

ENTRE UM DESIGN ARTESANAL E UM DISCURSO MIDIÁTICO: “namoradeira” e a “bela, recatada e do lar”.

Ana Cristina Silveira¹
Wallison Tiago Rocha²
Luciana Beatriz Chagas³
Paulo Henrique Caetano⁴

RESUMO: Tomando como ponto de partida uma reportagem da revista *Veja*, intitulada: “Bela, recatada e do lar”, o presente ensaio procura relacionar os discursos sobre o papel da mulher na sociedade atual, fazendo uma analogia com o design de um objeto artesanal conhecido como “Namoradeira”. O trabalho intenta combinar dois ambientes da vida social: o ambiente discursivo da mídia e o ambiente da cultura popular, tendo o artesanato como produto cultural. Em ambos os casos, destaca-se o discurso em torno do papel feminino que restringe à mulher somente aos afazeres do lar. Com esses elementos, pretende-se demonstrar que os traços de uma cultura baseada no patriarcalismo se fazem presentes na atualidade, e vão na direção oposta às conquistas alcançadas pelas mulheres no século XXI.

PALAVRAS-CHAVE: Namoradeiras, design de artesanato, discurso da mídia, ‘bela, recatada e do lar’.

ABSTRACT: Departing from a news report published in *Veja* magazine, called “Beautiful, demure and a housewife”, this essay relates discourses about women’s roles in society, creating an analogy with the design of a handcrafted doll known as “Namoradeira”. The objective is to combine two aspects of social life: the discursive ambient of the media and the ambient of the popular culture, having handcrafts as cultural products. In both cases, the discourse around female’s role that restricts the woman to the household chores. With these elements in mind, the intent is to demonstrate that some aspects of a culture based on patriarchalism still persist nowadays, and go against the flow of women’s conquests in the 2000’s.

KEYWORDS: Namoradeiras, handcraft design, media discourse, “beautiful, demure and a housewife”.

¹ Mestranda em Artes, Urbanidades e Sustentabilidade pela Universidade Federal de São João del-Rei. Graduada em Artes Aplicadas Universidade Federal de São João del-Rei. Atua como técnica em cerâmica na Universidade Federal de São João del-Rei desde 2014. E-mail: anacris2010sp@gmail.com

² Mestrando em Artes, Urbanidades e Sustentabilidade pela Universidade Federal de São João del-Rei. Graduado em Letras com habilitação em Língua Portuguesa e Língua Espanhola pela Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul. E-mail: wallison_tiago@hotmail.com

³ Doutora em Artes Visuais pela Universidade de São Paulo. Mestre em Multimeios pela Universidade Estadual de Campinas. Graduada em Educação Artística pela Universidade Estadual de Campinas. Professora adjunta do Bacharelado em Artes Aplicadas e do Programa Interdisciplinar de Pós Graduação em Artes, Urbanidades e Sustentabilidade E-mail: lbchagas@ufsj.edu.br

⁴ Paulo Henrique Caetano é Professor Associado na Universidade Federal de São João del-Rei, atuando no Curso de Comunicação Social – Jornalismo e no PIPAUS. É mestre em Estudos Literários e Doutor em Linguística Aplicada pela UFMG. E-mail: phcaetano@ufsj.edu.br

INTRODUÇÃO

O presente ensaio propõe uma analogia entre uma representação discursiva conservadora do papel da mulher na família, muito recorrente em ambientes midiáticos, como “bela, recatada e do lar”; e o conceito de design de um objeto artesanal conhecido por “namoradeiras”, muito recorrente nas fachadas de lares na região de São João del-Rei. Essa reflexão teve início em um grupo de trabalho formado na disciplina “Análise Crítica do Design”, no Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar em Artes, Urbanidades e Sustentabilidade (doravante PIPAUS), na Universidade Federal de São João del-Rei (UFSJ). O foco está nos discursos que naturalizam relações assimétricas entre homens e mulheres na sociedade, sendo a submissão e objetificação da mulher elementos estruturantes do tecido cultural brasileiro, permeando a mídia, a publicidade, a literatura, o processo de formulação de leis, as relações pessoais e institucionais, e todas as esferas do mundo da vida. De acordo com o nosso ponto de vista, como autoras e autores, é importante levantarmos questionamentos sobre essa cultura anacronicamente patriarcal, que reside no imaginário da nação, ainda que a maioria dos debates dentro dos movimentos sociais e das próprias ciências sociais tenham já superado essa questão.

E a propósito do conceito de discurso que utilizamos, podemos tomá-lo como uma maneira de interpretar o mundo, de organizar seus elementos, de desenvolver conhecimentos, de agir em sociedade, de expressar crenças e valores. Essa definição se aproxima de um grupo de teóricos, dentre os quais destacaremos Fairclough (2001), Thompson (1998) e Harvey (1996). Para este último, autor caro para as Urbanidades e para a Sustentabilidade, o discurso é um dos momentos do processo social, os quais ele denomina: **a) momento da linguagem/discurso**; b) momento de manifestação do poder, dentro do qual o discurso é elemento preponderante; c) momento do pensamento, da fantasia, do desejo; d) momento da construção de instituições; e) momento das práticas materiais; f) momento das relações sociais (cf. HARVEY, 1996, p. 78-79). E o discurso, primeiro desses momentos listados, permeia, de maneira estruturante, os outros momentos, assim como todos os momentos internalizam os demais, com um fluxo dinâmico, como explica o autor. Isso quer dizer que um tipo de discurso sobre determinado aspecto da vida, sobre determinadas maneiras ideais de se

viver, está diretamente relacionado à forma como o sujeito se comporta em outras esferas de suas relações sociais.

A aproximação do discurso referido, de mulher “bela, recatada e do lar”, com o conceito do design artesanal das “namoradeiras” nos permite uma visão amplificada dos estereótipos que ditam a conduta da mulher, seu lugar na cultura e na sociedade em que a dominação masculina muitas vezes passa despercebida. Para organizarmos a nossa discussão, dividimos o texto em quatro tópicos, quais sejam: i) “Introdução”, que já se apresenta; ii) “Design artesanal e discurso midiático: a construção de um ponto de vista”, momento em que iremos delinear os elementos culturais que demarcam papéis sociais; iii) “A construção dos discursos: a ‘bela, recatada e do lar’ e a ‘namoradeira’, parte em que ambos objetos são relacionados a uma matriz patriarcal comum; iv) e finalizamos com as reflexões dos autores.

DESIGN ARTESANAL E DISCURSO MIDIÁTICO: A CONSTRUÇÃO DE UM PONTO DE VISTA

No ensaio "O modo de ver do designer", do livro *O mundo codificado*, Vilém Flusser (2007) faz uma provocação, por meio de uma analogia poética com versos de um poema alemão⁵, e relaciona o olhar do designer com o olhar da alma humana: “A alma tem dois olhos: um olha o tempo, o outro olha para longe, em direção à eternidade” (FLUSSER, 2007, p. 188). O autor explica que o olho que olha em direção à eternidade, é o olho do designer, cuja capacidade de sintetizar o seu tempo e processar o design de um porvir desconhecido o coloca em uma condição que transcende a sua própria existência. E essa analogia permite pensar, guardadas as devidas proporções, numa correlação entre uma peça de artesanato, ou uma obra de arte, com determinado tipo de discurso, por exemplo. E se voltarmos o nosso olhar especificamente para o discurso midiático da “bela, recatada e do lar”, é possível relacioná-lo a elementos da cultura popular, como a escultura da “namoradeira”, Figura 1. E esse movimento de se relacionar um discurso a um produto da cultura encontra amparo em teorias do Discurso Multimodal, como desenvolvida por Kress e Van Leeuwen (2001), a qual utilizamos na disciplina de Análise Crítica do Design.

⁵ Flusser refere-se ao poema “O andarilho angelical”, de Angelus Silesius, poeta místico alemão do século XVII.

Dentro dessa perspectiva, uma peça de artesanato, antes de se materializar, responde a um discurso, que seria o conteúdo propriamente dito, a ideia. Tal discurso seria traduzido em um design, uma espécie de planejamento, que realiza a ‘tradução’ entre aquele discurso e a produção da peça de fato. Isso quer dizer que até as escolhas processuais estão impregnadas dos discursos constitutivos do ambiente social no qual um produto da cultura passa a existir. Dessa maneira, assim como Flusser faz uso da poesia para conceituar esse olhar criativo, o significado de um determinado objeto artesanal pode ter o mesmo “efeito de verdade” que um discurso midiático.



Figura 1: Objeto artesanal – Boneca Namoradeira
Fonte – Arquivo pessoal

No que concerne à mídia, esse é um sistema aberto, suscetível a diferentes interpretações, que encena relações de poder e postula modos ou modelos de conduta ditos como verdades. Assim, conforme a abordagem do filósofo Michael Foucault (1996), o discurso representa não mais verdades absolutas, mas sim o que quer se noticiar como verdadeiro.

Se o discurso verdadeiro não é mais, com efeito, desde os gregos, aquele que exerce o poder, na vontade de verdade, na vontade de dizer esse discurso verdadeiro, o que está em jogo, senão o desejo do poder? O discurso verdadeiro, a que a necessidade de sua forma liberta do desejo e libera do poder, não pode reconhecer a vontade de verdade, essa que se impõe a nós há bastante tempo, é tal que a verdadeira que ela quer não pode deixar de mascarar-la. (FOUCAULT, 1996, p. 20)

Considerando a complexidade e diversidade dos discursos que circulam na sociedade e disputam a hegemonia nas arenas discursivas, numa peça de artesanato, o discurso empregado é também a expressão de um ponto de vista, que contém valores, conhecimentos, crenças, e visões de mundo. Para o antropólogo Ricardo Gomes Lima, dentro da produção artesanal há um discurso que preconiza a conservação da cultura popular incorporada na prática do artesanato, levando em consideração o testemunho de um passado que deve ser preservado; e de outro lado encontra-se um discurso que reflete sobre a adequação do artesanato à contemporaneidade (LIMA, 2005). E alguns produtos feitos à mão carregam vestígios de comportamentos androcêntricos, ou seja, com uma estética voltada para agradar o público masculino.

Mediante este parâmetro, associaremos um artigo jornalístico que foi responsável pela recente popularização da expressão “Bela, recatada e do lar” com as bonecas namoradeiras como representação icônica de um arquétipo de mulher do lar. O artigo referido trata-se da matéria intitulada “*Marcela Temer: Bela, recatada e ‘do lar’*” publicado pela revista *Veja* em 18 de abril do ano de 2016. O termo arquétipo, segundo Carl Gustav Jung (1964), é uma tendência para formar representações baseadas na repetição de comportamentos durante muitas gerações. Assim, costumes já em desuso persistem em aparecer, mesmo que de forma subliminar. As imagens projetadas pelo referido discurso e artesanato podem ser agregadas ao pensamento retrógrado e arquetípico de que lugar de mulher é dentro de casa.

Uma vez que a manchete desse artigo parece nos direcionar para o século XIX, então nada mais natural do que refletirmos que estamos no século XXI e que o valor da mulher não pode estar associado ao recato, ao âmbito privado e a uma moral anacrônica. E isso nos leva a perceber que no dia a dia, sim, há um forte resquício desse pensamento. Nesse sentido, no próximo tópico faremos uma breve análise da associação do discurso midiático “Bela, recatada e do lar” com o design de objeto artesanal “Namoradeira”, refletindo sobre a

delicadeza desse encontro, que para ser profícuo e sustentável deve acontecer sem dominação e imposição de saberes.

A CONSTRUÇÃO DOS DISCURSOS: A “BELA, RECATADA E DO LAR” E A “NAMORADEIRA”

A revista *Veja*⁶ publicou uma matéria sobre Marcela Temer⁷, destacando, em tom elogioso, suas qualidades e a sorte que tem seu esposo de tê-la ao seu lado. A matéria, assinada por Juliana Linhares, com o título composto de atributos sublinhados pela jornalista, como beleza, recato e “do lar”, remetem ao ideal de mulher da primeira metade do século XX, que perdurou até meados da década de 1960. Consideramos as ideias expressas no texto obsoletas e na contramão das conquistas femininas das últimas décadas. Embora tenha sido redigido como bajulação à proclamada então “futura primeira-dama”, faz clara alusão aos mesmos adjetivos que eram utilizados para identificar o ideal feminino no Brasil de cem anos atrás. Nesse seguimento, segundo Marina Maluf e Maria Lucia Mott, nas três primeiras décadas do século XX as atividades femininas estavam restritas ao âmbito privado, apoiadas num discurso ideológico que preconizava “o papel de ‘rainha do lar’, sustentada pelo tripé mãe-esposa-dona de casa” (MALUF, MOTT, 2006, p. 373). É naquele contexto sócio-histórico que eram elogiosos os predicados “bela, recatada e do lar”, exaltando atributos físicos, morais e sociais do objeto do discurso em questão, a mulher.

E tal modelo de mulher pode ser associado às bonecas namoradeiras. As referidas são um exemplo típico do artesanato mineiro e consistem em torsos de bonecas produzidas em gesso, cerâmica ou madeira que são normalmente posicionadas como adorno nas janelas das casas, com a face voltada para o exterior, para serem vistas a partir do lado de fora. Sua expressão corporal, com uma das mãos de apoio ao rosto e a outra que descansa na horizontal em sinal de espera, nos traz a associação com esse ideal da mulher bela, recatada e do lar, ou que aguarda pacientemente a chegada de um provável marido, provedor da família ou, caso

⁶Site da revista *Veja* online: <<https://veja.abril.com.br/brasil/marcela-temer-bela-recatada-e-do-lar/>> Acesso em 03 de jul. 2017

⁷Marcela Tedeschi Araújo Temer, natural de Paulínia, nascida em 16 de maio de 1983, é a esposa do atual presidente do Brasil, Michel Temer. É a primeira-dama do país, desde 31 de agosto de 2016, ainda que a legitimidade do governo Temer seja contestada de maneira contundente no país.

solteira, que intenta atrair um pretendente, uma vez que não é esperado que uma moça com essas características tenha vida social ativa.

Na literatura, podemos notar a manifestação desses papéis femininos nas narrativas que descrevem os costumes do século XIX, como por exemplo, no romance *Senhora*, de José de Alencar, publicado pela primeira vez em 1875:

Não era a moça que ali estava à **janela**; mas uma **estátua**, ou com mais propriedade, a **figura de cera** do mostrador de um cabeleireiro da moda. A menina cumpria estritamente a obrigação que se tinha exposto; mostrava-se para ser **cobiçada e atrair um noivo**. (ALENCAR, 1997, p. 66, grifo nosso).

As namoradeiras estão vinculadas a um arquétipo de mulher que não inclui outras opções, a não ser a de dona de casa. Para quem a confecciona, no caso o artesão ou artesã, elas são resultados de um trabalho executado com maestria que será apreciado por quem o comprar; e para essa clientela atraída pelos aspectos estéticos, serão enfeites decorativos. No entanto, tanto o artesão quanto o consumidor, estão sendo implicados em um ambiente discursivo de base patriarcal, que tacitamente constrói valores e impactam no processo social. Segundo Simone de Beauvoir, sempre foi interesse dos homens que as mulheres se mantivessem dependentes, ou seja, sempre em situação de inferioridade em relação a eles.

A história mostrou-nos que os homens sempre detiveram todos os poderes concretos; desde os primeiros tempos do patriarcado, julgaram útil manter a mulher em estado de dependência; seus códigos estabeleceram-se contra ela; e assim foi que ela se constituiu concretamente como Outro (BEAUVOIR, 1970, p.179)

Nas diversas relações e papéis sociais assumidos pelas mulheres notam-se, claramente, as desvantagens a que elas são submetidas, tendendo a ser ignoradas em favor do protagonismo do gênero masculino nos aspectos intelectuais, produtivos e até mesmo nos aspectos anatômicos, uma vez que se enaltece apenas um tipo específico de beleza feminina construída pela mídia, por exemplo, para agradar o olhar masculino. Ao observamos as namoradeiras nos deparamos, infelizmente, com a reprodução desse padrão “bela, recatada e do lar”. Também nas bonecas namoradeiras, a mulher é mostrada como um objeto de representação do desejo masculino, tendo o corpo modelado de forma desproporcional a fim

de evidenciar os seios, por exemplo. Nas diversas versões feitas das namoradeiras pelos diferentes artesãos, passa-se pouco a pouco a suprimir o aspecto “recatada” para valorizar a sensualidade, inclusive para isso enegrecendo a pele da boneca.

Atente-se ao decote profundo da namoradeira, ao passo que a expressão facial é lânguida e sensual, caracterizando-se assim como um design voltado a um público predominantemente masculino. O mesmo se dá quando analisamos o discurso midiático representado pela publicação na revista *Veja*, abaixo reproduzido, Figura 2, no qual “bela, recatada e do lar” são atributos associados à imagem da personagem Marcela Temer. Percebemos que a reportagem visa o público masculino mesmo quando consumida por mulheres, uma vez que sugere de maneira tácita que essa referência seja um ideal a ser seguido pelas leitoras.



Figura 2: Reportagem (Revista Veja – Marcela Temer).
 Fonte - <http://veja.abril.com.br/brasil/marcela-temer-bela-recatada-e-do-lar/>

Abaixo do título e subtítulo da matéria, encontra-se uma foto de Marcela Temer, elegantemente vestida, maquiada e penteada. Com seu corpo em primeiro plano e por trás um fundo iluminado, o padrão de beleza de mulher branca, magra, jovem, alta e loira é entoadado. Nessas representações das Figuras 1 e 2, tanto Marcela Temer quanto a boneca namoradeira aparecem como jovens e bonitas. Desse modo, ressalta-se que as qualidades mais significativas a serem apreciadas estão ligadas aos atributos físicos.

Na história da arte, a beleza feminina está ligada à jovialidade; porém a velhice da mulher é relacionada com a feiúra e a morte. Tal constatação se faz presente nas obras *A idade da mulher e da morte* (1510), Figura 3, de Hans Baldung Grien; e *A velha cortesã* (1887-1889), Figura 4, de Auguste Rodin (COELHO, 2015, p.113). Enquanto isso, nas representações masculinas, mesmo um personagem velho é representado com vigor físico. Vejamos, por exemplo, a obra *Moisés* (1513 – 1515), Figura 5, de Michelangelo, esculpido em mármore, rosto com traços firmes, olhar sadio e físico forte de um homem jovem, detalhe claramente perceptível se atentarmos para o musculoso braço do personagem. Diametralmente oposta a essa imagem, temos a velha representada por Rodin, que está cabisbaixa e seu corpo quase cadavérico aparenta fraqueza, como se já estivesse entregue, aguardando a morte.



Figura 3: Hans Baldung Grien⁸ Figura 4: Auguste Rodin⁹ Figura 5: Michelangelo Buonarroti¹⁰

Para Beauvoir, o homem vê na mulher já idosa a decadência da própria carne, a figura refletida de seu próprio fim, “a mulher velha, a mulher feia não são somente objetos sem encantos: suscitam um ódio impregnado de medo” (BEAUVOIR, 1970, p. 202). Essa

⁸ Hans Baldung Grien: “As idades da mulher e a morte”, c. 1510 Óleo sobre painel de madeira. Museo Nacional Del Prado. Fonte: <https://repositorio.unesp.br/handle/11449>. Acesso em: 08/06/2017.

⁹ Auguste Rodin “A velha cortesã”, 1887 ou 1889. Bronze. Musée Rodin. Fonte: <https://repositorio.unesp.br/handle/11449>. Acesso em: 08/06/2017.

¹⁰ Michelangelo Buonarroti “Moisés”, 1513 – 1515. Mármore. Igreja de San Pietro in Vincoli, Roma Fotografias de Ricardo Coelho. Fonte: <https://repositorio.unesp.br/handle/11449>. Acesso em: 08/06/2017.

constatação nos dá subsídios para compreender a valorização da jovialidade e da beleza feminina, porém não deixa de ser um comportamento egoísta, pois à mulher é exigida uma perfeição estética que ultrapassa a sua própria natureza. O corpo feminino em sua jovialidade tanto nos séculos anteriores quanto na era da mídia digitalizada é tido como produto ornamental, extirpado de sua essência humana e subjugado por interesses patriarcais. Em relação ao papel das artes na consolidação dessas representações, para Anne Cauquelin (2005, p.162), “a atividade artística sempre foi requisitada pelo poder para dar visibilidade aos conceitos que lhe servem de princípios”.

ALGUMAS CONSIDERAÇÕES

Concluimos com a associação entre o conceito do design artesanal da Namoradeira e o discurso midiático da revista *Veja*, que há uma ênfase na manutenção de estereótipos aparentemente inocentes, mas que são frutos da desigualdade de gênero presente e aceita pelo senso comum em nossa sociedade. E, malgrado ela tenha sido mais intensa no passado, persiste ainda hoje, sendo, inclusive, naturalizada no título da capa de um dos veículos de mídia de maior circulação no país. O estudo de gênero passa a se constituir como uma forma de compreender as relações humanas. Nos conceitos apresentados, vemos que prevalecem as práticas sociais pautadas na cultura da subordinação da mulher. A partir desse discurso, as práticas publicitárias são construídas baseadas em padrões naturalizados e as práticas artesanais, no caso das bonecas namoradeiras, repetem e realçam papéis sociais arraigados na cultura patriarcal. Diante da análise do discurso “Bela, recatada e do lar” e do conceito das Namoradeiras, percebe-se que ainda temos um pensamento estereotipado da mulher como patrimônio, e do homem como aquele que tende a desempenhar papel de poder. O corpo de mulher por si tem que ser bonito; e no do homem a estética que predomina é a força física e a capacidade intelectual.

Ainda que tenhamos partido de uma única reportagem e de um único elemento do artesanato de Minas Gerais, foi possível coletar indícios de uma forma de representação que, discretamente, forja o imaginário social e se apresenta como uma via significativa na constituição do tecido cultural. Se assimetrias sistêmicas são naturalizadas e tomadas como

peculiaridades de nossa cultura, não sendo colocadas em crise, corre-se o risco de retrocesso no campo dos direitos. Uma tentativa válida de mitigação desse retrocesso seria aprofundar nesses questionamentos levantados e buscar outros exemplos do discurso midiático e da cultura popular para uma compreensão mais abrangente e estruturada desse aspecto do mundo da vida. E as evidências estão disponíveis para futuros empreendimentos.

REFERÊNCIAS

ALENCAR, José. Senhora. In: ALENCAR, José. Clássicos Scipione. São Paulo: Editora Scipione, 1997, p.3-188.

BARDI, Lina Bo. Um balanço dezesseis anos depois. In: Tempos de grossura: o design do impasse. São Paulo: Instituto Lina Bo e P. M. Bardi, 1994, p. 5-41.

BEAUVOIR, Simone. O segundo sexo I: Fatos e mitos. Tradução Sérgio Milliet. São Paulo: Difusão Européia do Livro, 1970.

CAUQUELIN, Anne. Arte contemporânea: uma introdução. Tradução Rejane Janowitz. São Paulo: Martins Fontes, 2005, (coleção Todas as artes).

COELHO, Ricardo. Entre o corpo da obra e o corpo do observador: Instituto de Artes “Julio de Mesquita Filho”. 2015. 488f. Tese (Doutorado) - Universidade Estadual Paulista, Disponível em: <<https://repositorio.unesp.br/handle/11449/132181>> acesso em 02 de julho de 2017

FAIRCLOUGH, Norman. Discurso e Mudança Social. [Tradução de Izabel Magalhães]. Brasília: Editora UNB, 2001.

FLUSSER, Vilém. O Mundo Codificado: Por uma filosofia do Design e da Comunicação. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

FOUCAULT, M. A Ordem do Discurso. São Paulo: Loyola, 1996.

HARVEY, David. Justice, nature & the geography of difference. Malden (USA), Oxford (UK) e Victoria (Australia): Blackwell, 1996.

JUNG, Carl Gustav. O homem e seus símbolos. Tradução: Maria Lúcia Pinho. São Paulo: Editora Nova Fronteira, 1964.

KRESS, Gunther e VAN LEEUWEN, Theo. Multimodal discourse: the modes and media of contemporary communication. London: Arnold, 2001.

LIMA, M. F.; OLIVEIRA, A. J. Artesanato e design: relações delicadas. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM DESIGN, 12, 2016, Belo Horizonte. Anais. São Paulo: Blucher Design Proceedings, 2016. p.5164-5174. Disponível em: <<http://pdf.blucher.com.br.s3-sa-east-1.amazonaws.com/designproceedings/ped2016/0442.pdf>> acesso em 06 de julho de 2017.

LINHARES, Juliana. Marcela Temer: Bela, recatada e “do lar”. Veja, São Paulo: Editora Abril, 18 de abril de 2016. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/brasil/marcela-temer-bela-recatada-e-do-lar/>> Acesso em 03 de jul. 2017.

LIMA, Ricardo. Cinco pontos para discussão. Disponível em <http://portal.iphan.gov.br/uploads/publicacao/Artesanato__Cinco_Pontos_para_Discussao.pdf> acesso em 26 de fevereiro de 2018.

MALUF, M. e MOTT, M. L. Recônditos do mundo feminino. In: NOVAIS, F. A. (Coord.); **SEVCENKO, N.** (Org.). A história da vida privada no Brasil. República: da belle époque à era do rádio. São Paulo: Companhia das Letras, 2006, p.373.

THOMPSON, J. B. Ideologia e Cultura Moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa. [Tradução de Carmen Grisciet al.] Petrópolis: Vozes, 1995.