

**REPRESENTAÇÕES DAS
GERAÇÕES FEMININAS
NA PRODUÇÃO
AUDIOVISUAL INFANTIL**

REPRESENTATIONS OF FEMALE
GENERATIONS IN CHILDREN'S
AUDIOVISUAL PRODUCTION

REPRESENTACIONES DE LAS
GENERACIONES EN LA
PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL DE
LOS NIÑOS

Verônica Dantas Meneses^{1, 2}

RESUMO

O artigo problematiza a produção audiovisual destinada ao público infantil na TV. Toma como marco teórico os estudos de gênero que trabalham os conceitos de alteridade e diversidade e estudos sobre os processos de inserção da televisão e dos conteúdos audiovisuais na vida cotidiana (Raymond Williams). A partir da análise de conteúdo das obras audiovisuais *Show da Luna* e *Miss Moon*, elencou como categorias o protagonismo feminino, as representações das meninas/mulheres em suas distintas gerações, os papéis sociais que ocupam e a solidariedade entre as mulheres em distintas gerações. Conclui-se que as obras trazem aspectos que contribuem para a quebra de estereótipos com novas perspectivas de família e com a mulher ocupando papéis sociais distintos

¹ Jornalista e Mestre em Sociologia pela Universidade Federal de Sergipe (UFS) e doutora em Comunicação pela Universidade de Brasília (UnB). É professora do Curso de Jornalismo e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Sociedade (PPGCOM) da Universidade Federal do Tocantins (UFT). E-mail: veronica@uft.edu.br.

² Endereço de contato da autora (por correio): Universidade Federal do Tocantins. Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Sociedade (PPGCOM). Avenida NS 15, 109 - Plano Diretor Norte, Palmas - TO, Brasil. CEP: 77001-090.

dos tradicionalmente imputados a ela, mas subliminarmente podem ocultar novos estereótipos que culpabilizam a mulher quando, por exemplo, trabalhar fora, ou que reforçam a competição entre as mulheres, o que não favorece o enfrentamento das desigualdades nas sociedades.

PALAVRAS-CHAVE: Produção audiovisual infantil. TV paga. Igualdade de gêneros. Protagonismo feminino. Distintas gerações de mulheres.

ABSTRACT

The article discusses the audiovisual production aimed at children on pay-TV. On the theoretical basis gender studies who work the concepts of otherness and diversity and studies about the processes of integration of TV and audiovisual content in everyday life (Raymond Williams), from the analysis of content of audiovisual works *Show da Luna* and *Miss Moon*, presented as categories of analysis the female role, the representations of girls/women in different generations, the social roles they occupy and solidarity between women in different generations. It is concluded that this works bring aspects that contribute to the breaking down of stereotypes with new perspectives of family and with woman occupying social roles other than those traditionally ascribed to her, but subliminally can hide new stereotypes that put blame on woman when, for example, works out, or to reinforce the competition between the women, which does not contribute to the fight against inequalities in societies.

KEYWORDS: Children's audiovisual production. Pay TV. Gender equality. Female protagonism. Different generations of women.

RESUMEN

El artículo problematiza la producción audiovisual dirigida a los niños en televisión de pago. Por la base teórica de estudios de género que trabajan los conceptos de alteridad y diversidad y estudios sobre los procesos de integración de televisión y contenidos audiovisuales en la vida cotidiana (Raymond Williams), a partir del

análisis de contenido de las obras audiovisuales *Show da Luna* y *Miss Moon*, presenta como categorías de análisis el papel femenino, las representaciones de las niñas y mujeres de diferentes generaciones, los roles sociales que ocupan y la solidaridad entre mujeres de diferentes generaciones. Se concluye que las obras traen aspectos que contribuyen a la ruptura de los estereotipos con nuevas perspectivas de la familia y con la mujer ocupando roles sociales distintos de los tradicionalmente atribuido a ella, pero subliminalmente pueden ocultar nuevos estereotipos que culpan la mujer cuando, por ejemplo, trabaja fuera, o para reforzar la competición entre las mujeres, lo que no contribuye a la lucha contra las desigualdades en las sociedades.

PALABRAS CLAVE: Producción audiovisual para niños. TV de pago. Igualdad de género. Protagonismo femenino. Diferentes generaciones de mujeres.

Recebido em: 30.07.2017. Aceito em: 12.09.2017. Publicado em: 01.10.2017.

Introdução

Considerando que os meios de comunicação na contemporaneidade, sobretudo a televisão, são depositários de processos de sociabilidades, os quais se fundem em contextos interculturais e na vida cotidiana, é essencial entender como tais narrativas destinadas ao público infantil podem atuar, ao mesmo tempo, tanto na construção da igualdade entre os gêneros como no reforço da desigualdade entre os gêneros.

Ao construir personagens e disseminar modos de entender o mundo os produtos midiáticos, especialmente os programas audiovisuais infantis, exercem influência no processo de socialização das crianças. Para Berger e Luckmann (1973) a mídia atua na construção social da realidade, assim se os produtos midiáticos disseminam imagens estereotipadas das meninas e mulheres e respectivamente do papel desempenhado por elas na sociedade não haverá estímulo para romper a desigualdade entre os gêneros uma vez.

O conceito de gênero é aqui entendido como uma categoria construída para compreender a perpetuação da desigualdade de gênero no mundo e como esta condição pode ser vista na sociedade (MIRANDA, 2017) e, para este artigo, especialmente compreender como é construído ou reproduzido pelos programas audiovisuais infantis.

A comunicação audiovisual está presente cada dia mais no cotidiano das pessoas, de todas as camadas sociais e culturais, em maior ou menor grau. Embora a televisão paga tenha um público restrito cabe perceber que faz parte de um sistema ampliado de intercâmbios audiovisuais, de convergências, que interliga diversas plataformas de informação e comunicação e reproduz um sistema de consumo cultural.

Esta relação da televisão com a vida cotidiana não está desaparecendo, mesmo com o uso cada vez mais crescente da internet, ao contrário, está se fundindo com outras plataformas e formatos. Conforme o pensamento de Williams (1980), a televisão é uma forma cultural e, portanto, como parte da Cultura está envolvida em um processo contínuo, moldado pela ação dos indivíduos e pela dinâmica de formas culturais em constante atualização pela experiência histórica. Assim, a televisão pode tanto incorporar valores dominantes e conservadores, como ser portadora de novas posturas emergentes e desafiadoras dos valores hegemônicos, pode mobilizar experimentações e o estabelecimento de um jogo de diferenças em seus produtos (MENESES, 2015).

Na mesma direção Meyrowitz (1993) destaca que a função principal da televisão no que diz respeito ao contexto social é gerar um sentido de exclusão e pertencimento a determinados grupos e coletivos. A televisão, dessa forma, dá visibilidade a parcelas da realidade que considera mais importante e oculta outras, por isso inclui e excluiu grupos sociais ao mesmo tempo.

Existem ideias distintas na literatura que avaliam os efeitos da televisão na construção das visões de mundo das crianças, "ora a TV aparece como a grande vilã que imbeciliza a criança, ora como o meio que a torna mais criativa, ora como algo que nada acrescenta ao desenvolvimento psicológico e cognitivo da criança" (MUNGLIOLI, 2005, p. 61). Nesse sentido, a televisão não pode ser estudada como um objeto autônomo, a partir de estudos fragmentados e unilaterais, como já havia adiantado Williams (1974), uma vez que diversas mediações contribuem para a forma como suas mensagens chegarão ao público, entre eles as audiências infantis (MARTIN-BARBERO, 2009).

De acordo com Martin-Barbero e Rey (2004, p. 16), é necessário problematizar o “atual regime da visualidade” a partir do resgate das hibridações entre visualidade e tecnicidade. E neste ínterim há um elemento articulador, as mediações que ocorrem no tempo presente e no cotidiano, em que os sujeitos sociais reelaboram os conteúdos midiáticos a partir de suas experiências.

A programação infantil sempre esteve presente na televisão aberta brasileira, da mesma forma, o público infantil sempre foi telespectador alvo de abordagens mercadológicas. Por meio da dinâmica da própria sociedade e a fim de tornar o público fiel e ligado, tanto os programas quanto o fluxo televisivo foram obviamente se transformando. Atualmente, vivemos uma era com grandes dificuldades e limitações para os produtores e emissoras em manter atrações exclusivas para as crianças especialmente na televisão aberta, fato que provocou a migração da programação infantil para a TV fechada e para canais públicos ou educativos (BORGES; ARREGUY; SOUSA, 2012).

Diferente da TV aberta que tende a exibir produções audiovisuais infantis importadas, americanizadas, poucas produções nacionais e em raras situações comprometidas em disseminar valores de igualdade entre os gêneros, na TV paga é possível encontrar produtos audiovisuais voltados para o público infantil que se destacam por oferecer uma abordagem da mulher como protagonista o que contribui para disseminação de valores igualitários nas sociedades.

Contudo, a legislação vem incorporando a obrigatoriedade de inserção da produção nacional e de produtoras independentes nos canais por assinatura. São ações que permitem encontrar maior diversidade na programação. Com isso, e a partir de outras pressões sociais, é possível atualmente encontrar produções mais comprometidas em disseminar valores de igualdade entre os

gêneros e que oferecem uma abordagem da mulher como protagonista, especialmente na TV paga³.

Para problematizar ainda mais o objeto, qual seja a representação da imagem das meninas e mulheres na televisão, sabemos que a programação infantil na televisão aberta está em extinção, o que deixa a oferta destes conteúdos para uma indústria voltada às camadas sociais de maior poder aquisitivo. Tais conteúdos, entretanto, são também acessados pelas crianças de diversas camadas sociais por meio de mídias (CDs) piratas vendidos em todo o Brasil e por meio da internet (em tablets e celulares, atualmente bens acessíveis a grande parte da população brasileira). Este quadro reforça ainda mais a relevância de se estudar a produção audiovisual destinada às crianças, pois para compreender as diferenças entre os gêneros é preciso visualizar os papéis que são moldados desde a primeira infância, construídos com o apoio dos meios de comunicação. Meninas e meninos, por meio do contato com diversos agentes de socialização, interiorizam gradativamente as normas e expectativas sociais que correspondem ao seu sexo.

Embora a influência da televisão na formação das crianças tenha sido debatida em inúmeros trabalhos acadêmicos, há uma lacuna no que se refere aos estudos sobre a representação da imagem das mulheres em suas distintas gerações (infância, juventude, adultez e velhice) na produção audiovisual voltada para o público infantil. Tendo em vista a proposta do Dossiê Mulher e a Mídia, que é refletir sobre a forma como as mídias reforçam estereótipos e (más) representações sociais que intensificam a desigualdade e o desequilíbrio

³ Entretanto, continuamos dentro de um quadro de desigualdades regionais e de concentração da produção audiovisual e de outros conteúdos culturais no eixo Rio-São Paulo e mesmo que aspectos culturais locais sejam trabalhados o são por meio de olhares não inseridos em tais realidades. Por exemplo, a dublagem ainda é concentrada nos sotaques do eixo.

entre os gêneros, focamos neste estudo a representação da imagem das mulheres em suas distintas gerações na produção audiovisual infantil⁴.

Na atualidade, a oferta de programas exibidos nos canais infantis da TV paga tem mostrado um razoável número de produções, entre desenhos animados, seriados, *talk shows* entre outros formatos, que trazem, como protagonistas, ou não, personagens do gênero feminino. Muitas destas personagens femininas podem ser classificadas como meninas de atitude, que se destacam em suas atividades, que trabalham ao lado dos personagens meninos ou mesmo em situações de controle ou poder.

Estas características, incluindo a proporção destas produções no total de obras audiovisuais disponibilizadas nestes canais no Brasil, serão destacadas no decorrer da pesquisa mais ampla. Para o presente artigo o recorte dado será para a representação da imagem das mulheres em suas distintas gerações na produção audiovisual infantil.

Neste sentido, duas obras chamaram nossa atenção devido ao destaque dado na programação do canal e pelo fato de personagens femininas serem protagonistas, em suas diferentes fases da vida, são elas: *Show da Luna* e *Miss Moon*, ambas exibidas pelo canal norteamericano Discovery Kids.

Pelo exposto, o presente artigo visa compreender as narrativas presentes nas obras apresentadas, analisando as representações que ocorrem nas tramas envolvendo pelo menos três fases da vida das personagens femininas, entender

⁴ A proposta de reflexão aqui apresentada faz parte de um projeto de pesquisa mais amplo que visa estudar, de modo geral, a diversidade cultural na televisão brasileira e, especificamente, questionar a participação das identidades regionais na televisão paga, como são retratadas estas identidades, de onde estão vindo os conteúdos destinados ao público infantil no Brasil e ainda quais os formatos, linguagens e as convergências dos programas com outras mídias, plataformas e formatos. Trata-se do projeto intitulado Perfil e diversidade cultural na programação infantil da TV paga, coordenado pela autora, e que envolve alunos de mestrado e de iniciação científica.

seu protagonismo nas obras e os lugares sociais e culturais que elas ocupam. Utilizamos para tanto a técnica da Análise de conteúdo a fim de buscar nas mensagens e nos contextos deixados à mostra sentidos e relações estabelecidos nas narrativas a partir das seguintes categorias: protagonismo feminino, representações das meninas/mulheres em suas distintas gerações, e os papéis sociais que ocupam, solidariedade entre as mulheres em distintas gerações. A abordagem foi ancorada nas perspectivas teórico-metodológicas sobre os estudos de gênero que trabalham os conceitos de alteridade e diversidade (MACHADO, 2017; MIRANDA, 2017), e em estudos sobre os processos de inserção da televisão e dos conteúdos audiovisuais na vida cotidiana, em que se visualiza a TV como forma cultural, aquém de uma abordagem maniqueísta (WILLIAMS, 1974; WILLIAMS, 1980; MENESES, 2015).

A partir do exposto, o presente artigo visa, portanto, contextualizar as representações femininas das mulheres na mídia, apresentar estudos sobre a mulher em sua velhice e juventude e, por fim, entender as peculiaridades das imagens apresentadas das meninas/mulheres bem como as relações entre estas distintas gerações que se cruzam nas obras selecionadas.

Mulheres e mídia

Estereótipos e representações equivocadas ou machistas, conforme Machado (2015), estão presentes nos produtos midiáticos, no caso estudado pela autora na publicidade, mesmo quando existem políticas que defendem a diversidade. “São receitas baseadas nos seculares preceitos patriarcais de como assujeitar, explorar e dominar mulheres e meninas (crianças e adolescentes)” (MACHADO, 2015, p. 146).

Os números apresentados por Machado, a partir de dados do Ipea e de pesquisas patrocinadas pelas ONU, apontam que mais da metade dos casos de abusos sexuais no Brasil são em crianças de até 13 anos, 89% delas meninas, e são as meninas pré-adolescentes as preferidas pelos turistas sexuais que tornam o Brasil “uma das rotas preferenciais” do turismo sexual em todo o mundo.

Miranda (2015, p. 315-316) lembra-nos de que ao longo dos tempos “foram construídos papéis sociais diferenciados de gênero que resultaram em uma supervalorização do sexo masculino e em uma desvalorização do feminino”.

Tais estereótipos, conforme Machado (2015, p. 152), “são inevitáveis na cultura de massa, especialmente para as indústrias de entretenimento e de notícias”, a produção audiovisual infantil comercial está inserida nessa lógica. Estes padrões de representação imagética veiculados pela mídia relacionam-se às classes sociais, raças e etnias, gênero dentre outros demarcadores sociais e com frequência podem e têm tratado a diferença entre as pessoas de forma desigual. Ao criar pseudo-padrões de representação a partir de grupos particulares, outros grupos são excluídos naturalmente. Os padrões de representação midiáticos são assim normatizados na sociedade.

Ou seja, dificilmente os códigos ou padrões de representação são questionados, importunados e mudados. Simplesmente porque passam despercebidos. Estão naturalizados, por assim dizer, ainda em nossa contemporaneidade. Por isso, têm sido fundamentais, e louváveis, as reações contrárias, inquisitivas e transformadoras dos grupos e instituições da sociedade civil, ligados aos movimentos feministas, raciais, dos LGBT ou pelos direitos da infância e da adolescência e de idosos/as (MACHADO, 2015, p. 152).

O papel das lutas da sociedade civil foi decisivo para o estabelecimento de novas proposições que confrontem as histórias oficiais e as representações equivocadas de sujeitos sociais. Redes de articulação de mulheres têm surgido e contribuído para a “institucionalização das questões de gênero”, conseguindo levar ao espaço público ações e temáticas para as políticas públicas de igualdade e, inclusive, assuntos relacionados à mídia, temática que continua sendo permeada por inúmeros obstáculos políticos, econômicos, socioculturais e religiosos (MIRANDA, 2015). Contudo, no que se refere à democratização dos meios de comunicação, muitos desafios estão presentes para garantir a diversidade de conteúdos e de representações.

Tal cenário sinaliza, mais do que nunca, a necessidade da geração de produtos midiáticos que promovam uma representação diversa e justa das mulheres brasileiras e a programação infantil é um desses nichos. Na atualidade, de programas infantis destinados ao simples entretenimento, passamos a ter acesso a mais obras que priorizam o conteúdo, que trazem personagens com origens culturais, de gênero, raça e etnia mais diversos, com mais histórias e instruções, conteúdos escolares. Estas características se transformaram em estratégias de marketing, pois levaram alguns canais e produtoras a enfatizar estas qualidades nas sinopses ou na abertura da exibição de um programa como estratégia de imprimir um compromisso social e educativo à sua imagem.

Além das diferenças de gênero também é importante problematizar as diferenças das representações em torno da idade. As mulheres idosas, por exemplo, costumam ter uma representação estereotipada, mesmo nos

desenhos infantis, como veremos a seguir ao analisar as distintas gerações de mulheres nas obras audiovisuais *Miss Moon* e *Show da Luna*.

Segundo Moraes Alves (2009), “particularmente no caso das sociedades ocidentais contemporâneas, ilumina-se a perspectiva do modelo heterossexual de família, centrado no casamento monogâmico com padrões claros de divisão de gênero e de idade”, o que moldou, por conseguinte, as representações dos demais papéis da mulher e suas diferentes fases da vida e configura a normativa de pertencimento geracional.

Nesse ínterim, a juventude é vista cada vez mais como um bem a ser alcançado, principalmente para as mulheres, e muitos preconceitos ainda rodeiam o envelhecimento. Outros efeitos, ou defeitos (CORREA, 2009, p. 91), do tempo nos corpos e a preponderância das grandezas da juventude na contemporaneidade acabam criando verdadeiras “fontes da juventude” em forma de produtos e estilos de vida “para combater os efeitos do tempo nos corpos”, nos quais as mulheres são as mais cobradas e por isso forçadas a efetuar inúmeras intervenções físicas para atingir uma pseudo-juventude. De fato, o culto à juventude despreza e desqualifica o corpo da velhice, que precisa ser “remendado e reparado”. Assim, a idosa e o idoso também tornam-se alvo da sociedade do consumo, o que inclui a mídia.

Portanto, é interessante incluir neste estudo a perspectiva da mulher idosa, pois, a partir do crescimento da população idosa, cresce também sua inserção na mídia (MESSIAS, 2012) e assim é importante questionar o tipo de representação que este segmento da população recebe. Mesmo porque

Reivindicar um novo e diferente olhar sobre os idosos não significa a volta a um passado idílico que jamais existiu (afinal, o poder dos mais velhos podia ser, e era muitas vezes, despótico). Significa, sim, valorizar o ser humano na sua integridade (WHITAKER, 2010, p. 186).

Neste trabalho pretendemos lançar o olhar sobre as interfaces entre as representações da mulher em suas distintas gerações na produção audiovisual infantil. Para isso escolhemos dois desenhos infantis em que meninas são protagonistas (*Miss Moon* e *Show da Luna*) para identificar os papéis sociais que ocupam e os estereótipos utilizados nas obras.

Mudanças na televisão e na programação infantil

Como dissemos acima, é preciso entender que a televisão em si é uma instituição social ampla para a qual não podemos generalizar afirmações sobre seus efeitos. Williams (1974) critica a postura de determinadas pesquisas e estudos que generalizam estes efeitos, geralmente centradas em duas direções: em uma linha questões relacionadas a sexo e violência e, na outra, temas como a manipulação política e a degradação cultural propiciadas pela televisão. Segundo o autor, a televisão é composta por formas culturais (gêneros e formatos dos programas) e está inserida em uma diversidade de culturas e, obviamente, usos diversos, de forma que não se pode imprimir um rótulo ao meio de forma isolada. Cada programa mobiliza um processo social e cultural e, portanto, demonstra determinada maneira de interpretar as realidades.

A partir de uma primeira observação da programação dos canais dedicados ao público infantil e juvenil, é possível afirmar que são as crianças que assistem a TV paga as que mais recebem influência de conteúdos estrangeiros, uma vez que estão suscetíveis aos conhecimentos que incorporam diariamente ao seu repertório, começando pela linguagem e finalizando com as representações que formam do mundo. São elas que aprendem a falar *cupcakes* ao invés de bolinho.

A televisão e os meios de comunicação de maneira geral hoje são instituições que também oficializam, demarcam a importância e a hierarquização dos temas do cotidiano, legitimam comportamentos e ações da sociedade, constituindo-se em arenas nas quais se cruzam valores sociais e signos comunitários distintos (MENESES, 2015, p. 21).

Vivemos um momento de mudanças rápidas no produzir e consumir televisão, uma fase⁵ em que a linguagem e os códigos televisivos continuam se reinventando, o que favorece a adaptação às identidades e diversidades que a sociedade global trouxe. Isto não significa, no entanto, que a instituição televisiva e seus programas estejam de fato democratizados, mas nos mostra que muita coisa tem mudado na sociedade e televisão (MENESES, 2015, p.183).

Paulatinamente, em sincronia com um novo universo, desvela-se uma outra história, no escopo das produções/campanhas. Esse redescobrimto (ou refazer) não se pretende absoluto nem se traveste em "verdade". Apesar de serem lentos, imperceptíveis quase, algumas nações já verificam intercâmbios e ações afirmativas pelas mudanças em tradições. São versões diversas. São

⁵ A partir de classificações de Sérgio Matos, César Bolano e Valério Cruz Brittos, a primeira fase da televisão no Brasil foi a Elitista (1950 a 1964), quando o acesso a TV ainda era restrito. Em seguida chegamos a Fase populista, que vai de 1964 a 1976. Segundo Meneses (2015, p 181) "a fase foi marcada pela consolidação do veículo e pela concepção da indústria televisiva no Brasil como uma indústria madura". Buscando Padronizar a programação e consolidar a rede pelo país, a terceira fase é marcada pelo desenvolvimento tecnológico da TV, nos anos de 1976 a 1985, chamada assim por Mattos. A quarta fase, da transição e expansão internacional (1985-1990), seria um momento de grande exportação do produto nacional e de criação de programas com a "cara" e linguagem da TV nacional. "É o período no qual se define melhor a linguagem televisiva e se amplia a produção de programas com os códigos específicos dessa linguagem e de formas próprias de produção nacional" (Ibidem, p.183). A quinta fase é marcada pela globalização da tevê paga, (1990-2000), conforme Meneses "é caracterizada pela modernização da televisão e pela adaptação aos seus novos rumos da redemocratização do País". Também foi o momento do desenvolvimento de novas tecnologias e interatividades a partir de outros suportes, como a internet. Atualmente, podemos inferir que estamos na fase da multiplicidade de oferta, em que se evidencia a possibilidade de acesso a outros conteúdos e bens culturais simbólicos (Ibidem, p.183).

pontos de vista diferentes do que se tornou padrão normativo nas sociedades globais (MACHADO, 2015, p. 155).

Assim, algo que não mudou significativamente, apesar de leis que controlam o conteúdo para as crianças, é a publicidade e a propaganda, que sempre esteve presente na televisão, sob vários formatos. “Desde a sua criação, a televisão trabalhou para se transformar no maior veículo publicitário brasileiro, chegando a atingir 60% da verba destinada à propaganda pelas empresas dos diversos setores” (BORGES; ARREGUY; SOUZA, ano 2012, p. 4). Não é diferente com a programação infantil, com maior ou menor incidência entre os canais.

As agências de propagandas americanas instaladas no Brasil exerceram um papel primordial na iniciação da programação infantil da tevê aberta, assim como os demais. Os programas, nos anos 1950 e 1960, eram patrocinados exclusivamente por uma marca, e levavam seus nomes. Esta questão e a forma improvisada com que eram feitas estas produções iniciaram o debate sobre o tipo de conteúdo que estava sendo oferecido às crianças.

Na programação para crianças, os patrocinadores indicavam os programas que deveriam ser produzidos e veiculados, além da contratação direta de artistas e produtores. Nas décadas de 1950 e 1960, os nomes das atrações eram identificados pelas marcas das empresas investidoras, dentre os quais: Circo Bom Bril, Gincana Kibon, Teatrinho Trol, Sabatina Maizena, Parque Cremogema, Repórter Caçula, Parque Petistil e outros (BORGES; ARREGUY; SOUZA, ano 2012, p.4).

Durante muito tempo as grandes emissoras de tevê aberta dedicaram grande espaço na sua grade de programação para programas infantis, geralmente os programas eram exibidos durante as manhãs, e mesmo aos fins de semana. Todavia, desde os anos 2000, as horas dedicadas à programação

infantil diminuíram na tevê aberta, em contraposição ao serviço de vídeo sob demanda da internet, que tem investido bastante nesse mercado, e ainda ao surgimento de novos canais exclusivos para os públicos infantil e adolescente na TV paga (BORGES; ARREGUY; SOUZA, ano 2012).

Vários fatores impulsionaram estas mudanças - econômicos, sociais, mudanças de mentalidades de cada tempo, a mediação tecnológica, fatores que merecem um estudo mais denso e apropriado, que não é o foco no presente estudo. Atualmente, podemos encontrar os mais diferentes formatos e linguagens bem como uma diversidade de temas e gêneros nos programas infantis.

Encontramos desde programas de auditório, envolvendo brincadeiras; dramaturgia; animação com bonecos, *live action*⁶, *stop motion*⁷; contação de histórias/teatro, e muitos outros. Percebemos que os ícones infantis também mudaram distanciando-se da centralidade vivida por apresentadoras em programas de auditórios dos anos 1980/1990. Este também é um debate que merece estudos futuros.

Os conteúdos também mudaram. Há maior diversidade de formatos e linguagens, da mesma maneira diversidade de temas e gêneros, programas com mais conteúdos, com históricas conectadas a determinadas realidades e regiões do mundo, programas com vieses mais educativos⁸ ou mesmo que estimulam valores de igualdade entre os gêneros.

⁶ Filmes que utilizam atores e elementos reais. Cada vez mais se utiliza a combinação animação/*live action*.

⁷ Técnica de animação que "fotografa" sequencia de movimentos quadro a quadro a partir de cenários formados por modelos reais.

⁸ Educativo aqui para situar apenas um dos objetivos ou como os produtores qualificam o seu gênero pois conceito de programa educativo deve ser tensionado...

Dentre estas mudanças nos conteúdos, verifica-se programas que trazem conhecimento sobre o mundo físico e químico, como o próprio Show da Luna, que focam na reciclagem, no meio ambiente, nas descobertas e convivências sociais, nas peculiaridades culturais de lugares ao redor do mundo etc, além, claro, dos voltados para o conhecido humor pastelão e para as aventuras de super-heróis, super-heroínas e o mundo mágico dos contos de fada. Há programas que partem de *mise-em-scène*⁹ situadas em contextos urbanos, como pet shops, ou que revelam, em termos, aspectos culturais de um lugar específico, como os igarapés da Amazônia, o Havaí, entre outros.

Canais como Discovery Kids (EUA) ou Zoo Moo (Cingapura) buscam oferecer programação com conteúdo lúdico e educativo para crianças pequenas. Já o canal Nick Jr utiliza-se da estratégia de informar, no início de cada produção, quais são seus atributos e qualidades, que conhecimentos ou habilidades aquele desenho está transmitindo às suas audiências.¹⁰ Os conteúdos, portanto, estão ganhando destaque; uma vez que são dirigidos para crianças, percebe-se que tem havido uma preocupação com o que será representado, até mesmo para atender às exigências de leis e da sociedade civil quanto à veiculação de conteúdos mais educativos para crianças e adolescentes

⁹ Encenação, posicionamento das personagens e objetos no palco ou cenário.

¹⁰ Ao contrário da tevê aberta, que diminuiu a programação infantil ao longo dos anos, a televisão por assinatura disponibiliza inúmeros canais destinados as crianças, com programação para todos os gostos e opções. Uma pesquisa realizada pelo Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (Ibope)¹⁰ (ano) mostrou que, entre os canais da tevê paga, os canais infantis são os mais assistidos. De acordo com o ranking, o primeiro colocado foi o Discovery Kids, que é conhecido por ter atrações voltadas a temas mais educativos para as crianças. Entre os programas mais vistos estão os desenhos Doki, Super why e Transformers rescue bots, uma versão do filme homônimo que fez bastante sucesso nos cinemas. Na segunda e terceira opção aparecem o Cartoon Network e Disney Channel. Os temas mais famosos exibidos pelos canais são tramas como em A hora da aventura e Adolepeixes. (Disponível em: http://df.divirtasemais.com.br/app/noticia/tv/2014/05/04/noticia_tv,148966/canais-infantis-estao-entre-os-mais-vistos-da-teve-por-assinatura.shtml. Acesso em 14 de mar de 2017).

(SANTOS, 2015). Cabe ressaltar, mais uma vez, que estes contextos não necessariamente significam diversidade e pluralidade, e muito menos que disseminam representações plurais e justas das mulheres, pois fatores como a concentração destas produções entre outros relativos ao mercado ou questões culturais ainda são preponderantes na definição do que vai ao ar na televisão.

A menina, a mulher e a idosa nas obras *Show da Luna* e *Miss Moon*

As personagens humanas ou antropomórficas (aos quais se atribuem características e formas humanas) que representam meninas/mulheres vem ganhando evidência nos desenhos animados e outras obras audiovisuais dedicadas ao público infantil (SANTOS, 2015). Muitas personagens femininas tem sido criadas com mais “garra” e protagonismo. É o caso das Meninas Superpoderosas e das próprias princesas da Disney, que têm sido tratadas com mais força e coragem, princesas mais surpreendentes, como em *Valente* e *Frozen* (CARVALHO, 2016).

As produções ora destacadas neste artigo destacam personagens femininas como protagonistas, mas não apenas, apresentam na trama as relações travadas entre as gerações de mulheres: assim, temos no *Show da Luna* meninas crianças/pré-adolescentes, suas mães e avós; e em *Miss Moon*, uma menina adolescente, sua babá e sua mãe, e a vizinha idosa.

Analisaremos melhor a seguir as obras audiovisuais escolhidas a partir dos critérios já definidos, quais sejam: protagonismo feminino, representações das meninas/mulheres em suas distintas gerações, e os papéis sociais que ocupam, solidariedade entre as mulheres em distintas gerações.

Miss Moon – Série de origem francesa, veiculada no Brasil a partir de setembro de 2016, com duração de cerca de 23 minutos cada episódio. A obra é

protagonizada por uma feiticeira que veio para a cidade trabalhar como babá dos filhos da famosa cantora Lady Pop, a pré-adolescente Lola, o menino Jules e o bebê Baby Joe. O roteiro gira em torno das aventuras que basicamente a babá e as crianças vivem para resolver os problemas e as trapalhadas em geral criadas pelo uso da magia de Miss Moon antes que alguém, ou especialmente Lady Pop, a única da família que desconhece os poderes de Miss Moon, descubra a confusão e, principalmente, que a babá não é humana. O cenário é majoritariamente a vida urbana, com temas, estilos de vida próprios das grandes cidades contemporâneas e a presença da tecnologia.

À primeira vista a série traz algumas quebras de estereótipos, iniciando pela presença de muitas personagens femininas com perfis e papéis distintos; em seguida há rupturas em relação ao modelo de família tradicional, pois Lady Pop é uma estrela internacional que passa muito tempo em turnês e apenas aparece a casa, geralmente de surpresa, em intervalos de seus shows ou quando “bate a saudade”; já seu marido, senhor Paul, é um veterinário dedicado aos animais e à família, que se desdobra entre cuidar dos filhos e o trabalho no zoológico.

Em *Miss Moon* a mãe, Lady Pop, apesar de não representar a maioria das mulheres, traduz a rotina das mães contemporâneas, que precisam trabalhar e se afastar fisicamente das filhas e dos filhos e assim divide as responsabilidades dos cuidados dos filhos e da casa com outros membros da família, no caso específico da série a responsabilidade é dividida com o esposo.

Cabe salientar neste momento este novo perfil de famílias em que a mulher é a que viaja sempre e o pai é a figura que está mais presente fisicamente. Na obra analisada, os dois tem importantes papeis e a mulher não é julgada por não estar presente junto aos filhos diariamente, constituindo-se

assim um momento que se pode afirmar como educação para a igualdade. Diante dele, as crianças percebem que homens e mulheres podem desempenhar qualquer função e que a mãe não é obrigada a assumir todas as responsabilidades do lar.

Contudo, alguns estereótipos se repetem na série, como a falta de diversidade, por exemplo, temos uma única personagem negra, amiga de Lola, também encontramos o senhor Yasir, de origem árabe, dono de uma loja no bairro, e que nutre uma paixão platônica pela babá, personagens colocados como coadjuvantes.

Voltando às personagens femininas – foco do presente estudo, de modo geral, mesmo com a presença de protagonismo feminino na referida obra audiovisual, nos deparamos com representações de papéis sociais que estimulam a desigualdade entre os gêneros pois encontramos as mulheres no universo dos serviços domésticos e não há incentivo para a divisão do trabalho doméstico pois as babás são todas mulheres.

Por outro lado, ao retratar o universo das babás encontramos Miss Moon, protagonista da série, a senhorita Bunch, competitiva para se manter na posição de melhor babá, e Noemie, sua “fiel escudeira”, de forma que é possível observar, de forma subliminar, um estímulo à competição entre as mulheres, algo que não contribui para a busca da igualdade. Segundo Miranda e Barroso:

a desigualdade de gênero não afeta as mulheres de maneira uniforme, pois as mulheres não são igualmente desiguais perante os homens, algumas delas são mais desiguais do que outras em decorrência da posição identitária e étnica, orientação sexual e classe social em que ocupam em uma determinada sociedade (MIRANDA e BARROSO, 2013, p. 270).

Assim para estimular a igualdade entre os gêneros é preciso também estimular a igualdade entre as mulheres e o reforço da competição não valoriza a sororidade¹¹. Além disso não há problematização sobre os papéis construídos como sendo “tipicamente femininos” e nesse sentido o *Miss Moon* falha ao retratar o trabalho doméstico pago na função da baba como sendo algo exclusivamente feminino pois em nenhum momento a série mostra que homens também podem desempenhar essa mesma função.

Continuando na análise, encontramos Lola e suas amigas, típicas adolescentes contemporâneas, cada uma com seu jeito, mas que formam uma banda de rock. Aqui é retomado o protagonismo feminino. Lola é vocalista e guitarrista da banda, sempre alegre, cheia das dúvidas típicas da adolescência, gosta de implicar com o irmão mais novo, mas ajuda a babá Miss Moon na solução dos problemas na maioria das vezes causados pelo próprio uso de sua magia.

Por fim, cabe apresentar a Baronesa, a vilã da história, uma idosa vizinha da família de Lady Pop que descobre que a babá é uma “bruxa” e passa seus dias tentando desmascará-la. A Baronesa é retratada como uma velha amarga, solitária, que se dedica apenas aos seus cachorrinhos, também retratados como raivosos, e ver televisão. Aqui está visível a estereotipização da imagem da mulher idosa ao criar uma caricatura de mulher má que quer vencer a mocinha jovem no caso a babá Miss Moon. Esse tipo de representação retoma, por exemplo, a representação de velhas bruxas malvadas que atormentam as jovens e belas princesas.

¹¹ União entre mulheres que se reconhecem irmãs formando um grupo político e ético na luta pela igualdade entre os gêneros. Para o feminismo, a sororidade consiste no não julgamento prévio entre as próprias mulheres que, na maioria das vezes, ajudam a fortalecer estereótipos preconceituosos criados por uma sociedade machista e patriarcal.

Vimos, portanto, que *Miss Moon* é uma série que ora valoriza a diversidade e a quebra de preconceitos quando apresenta novos lugares sociais e culturais que as mulheres ocupam, mas ao mesmo tempo reproduz estereótipos que não contribuem para novas representações midiáticas da igualdade de gêneros, e ainda que estimulam a competição entre as mulheres.

Show da Luna – Produção animada brasileira, criada em outubro de 2014, com duração aproximada de 12 minutos cada episódio. A série gira em torno de Luna, uma menina com cerca de seis/sete anos que finge ser cientista. Luna é muito curiosa e destemida, e cada acontecimento em sua volta é motivo para indagações e experimentos. Luna tem a companhia de seu irmão mais novo, Júpiter, de em torno de quatro anos, e do furão de estimação, Cláudio, nas aventuras que vive. A imaginação dos três flui quando buscam responder às perguntas ou quando se transportam para o mundo de faz de contas, que enfim irá decifrar o mistério. Neste faz de conta o furão Cláudio ganha voz e pode expressar suas ideias.

O fato de a série dar visibilidade ao papel social de uma menina na ciência já é importante para estimular outras meninas nessa área que as mulheres ainda são subrepresentadas. Embora as mulheres brasileiras hoje em dia ocupem a maioria das vagas nas universidades, ainda são minoria nas carreiras científicas e tecnológicas¹².

A série apresenta temporadas no cenário urbano, espaço de sua casa e de lugares que visita, como padaria, pet shop e o observatório, e episódios no

¹² Em 2013, por exemplo, o Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPQ) lançou um edital específico para apoiar propostas de professoras e professores universitários que estimulassem jovens mulheres a optar pelas carreiras científicas e tecnológicas desde a educação básica. C.f em CNPq: inclusão da mulher na ciência deve começar na educação básica. Disponível em: (<https://www.noticiasaoiminuto.com.br/tech/355883/cnpq-inclusao-da-mulher-na-ciencia-deve-comecar-na-educacao-basica>). Acesso em: 13 jul 2017.

cenário rural, quando passa férias no sítio com sua avó e seu avô. É neste último onde se apresenta a vovó de Luna. A família da série inicialmente apresenta-se como a típica família tradicional moderna, pai, mãe, dois filhos, um bichinho de estimação. Os pais são participativos na vida dos filhos e estes incluem seus pais em suas brincadeiras, a saber, o show que realizam após descobrirem um novo mistério do mundo.

Entretanto, no desenrolar dos episódios, nos deparamos com outros olhares especialmente sobre papéis sociais de homens e mulheres, além do fato de ser uma menina a protagonista, com humor, curiosidade, dedicação e coragem como qualidades. Por exemplo, em alguns episódios Pai e Avô dedicam-se a cozinhar; o Pai, em outro momento, serve pipoca à Mãe enquanto esta vibra com um jogo esportivo na televisão; enquanto o avô cozinha, a Avó pilota um avião no qual leva as crianças para um passeio. Aqui há uma destacada inversão dos lugares construídos culturalmente como sendo femininos, como é o caso das atividades domésticas ao mostrar que homens podem cozinhar e dividir tais tarefas com as mulheres, ou de reforçar mulheres em atividades nas quais são pouco valorizadas, como pilotar avião: são formas de disseminar valores pró-igualdade entre os gêneros desde a infância.

Cabe salientar que as representações do casal de velhos cumpre uma situação cada vez menos presente com a urbanização, a de velhos proprietários com sua rotina marcada pelo trabalho no campo, com isso permitindo que os netos tenham contato com este cenário.

Retomando nosso diálogo sobre a representação da imagem das mulheres, destacamos que estas interações intergeracionais tem um papel na formação das identidades femininas ou nas reelaborações do “eu” e do seu lugar no mundo, uma vez que o encontro destas gerações e o esperado

entendimento das experiências pessoais, emocionais, dos desafios em casa, no lazer, no trabalho, no sexo, na inserção social, compartilhadas pelas meninas/mulheres, com identidades e alteridades ambas cheias de contradições e engendradas em processos culturais peculiares a cada tempo, possibilitam a solidariedade entre elas, fortalecendo-as.

Este encontro com o “outro”, neste caso a outra tão conectada (meninas/mulheres) mas tão diferente (adulta, aposentada, adolescente, mãe, avó, com subjetividades construídas em tempos e espaços distintos) é fundamental para que o “eu” possa refletir sobre si mesmo e constituir-se como objeto de conhecimento. A “resistência ativa do outro” introduz a objetividade no mundo da subjetividade. Assim, é no espaço da intersubjetividade que são construídos os sentidos e se negocia a objetividade, construindo representações sociais capazes tanto de conferir uma identidade a um grupo social, quanto de produzir formas de enfrentamento das relações cotidianas (JOVCHELOVITCH, 1999).

Observando as duas obras, algumas situações, entretanto, revelam o estímulo a não solidariedade entre as gerações. Em *Miss Moon*, Lady Pop demonstra ser muito preocupada com a rotina dos filhos, mas ao mesmo tempo, devido ao esforço dos filhos e do marido em esconder a verdadeira identidade da babá, não está a par da realidade em sua própria casa. Já Lola, que aparentemente seguiu os passos artísticos da mãe, vive os dilemas da adolescência, mas sua confidente, além de suas amigas, é uma babá feiticeira, que não entende muito dos sentimentos e das relações sociais humanas.

A Baronesa é vista pelas crianças como uma mulher má, preocupada em desfazer a felicidade alheia e, devido a isso, acaba sendo isolada ou ela mesma

se isola das companhias que não considera importantes para ela, pois aparentemente é rica e culta, e busca defender distintos valores.

Apenas em, ao menos, dois episódios existe alguma interação entre as personagens. Em um deles, Lola precisa distrair a Baronesa e descobre que a senhora gosta de uma música gravada por sua mãe, Lady Pop. Assim, cantam e arriscam interlocuções. Em outro, Miss Moon participa de um concurso de dança, no qual concorre também a Baronesa, e seus respectivos pares. Neste episódio, encontramos um outro lado da idosa, que aprecia a dança (tango especialmente), demonstrando prazer em algo mais sociável, contudo mantendo o espírito de competição e o desprazer de estar ao lado de uma feiticeira.

Se em Miss Moon a Baronesa, mulher idosa, é retratada com estereótipos de que velhos são rabugentos e solitários, e que busca descontar suas amarguras prejudicando outros, em Luna a Vovó e o Vovô são personagens ativos, que interagem com os netos, e compartilham indistintamente o desempenho das tarefas cotidianas. Eles mantêm características que podemos afirmar são adequadas à idade, não há o empenho de se parecer mais jovem. A interação entre as mulheres em Show da Luna é mais evidente.

Considerações finais

O objetivo central deste ensaio foi apresentar reflexões sobre a representação da imagem das mulheres de distintas gerações em produtos audiovisuais infantis no que se refere ao seu protagonismo e aos lugares sociais e culturais ocupados por elas.

Vimos nas obras analisadas que em *Miss Moon* as trocas existentes entre as personagens femininas em diferentes fases da vida sofrem com a

complexidade da vida cotidiana, em que a mãe que trabalha não tem tempo para conversar com sua filha adolescente, senso substituída por uma babá vinda do mundo da magia; neste ínterim, a mulher idosa é representada carregada de estereótipos que a colocam como a principal vilã. Não se percebe, além do eixo familiar (babá, crianças e pai) relações de solidariedade entre outros eixos, incluindo as personagens femininas. Neste momento, verifica-se a presença subliminar de outro estereótipo, que de certa forma impõe o espaço doméstico à mulher fazendo-a acreditar que ao trabalhar fora se distanciará da educação dos filhos, e seu lugar no seio familiar acaba sendo substituído por outros elementos. A série é marcada também pela competição entre as mulheres o que não estimula a disseminação de valores igualitários entre elas.

Já no *Show da Luna* várias quebras de estereótipos são evidenciadas, onde as mulheres assumem papéis diversos e há uma divisão das tarefas domésticas entre homens e mulheres. Já as interações entre as distintas gerações de mulheres são mais evidentes, existem trocas de conhecimentos e solidariedade entre Luna e sua mãe e Luna e sua avó. A partir da exploração da menina sobre o mundo, muitas vezes os adultos, incluindo as personagens femininas, são sempre interpelados num primeiro momento pelas crianças em busca de respostas.

A sociedade tem se tornado cada vez mais complexa, e os meios de comunicação tendem a moldá-la com a mesma aparência e a enfatizar determinados segmentos em detrimento de outros. Assim, projetos que repensem as relações entre comunicação e sociedade e reflitam sobre as formas de expressão dos diversos segmentos sociais, ampliando os processos dialógicos de toda comunicação, devem ser motivados.

Verificamos nas obras analisadas, portanto, que as mulheres cada vez mais reivindicam seus espaços em diferentes esferas societárias, ocupam espaços que antes eram ocupados por homens e passam a cobrar a divisão de responsabilidades gradativamente nas famílias. Contudo, a produção audiovisual não acompanha plenamente essas transformações do papel das mulheres na sociedade o que torna necessário a criação de políticas públicas de comunicação na perspectiva de gênero para estimular a produção de conteúdos que contribuam para o avanço da igualdade entre os gêneros.

Alguns avanços, portanto, podem ser notados nas obras, contudo, outros ficam a desejar pois os programas pecam, por exemplo, em não apresentar uma melhor abordagem da divisão do trabalho doméstico.

Com isso, observamos que muitos canais da televisão pagos tem investido em programas mais educativos, contudo, apenas a obrigatoriedade da produção nacional ou o aumento de produtos inseridos na linha educativa/instrucional não garantem a pluralidade dos conteúdos audiovisuais distribuídos no país e a disseminação de valores pró-igualdade de gênero. Mães e pais devem estar atentos ao que suas filhas e seus filhos estão sendo expostos, em qualquer mídia ou circunstância.

Pelo exposto, acreditamos na importância da análise recorrente de produtos midiáticos que enfatizam o protagonismo feminino, os quais devem envolver olhares cuidadosos, pois ao tempo em que evidenciam certos valores que promovem a igualdade de gêneros e a representação plural das mulheres podem ocultar “novos” tabus e estereótipos desqualificando o papel social e cultural da mulher.

Em se tratando de produtos midiáticos destinados ao público infantil esta situação é ainda mais delicada, devido à inerente suscetibilidade da criança

aos valores e visões de mundo que chegam aos seus olhos pela televisão e pelas diferentes plataformas cada vez mais acessíveis a este público.

Assim, acreditamos que antes de excluir ou repudiar determinado programa ou desenho animado, ou mesmo excluir o acesso da criança ao tablete e internet, os pais devem procurar entender o universo com o qual estão lidando, devem buscar relativizar e conhecer os contextos, os formatos e os preceitos que cada produção assistida pelo seu filho, para, então, balizar seus julgamentos e contribuir para uma formação mais ampla e conectada do filho com valores mais humanos, dentro da mentalidade de sua própria geração.

Referências

BORGES, A. R.; ARREGUY, S.; SOUZA, L. de. *O auge e o declínio da programação infantil na TV brasileira*. Mediação, v. 14, n. 15, jul/dez de 2012. Disponível em: <http://www.fumec.br/revistas/mediacao/article/view/1357>. Acesso em: 10/07/2017.

BERGER, P.; LUCKMANN, T. **A construção social da realidade**: tratado de sociologia do conhecimento. Petrópolis: Vozes, 1973.

CARVALHO, G. P. **Princesas em transformação: as mudanças identitárias das protagonistas de filmes de animação**. Monografia (Graduação) - Curso de Comunicação Social (Jornalismo), Universidade Federal do Tocantins, Palmas, 2016.

CORREA, M. R. **Cartografias do envelhecimento na contemporaneidade**: velhice e terceira idade. São Paulo: Editora UNESP/Cultura Acadêmica, 2009.

JOVCHELOVITCH, S. *Re(des)cobrando o outro*. **in**: ARRUDA, A (org.). **Representando a alteridade**. Petrópolis: Vozes, 1999.

MARTIN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações. Comunicação, cultura e hegemonia.** Trad. Ronald Polito, Sérgio Alcides. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2009

MARTIN-BARBERO, J.; REY, G. **Os exercícios do ver. Hegemonia audiovisual e ficção televisiva.** São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2004.

MACHADO, S.. *A (Sub)alteridade feminina na publicidade e propaganda.* In: PARENTE, T. G; MIRANDA, C. M. **Arquiteturas de Gênero: questões e debates.** Palmas: Eduft, 2015. Pp. 145-172

MENESES, V. D. **O Brasil e os Brasis na televisão aberta regional.** Palmas: EDUFT, 2015.

MESSIAS, A. R. *Gênero e Mídia: Um olhar sobre a mulher idosa em narrativas fílmicas brasileiras.* Interfaces Científicas - Humanas e Sociais, v.01, n. 01, p. 17-29, out. 2012

MEYROWITZ, J. *Oltre Il senso Del luogo. L'impatto dei media elettronici sus comportamento sociale.* Baskerville, Bologna, 1993.

MIRANDA, C. M. *El incómodo debate de las cuestiones de género en la educación brasileña.* Revista Científica de Educación y Comunicación - Hachetetepé, v. 14, p. 87-98, 2017.

_____. *Articulação de Mulheres Brasileiras e a construção de espaços políticos no governo federal brasileiro.* In: PARENTE, T. G; MIRANDA, C. M. **Arquiteturas de Gênero: questões e debates.** Palmas: Eduft, 2015. Pp. 315-336.

MIRANDA, C. M.; BARROSO, M. F. *Desenvolvimento regional sob a perspectiva de gênero: atuação organizada de mulheres nos governos do Amazonas e Tocantins.* Novos Cadernos NAEA, v. 16, p. 262-283, 2013.

MORAES ALVES, A. *Fronteiras da relação. Gênero, geração e a construção de relações afetivas e sexuais.* Revista Sexualidad, Salud y Sociedad, n.3 - 2009 - pp.10-32, 2009. Disponível em: <http://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/SexualidadSaludySociedad/article/view/111/460>. Acesso em: 05/07/2017.

MUNGLIOLI, M. C. P. *Televisão e criança: algumas reflexões. Educação Temática Digital*, Campinas, v.7, n.1, p.57-66, jun. 2005.

SANTOS, S. O. dos. *Questões de gênero na produção cultural para crianças: desenhos animados As terríveis aventuras de Billy e Mandy e os anjinhos*. Textura, v.17 n.34, mai./ago. 2015, pp. 140-157.. Disponível em: <http://www.periodicos.ulbra.br/index.php/txra/article/viewFile/1502/1134>. Acesso em: 10/07/2017.

WILLIAMS, R. *Television: technology and cultural form*. New York: Schocken Books, 1974

_____. *Marxismo y literatura*. Barcelona: Ediciones Península, 1980.

WHITAKER, D.C.A. *O idoso na contemporaneidade: a necessidade de se educar a sociedade para as exigências desse "novo" ator social, titular de direitos*. Cad. Cedes, Campinas, vol. 30, n. 81, p. 179-188, mai.-ago., 2010. Disponível em: <http://www.cedes.unicamp.br>. Acesso: 01/07/2017.