, para serem seguidos na tentativa de uma padronização de comportamentos dentro da sociedade, de um “disciplinamento do corpo social” (GREGOLIN, 2007, p. 50). Disciplinar o corpo social é uma forma de manter o controle sobre este corpo e evitar que esse corpo entre em desordem. Afinal, uma sociedade organizada e disciplinada é uma sociedade controlada.

Segundo AUMONT (1993), a produção de imagens na sociedade nunca foi gratuita e elas sempre foram fabricadas para determinados fins, sejam eles individuais ou coletivos. Nas imagens de famílias que aparecem nas peças publicitárias, a mídia materializa um efeito de sentido sobre família na atualidade e, assim, “participa ativamente da construção do imaginário social, no interior do qual os indivíduos percebem-se em relação a si mesmos e em relação aos outros” (GREGOLIN, 2003, p.97).

Essa repetição constante das imagens de famílias na mídia constitui um acontecimento que liga o presente a uma memória, fazendo reviver a imagem da família de outro momento histórico na contemporaneidade, e provocando uma reflexão sobre o conceito da família que temos e sua importância para a nossa formação. E assim, a mídia vai construindo “uma ‘história do presente’”, simulando acontecimentos-em-curso que vêm evadidos de signos do passado.” (GREGOLIN, 2003, p. 96).

3.4. AS FAMÍLIAS NOS COMERCIAIS DE TV

Constantemente, percebemos famílias sendo usadas como garotas-propaganda em comerciais de algum produto, principalmente quando este produto está direcionado a ela. Parece ser a família uma imagem que passa confiança e credibilidade diante do mercado consumidor, tamanha é a sua aparição em peças publicitárias. O olhar do analista do discurso se dirige para essas frequentes aparições que o instiga para uma investigação sobre o que a emergência deste discurso pode nos dizer.

Nas peças selecionadas para esta análise, observamos vários grupos familiares, mas aquele que predomina é o grupo familiar estruturado por pai, mãe e filho. Aos poucos, vemos surgirem peças publicitárias que retratam certos acontecimentos na sociedade, como a maior visibilidade dada às famílias que não seguem este formato e aos novos membros que começam a fazer parte dela. Percebemos então os pais e mães solteiros (O Boticário, Dia dos Pais /2009; Qualy-Sadia/2010); os filhos adotivos e as famílias homoafetivas (Nebacetim/2006); o padrasto (TIM- Dia dos Pais/ 2009); o pai divorciado (Planos VIVO Você/ 2010); enteados (Vivo-Família Ilimitada/2010).

Mas em maior escala, notamos a presença de famílias formadas por pais, mães e filhos. É o que acontece nas seguintes peças: Banco do Brasil (campanha final de ano 2007/2008); Nissin Miojo (contagem de galinhas/2008); Sobremesas Activia (2010); Casas Bahia (Dia dos Pais/2010); Vivo SmartPhone Ilimitado (2011).

Ao olharmos para essas representações de famílias que surgem na mídia, podemos dizer que nela se escreve uma história da família no presente, mostrando famílias no formato antigo, mas, aos poucos, inserindo os formatos e personagens que vão aparecendo neste espaço familiar. Gregolin enfatiza que

“esse efeito de “história ao vivo” é produzido pela instantaneidade da mídia, que interpela incessantemente o leitor através de textos verbais e não-verbais, compondo o movimento da história presente por meio da ressignificação de imagens e palavras enraizadas no passado. Rememoração e esquecimento fazem derivar do passado a interpretação contemporânea, pois determinadas figuras estão constantemente sendo recolocadas em circulação e permitem os movimentos interpretativos, as retomadas de sentidos e seus deslocamentos” (2007, p.16)

Por meio dos enunciados que emergem em suas telas, as imagens da mídia nos remetem a outro momento histórico, ao mesmo tempo em que nos prendem na atualidade. Assim, procuramos compreender o que significa este acontecimento e, como indivíduos, somos levados a reflexões sobre o modo de viver na sociedade e sobre o nosso próprio modo de viver.

3.5 IMAGENS EM MOVIMENTO: AS FAMÍLIAS EM CENA

3.5.1 A imagem em movimento e seus recursos para produzir sentidos

Como nesta análise, utilizamos, além de imagens fixas, imagens em movimento, observaremos os artifícios apropriados por elas e como esses artifícios colaboram para a produção de sentidos. Por tratarmos aqui de mídia televisiva, compreendemos que as imagens em movimento são tão ou mais importantes que as imagens fixas, por estarem cada vez mais presentes em nosso cotidiano, e por nos darem mais pistas para a nossa análise. Segundo Milanez,

“A imagem é movimento, o movimento é a imagem exterior de nós e interior em nós. Exterior porque faz parte de uma cultura visual e não pode ser compreendida fora dela. Interior porque ela supõe uma memória visual do sujeito. Exterior e interior intercambiadamente, porque a exterioridade histórica constitui a interioridade do sujeito que, por sua vez, (re)forma a história. A imagem, portanto, tem seu eco em movimento, ao mesmo tempo, para dentro e fora de nosso corpo.” (2011, p.24)

Indiscutivelmente, a imagem em movimento conta com mais elementos para a produção de sentidos do que a imagem fixa. No caso das peças publicitárias veiculadas na mídia televisiva, os elementos mais comuns são o movimento da câmera, a luz, a disposição

dos atores e do produto, a música tocada, cada detalhe é peça de fundamental valor no processo de análise dessa materialidade. Para Santos,

“é importante tomar a materialidade da imagem em movimento sob enfoque discursivo e tentar compreendê-la como uma prática discursiva em que se relacionam palavras, imagens, músicas e ruídos com determinações históricas para produzir efeitos de sentido no tempo e no espaço.” (2012, p.02)

Amúsica é um artifício de grande valor nas imagens em movimento. É a junção de representação sonora e visual, elementos de naturezas distintas, mas que se combinam e provocam um efeito notável na montagem das peças publicitárias. Sempre obedecendo a critérios para sua escolha, a música provoca forte impacto nas peças em que se faz presente.

Instrumental ou quando também traz uma letra, a música conduz a cena, colabora para a fixação das imagens e para a narração da história contada por elas, e mais ainda – introduz um forte apelo emotivo ao texto. Segundo BELTING (2006), “o acompanhamento musical modifica também a experiência das imagens no sentido de que elas se tornam diferentes quando uma trilha sonora distinta forma a impressão que se espera em nossos sentimentos.” As imagens nos tocam mais quando são acompanhadas por sons. Isso fica bem marcado em comerciais que recorrem ao uso de trilha sonora, como no comercial de campanha do dia dos pais, da perfumaria O Boticário, em 2009, cujas imagens são acompanhadas pela execução da música “Valsa para uma menininha”, de Vinícius de Moraes.

A peça se inicia com a imagem da entrada de uma casa, vista de seu interior e o som de uma campainha. O pai caminha até a porta e, ao abrir, se depara com uma menininha que lhe traz flores. Eles se abraçam. Na cena seguinte, estão no sofá conversando, logo depois passeando entre árvores e brincando com um cachorro. Reaparecem no sofá e, logo depois, na cozinha, fazendo um bolo. A cena final é na mesa, quando a menina entrega um presente ao pai, um perfume. A imagem da menina se esfumaça e quando fica límpida, ela aparece adulta, com um olhar encantado, perguntando ao pai se o presente lhe agradou.



Vídeo 9

“Menininha do meu coração
 Eu só quero você
 A três palmos do chão
 Menininha, não cresça mais não
 Fique pequeninha na minha canção
 Senhorinha levada
 Batendo palminha
 Fingindo assustada
 Do bicho-papão

Menininha, que graça é você
 Uma coisinha assim
 Começando a viver
 Fique assim, meu amor
 Sem crescer
 Porque o mundo é ruim, é ruim
 E você vai sofrer de repente
 Uma decepção

Porque a vida é somente
Teu bicho-papão

Fique assim, fique assim
Sempre assim
E se lembre de mim
Pelas coisas que eu dei
E também não se esqueça de mim
Quando você souber enfim
De tudo o que eu amei.”

A peça publicitária traz uma sequência de imagens que mostra um pai recebendo a visita de sua filha (que surge criança, à sua porta) no dia dos pais, trazendo-lhe um presente. As cenas seguintes sugerem uma fusão de lembranças antigas desse pai, com momentos vividos no presente. A letra da música, juntamente com as imagens, nos faz lembrar daquele enunciado presente na memória coletiva de que para os pais os filhos nunca crescem. A letra da música juntamente com as imagens sustentam e reforçam esse pensamento ao mesmo tempo que provocam os sentidos (saudades, lembranças) de quem assiste as imagens. Ao desejar que a filha se mantenha sempre criança, o pai espera ter sobre ela o cuidado e controle que vai perdendo à medida que os filhos crescem.

O comercial faz referência à família, principalmente ao papel do pai com seus filhos, e nisso, nada muda – sua função de cuidar e de estar presente na vida da filha é clara. Mas vemos uma nova estrutura familiar aparecendo na mídia diante de nossos olhos – um pai que recebe a visita da filha sugere que não morem juntos. Vemos aí a representação de pais separados cuja única ligação é a menina.

Na história da peça, a figura do pai e sua relação com a filha, a troca de olhares, os sorrisos, juntamente com a letra da música, também revelam outra memória – a do pai protetor, função de maior destaque no papel do pai dentro da família. Outro detalhe nos atrai – o pai recebe a filha na porta de casa, sozinho. Isso poderia sugerir um pai divorciado ou solteiro? Um novo pai, mas ainda com as funções daquele pai antigo. Esta é uma peça de grande apelo sensorial, e que se utiliza com grande eficiência dos recursos das imagens em movimento, em especial da trilha sonora, para produzir sentidos e vender seu produto.

Aqui, um enunciado traz à tona um discurso de outro momento histórico, a família patriarcal, mas ao emergir em outras condições sociais e históricas estas transformam e atualizam este discurso. A imagem do pai no vídeo nos remete à memória do pai antigo, mas com características que o diferem daquele – agora temos um pai mais amável, sem a sisudez de outrora, e que está fora da família que constituiu (divorciado). Este enunciado precisa de

uma materialidade - temos a peça publicitária; e de um suporte - apresentamos o vídeo. Oriente-me aqui, pela definição foucaultiana, segundo a qual o enunciado

“é uma modalidade de existência própria de um conjunto de signos (...) que lhe permite estar em relação com um domínio de objetos, prescrever uma posição definida a qualquer sujeito possível, estar situado entre outras performances verbais, estar dotado enfim, de uma materialidade repetível.” (2008a, p.122).

Agora, direcionemos nosso olhar para a fotografia abaixo, que traz a imagem de uma família típica do início do século XIX. Uma imagem que nos passa uma ideia de ordem, de hierarquia – adultos sentados, crianças de pé. Pessoas sérias e formalmente vestidas posam para a fotografia de família. Apenas entre mãe e filha se nota um tímido gesto de carinho – as mãos dadas. Neste formato de família, é do pai a função de proteger e sustentar a família. É o chefe da casa, o senhor da família.

Mas que semelhanças essa família traz com a família do comercial acima? Fixemos na figura dos dois pais. Apesar das tantas diferenças, uma característica os aproxima – a função de cuidar e de proteger os filhos. Além disso, o sentido de família como lugar seguro, e a responsabilidade dos pais sobre a educação dos seus filhos se mantém. No entanto, a educação destes, antes pautada por disciplina baseada em severas punições, agora dá lugar a diálogos e gestos de carinho. A peça traz um novo pai, criado a partir de um modelo antigo. Um pai mais sensível, mais amoroso, mas igualmente protetor.



Figura 6
(Família Abreu)

Na imagem acima, não há risos, nem aproximações que suponham demonstrações de afeto. Todos muito bem vestidos e em posições que quase lembram uma disciplina militar, parecem estar ali obrigados à tarefa de posar ao lado de sua família, para o registro de uma imagem que imortalizaria sua existência. Assim descreve Perrot, essa família do século XIX:

Nuclear, heterossexual, monogâmica, patriarcal, a família que herdamos do século XIX era investida de um grande número de missões. Na junção do público e do privado, esferas grosseiramente equivalentes aos papéis dos sexos, ela deveria assegurar a gestação da sociedade civil e dos “interesses particulares”, cujo bom andamento era essencial à estabilidade do Estado e ao progresso da humanidade. (...) Essa família celebrada, santificada, fortalecida era também uma família patriarcal, dominada pela figura do pai. Da família, ele era a honra, dando-lhe seu nome, o chefe e o gerente. Encarnava e representava o grupo familiar, cujos interesses sempre prevaleciam sobre as aspirações dos membros que a compunham. Mulher e filho lhe eram rigorosamente subordinados. A esposa estava destinada ao lar, aos muros de sua casa, à fidelidade absoluta. Os filhos deviam submeter suas escolhas, profissionais e amorosas, às necessidades familiares. (Revista VEJA, 1993, disponibilizado no site: <http://www.leonildo.com/ninho.htm>)

Talvez, família sempre tenha tido a mesma importância para o indivíduo, independentemente da época em que se vive, mas o momento histórico, as condições de possibilidade determinam as relações entre esse indivíduo e sua família, e como esta família é vista e considerada pela sociedade.

Neste “novo” pai, notamos uma maior aproximação entre ele e os filhos. Demonstrações de carinho e de cumplicidade agora fazem parte do cotidiano deles, afinal, vivemos uma época de “relaxamento” nas relações e nas regras, principalmente no interior da família, e de uma busca e uma necessidade intensa e constante de afeto. Sendo o pai um dos responsáveis pela disciplina na família, essa grande afetividade também influenciou na imposição das regras que garantiam a ordem no lar e a hierarquia nas relações interpessoais. Outra forma de educar entrou em cena – o diálogo. Os castigos tornaram-se práticas consideradas criminosas pela lei e foi necessário, então, se buscar outras maneiras de se garantir, pelo menos, o mínimo de ordem possível dentro da família. Fatores estes que levaram a uma mudança nas relações entre pais e filhos.

3.5.2 As famílias homoafetivas nas peças publicitárias

As alterações na sociedade, aos poucos vão sendo refletidas na mídia. É o que acontece quando surgem mudanças no interior das famílias. Neste sentido, uma peça em especial nos chamou a atenção pela ousadia. Ela apresentou, entre vários formatos de família, uma família homoafetiva masculina. Veiculada em 2009, o comercial da pomada Nebacetin, com o título “As famílias mudam, o jeito de cuidar não” causou polêmica.

A história do vídeo se passa num bosque e começa por uma família formada por um homem-pai; uma mulher-mãe e filhos, que parecem ser biológicos, que fazem um *piquinique*. A câmera avança e, como se estivesse contando a história das mudanças pelas quais as famílias passaram na linha do tempo, surge agora uma família, pai, mãe e filhos, dos quais um

parece adotivo. A câmera sobe, avança novamente pelas árvores, e, de volta ao bosque, como se sugerisse mais uma passagem de tempo, surgem três mulheres. Sobre a cabeça de uma delas, a que vai à frente, a descrição “mãe” e “pai”, levando-nos à ideia de que ela, dentro da sua família, ocupa esses dois lugares. Logo atrás, a filha, e ao lado, mas ao fundo, uma outra mulher que acompanha o grupo. Em seguida, dois homens, de mãos dadas, um carregando um bebê, surgem com o título “pai” sobre a cabeça de cada um – surge aí a família homoafetiva.

Pela nossa pesquisa, no tempo que delimitamos, este caso foi o mais audacioso de que se tem notícia em peças publicitárias, no que se refere a grupos familiares. Acontecimento que provocou uma reação de repúdio de grupos cristãos, principalmente, dos protestantes. Essas manifestações chegaram à internet e tomaram forma em sites e blogs que orientavam os cristãos a reagirem contra o produto e seu fabricante, boicotando o uso da pomada (http://www.casalcristao.com.br/site/index.php?option=com_content&view=article&id=76:movaidizerquenaopoia&catid=37:artigos&Itemid=61). Toda essa mobilização levou a peça a ter seu prazo de veiculação encurtado, mas o barulho que fez deixou ecos. O vídeo continua na página do referido remédio e até rendeu um jogo, denominado por eles de “jogo das famílias”.

A peça publicitária da Nebacetin nos chamou a atenção também por detalhes técnicos, dos quais faremos uso para discutirmos a noção de imagem em movimento.





Vídeo 10

Agora voltemos ao título da peça “As famílias mudam. O jeito de cuidar não.” Nele, podemos certificar muito do que já foi dito até aqui sobre as alterações no interior da família, seja em sua estrutura, seja nos papéis de seus membros, seja no modo como ela se coloca na sociedade, e aquilo que nela se manteve no discurso sobre família no presente.

Ao lançarmos um olhar mais atento para a sequência de imagens acima, nelas percebemos enunciados já presentes em outros momentos da história. Mas ao trazer à tona o mesmo enunciado, este se reatualiza de acordo com as condições de possibilidade nas quais emergiu. Segundo Gregolin,

O poder da imagem é o de possibilitar o retorno de temas e figuras do passado, colocá-los insistentemente na atualidade, provocar sua emergência na memória do presente. A imagem traz discursos que estão em outros lugares e que voltam sob a forma de remissões, de retomadas e de efeitos de paráfrase (...) a sua colocação em discurso vem clivada de pegadas de outros discursos (2000, p. 22).

As falas dos personagens e o modo como se relacionam no vídeo faz referência a uma prática inerente ao ambiente familiar – o cuidado. Pais cuidam dos filhos, na tentativa de os protegerem. Filhos cuidam dos pais em determinados momentos da vida. Irmãos cuidam de irmãos. Os laços afetivos que arrematam o grupo familiar leva cada um a se tornar responsável pelos cuidados com o outro.

Por movimentos de intericonicidade, as imagens do vídeo e sua mensagem provocam a nossa memória, e trazemos para esta análise um quadro do pintor espanhol do século XVIII, Francisco Bayeu, representando a Jesus, Maria e José – A Sagrada Família, na qual José assume os cuidados com sua esposa, e juntos se responsabilizam pelos cuidados com o menino Jesus. A história bíblica relata que Maria e José desempenham o papel de cuidadores do filho de Deus, responsáveis pela sua criação e amparo. Maria gera a criança e José assume a posição de pai adotivo. Na figura abaixo, esse carinho, esse cuidado foi muito bem retratado pelo artista, no modo como se olham e como se tocam. Nela, Maria, a mãe, ampara o filho nos braços, sobre os olhos vigilantes e preocupados do pai adotivo, José. Os olhares de Maria e de José se dirigem ao filho, mas José está ao lado dos dois, como na posição de protegê-los. Uma imagem que reforça a determinação dos papéis dentro da família, de como eles se relacionam e da forte ligação entre pai, mãe e filho no convívio familiar.



Figura 7
Sagrada Família – Francisco Bayeu

As famílias constituem-se como um lugar de cuidado, de segurança para o indivíduo, não importa qual formato ela assuma, há princípios e costumes que sempre estarão presentes e farão com que essas famílias, por mais diferentes que sejam, tenham algo em comum. O indivíduo se une a outro para dele cuidar, cuidando ao mesmo tempo também de si, e, quando vêm os filhos, cuidam uns dos outros. As famílias são ao mesmo tempo em que disciplinam o indivíduo, o acolhe e o protege estabelecendo uma forte relação de cuidado entre seus membros.

3.5.3 As memórias familiares nas peças publicitárias

O vídeo que analisaremos agora (Final de ano- Banco do Brasil /2006) traz uma série de imagens do cotidiano familiar, sempre blindadas com alegria, trocas de carinho, brincadeiras, que parece nos contar a história da família na qual nascemos e fomos criados, até chegarmos ao momento em que temos que seguir para a construção da nossa família e, assim, começarmos a escrever a história da família que iremos construir.

Essas imagens criam um efeito de sentido de um final feliz que todo indivíduo busca e que ele só encontrará na família. Atentemo-nos para a sequência de cenas que mostra um casamento seguido do nascimento de um bebê. Um costume conservador, presente em nossa cultura, que exige uma união oficializada como condição para a procriação. Essa construção remete aos finais de novela, aos finais de conto de fada, nos quais o casamento muitas vezes aparece antes dos filhos. Assim se configura que, a seleção e ordem das cenas é um fator de grande importância para a produção de controle do discurso em narrativas visuais (MILANEZ, 2011), como é o caso de peças publicitárias.

Notamos também um grande apelo emocional. As imagens que seguem o ritmo de uma música (apenas instrumental) mostram cenas do cotidiano familiar, como o momento de carinho entre neto e avô, o aniversário do filho, pai e filho juntos, avô e avó dançando, abraço de mãe, casamento, nascimento do filho, momentos de lazer. Um conjunto de imagens que lembra uma montagem de um álbum de família. Até mesmo pelo tom sépia na cor das imagens, sugerindo um vídeo com imagens antigas de momentos familiares. Essa sequência se finda com um casal, de olhos voltados para o alto e para frente, como que visualizando o que ainda estaria por vir – o futuro, o ano que abria suas portas, e passando uma ideia de continuidade para todos aqueles momentos, ou seja, a história da família não acabaria ali, continuaria sendo escrita.

Quando falamos em grande apelo emotivo, e quando pensamos que este comercial “vende” um banco, isso parece soar estranho. Mas talvez tenha sido uma forma de suavizar a dureza que o produto pode lembrar, tais como dívidas, juros, cobrança. Ao invés disso, o banco quer passar uma imagem de “amigo da família”, “sempre ao lado da família”, quer criar laços com ela, como mostra o *slogan* da campanha “Sabe por que o banco do Brasil está o tempo todo com você? Para você estar o tempo todo com você.” Segundo Aumont, “trata-se, pois, de considerar o sujeito espectador em sua dimensão subjetiva” (2002,p. 120). Estabelecer laços afetivos seria uma forma de cativar e fidelizar antigos e novos clientes.



Vídeo 7

Ao analisarmos o movimento da câmera e a edição das imagens, somos levados a pensar na câmera como a narradora da história de uma família, e por que não, das famílias, visto que essas são imagens comuns a todas as famílias, independentemente de qual formato

essas famílias assumam. São as memórias que todas as famílias guardam em seu arquivo de lembranças, e que constroem sua história. São essas imagens que contarão a história dessa família aos que ainda virão, e por estes, será repassada aos outros, criando uma rede que torna a história da família algo sagrado, de grande valor afetivo para o indivíduo e que não tem fim enquanto essa família existir. Para Aumont,

A imagem é sempre modelada por estruturas profundas, ligadas ao exercício de uma linguagem, assim como à vinculação e organização simbólica (a uma cultura, a uma sociedade); mas a imagem é também um meio de comunicação e de representação do mundo, que tem seu lugar em todas as sociedades humanas. (2002, p. 131)

Mas por que essas imagens e não outras? Por que essa sequencia e não outra? Talvez porque essas imagens, na nossa sociedade, produzam mais efeito, o que poderia não acontecer numa sociedade com outros costumes e outras formas de ver o mundo. São imagens que se referem ao nosso cotidiano, à nossa vida, que nos são muito familiares, e, por isso, nos tocam mais profundamente, mexem com a nossa sensibilidade. Lembremos que a peça foi lançada em um final de ano, como mensagem de boas festas e bom ano novo, momento em que as pessoas se tornam mais solidárias, mais sensíveis. As famílias se unem para confraternizar, as memórias de suas histórias vem à tona. E é nesse ambiente festivo e nostálgico, que a peça se encaixa.

3.5.4 A nova família do comercial de margarina

Durante muito tempo se ouviu a expressão “a família comercial de margarina”, construída a partir da observação dos grupos familiares que protagonizavam esse tipo de comercial. Tal expressão se referia a uma família “perfeita”, aquele grupo formado por pai, mãe e filhos, felizes, sorridentes à mesa, durante o café da manhã. Uma família harmoniosa, organizada, sem problemas ou conflitos.

Nos últimos anos, porém, com a visibilidade que outros formatos de família ganharam na sociedade e na mídia, o comercial de margarina teve que se reformular para agradar e conquistar os consumidores simpáticos a essas mudanças. Em 2010, a Sadia, com o comercial da margarina Qualy, propôs uma quebra de paradigma ao lançar uma série de comerciais, tendo como protagonista uma família “diferente”. Avó, mãe e filho tomam seu café da manhã, enquanto a mãe procura uma forma de contar ao filho sobre seu novo namorado. A câmera fixa nos rostos, como que para evidenciar as expressões, os olhares e o

que eles revelam naquela circunstância. Surge a avó, personagem que reaparece nas famílias e começa a se fazer mais presente na educação dos netos. Observemos a sequência dos fotogramas que descrevem a história do comercial:



Vídeo 3

Às cenas junta-se o seguinte diálogo:

Mãe - Rafa, “c” sabe o Beto, aquele meu amigo?

Filho - Beto? Não, “num” sei quem é não...

Avó – Ah, mas vai saber! Sua mãe, “ó”, tá namorando!

Mãe (tom de repreensão) – Mãe...

Filho (com uma expressão de indignação) – Mãe...que história é essa?

A sequência de imagens é formada por sequências de *closes* nos rostos das personagens. Num diálogo, não se pode dispensar a importância das expressões do rosto do indivíduo. Elas ajudam a compor a mensagem e, muitas vezes, dizem mais do que as palavras. Na peça em questão, dos trinta segundos de sua duração, os personagens só começam a dialogar após os dez primeiros segundos. Até então, são as expressões dos rostos e a troca de olhares que introduzem a história. É o corpo que fala quando se cala a voz.

Segundo Courtine e Haroche em seus estudos sobre a história do rosto no século XVI, “o indivíduo é indissociável da expressõesingular de seu rosto, tradução corporal de seu ‘eu’ mais íntimo”. (1994, p. 10). *Oclose* é uma maneira de explorar as expressões dos rostos para contar a história que será seguida por frases. E, mesmo no diálogo verbal, as expressões do rosto e o movimento do corpo ajudam a compor a narrativa. As expressões dos rostos dizem muito sobre a posição de cada um naquela trama e sobre o que estão pensando no momento. O *close* colabora nessa tarefa. Aumont (2002) sustenta que ele “transforma o sentido da distância, levando o espectador a uma proximidade psíquica e a uma ‘intimidade extremas’”.

Essa nova família do comercial de margarina não surge por acaso. Ela é fruto de condições de existência, de um determinado momento histórico, que autorizam o seu aparecimento. Como afirma Foucault,

“pode haver – e sem dúvida sempre há – nas condições de emergência dos enunciados, exclusões, limites ou lacunas que delineiam seu referencial, validam uma única série de modalidades, cercam e englobam grupos de coexistência, impedem certas formas de utilização” (2008a, p. 125)

Com a legalização e facilitação do divórcio, muitos casais decidem por se darem outra oportunidade e se separam, indo em busca de outras famílias ou não. As mulheres estão cada vez mais presentes no mercado de trabalho e cada vez mais preocupadas com a sua qualificação na vida profissional. Isso sem falarmos nas mulheres que por opção ou por força de circunstâncias acabam se tornando mães solteiras. Com isso, o número de famílias chefiadas por mulheres aumentou consideravelmente, como citamos no primeiro capítulo deste trabalho. As pesquisas de Perrot nos mostram que

“Na maioria dos países industrializados, casa-se cada vez menos e cada vez mais tarde. Mais raros e mais tardios, esses casamentos são menos duráveis, com filhos de divórcios formando com frequência a terça parte de uma sala de aula. Paralelamente, assiste-se a um aumento dos nascimentos extraconjugais e a um forte crescimento de famílias em que mãe e pai são um só – geralmente a mulher, mãe solteira ou divorciada –, que assume a guarda e o encargo dos filhos.” ((Revista VEJA, 1993, disponibilizado no site: <http://www.leonildo.com/ninho.htm>)

Não podemos deixar de notar a figura da avó nesta peça. Uma personagem cada vez mais presente na vida e na educação dos netos e no auxílio ao sustento da casa. São, geralmente, aposentados, que tem uma renda garantida, muitas vezes, a única renda da família, e que passam a participar mais efetivamente da família com a saída dos pais para o trabalho, ou com a ausência de um deles. Estes avós não são mais aqueles de outrora, que passavam seu tempo tricotando ou sentados na cadeira de balanço. São pessoas ativas, cada vez mais jovens, que formam hoje 12% da população brasileira (censo IBGE 2010) e que não param de crescer. Podemos atribuir este aumento da expectativa de vida, entre outras coisas, aos grandes avanços da medicina que levam a uma melhoria da qualidade de vida e, consequentemente, a uma mudança de comportamento dessas pessoas.

Avós não são personagens novos nas famílias, mas a novidade é a sua maior participação no convívio familiar. Isso que passou a acontecer concomitante com o surgimento de grupos familiares diversos em nossa sociedade, consequências de mudanças de comportamento no interior das famílias e no próprio indivíduo. Pensamos assim que a família, ao longo da história, é sempre a mesma e sempre outra. A depender do momento histórico que tomamos para análise, os enunciados sobre a família trazem dispersões, provocadas pelas condições nas quais emergiram, mas também regularidades, que os ligam a outros enunciados, formando com eles uma rede discursiva. Considerar que o discurso, na perspectiva foucaultiana, é um conjunto de enunciados, dispersos no tempo, diferentes em sua forma, que se referem a um mesmo objeto (FOUCAULT, 2008a) foi o que nos possibilitou pensarmos e analisarmos um discurso sobre a família na mídia.

4SUJEITO, PODER E PRÁTICAS DE SUBJETIVAÇÃO NA MÍDIA

“Parece-me que, enquanto o sujeito humano é colocado em relações de produção e de significação, é igualmente colocado em relações de poder muito complexas”

(Michel Foucault, 1995, p.232)

4.1 O SUJEITO E AS RELAÇÕES DE PODER

Em toda a sua pesquisa, é pelo sujeito e não pelo poder que Foucault demonstra grande interesse. Estão em seu foco as condições de possibilidade que determinam os discursos no interior dos quais o sujeito é constituído; as técnicas e cuidados de si que estabelecem como eles se relacionam consigo mesmos e com os outros e que constroem as relações de poder e saber que os envolvem. Mas como esse sujeito se constitui a partir de relações de poder, não se pode falar em sujeito sem falar em poder (FOUCAULT, 1995; 2009; 2010).

Compreendemos o sujeito na perspectiva foucaultiana, segundo a qual ele não é um ser humano individualizado, mas uma posição, um lugar que pode ser ocupado por quem se encaixe nele. Este sujeito é determinado pelas condições históricas nas quais ele se materializa e é heterogêneo, ou seja, sua voz se constitui de outras vozes e marca seu lugar social (FERNANDES, 2008). É este sujeito que interessa à Análise do Discurso. A sua constituição, os processos que subjetivam seus lugares, suas relações. Segundo Revel, esse sujeito deve ser pensado como um objeto historicamente constituído (2005).

Quanto ao poder, para Foucault ele não é centralizado em determinados lugares, mas pulverizado nas relações entre os sujeitos e operacionalizado por meio de técnicas de governamentalidade – o governo de si para governar o outro. Isso não quer dizer que ele ignore as instituições, ele apenas propõe que elas sejam analisadas a partir de relações de poder e não o contrário (1995). Nas palavras de Foucault, esse exercício do poder

“...é um conjunto de ações sobre ações possíveis; ele opera sobre o campo de possibilidade onde se inscreve o comportamento dos sujeitos ativos; ele incita, induz, desvia, facilita ou torna mais difícil, amplia ou limita, torna mais ou menos provável; no limite, ele coage ou impede absolutamente, mas é sempre uma maneira de agir sobre um ou vários sujeitos ativos, e quando eles agem ou são suscetíveis de agir. Uma ação sobre ações.” (1995, p. 243)

E quando compreendemos o poder como esse “conjunto de ações sobre ações possíveis”, consideramos que esse poder só age sob sujeitos livres, caso contrário, não teremos relações de poder, mas sim, uma relação de coação e violência. Este poder está nas relações entre os sujeitos e não é fixo, ele se alterna de posição o tempo todo. Seja na relação entre patrão e empregado, entre professor e aluno, entre homem e mulher, e no interior da família nas relações entre pais e filhos.

Essas relações de poder estão enraizadas em toda a sociedade e para analisá-las, Foucault propõe, em seu texto “O Sujeito e o Poder, que levemos em conta alguns pontos, como o sistema das diferenciações que contribuem para essas ações, produzindo condições e efeitos; os objetivos dos envolvidos nessas relações; os instrumentos através dos quais funcionam; as formas de institucionalização por meio das quais são operacionalizadas, e o grau de racionalização dessas relações, que vai depender da eficácia dos instrumentos e dos objetivos desejados (FOUCAULT, 1995).

Podemos falar de um poder funcionando na família, nas relações entre os sujeitos no seu interior, nas técnicas de controle e disciplinamento dos corpos, na divisão de lugares e ocupação dos mesmos. Podemos falar desse poder também funcionando na mídia. Como um terreno fértil de produção e circulação de discursos, a mídia operacionaliza o poder quando propõe padrões e exclui tudo que não se encaixa neles. Nas palavras de Milanez,

“A mídia proporciona um funcionamento e produção de discursos por meio da acumulação e circulação de discursos verdadeiros para sua época. Dessa forma, a mídia exercendo o seu poder na veiculação de discursos de verdade, faz esse poder funcionar nele, a partir e através dele” (2007, p.178).

Esse poder se exerce sobre a família, quando a mídiaproduz discursos com efeitos de verdade sobre o que é uma família, como uma família deve ser para ser aceita como tal ou de como um homem deve agir para ser qualificado como um bom pai. Numa constante repetição de imagens de famílias, de mães e de pais, a mídia vai fixando os formatos priorizados por ela no imaginário de uma sociedade, e impondo as características necessárias a cada indivíduo ou grupo para se encaixarem em suas definições.

4.2 PRÁTICAS DE SUBJETIVAÇÃO NA MÍDIA

Partindo da noção de sujeito como um lugar, uma posição, compreendemos a noção de subjetividade como o processo que torna o indivíduo sujeito, a partir de verdades e saberes

produzidos historicamente, no interior das relações de poder que o subjetivam e das relações com a exterioridade que o determinam. Nas palavras de Fernandes

A subjetivação consiste justamente no processo constitutivo dos sujeitos, processo de produção de uma subjetividade que possibilita, em uma acepção foucaultiana, a objetivação dos sujeitos. Considerando que os modos de subjetivação produzem sujeitos singulares, deve-se procurar mostrar, por meio da análise dos discursos, os procedimentos mobilizados para a produção dos sujeitos. (2008, p.78).

Dentro dessas relações de poder, os sujeitos ocupam lugares que ficam marcados pelos discursos que produzem. O lugar de pai, o lugar de mãe, o lugar de filho são estabelecidos dentro dos discursos. Cada um se apodera de uma voz, inerente ao seu lugar, que por sua vez, traz vozes de outros lugares. Este sujeito, determinado por condições históricas do presente, exteriores a ele, traz em si marcas de outros sujeitos, de outras condições históricas, de outras épocas. Sua voz é constituída por outras vozes. E sendo estas subjetividades construídas no interior de uma historicidade, podemos afirmar que elas são moventes, pois as condições históricas não são estáticas e se movem o tempo todo.

Cada sociedade tem um conjunto de verdades que se dão a ver nos discursos que proliferam em suas vias. Essas verdades ou efeitos de verdade são produzidos o tempo todo e mantêm relações estreitas com as práticas e relações de poder, pois, as práticas de poder respaldam a produção de verdades e essa produção de verdades tem efeitos de poder (FOUCAULT, 1977).

Os sujeitos estão presos a estes discursos, assim como os discursos são ligados às condições históricas que o determinam. Vemos assim, uma relação entre subjetividade e discurso. Por isso, uma forma de compreender os saberes que funcionam numa sociedade e seus comportamentos é analisar os discursos produzidos dentro de determinadas condições de possibilidade. E essa “subjetividade histórica e socialmente produzida desperta o interesse da Análise do discurso, uma vez que se dá e se mostra na relação com o discurso” (FERNANDES, 2008, p.79).

4.2.1 Deslocamentos do conceito de família

Os discursos sobre a família reproduzidos pela mídia nos trazem atualidades sobre este grupo ao mesmo tempo em que nos remetem a memórias de outro momento histórico e de um formato de família mais conservador, mais visível em outras condições de possibilidade. E ao nos depararmos com a cena de uma mãe com seu filho, de pais e mães com seus filhos em

discursos midiáticos, uma rede de memórias e imagens sobre o que é família nos aparece diante dos olhos. A partir desses discursos se produz uma verdade, ou um efeito de verdade, sobre o que é família, e que posições um indivíduo deve ocupar para se tornar um sujeito. (FOUCAULT, 2008).

No sentido corrente, família é um grupo de pessoas que se unem por laços de sangue. Acrescentamos além de laços sanguíneos, os laços de amor. Pais e/ou mães, filhos, filhas, irmãos, irmãs ligados por um destes laços ou pelos dois. Historicamente, é dessa forma que definimos família. Essa definição compreende, além do grupo familiar, também outros grupos com quem criamos laços de afeto, pelo constante convívio, por afinidade, ou convergência de interesses, mas com quem não possuímos vínculos de parentesco. São os grupos de amigos, os colegas do trabalho, os parceiros do futebol, a turma da escola.

Olhemos para o vídeo intitulado “SADIA. A vida com S é mais gostosa”. Atentemos para cada pequeno detalhe que faz parte de sua construção – as imagens, a escolha dos personagens, a sequência, as definições, a fala da narradora. Se pensarmos na família como um lugar de sujeito, podemos afirmar que o vídeo apresenta grupos cujas características os tornam aptos a ocuparem esse lugar. São as amigas da escola; os colegas do trabalho da mãe; os parceiros de ginástica, do jogo de cartas semanal ou do grupo de dança dos avós; são as amizades virtuais do irmão. Pessoas ligadas por afinidades e pelos mesmos objetivos e com as quais se tem uma longa convivência.

“No dicionário, família é um grupo de pessoas unidas por laços de sangue...



Fotograma 8

Na vida real não é bem assim...



Fotogramas 9 e 10

Eu tenho uma família que todo mundo tem 10 anos...



Fotograma 11

Meu avô tem uma família que só se encontra as terças, e outra, às quintas...



Fotogramas 12 e 13

Minha mãe tem uma família de dia e outra de noite...



Fotogramas 14 e 15

Meu irmão tem uma família esquisita que a gente nunca vê...



Fotograma 16

Família é como plural de gente:

Uma manada de pais, um enxame de pirralhos ou um cardume de comadres...



Fotogramas 17, 18 e 19

Mas quando chega o domingo todo mundo fica no plural, todas as famílias viram uma só.



Fotogramas 20, 21 e 22



Fotograma 23

Vídeo 11

E pra juntar qualquer família não tem nada melhor que um S...de SADIA.”

Inicialmente, a menina define família pelo significado descrito no dicionário: “grupo de pessoas unidas por laços de sangue”, concomitantemente, ela abre uma agenda, típica de uma adolescente, e surge a colagem de sua família – provavelmente seu pai, sua mãe, seu avô e seu irmão, citados durante sua fala no decorrer do comercial. Ela retira sua foto dessa página e a coloca na página seguinte, na qual aparece a colagem de um casal, sendo o outro rosto a foto de um menino. Logo depois, ela parte para a apresentação de outro conceito para este mesmo grupo: de pessoas ligadas por laços de sangue, para pessoas unidas por laços afetivos e interesses comuns. Apesar dessa fuga do conceito inicial de família, notamos durante o vídeo referências a este grupo familiar descrito no dicionário. Isso acontece quando, ao iniciar sua fala, surgem as cenas de uma agenda, tipicamente adolescente, com colagens de sua família – o pai, a mãe, o avô e o irmão (fotograma 1), e quando ela fala sobre a família que a mãe tem à noite – eles (fotograma 15). Neste momento, a cena mostra todos sentados à mesa e a mãe servindo o alimento. Isso nos remete também à outra memória – a mulher responsável por preparar e servir o alimento à sua família.

No referido vídeo, a imagem da agenda com a colagem dos noivos, o que sugere uma brincadeira de adolescente traz à nossa memória todas as cenas, símbolos e materialidades verbais que envolvem o casamento e tudo o mais que ele implica. Na colagem que aparece no fotograma 10, os noivos estão vestidos como se fossem casar numa igreja – ela, de vestido branco, grinalda; ele, de fraque. No discurso religioso, o casamento simboliza o primeiro passo para a formação de uma família. É a legalização da união entre duas pessoas, uma união abençoada pela igreja e pela família que os trouxe até ali. Uma série de práticas que fazem parte da família há muito tempo e que ainda hoje se manifestam em enunciados sobre a mesma. Práticas que fazem da família o que ela é para o indivíduo e para a sociedade. Práticas que colaboram para construir o sentido do que é família na atualidade. E para a descrição e análise dessas práticas é que recorreremos ao método arqueológico detalhado por Foucault, pois

“Considerando que a arqueologia é a seleção e descrição do arquivo, as relações que se estabelecem entre a análise do discurso e o método arqueológico pautam-se na tomada das práticas discursivas como objetos de estudo, sendo o enunciado considerado para além da realização linguística. O método arqueológico focaliza as práticas discursivas que constituem o saber de uma época, a partir de enunciados efetivamente ditos e o funcionamento dos discursos. Assim, o enunciado é apreendido como discurso e acontecimento, produzindo sentido a partir das relações que estabelece com outros enunciados e momentos enunciativos. (SARGENTINI, 2004, p. 89-90)

É quando operacionalizamos o método arqueológico – identificação – descrição – análise de enunciados – que compreendemos como se dá a produção de discursos numa dada sociedade e que memórias estão funcionando ali para a produção de sentidos. No caso do discurso sobre a família que emerge na mídia, percebemos um grupo de enunciados que formam uma rede com outros enunciados construídos dentro de um arquivo. Essa rede de enunciados determina os sentidos sobre o que é uma família na contemporaneidade e quais as relações entre os sujeitos que a compõem.

Na fala da narradora, família sempre é relacionada com reunião de pessoas, confraternização, harmonia, brincadeiras, pessoas conversando, comendo, rindo, animais de estimação, práticas comuns em reuniões familiares, cenas que fazem parte do cotidiano de todas as famílias. Nos fotogramas 11, 14, 15 e 16, as imagens fazem referência à comida. Seja no encontro das amigas, seja para comemorar aniversários, seja aquele lanche no começo da noite, ou mesmo aquele momento solitário em que se come em frente ao computador ou a TV. A comida é apresentada como algo que une as pessoas. Na última frase “e pra juntar qualquer família não tem nada melhor que um S...de SADIA”, a marca sugere o alimento como algo que não pode faltar em reuniões de família, de amigos, de colegas e apresenta seus alimentos

como a melhor opção para o consumidor. Com isso, a marca, muito conhecida no ramo de alimentos, busca ser relacionada a todos os valores que a incluem no ambiente familiar, seja a casa, seja o trabalho, a escola ou a academia. Ela quer estar presente em todas as confraternizações que rendam boas memórias, e assim, expandir seu mercado, conquistando mais e mais consumidores por meio do apelo emocional.

Voltando ao fotograma 10, vamos nos deter agora na imagem que servirá de objeto à análise que se segue: a colagem na agenda. Uma imagem que nos leva a outras imagens, muito comuns no imaginário coletivo e também no nosso arquivo pessoal de imagens sobre tudo que se refere a casamento – igreja, vestido de noiva, buquê, felicidade que permeia este momento tão importante na vida de um casal. A realização, a concretização de uma história de amor. E tudo isso mostrado para todos por meio da cerimônia, da festa, de todo os elementos que envolvem este acontecimento.

Trouxemos aqui um recorte do vídeo 7, (Banco do Brasil/2006) já analisado anteriormente, que traz um casal de noivos saindo da igreja, e logo depois uma fotografia de um casamento realizado na década de 20. Observemos as imagens:



Fotograma 10 - SADIA/2009

Vídeo7 - Banco do Brasil/2006

Figura 8- Casamento em 1923³

Para esta análise, traremos a noção de memória coletiva, talhada por Halbwachs. Uma memória coletiva seria um acervo de lembranças que compõe todo o imaginário de um grupo, e a memória individual, que engloba as lembranças particulares de cada indivíduo, é constituída com base na memória coletiva. A memória coletiva pertence ao todo e se forma a partir de nossas convivências, dos ensinamentos que recebemos, das experiências e acontecimentos que se constituíram antes de nós. Esse conjunto de lembranças que compõe o imaginário coletivo “estão para ‘todo mundo’ dentro desta medida, e é por podermos nos

³ Casamento de Cesar Costa, prefeito de Taubaté, e Ambrosina Teixeira Marques, filha de José Teixeira Marques. Disponível em: <http://www.iba.mendes.com/2012/08/os-badalados-casamentos-de-outrora.html>.

apoiar na memória dos outros que somos capazes, a qualquer momento, e quando quisermos, de lembrá-los.” (HALBWACHS, 1990, p. 50).

Ainda em Halbwachs, cada sociedade possui as suas memórias, suas lembranças, que só farão sentido dentro dela. Essas memórias refletem a cultura, o comportamento e os pensamentos de indivíduos pertencentes a um determinado lugar, e se reproduzem entre eles como um eco. É comum crianças brincarem de boneca como se estivessem cuidando de bebês, meninas sonharem com o príncipe encantado que se casará com elas. A ideia de casamento como realização, como sinônimo de sorte, de felicidade, como destino de todos, como concretização de um sentimento amoroso.

Para Milanez, se essas imagens, pertencentes ao imaginário coletivo, são internalizadas pelos sujeitos, embora não tenham natureza individual, passam a pertencer ao sujeito (2009b). Para construir e analisar esse arquivo de imagens, internas ou externas, puxadas pela memória, coletiva ou individual, retomamos aqui, a noção de intericonicidade, que trata as imagens discursivamente, e, a partir da qual se pode traçar uma história das imagens. Vamos ao vídeo:

O fotograma que retrata a menina vestida de noiva, ao lado de seu pretendente, numa brincadeira na agenda, sugere que, nesta idade, ainda adolescente, ela já tenha seus sonhos românticos e ilusões de amor que englobem o famoso “felizes para sempre” dos contos de fadas, o que implica casar-se com um rapaz bonito, o príncipe, vestida de princesa – noiva. É provavelmente o sonho que ela viu se realizar nos livros de histórias, nas histórias da mãe, e, provavelmente, ela compartilha esses mesmos anseios com as amigas de sua idade. A menina, desde pequena, é educada, preparada para assumir seu papel na família que formará um dia, até mesmo nos brinquedos que ganha, as bonecas de quem cuida como se fossem bebês, no sonho com a chegada de um príncipe, tão comum nas histórias infantis que lhe contam, nos ensinamentos que ouve, mesmo aqueles não direcionados a ela, no exemplo de seus pais, dos casais e famílias que a rodeiam. “Segundo Halbwachs,

desde que a criança ultrapasse a etapa da vida puramente sensitiva, desde que ela se interessa pela significação das imagens e dos quadros que percebe, podemos dizer que ela pensa em comum com os outros e que seu pensamento se divide entre o conjunto das impressões todas pessoais e diversas correntes do pensamento coletivo” (1990, p. 62).

Na sequência dos fotogramas 8, 9, 10 vemos que ela, inicialmente aparece na colagem da primeira página, entre seus pais, irmão e avô, retira sua foto e a cola na página seguinte, na qual já está a imagem do noivo. Ela deixa sua família, pai, mãe, irmão, para, a partir de então,

formar uma nova família, juntamente com seu esposo. Isso nos leva a duas memórias – a primeira e a imagem historicamente relacionada à felicidade no imaginário feminino: à realização pessoal do casamento; e a segunda, é a memória de um texto bíblico, do discurso religioso, atribuído a Jesus Cristo, quando questionado sobre o casamento: “deixará o homem pai e mãe e se unirá a sua mulher e serão uma só carne” (Mateus, 19:5-6).

Essa referência ao casamento também aparece nas imagens recortadas do vídeo 7 (Banco do Brasil/ 2006) e em várias fotografias antigas que retratam casamentos, como a que traz o casamento de pessoas pertencentes a sociedade do interior paulista nos anos 20 do século XX. Uma prática que retomou força nos últimos tempos e vem resgatando a posição entre grandes eventos sociais, trazendo de volta práticas de outrora, que pareciam esquecidas durante um tempo. O casamento é um meio através do qual se apresenta oficialmente os noivos à sociedade, como autorizados para formarem sua família. Discursos de outras épocas, resgatados em discursos construídos e proliferados na atualidade.

Deste modo, ao mesmo tempo em que nos apresenta outro conceito de família, o vídeo provoca a nossa memória com imagens e referências àquela família que tanto conhecemos e que se faz presente em nosso imaginário. Compreendemos assim, que os discursos não se findam, eles circulam o tempo todo num jogo de memórias retomadas e apagamentos coordenados pelas condições de possibilidade atuantes que organizam a sua emergência.

3.2.2 O novo velho pai – atualidades e memórias na constituição do sujeito

No capítulo anterior, falamos da mãe como posição de sujeito, sua constituição na família e, conseqüentemente, como essa mãe é mostrada nas peças publicitárias. Agora problematizaremos a figura do pai. Quais características são historicamente atribuídas ao pai e o que muda neste pai de agora? O que há nesse pai de hoje que o liga ao pai de outro momento histórico, fazendo com que este seja um pai diferente ao mesmo tempo que o mesmo pai de outrora?

Chefe da família, provedor de recursos, responsável pela proteção e segurança de sua prole, herói dos filhos, são essas as características que se atribui a figura paterna no interior da família. Mais ausente da família e mais distante dos filhos, por conta da necessidade de sair para trabalhar, já que ele responde pelas finanças da casa. Mais sisudo e menos afetuoso, visto o peso das responsabilidades que carrega. É este o pai daquele formato de família conservador, formato mais presente em outro momento histórico, mas que nem por isso

deixou de existir, apenas se reinventou, se atualizou diante de outras determinações históricas que exigiram adequações.

Na atualidade, há uma sensibilização da figura do pai. Ele aparece mais sorridente, mais amável, com feições menos rígidas, e mais próximo aos filhos. A noção de cuidado, historicamente atribuída à figura materna (a mãe é a que cuida da família, de sua alimentação, da educação dos filhos), agora é também associada ao pai, já que as relações pessoais e a distribuição de funções no interior da família se tornaram mais flexíveis. Mas, mesmo com todas essas alterações, é evidente ainda algumas marcas daquele pai de outro momento no pai de agora. Um novo pai com reflexos, algumas práticas e funções, do pai de sempre. É isso o que percebemos neste vídeo do Banco Itaú, que oferece seguros de vida. Pai e filha que brincam, trocam gestos de carinho, riem. Pai que continua com a função de proteger a família, de guardá-la de perigos externos, reais ou imaginários, figura que simboliza força e coragem, enfim, o pai herói de todo filho. Essa atualização juntamente com a retomada de uma memória nos leva à noção de domínio de memória, que

Compreende formas de sucessão e formas de coexistência de enunciados(...) é o responsável tanto pela emergência quanto pela atualidade, tanto pelo acúmulo específico quanto pela transformação, tanto pelo desaparecimento quanto pelo retorno dos enunciados já formulados sobre um objeto de discurso qualquer. (FONSECA-SILVA, 2010, p.76)

Nos vídeos que servirão de apoio para esta análise (12- Itaú Seguros/ 2011; 13- Planos VIVO Favoritos/ 2010), notamos claramente a função de proteger, de cuidar presentes nas novas relações entre pais e filhos. No vídeo 12, um pai com sua filha, uma garotinha, brincam, correm, sorriem, se abraçam. Uma sequência de cenas que parecem resgates de memórias, gravações de vídeos caseiros de família, tudo isso envolvido na narração de um texto que provoca a sensibilidade, a emoção. E no vídeo 13, um pai dá a notícia do divórcio a sua filha e daí por diante, procura agir para convencê-la de que eles não vão ficar separados e que ele sempre a socorrerá quando preciso. Vejamos os fotogramas e a materialidade verbal que compõe essas duas peças publicitárias:



Vídeo 12

Você não pode impedir que ela tenha medo do escuro
 Você não pode impedir que ela caia da bicicleta
 Nem que ela tenha espinhas/estrias
 Que ela tenha centenas de amigos na internet
 Que você nunca vai conhecer
 Você não pode impedir que ela se apaixone pela pessoa errada
 Que ela chore por amor
 Nem que ela fique sem seu colo um dia
 Mas você pode garantir que ela passe por todas essas mudanças com mais segurança.
 Seguro Itaú VIDA
 Tudo muda, mas o cuidado com a segurança da sua família não muda nunca.
 Itaú. Feito para você.

O texto nos apresenta um pai que responde pela segurança da filha, mas que assume as suas limitações diante da vida, afinal, nem tudo depende dele, nem tudo ele pode decidir e controlar. E este controle sobre a filha só vai durar até o momento em que ela crescer e seguir o rumo que a vida lhe destinou. É um pai herói de carne e osso, falível, diferente daquela figura paterna inatingível, distante, sisuda, racional que percebemos em fotos de famílias antigas, como na figura 9 abaixo, e figura 10, quadro do pintor italiano Guido Rene⁴, mas se aproxima deles quando se trata dos papéis que desempenham nas suas relações com seus filhos e com suas famílias. Nos três casos, eles são os responsáveis pela segurança e proteção da casa, e cada um ao seu modo, definido pelo tempo do qual faz parte, estabelece suas relações de afetuosidade com sua família.



Figura 9- Família Pereira/ 1948⁵Fotograma 25Figura 10
São José, de Guido Rene/Séc. XVII

Na fotografia de 1920 (figura 9), pai, mãe e filhos se alinham em poses sisudas, com feições austeras. O pai, mesmo entre os filhos pequenos, ao lado de duas menininhas, mostra uma falta de entrosamento com elas. Retraído, cruza as mãos sobre as pernas e se mantém firme, sério, com o olhar direto para a câmera. No quadro de Guido Rene (figura 10), José segura o menino Jesus nas mãos, mostrando uma certa estranheza ao fazê-lo. Não o traz para junto de seu corpo, o mantém relativamente afastado. Olha para a criança com carinho, mas a segura como alguém que não é habituado a essa prática, com uma aparente insegurança. Este pai de agora continua responsável pela segurança da família, pelo cuidado com a família, e isso fica claro também no trecho: “tudo muda, mas o cuidado com a segurança de sua família não muda nunca”. Ou seja, este pai que agora ri, brinca, corre, abraça e beija a filha, não é o pai de outrora, mas o atualiza quando traz para si as mesmas funções daquele outro pai. Dispersões e regularidades que ligam o pai de hoje, o pai do século XX e o pai do quadro,

⁴Guido Reni, pintor barroco italiano do século XVII

⁵ Família Pereira. Getulina/SP. Em 1948

trazido do discurso religioso. E essas regularidades nos levam a uma característica marcante da função enunciativa – a materialidade repetível, quando o enunciado, em condições estritas, pode ser repetido (FOUCAULT, 2008). Seguimos para o próximo vídeo:



Vídeo 13

Na primeira cena deste vídeo 13, a menininha pergunta “Quer dizer que você não vai mais morar com a gente, pai?” E o pai responde “Filha, eu vou estar sempre do seu lado. A gente vai continuar ‘sempre unido’, viu”. O comercial é de uma empresa de telefonia celular, que oferece um plano com descontos e vantagens no caso de pessoas que se falam muitas vezes ao dia via celular. É o que acontece na narrativa do vídeo. Ao se separarem o celular passa a ser o elo que faz a ligação entre o pai e a filha que já não moram na mesma casa. Uma

cena que caracteriza a proximidade dos dois, apesar do divórcio, é quando a menina liga para pedir socorro ao pai, pois acredita que embaixo de sua cama está o “bicho-papão”. O pai, falando ao telefone, finge espantar o ser imaginário que assombra a tranquilidade da filha. Se ela está em casa, possivelmente com sua mãe, por que pedir ajuda ao pai que está longe? Por que o pai e não a mãe cumpre a função de protegê-la? Toda a narrativa reforça uma relação muito intensa entre eles, de constantes contatos, uma proximidade que não foi afetada com a saída do pai do ambiente familiar.

Um detalhe curioso nos instiga: nos dois vídeos temos pais e filhas. O que nos leva a pensar, inicialmente, nas relações entre pais e filhos, para depois pensar na relação entre pai e filha e tentar responder nosso questionamento, fazendo referências a Foucault (2008), por que este enunciado e não outro? Por que o pai aparece, nos dois vídeos, acompanhando uma garotinha, sua filha, e não um garotinho?

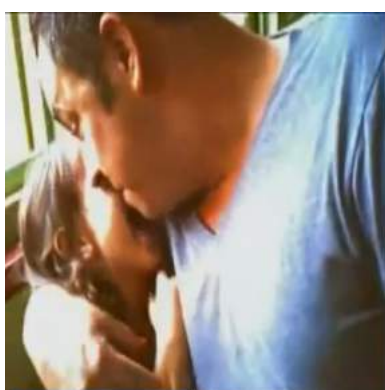
Pais se sentem responsáveis pela garantia do futuro de seus filhos, a educação, o preparo deles para a vida. Entre pais e filhos se estabelece também uma relação de poder, na qual a autoridade do pai nem sempre o preserva de ter suas ordens desobedecidas. A relação de pais e filhos sobrevive à relação entre marido e mulher. É mais sólida, pois os laços que a une são mais resistentes. Como a expressão comum na sabedoria popular: “filho é para a vida toda”. Nas relações que se estabelecem no interior da família,

“é, sem dúvida a que ocorre entre pais e filhos que estabelece o vínculo mais forte, em que as obrigações morais atuam de forma mais significativa. Se, na perspectiva dos pais, os filhos são essenciais para dar sentido a seu próprio casamento, “fertilizando-o” – para não serem uma árvore seca e outras tantas metáforas que exemplificam a analogia da família com a natureza – , dos filhos espera-se o compromisso moral da retribuição dos cuidados. (SARTI, 2010, p. 31)

Sobre a relação de pais e filhas, o que poderia explicar a constante repetição de imagens de pais e filhas nos vídeos publicitários (Vídeos 9, 12, 13)? Sendo meninas aparentemente mais frágeis do que meninos, pais podem compreender que elas precisam mais de proteção do que o sexo oposto. Pode ser também uma referência à relação de força e fragilidade entre homem e mulher, entre um pai herói e sua princesinha. Podemos pensar também na fragilidade das meninas dos comerciais e que essa escolha poderia sensibilizar mais o telespectador. No caso do primeiro vídeo, já que se trata de um comercial para vender seguros de vida (o que implica morte), talvez tenha ocorrido uma tentativa de amenizar ao máximo o desconforto ao se falar sobre o assunto; no vídeo dois, com a saída do ‘homem da casa’, a menina fica só com a mãe, duas mulheres sozinhas, o que poderia levar a pensar

na necessidade maior de proteção por parte delas neste caso, e já que a relação com a mãe foi desfeita, a outra mulher a quem o pai deve proteger e cuidar é a filha.

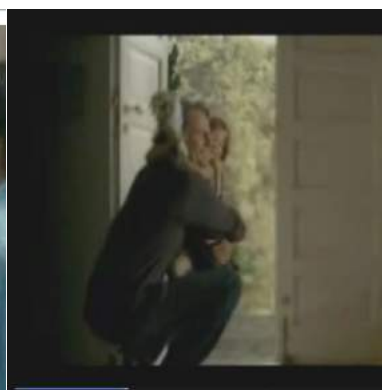
Nas palavras de Milanez, “fazer uma análise no campo discursivo significa considerar o enunciado naquilo que ele tem de regular com outros, fazendo emergir a singularidade das situações que ali se produzem” (2009b, p.253). Ao analisarmos o modo como o pai aparece nos comerciais de TV, percebemos uma sensibilização da figura masculina e atribuição ao pai de práticas e funções inerentes ao universo maternal, características que se repetem também nos seguintes vídeos, citados e analisados anteriormente, no capítulo II:



Fotograma 25 - Vídeo 12



Fotograma 26 - Vídeo 6



Fotograma 27 - Vídeo 9

O vídeo das Casas Bahia apresenta vários tipos de pais e por último “o pai que é uma mãe”, e ao dizer isso, nos mostra a imagem de um pai enxugando seus filhos ao sair do banho. Podemos então pensar que dar banho nos filhos foi interpretado aí como uma função da mãe, que, naquele momento, foi assumida pelo pai. O vídeo da Boticário sugere um pai divorciado recebendo a visita de sua filha, que lhe dá um abraço ao chegar em sua porta. Um pai amoroso que brinca, que conversa com sua filha e que guarda memórias de sua infância. Apresentamos agora toda a sequência de figuras paternas recolhidas no interior do *corpuse* que nos autoriza a tirar algumas afirmações, não conclusivas, visto que, em um trabalho de Análise do discurso, nada é fechado, definitivo, mas que tem um significativo valor dentro de nossa análise neste momento.



Fotograma 25 – Vídeo 12



Fotograma 26 - Vídeo 6



Fotograma 27 - Vídeo 9



Fotograma 28 – Vídeo 13

Figura 9- Família Pereira/ 1948
São José, de Guido Rene/ Séc. XVII

Figura 10

Nesses pais (fotogramas 25, 26, 27 e 28) podemos traçar algumas semelhanças. São pais que compreendem seus filhos como pessoas, mesmo crianças, e consideram seus sentimentos e bem estar. São carinhosos, brincam, conversam, cuidam, abraçam, beijam – são pais presos aos discursos de seu tempo – mais próximos dos filhos, mais sensíveis, mais amáveis, mas, ao mesmo tempo também reproduzem discursos de outros tempos, trazem a memória de uma família de outro momento, representada na figura 9, quando continuam responsáveis por desempenhar as funções que, historicamente, são delegadas aos pais chefes de família, como proteger e guardar sua prole.

Assim, podemos afirmar que a família hoje é outra, mas continua a mesma. As funções atribuídas a cada sujeito que a compõe podem sofrer alterações, mas sempre vêm marcadas por memórias daquela família cristã, na qual o pai é o chefe provedor, e a mãe é a que cuida. Família, independentemente de qual ela seja, sempre será considerada como o lugar de sustentação, de conforto, de segurança do indivíduo. É onde ele se sentirá seguro, protegido, amado de verdade. Citando a fala inicial de um dos vídeos analisados nesta pesquisa – ‘as famílias mudam. O jeito de cuidar não.’ Ou seja, os formatos de família podem variar, mas o seu valor para o indivíduo e para a sociedade não mudam.

O discurso sobre a família reproduzido na nossa sociedade e refletido na mídia traz atualidades e resgata memórias na constituição do sentido de família na contemporaneidade, e, dentro dela, na constituição dos sujeitos. Tudo isso determinado por condições de emergência que possibilitaram o aparecimento de um discurso e não de outro. Condições essas, que, para Foucault, excluem, impõem “limites ou lacunas que delineiam seu referencial, validam uma única série de modalidades, cercam e englobam grupos de coexistência, impedem certas formas de utilização” (2008, p.125)

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

*“Há um tempo em que é preciso abandonar as roupas usadas,
que já tem a forma do nosso corpo, e esquecer os nossos
caminhos, que nos levam sempre aos mesmos lugares. É o tempo da
travessia, e, se não ousarmos fazê-la, teremos ficado,
para sempre, à margem de nós mesmos.”*

(Fernando Pessoa)

Em todos os momentos da história, a família foi considerada como o núcleo da sociedade, pequenas partes que formam um todo. Sendo assim, todos os seus movimentos se refletem nela, ou para o bem ou para o mal. Mas a sociedade também determina como a família deve ser e o que deve ser uma família. Diante das tantas alterações sofridas pelas famílias nos últimos tempos, incluindo uma profunda mudança na sua estrutura e no que se pode definir como família, chamou nossa atenção a forma como este grupo vinha sendo representada na mídia televisiva e como esses novos personagens vinham sendo introduzidos no discurso midiático.

Este trabalho foi motivado por uma inquietação diante das tantas formas que a família vem assumindo ao longo dos últimos anos e do modo como nossa sociedade olha para estas famílias e as definem. E sendo a mídia televisiva um dos instrumentos de construção da história do presente, chamou nossa atenção a maneira como essa mídia retrata a família, como essa família e suas modificações começaram a aparecer nos discursos produzidos no espaço midiático. Interessou-nos compreender como estes discursos se relacionam com a sociedade na qual estão inseridos, e o que eles poderiam nos dizer sobre essa sociedade e seu comportamento e, assim chegarmos a uma história da família construída na descontinuidade, a partir da identificação da rede de enunciados que marcam seu percurso. Como analistas, fomos instigados a investigar como se deu a produção desse discurso e o que determinou que fosse este discurso e não outro em seu lugar.

No primeiro momento dessa investigação, fizemos recortes no tempo, na busca de memórias que a família nos traz, para chegarmos aos pontos que ligam a família de agora com a família de outro momento histórico. Para isso, recorreremos às fotos de famílias do Século XVIII e pinturas sacras que retratam a Sagrada Família, Nossa Senhora, A Última Ceia, São José para compor nossa análise e descrevermos essa rede de enunciados que envolvem a constituição do sentido de família na atualidade. Constatamos, assim, uma forte presença de religiosidade nos sujeitos e nas práticas que compõem a família.

Outra presença muito forte é percebida nas relações entre família e sociedade – a interferência do Estado, seja quando formaliza o casamento, o divórcio, a criação dos filhos, seja no gerenciamento da produção de riquezas. Se a família é o núcleo da sociedade, controlá-la seria uma forma de manter a sociedade sob controle. Um controle que partiria da parte para o todo. Mais recentemente, a legalização do casamento entre pessoas do mesmo sexo e a autorização concedida a estas para adoção são exemplos dessa interferência do estado no espaço privado. Mesmo nos formatos de família que fogem àquele formato cristalizado em nossa memória, essa interferência do Estado e essas marcas de religiosidade são muito presentes.

Considerando a mídia como um grande campo de produção de discursos, dentro de um mundo tomado por telas, seja da televisão, seja do celular ou do computador, a mídia televisiva e suas produções não podem ser desconsideradas diante de sua grande presença no cotidiano dos indivíduos. Partindo desse pressuposto, observamos, num determinado momento, como as famílias eram retratadas em comerciais de TV, nos atentando para os formatos de famílias destacados e para o modo como os indivíduos que formavam esses grupos se relacionavam entre si. A partir daí, recortamos nosso *corpus* e demos início às nossas análises, tomando como base teórica, inicialmente, o método arqueológico de Michel Foucault para descrição dos enunciados.

Ao finalizar, investigamos a constituição dos sujeitos dentro da família, e os processos de subjetivação que funcionam nos discursos midiáticos. Para isso, consideramos os papéis de pai e mãe, bem como a família, como posições de sujeito, e a mídia, como aquela que dita, em seus discursos, como um indivíduo ou um grupo deve agir para assumir o lugar de pai e de mãe na família.

Compreendemos que os discursos são frutos de determinações históricas e que os sujeitos se constituem dentro destes discursos, em suas relações de poder e saber, consigo e com os outros. Considerando, então, que são as condições de possibilidade que limitam os discursos e os sentidos que vão se construir num determinado momento, podemos afirmar que as mudanças no corpo familiar, nos papéis definidos por cada um dentro dele, a saber, a concessão dada a casais do mesmo sexo para se unirem, as adoções por parte deles, as famílias chefiadas por mulheres/mães ou por homens/pais, tudo isso exigiu uma mudança na forma como olhamos para a família, como a conceituamos.

As relações entre pais e filhos se tornaram mais flexíveis, mas as funções desempenhadas por eles não mudou muito, nem a importância da família na formação do

indivíduo e na formação da sociedade. As famílias tomaram novas formas, mas ainda ocupam o mesmo lugar de núcleo da sociedade, lugar de conforto para seus membros.

No entanto, apesar de termos identificado comerciais que trazem outros grupos familiares, é visível ainda a preferência pelo grupo familiar que aqui chamaremos de família cristã, aquela construída seguindo os moldes da Sagrada Família (pai, mãe, filho(s)).

As famílias se desfazem, se reconstróem, surgem outros formatos, observamos não apenas pai e mãe, mas pai e/ou mãe, pais ou mães. Apesar disso tudo, as funções determinadas para cada um dentro deste grupo e as relações que estabelecem com a sociedade na qual estão inseridas nos remetem ainda àquele velho formato familiar, que, aparentemente, foi deixado para trás, mas que continua muito presente em nossas formas de viver. São os discursos que nos atravessam e que nos constituem dentro de determinadas condições de possibilidade. Somos frutos de uma determinação histórica e de memórias que fazem parte do nosso cotidiano. Concordando com Milanez, “o sujeito se reconstrói e constitui identidades outras a partir da introdução da diferença do seu hoje em relação ao passado” (2010).

REFERÊNCIAS

- AUMONT, Jacques. **A imagem**. 7ªed. Tradução: Estela dos Santos Abreu e Claudio C. Santoro. Campinas-SP: Papirus, 1993. (Coleção Ofício de Arte e Forma)
- AUMONT, Jacques. **A estética do filme**. Tradução: Marina Appenzeller. (Coleção Ofício de Arte e Forma) Campinas-SP: Papirus, 1995.
- BELTING, Hans. **Imagem, Mídia e Corpo: uma nova abordagem à iconologia**. Revista de Comunicação, Cultura e Teoria da Mídia, nº 8. São Paulo, julho de 2006. Disponível em http://revista.cisc.org.br/ghrebh8/artigo.php?dir=artigos&id=belting_1 (acessado em abril de 2011)
- COURTINE, Jean-Jacques. & HAROCHE, Claudine. **História do rosto: exprimir e calar as suas emoções(do século XVI ao início do século XIX)**. Lisboa: Editora Teorema, 1988.
- COURTINE, Jean-Jacques. *Discursos sólidos, Discursos líquidos: a mutação das discursividades contemporâneas*. In: SARGENTINI, Vanice. & GREGOLIN, Maria do Rosário (org). **Análise do Discurso: heranças, métodos e objetos**. São Carlos: Editora Claraluz, 2008. Pág. 11-19
- COURTINE, Jean-Jacques. *Discurso e Imagens: para uma arqueologia do imaginário*. In: SARGENTINI, Vanice; CURCINO, Luzmara; PIOVEZANI, Carlos (org). **Discurso, Semiologia e História**. São Carlos: Editora Claraluz, 2011. Pág. 145-162
- DE CERTEAU, Michel. **A invenção do cotidiano**. Vol 2. Morar, Cozinhar. Petrópolis: Vozes, 2008.
- DELEUZE, G. **Conversações**. Tradução: Peter Pál Pelbart. Rio de Janeiro: Editora 34, 2000.
- FERNANDES, Cleudemar Alves. *De sujeito a Subjetividade na Análise do Discurso*. In: GREGOLIN, Maria do Rosário & SARGENTINI, Vanice. (Org). **Análise do Discurso, Heranças, Métodos e Objetos**. São Carlos: Claraluz, 2008. P. 69-82.
- FOUCAULT, Michel. *O sujeito e o Poder*. In: RABINOW, Paul. & DREYFUS, Hubert. **Michel Foucault, uma trajetória filosófica**. Tradução: Vera Porto Carrero. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1995. P. 231-249.
- _____. *Estratégia Poder-Saber*. In: **Ditos e Escritos** Vol.IV Ed.Forense Universitária. Manoel Barros da Mota (org). Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2003. P. 223-240.
- _____. **A arqueologia do saber**. 7ªed. Forense universitária: Rio de Janeiro, 2008a.
- _____. **Vigiar e punir: nascimento da prisão**. 35 ed. Editora Vozes: Petrópolis, 2008b.
- _____. **A ordem do discurso**. 17ed. Edições Loyola: São Paulo, 2008c.

_____. **História da Sexualidade – vol. 3. Os cuidados de si.** Tradução de Maria Theresa da Costa Albuquerque. Rio de Janeiro: Edições Graal, 2009.

FONSECA-SILVA, Maria da Conceição. *Mídia e Lugares de Memória Discursiva.* In: FONSECA-SILVA; POSSENTI, Sírio. (org) **Mídia e Rede de Memória.** Vitória da Conquista: Edições UESB, 2007.

_____. **Poder-Saber-Ética nos Discursos do Cuidado de Si e da Sexualidade.** Vitória da Conquista: Edições UESB, 2007.

_____. *Enunciado, objetos de discursos e domínio de memória.* In: **A (des)ordem do discurso.** GASPAR, Nádea. & MILANEZ, Nilton. (org). São Paulo: Contexto, 2010. Pág. 67-77

GÉLIS, Jacques. *A individualização da criança.* In: CHARTIER, Roger.(org). **História da vida privada, vol.3.: Da Renascença ao Século das Luzes.** Tradução Hildergard Feist. São Paulo: Companhia das Letras, 2009. Pág. 305-320.

GREGOLIN, M. R. *Recitações de mitos: a História na lente da mídia.* In: GREGOLIN, **M. R. Filigranas do discurso: as vozes da história.** Araraquara/UNESP. São Paulo: Cultura Acadêmica Editora, 2000. P. 19-33

_____. *A mídia e a espetacularização da cultura.* In: GREGOLIN, Maria do Rosário. **Discurso e Mídia: a cultura do espetáculo.** (org) Claraluz: São Carlos, 2003. Pág. 9-17

_____. *O acontecimento discursivo na mídia: metáfora de uma breve história do tempo.* In: GREGOLIN, Maria do Rosário. **Discurso e Mídia: a cultura do espetáculo.** (org) Claraluz: São Carlos, 2003. Pág. 95-110

_____. **Foucault e Pêcheux na análise do discurso – diálogos & duelos.** 2ª Ed. São Carlos: Editora Claraluz, 2006.

_____. *Discurso, História e a Produção de Identidades na Mídia.* In: FONSECA-SILVA, Maria da Conceição. & POSSENTI, Sírio. (org) **Mídia e Rede de Memória.** Vitória da Conquista: Edições UESB, 2007. P.39-60

_____. *Análise do Discurso e mídia – a (re)produção de identidades.* In: **Revista Comunicação, mídia e consumo.** Escola Superior de Propaganda e Marketing. São Paulo. Vol. 4, nº.11, 2007. Pág.11 – 25.

_____. *J.-J Courtine e as metamorfoses da Análise do Discurso: novos objetos, novos olhares.* In: SARGENTINI, Vanice. & GREGOLIN, Maria do Rosário (org). **Análise do Discurso: heranças, métodos e objetos.** São Carlos: Editora Claraluz, 2008. Pág. 21-36

HALL, Catherine. *Sweet Home.* In: PERROT, Michele.(org). **História da vida privada, vol.4.: Da Revolução Francesa à Primeira Guerra.** Tradução Denise Bottmann e Bernardo Joffily. São Paulo: Companhia das Letras, 2009. Pág. 47-76.

HALBWACKS, Maurice. **A memória coletiva.** São Paulo: Ed. Revista dos Tribunais, 1990.

HUNT, Lynn. *Revolução Francesa e Vida Privada*. In: PERROT, Michele.(org). **História da vida privada, 4.: Da Revolução Francesa à Primeira Guerra**. Tradução Denise Bottmann e Bernardo Joffily. São Paulo: Companhia das Letras, 2009. Pág. 18-46.

LEITE, Maria Regina Baracuh; CORDEIRO, Danúbia Barros. *Deslocamentos da noção de família em decisões jurídicas: (des)construindo identidades homossexuais*. In: **Estudos da Língua(gem), Imagens de discursos**. Vitória da Conquista: Edições UESB, 2008, p.99-126.

LEBRUN, François. *As Reformas: devoções comunitárias e piedade pessoal*. In: CHARTIER, Roger.(org). **História da vida privada, vol.3: Da Renascença ao Século das Luzes**. Tradução Hildergard Feist. São Paulo: Companhia das Letras, 2009. Pág. 76-112.

LYRA, Jorge; LEÃO, Luciana Souza. *Homens e cuidado: uma nova família?* In: ROJAS, Ana; VITALE, Maria Amalia Faller. (org.) **Família - Redes, Laços e Políticas Públicas**. 5ª Ed. São Paulo: Editora Cortez, 2010. Pág. 79-91.

LOSACCO, Silvia. *O jovem e o contexto familiar*. In: In: ROJAS, Ana; VITALE, Maria Amalia Faller. (org.) **Família - Redes, Laços e Políticas Públicas**. 5ª Ed. São Paulo: Editora Cortez, 2010. Pág.63-78

MILANEZ, Nilton. *O corpo é um arquipélago: memória, intericonicidade e identidade*. In: NAVARRO, Pedro (Org.) **Estudos do texto e do Discurso: mapeando conceitos e métodos**. São Carlos: Claraluz, 2006, p. 153-179.

_____. **Toda vez que minto constroem verdades**. Revista LINGUAGEM – Estudos e Pesquisas, Catalão, vols. 10-11, 2007. P. 167-180.

_____. **Corpo cheiroso, corpo gostoso. Unidades corporais do sujeito no discurso**. In: Acta Scientiarum. Language and Culture. Vol. 31. Nº 2. Maringá, 2009a, p. 215-222.

_____. *A posseção da subjetividade Sujeito, Corpo e Imagem*. In: SANTOS, João Bosco Cabral dos. (Org.). **Sujeito e Subjetividade: discursividades Contemporâneas**. 1 ed. Uberlândia: UFU, 2009b, v. 1, p. 251-259.

_____. **Discurso e imagem em movimento: o corpo horrorífico do vampiro no trailer**. São Carlos: Claraluz, 2011.

_____. **Memórias de si, Imagens dos outros**. 2010. Disponível em: http://linguagem.unisul.br/paginas/ensino/pos/linguagem/gt_andis/023.htm

NAVARRO, Pedro. *Mídia, Memória e Identidade*. In: FONSECA-SILVA, Maria da Conceição. & POSSENTI, Sírio. (org) **Mídia e Rede de Memória**. Vitória da Conquista: Edições UESB, 2007. P.94-108

_____. *Discurso, Mídia e História: notas sobre a escrita histórico-midiática em torno da identidade brasileira*. In: SARGENTINI, Vanice. GREGOLIN, Maria do Rosário.(org.) **Análise do Discurso: heranças, métodos e objetos**. São Carlos: Ed. Claraluz, 2008.

NORA, Pierre. *Entre Memória e História: a problemática dos lugares*. In: PROJETO HISTÓRIA: **Revista do Programa de Estudos Pós-Graduados em História do Departamento de História da PUC-SP**. São Paulo, 1981. Pág. 2-13.

PAVEAU, Marie-Anne. & SARFATI, Georges-Elias. **As grandes teorias da linguística: da gramática comparada à pragmática**. Tradução: Maria do Rosário Gregolin, Vanice Sargentini e Cleudemar Fernandes. São Carlos: Ed.Claraluz, 2006.

PÊCHEUX, Michel. *A Análise do Discurso: três épocas*. Tradução de Jonas de A. Romualdo. In GADET, F. e HAK, T. (Org.) **Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Pêcheux**. Campinas: Editota da UNICAMP, 1990, p. 311-318. 3ªed. Campinas- SP, 1997.

PERROT, Michele. **O nó e o ninho**. Veja 25: reflexões para o futuro, São Paulo: Abril, 1993. In: <http://www.leonildo.com/ninho.htm>. Acessado em 11 de junho de 2012.

_____. *Funções da Família*. In: PERROT, Michele.(org). **História da vida privada, 4.: Da Revolução Francesa à Primeira Guerra**. Tradução Denise Bottmann e Bernardo Joffily. São Paulo: Companhia das Letras, 2009. Pág. 91-106.

_____. *Maneiras de morar*. In: PERROT, Michele.(org). **História da vida privada, 4.: Da Revolução Francesa à Primeira Guerra**. Tradução Denise Bottmann e Bernardo Joffily. São Paulo: Companhia das Letras, 2009. Pág. 284-301.

RANUM, Orest. *Os refúgios da intimidade*. In: CHARTIER, Roger.(org). **História da vida privada, vol.3.: Da Renascença ao Século das Luzes**. Tradução Hildergard Feist. São Paulo: Companhia das Letras, 2009. Pág. 211-262.

REVEL, Judith. **Foucault. Conceitos essenciais**. Tradução: Maria do Rosário Gregolin, Nilton Milanez e Carlos Piovezani. São Carlos/SP: Claraluz, 2005.

SANTOS, Janaína de Jesus. & MILANEZ, Nilton. *Geometria discursiva entre Nietzsche e Foucault*. In: MILANEZ, Nilton. & GASPAR, Nádea.(org). **A (des)ordem do discurso**. São Paulo: Contexto, 2010.

SANTOS, Janaína de Jesus. **O cinema em Mojica: fronteiras e entrecruzamentos no horror**. Anais do SILEL. Volume 2, Número 2. Uberlândia: EDUFU, 2011.

SARTI, Cynthia A. *Famílias enredadas*. In: ROJAS, Ana; VITALE, Maria Amalia Faller. (org.) **Família - Redes, Laços e Políticas Públicas**. 5ª Ed. São Paulo: Editora Cortez, 2010. Pág.21-36

SAWAIA, Bader B. *Família e afetividade: a configuração de uma práxis ético-política, perigos e oportunidades*. In: In: ROJAS, Ana; VITALE, Maria Amalia Faller. (org.) **Família - Redes, Laços e Políticas Públicas**. 5ª Ed. São Paulo: Editora Cortez, 2010. Pág.39-50

SCHMITT, Jean-Claude. **O corpo das imagens - Ensaios sobre a cultura visual na Idade Média**. Tradução: José Rivair Macedo. Bauru, São Paulo: EDUSC, 2007.

FIGURAS

Figura 1

<http://coracaofiel.com.br/blog/?p=2254> (Acesso em 25.09.2011)

Figura 2

A última Ceia, de Leonardo da Vinci, disponível em <http://www.tg3.com.br/leonardo-da-vinci/> (Acesso em 03.08.2009)

Figura 3

Disponível em <http://www.maribueno.com.br/arte-sacra/tela-sagrada-familia/> (Acesso em dezembro 2011)

Figura 4

Família Almeida - http://mocamedes-do-antigamente.blogspot.com/2007/11/blog-post_27.html (Acesso em 13.09.2008)

Figura 5

Disponível em:

http://www.reproarte.com/cuadro/Raffaello_Raffael+ Santi+Sanzio +Raffael+da+Urbino /La +Sagrada+Familia+del+cordero/15028.html (Acesso em dezembro 2011)

Figura 6

Família Abreu. Disponível em: disponível em <http://princesa-do-namibe.blogspot.com.br/2011/03/familias-antigas-de-mocamedes-os-abreu.html> (Acesso em dezembro de 2011)

Figura 7

Disponível em: http://hopeinsunrise.blogspot.com.br/2010_12_01_archive.html. (Acesso em dezembro 2011)

Figura 8

Disponível em: <http://www.ibamendes.com/2012/08/os-badalados-casamentos-de-outrora.html> (Acessado em novembro 2012).

Figura 9

Disponível:

http://reocities.com/CapeCanaveral/lab/3891/diariodebordo/Vo_Ernesta/Vo_Ernesta.html (Acessado em 13.09.2008)

Figura 10

Disponível em: <http://saojoseprotegeaigreja.blogspot.com.br/> (Acessado em novembro 2012)

VÍDEOS CITADOS

	Comercial	Links	Duração	Ano
1	O Boticário – Dia das mães (lenço)	http://www.youtube.com/watch?v=8CeuOc886lo	1min 4seg	2008
2	VIVO – «Família »		30seg	2009
3	Margarina Qualy – Sadia	http://www.youtube.com/watch?v=Bfo8EJSGgz0&feature=related	60seg	2010
4	Sobremesas Activia	http://www.youtube.com/watch?v=jgVplWHkbBg	17 seg	2010
5	Nissin Miojo (contagem de galinhas)	http://www.youtube.com/watch?v=zWafUxUUjbc	45seg	2008
6	Casas Bahia (Dia dos Pais)	http://www.youtube.com/watch?v=-UF8y49TfCw	1min	2007
7	Banco do Brasil – Feliz 2006	(não disponível)	1 min	2007
8	VIVO Smartphone Ilimitado (Planos da Vida)	http://www.youtube.com/watch?v=Da1dfCa2YVA	33seg	2011
9	O Boticário – Dia dos pais (Filhos não crescem)	http://www.youtube.com/watch?v=EDv07sUiVw	1min 23seg	2009
10	Nebacetim - (As famílias mudam. O jeito de cuidar não)	http://www.youtube.com/watch?v=FVfy4_tAnOA	30seg	2008
11	SADIA – A vida com S			2009
12	ITAÚ Seguros	http://www.youtube.com/watch?v=AMwxg_AJpyQm	56seg	2011
13	VIVO- Divórcio dos pais	http://www.youtube.com/watch?v=99CdKh-T3gg	1min01seg	2010

SITES CONSULTADOS

(acessado em novembro de 2010)

http://www.casalcristao.com.br/site/index.php?option=com_content&view=article&id=76:movaidizerquenaopaoia&catid=37:artigos&Itemid=61.

(acessados em 24 de abril 2012)

www.ibge.gov.br

<http://www1.folha.uol.com.br/folha/cotidiano/ult95u726790.shtml>

<http://www.advivo.com.br/blog/luisnassif/os-casais-homossexuais-no-censo-2010>

<http://g1.globo.com/brasil/noticia/2011/05/supremo-reconhece-uniao-estavel-de-homossexuais.html>

<http://g1.globo.com/brasil/noticia/2011/04/ibge-60-mil-declaram-viver-com-pessoa-do-mesmo-sexo.html>

<http://g1.globo.com/brasil/noticia/2011/10/casamento-gay-e-tendencia-juridica-diz-oab-sobre-decisao-do-stj.html>

<http://g1.globo.com/sao-paulo/noticia/2011/06/casal-de-sp-busca-certidao-do-primeiro-casamento-civil-gay-do-pais.html>

(acessados em 1º de maio de 2012)

http://www.painelnovicias.com.br/noticia/2011/5/28/andre_goncalves_e_lui_mendes_voltam_a_tv_com_personagens_gays

<http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u48318.shtml>

<http://www.youtube.com/watch?v=gF5P0kUFzi0>

<http://www.youtube.com/watch?v=Uuy4MoVxY3Y>

<http://www.sbt.com.br/amorerevolucao/fiquepordentro/?c=450>

<http://g1.globo.com/Noticias/PopArte/0,,MUL1418191-7084,00.html>

<http://www.youtube.com/watch?v=ib9Mux8sQvE>

(acessados em 11 de junho de 2012)

<http://exame.abril.com.br/blogs/4p/2010/03/23/a-nova-familia-margarina-da-sadia/>

<http://www.leonildo.com/ninho.htm>

<http://www1.folha.uol.com.br/folha/dinheiro/ult91u92066.shtml>

FOTOGRAMAS

Nº	VÍDEO	PÁGINA
1	O Boticário - Dia das mães / 2008	33
2	VIVO – Famílias / 2009	33
3	Margarina Qualy-Sadia / 2010	33
4	Sobremesas Activia / 2009	35

5	Nissin Miojo – Contagem das galinhas / 2008	35
6	Casas Bahia, Dia dos pais / 2007	37
7	VIVO Smartphone Ilimitado / 2011	37
8 - 23	Sadia. A vida com S é mais gostosa / 2009	63-66
25	Itaú Seguros / 2011	76
26	Casas Bahia, Dia dos pais / 2007	76
27	O Boticário – Dia dos pais/2009	76
28	Planos VIVO- Divórcio dos pais/2010	77