

VOL VI

POR PALAVRAS E GESTOS A ARTE DA LINGUAGEM

Mauriceia Silva de Paula Vieira
Patrícia Vasconcelos Almeida
(Organizadoras)



EDITORA
ARTEMIS
2022

VOL VI

POR PALAVRAS E GESTOS A ARTE DA LINGUAGEM

Mauriceia Silva de Paula Vieira
Patrícia Vasconcelos Almeida
(Organizadoras)



EDITORA
ARTEMIS
2022



O conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição Creative Commons Atribuição-Não-Comercial NãoDerivativos 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0). Direitos para esta edição cedidos à Editora Artemis pelos autores. Permitido o download da obra e o compartilhamento, desde que sejam atribuídos créditos aos autores, e sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

A responsabilidade pelo conteúdo dos artigos e seus dados, em sua forma, correção e confiabilidade é exclusiva dos autores. A Editora Artemis, em seu compromisso de manter e aperfeiçoar a qualidade e confiabilidade dos trabalhos que publica, conduz a avaliação cega pelos pares de todos manuscritos publicados, com base em critérios de neutralidade e imparcialidade acadêmica.

Editora Chefe	Prof. ^a Dr. ^a Antonella Carvalho de Oliveira
Editora Executiva	M. ^a Viviane Carvalho Mocellin
Direção de Arte	M. ^a Bruna Bejarano
Diagramação	Elisangela Abreu
Organizadoras	Prof. ^a Dr. ^a Mauriceia Silva de Paula Vieira Prof. ^a Dr. ^a Patricia Vasconcelos Almeida
Imagem da Capa	Watercolour/shutterstock
Bibliotecária	Janaina Ramos – CRB-8/9166

Conselho Editorial

Prof.^a Dr.^a Ada Esther Portero Ricol, *Universidad Tecnológica de La Habana “José Antonio Echeverría”, Cuba*
Prof. Dr. Adalberto de Paula Paranhos, *Universidade Federal de Uberlândia*
Prof.^a Dr.^a Amanda Ramalho de Freitas Brito, *Universidade Federal da Paraíba*
Prof.^a Dr.^a Ana Clara Monteverde, *Universidad de Buenos Aires, Argentina*
Prof.^a Dr.^a Ana Júlia Viamonte, *Instituto Superior de Engenharia do Porto (ISEP), Portugal*
Prof. Dr. Ángel Mujica Sánchez, *Universidad Nacional del Altiplano, Peru*
Prof.^a Dr.^a Angela Ester Mallmann Centenaro, *Universidade do Estado de Mato Grosso*
Prof.^a Dr.^a Begoña Blandón González, *Universidad de Sevilla, Espanha*
Prof.^a Dr.^a Carmen Pimentel, *Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro*
Prof.^a Dr.^a Catarina Castro, *Universidade Nova de Lisboa, Portugal*
Prof.^a Dr.^a Cirila Cervera Delgado, *Universidad de Guanajuato, México*
Prof.^a Dr.^a Cláudia Padovesi Fonseca, *Universidade de Brasília-DF*
Prof.^a Dr.^a Cláudia Neves, *Universidade Aberta de Portugal*
Prof. Dr. Cleberton Correia Santos, *Universidade Federal da Grande Dourados*
Prof. Dr. David García-Martul, *Universidad Rey Juan Carlos de Madrid, Espanha*
Prof.^a Dr.^a Deuzimar Costa Serra, *Universidade Estadual do Maranhão*
Prof.^a Dr.^a Dina Maria Martins Ferreira, *Universidade Estadual do Ceará*
Prof.^a Dr.^a Eduarda Maria Rocha Teles de Castro Coelho, *Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, Portugal*
Prof. Dr. Eduardo Eugênio Spers, *Universidade de São Paulo*
Prof. Dr. Eloi Martins Senhoras, *Universidade Federal de Roraima, Brasil*



Prof.ª Dr.ª Elvira Laura Hernández Carballido, *Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo*, México
Prof.ª Dr.ª Emilas Darlene Carmen Lebus, *Universidad Nacional del Nordeste/ Universidad Tecnológica Nacional*, Argentina
Prof.ª Dr.ª Erla Mariela Morales Morgado, *Universidad de Salamanca*, Espanha
Prof. Dr. Ernesto Cristina, *Universidad de la República*, Uruguay
Prof. Dr. Ernesto Ramírez-Briones, *Universidad de Guadalajara*, México
Prof. Dr. Gabriel Díaz Cobos, *Universitat de Barcelona*, Espanha
Prof.ª Dr.ª Gabriela Gonçalves, Instituto Superior de Engenharia do Porto (ISEP), Portugal
Prof. Dr. Geoffroy Roger Pointer Malpass, Universidade Federal do Triângulo Mineiro, Brasil
Prof.ª Dr.ª Gladys Esther Leoz, *Universidad Nacional de San Luis*, Argentina
Prof.ª Dr.ª Glória Beatriz Álvarez, *Universidad de Buenos Aires*, Argentina
Prof. Dr. Gonçalo Poeta Fernandes, Instituto Politécnico da Guarda, Portugal
Prof. Dr. Gustavo Adolfo Juarez, *Universidad Nacional de Catamarca*, Argentina
Prof.ª Dr.ª Iara Lúcia Tescarollo Dias, Universidade São Francisco, Brasil
Prof.ª Dr.ª Isabel del Rosario Chiyon Carrasco, *Universidad de Piura*, Peru
Prof.ª Dr.ª Isabel Yohena, *Universidad de Buenos Aires*, Argentina
Prof. Dr. Ivan Amaro, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Brasil
Prof. Dr. Iván Ramon Sánchez Soto, *Universidad del Bío-Bío*, Chile
Prof.ª Dr.ª Ivânia Maria Carneiro Vieira, Universidade Federal do Amazonas, Brasil
Prof. Me. Javier Antonio Albornoz, *University of Miami and Miami Dade College*, Estados Unidos
Prof. Dr. Jesús Montero Martínez, *Universidad de Castilla - La Mancha*, Espanha
Prof. Dr. João Manuel Pereira Ramalho Serrano, Universidade de Évora, Portugal
Prof. Dr. Joaquim Júlio Almeida Júnior, UniFIMES - Centro Universitário de Mineiros, Brasil
Prof. Dr. José Cortez Godínez, Universidad Autónoma de Baja California, México
Prof. Dr. Juan Carlos Cancino Diaz, Instituto Politécnico Nacional, México
Prof. Dr. Juan Carlos Mosquera Feijoo, *Universidad Politécnica de Madrid*, Espanha
Prof. Dr. Juan Diego Parra Valencia, *Instituto Tecnológico Metropolitano de Medellín*, Colômbia
Prof. Dr. Juan Manuel Sánchez-Yáñez, *Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo*, México
Prof. Dr. Júlio César Ribeiro, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Brasil
Prof. Dr. Leinig Antonio Perazolli, Universidade Estadual Paulista (UNESP), Brasil
Prof.ª Dr.ª Livia do Carmo, Universidade Federal de Goiás, Brasil
Prof.ª Dr.ª Luciane Spanhol Bordignon, Universidade de Passo Fundo, Brasil
Prof. Dr. Luis Fernando González Beltrán, Universidad Nacional Autónoma de México, México
Prof. Dr. Luis Vicente Amador Muñoz, *Universidad Pablo de Olavide*, Espanha
Prof.ª Dr.ª Macarena Esteban Ibáñez, *Universidad Pablo de Olavide*, Espanha
Prof. Dr. Manuel Ramiro Rodríguez, *Universidad Santiago de Compostela*, Espanha
Prof.ª Dr.ª Márcia de Souza Luz Freitas, Universidade Federal de Itajubá, Brasil
Prof. Dr. Marcos Augusto de Lima Nobre, Universidade Estadual Paulista (UNESP), Brasil
Prof. Dr. Marcos Vinicius Meiado, Universidade Federal de Sergipe, Brasil
Prof.ª Dr.ª Mar Garrido Román, *Universidad de Granada*, Espanha
Prof.ª Dr.ª Margarida Márcia Fernandes Lima, Universidade Federal de Ouro Preto, Brasil
Prof.ª Dr.ª Maria Aparecida José de Oliveira, Universidade Federal da Bahia, Brasil
Prof.ª Dr.ª Maria Carmen Pastor, *Universitat Jaume I*, Espanha
Prof.ª Dr.ª Maria do Céu Caetano, Universidade Nova de Lisboa, Portugal
Prof.ª Dr.ª Maria do Socorro Saraiva Pinheiro, Universidade Federal do Maranhão, Brasil
Prof.ª Dr.ª Maria Lúcia Pato, Instituto Politécnico de Viseu, Portugal

Prof.^a Dr.^a Maritza González Moreno, *Universidad Tecnológica de La Habana*, Cuba
Prof.^a Dr.^a Mauriceia Silva de Paula Vieira, Universidade Federal de Lavras, Brasil
Prof.^a Dr.^a Odara Horta Boscolo, Universidade Federal Fluminense, Brasil
Prof. Dr. Osbaldo Turpo-Gebera, *Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa*, Peru
Prof.^a Dr.^a Patrícia Vasconcelos Almeida, Universidade Federal de Lavras, Brasil
Prof.^a Dr.^a Paula Arcoverde Cavalcanti, Universidade do Estado da Bahia, Brasil
Prof. Dr. Rodrigo Marques de Almeida Guerra, Universidade Federal do Pará, Brasil
Prof. Dr. Saulo Cerqueira de Aguiar Soares, Universidade Federal do Piauí, Brasil
Prof. Dr. Sérgio Bitencourt Araújo Barros, Universidade Federal do Piauí, Brasil
Prof. Dr. Sérgio Luiz do Amaral Moretti, Universidade Federal de Uberlândia, Brasil
Prof.^a Dr.^a Silvia Inés del Valle Navarro, *Universidad Nacional de Catamarca*, Argentina
Prof.^a Dr.^a Solange Kazumi Sakata, Instituto de Pesquisas Energéticas e Nucleares. Universidade de São Paulo (USP), Brasil
Prof.^a Dr.^a Teresa Cardoso, Universidade Aberta de Portugal
Prof.^a Dr.^a Teresa Monteiro Seixas, Universidade do Porto, Portugal
Prof. Dr. Valter Machado da Fonseca, Universidade Federal de Viçosa, Brasil
Prof.^a Dr.^a Vanessa Bordin Viera, Universidade Federal de Campina Grande, Brasil
Prof.^a Dr.^a Vera Lúcia Vasilévski dos Santos Araújo, Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Brasil
Prof. Dr. Wilson Noé Garcés Aguilar, *Corporación Universitaria Autónoma del Cauca*, Colômbia

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

P832 Por palavras e gestos: a arte da linguagem VI /
Organizadoras Mauriceia Silva de Paula Vieira,
Patrícia Vasconcelos Almeida. – Curitiba-PR:
Artemis, 2022.

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

ISBN 978-65-87396-61-3

DOI 10.37572/EdArt_250822613

1. Linguística. 2. Letras. 3. Artes. I. Vieira, Mauriceia Silva
de Paula (Organizadora). II. Almeida, Patricia
Vasconcelos (Organizadora). III. Título.

CDD 410

Elaborado por Bibliotecária Janaina Ramos – CRB-8/9166



APRESENTAÇÃO

O volume VI do livro *“Por Palavras e Gestos: A arte da Linguagem”* está organizado em torno de três eixos relevantes para os estudiosos e pesquisadores que desenvolvem trabalhos na área da língua/linguagem e suas interfaces. Na sociedade, a presença de variadas tecnologias contribui para que os textos que circulam em diferentes mídias (impressa, eletrônica e digital) se constituam por intermédio da articulação entre linguagens. Cada vez mais, os textos – orais ou escritos, impressos ou digitais, - são multimodais e multissemióticos, isto é, orquestram em sua constituição sons, vídeos, imagens, escrita, cores etc. Essas mudanças contemporâneas nos textos ampliam e modificam as práticas de leitura e escrita, o que exige não só novas práticas de letramentos para que os sujeitos tenham pleno acesso às informações que circulam e as analisem de forma crítico-reflexiva, mas também, novos olhares para o ensino e para as práticas pedagógicas de formação de leitores no espaço escolar. Para além das tecnologias, mídias, leitura e escrita, a sociedade contemporânea presencia a valorização da diversidade cultural, o embate de vozes e o reconhecimento da diferença e da diversidade. Todas essas questões estão permeadas pela língua/linguagem e refletem uma dinâmica sociocultural. *“Por Palavras e Gestos: A arte da Linguagem”* reúne uma coletânea de artigos cujas temáticas abordadas fornecem ao leitor um campo vasto e profícuo para o diálogo, além de se constituírem como uma leitura instigante que possibilita a construção de conhecimentos.

Mauriceia Silva de Paula Vieira
Patricia Vasconcelos Almeida

SUMÁRIO

A LINGUAGEM E SUAS CONEXÕES COM AS TECNOLOGIAS E AS COM MÍDIAS

CAPÍTULO 1..... 1

JORNAL POPULAR ACERTA INTERATIVIDADE COM LEITORES PELO WHATSAPP

Beatriz Corrêa Pires Dornelles

Patrícia Pivoto Specht

 https://doi.org/10.37572/EdArt_2508226131

CAPÍTULO 2..... 12

IMAGEM EM MOVIMENTO NOS PRIMÓRDIOS DA TELEVISÃO PORTUGUESA ENQUANTO NARRATIVA MUSICAL

João Ricardo Pinto

 https://doi.org/10.37572/EdArt_2508226132

CAPÍTULO 3..... 22

ESCRITA DIGITAL: UM ESTUDO SOBRE O FENÔMENO DA TRANSTEXTUALIDADE NO CIBERESPAÇO

Márcia de Souza Luz-Freitas

 https://doi.org/10.37572/EdArt_2508226133

CAPÍTULO 4..... 35

UNA LECTURA SEMIÓTICA DE LA REVISTA ARGENTINA *TÍA VICENTA*

María Lourdes Gasillón

 https://doi.org/10.37572/EdArt_2508226134

CAPÍTULO 5..... 49

THE EMBODIED VOICE: AN HOLISTIC PEDAGOGICAL PROPOSAL FOR THE SINGING STUDIO

Philip Salmon

Susana Caligaris

 https://doi.org/10.37572/EdArt_2508226135

CAPÍTULO 6..... 61

DIFERENÇAS COMUNICATIVAS ENTRE HOMENS E MULHERES – REFLEXOS DE GÊNERO NA IMPRENSA PORTUGUESA

Marlene Loureiro

 https://doi.org/10.37572/EdArt_2508226136

A LEITURA EM SUAS DIVERSAS NUANCES

CAPÍTULO 7 84

O CONTO NUMA PERSPECTIVA DE FORMAÇÃO CRÍTICA PARA ALUNOS DOS ANOS FINAIS DO ENSINO FUNDAMENTAL

Antônio Carlos Soares Martins

Cleunice da Silva Lemos

 https://doi.org/10.37572/EdArt_2508226137

CAPÍTULO 8.....97

PRÁTICAS DE LEITURA E ESCRITA DE LÍNGUA PORTUGUESA NO PROGRAMA RESIDÊNCIA PEDAGÓGICA NA UNIPAMPA

Isabel Cristina Ferreira Teixeira

 https://doi.org/10.37572/EdArt_2508226138

CAPÍTULO 9.....107

ENCOBRIMENTOS E (DES)ROSTIFICAÇÕES NOS AUTORRETRATOS DE NINO CAIS

Karine Perez

 https://doi.org/10.37572/EdArt_2508226139

CAPÍTULO 10..... 115

ESPAÇOS DO EXÍLIO EM A COSTA DOS MURMÚRIOS E A ÁRVORE DAS PALAVRAS

Joseane Mendes Ferreira

Cristianne Silva Araújo

Joelma de Araújo Silva Resende

Raimunda Maria dos Santos

 https://doi.org/10.37572/EdArt_25082261310

A CONSTITUIÇÃO DA LINGUAGEM EM MÚLTIPLOS CONTEXTOS

CAPÍTULO 11.....126

A CONSTRUÇÃO DO *ETHOS* NO DISCURSO DE TOMADA DE POSSE DE JAIR BOLSONARO (2019): AS MARCAS DO CONSERVADORISMO, DO POPULISMO E DO AUTORITARISMO TRADUZIDAS PELA LINGUAGEM

Dayse Alfaia

 https://doi.org/10.37572/EdArt_25082261311

CAPÍTULO 12 148

EDUCAÇÃO, CULTURA E IDENTIDADE AMAZÔNICA: NARRATIVAS POSSÍVEIS

Maria do Perpétuo Socorro Nóbrega Ribeiro

 https://doi.org/10.37572/EdArt_25082261312

CAPÍTULO 13..... 161

ESTUDIO PRAGMALINGÜÍSTICO SOBRE LA CORTESÍA EN EL HABLA DE LA REGIÓN DEL EJE CAFETERO EN COLOMBIA

Mireya Cisneros Estupiñán

Gladys Yolanda Pasuy Guerrero

 https://doi.org/10.37572/EdArt_25082261313

CAPÍTULO 14..... 174

(IN) COMPETÊNCIAS DE LINGUAGEM ORAL E PERCEÇÃO AUDITIVA EM CRIANÇAS COM ATRASO DE LINGUAGEM

Márcia Ferreira

Rosa Maria Lima

 https://doi.org/10.37572/EdArt_25082261314

SOBRE AS ORGANIZADORAS.....185

ÍNDICE REMISSIVO 186

CAPÍTULO 6

DIFERENÇAS COMUNICATIVAS ENTRE HOMENS E MULHERES – REFLEXOS DE GÉNERO NA IMPRENSA PORTUGUESA

Data de submissão: 02/06/2022

Data de aceite: 21/06/2022

Marlene Loureiro

Universidade of Trás-os-Montes e Alto Douro
Vila Real, Portugal
<https://orcid.org/0000-0002-1955-5693>

RESUMO: A sociedade acredita, atualmente, na “igualdade” entre Homem e Mulher. Ambos têm as mesmas competências, atitudes, sentimentos e aptidões. No entanto, o que se tem vindo a provar é que, no que diz respeito à sua representação e papel na sociedade, ainda existem vestígios de estereótipos e dos papéis tradicionais. Nesse sentido, neste capítulo procuramos apresentar uma breve reflexão sobre o papel dos *media*, em particular da imprensa, na veiculação do género e dos papéis de género. Os *media* são um dos lugares sociais e políticos de construção de identidades, sendo que neles se constroem definições e ideologias de diferentes grupos etários, étnicos, de classe, de cultura e de sexo (Silveirinha, 2004). Nesta ótica, postulamos que os *media* funcionam como espelho da sociedade que retratam, perpetuando os seus valores, ideologias, princípios e leis. Desta forma, primeiramente este trabalho procura refletir sobre os

principais temas da investigação relacionada com o género presente nos *media*, centrando o seu escopo na imprensa portuguesa.

PALAVRAS-CHAVE: Diferenças comunicativas. Género. *Media*. Imprensa.

COMMUNICATIVE DIFFERENCES BETWEEN MEN AND WOMEN - GENDER REFLEXES IN THE PORTUGUESE PRESS

ABSTRACT: Society today believes in the “equality” between men and women. Both have the same skills, attitudes, feelings and abilities. However, what has been proved is that, regarding their representation and role in society, there are still traces of stereotypes and traditional roles. In this sense, in this chapter we will try to present a brief reflection on the role of the media, particularly the press, in the conveyance of gender and gender roles. The media is one of the social and political places of identity construction, in which definitions and ideologies of different age, ethnic, class, culture and sex groups are constructed (Silveirinha, 2004). From this point of view, we postulate that the media function as a mirror of the society they portray, perpetuating its values, ideologies, principles and laws. In this way, firstly, this work seeks to reflect on the main themes of research related to gender present in the media, focusing its scope on the Portuguese press.

KEYWORDS: Communicative differences. Gender. Media. Press.

1 OS MEDIA E A SOCIEDADE

Somos, por natureza, seres sociais e, por conseguinte, temos necessidade de comunicar. Todos comunicamos, mesmo quando nem sequer falamos. “A comunicação é, pois, uma condição *sine qua non* da vida social” (Rego, 2007:25). A comunicação é uma palavra-chave na sociedade atual, pois ela é presente e mundializada, quer na vida social e pública, quer na vida económica (Beaudichon, 2011: 14). Portanto, o que vivemos atualmente é que a comunicação está em todo o lado, sendo indissociável dos conceitos de sociedade e cultura (Ferin, 2002: 99). Vivemos assim numa era de “comunicação global”, que é “[...] alicerçada nas Tecnologias da Informação e da Comunicação, na expansão dos mercados e dos consumos, na burocratização maciça do quotidiano e na homogeneidade dos estilos de vida” (Ferin, 2002: 25). Consequentemente, vivemos também na era da globalização, em que a comunicação é de massas e global (McQuail, 2003: 241).

Assim sendo, para falarmos de comunicação de massas, temos, obrigatoriamente, de falar dos meios de comunicação social, sublinhando o papel preponderante que esses meios têm na sociedade e no mundo em geral. Desde o surgimento dos primeiros media (Imprensa, Rádio e Televisão), que se procura compreender as possíveis conseqüências destes meios na sociedade e qual o seu papel enquanto criadores de opinião e de transmissores de conhecimento. Para Sousa, “(...) os livros, jornais e revistas transformaram a civilização, pois moldaram a esfera pública moderna, contribuíram para as transformações sociais, políticas e económicas, promoveram a educação e o interesse pelo mundo, fizeram circular ideias e informações, modificaram a cultura (Sousa, 2006: 542).

Segundo Sousa (2006), a importância dos *media* assenta na capacidade que estes têm em representar as pessoas, a sociedade e a cultura, já que é pelos media que se sabe o que se passa no mundo, que se conhecem e visualizam outras culturas, que se sabe o que existe, o que se publica ou o que se faz. Estes apresentam, assim, um papel de responsabilidade social, na medida em que produzem e reproduzem, constroem e reconstroem processos sociais e culturais (Sousa, 2006: 539). Ou seja, os *media* são desenvolvidos tendo em consideração a sociedade em que estão presentes, mas também influenciam essa mesma sociedade através dos conteúdos que expõem. Como tal, podemos depreender que a sociedade e os *media* apresentam uma estreita relação e se moldam ou influenciam mutuamente. Efetivamente, McQuail (2003: 65) defende mesmo uma interdependência entre os *media* de massas e a sociedade, interagindo e influenciando-se mutuamente.

Acreditamos, também, que através da história dos *media* é possível acompanhar as transformações da sociedade, as mudanças de valores, as alterações de comportamento

ao longo do tempo, uma vez que os meios de comunicação têm um papel fulcral na definição de comportamentos e atitudes aceitáveis e convenientes no meio social, “no estabelecimento dos parâmetros da normalidade, na disponibilização de informação, na promoção do conhecimento e na oferta social de referentes sobre a realidade” (Sousa, 2006: 539). Por outro lado, há uma fortíssima tendência da parte de quem tem autoridade para encarar a comunicação dos *media* públicos no mínimo como suporte tácito à manutenção da ordem (McQuail, 2003: 177).

Para McQuail (2003), os *media* estão de alguma forma relacionados com a estrutura prevalecente do poder económico e político:

- primeiramente, porque têm um custo económico e um valor, sendo objeto de competição para o seu controlo e acesso;
- em segundo lugar, são sujeitos a regulamentos legais, políticos e económicos;
- e, em terceiro, os *media* de massas são habitualmente olhados como instrumentos efectivos de poder, com capacidade potencial de exercer influência sobre os seus públicos.

Desta forma, as discussões acerca do poder dos *media* agrupam-se em dois modelos: o modelo dos *media* dominantes e o modelo dos *media* pluralistas (see Fig.1). O modelo dos *media* dominantes vê os *media* como subservientes de outras instituições, sendo controlados por um pequeno número de interesses poderosos e semelhantes. Nesse sentido, divulgam uma visão do mundo limitada e indiferenciada, formatada pelos interesses dominantes. Por sua vez, as audiências são condicionadas a aceitar a visão do mundo oferecida. O resultado é o reforço e a legitimação da estrutura e do poder dominantes, condicionando a mudança e as alternativas. Por seu turno, o modelo dos *media* pluralistas é o oposto, defendendo a diversidade e a imprevisibilidade. O modelo pluralista acredita que não existe uma elite unificada e dominante e que a mudança e o controlo democrático são possíveis. Por isso, audiências diferenciadas são vistas como indicando exigências, capazes de resistir à persuasão e de reagir ao que os *media* oferecem.

Embora estes dois modelos sejam descritos como opostos, é possível considerar a existência de versões misturadas, nas quais a tendência para o domínio das massas seja limitada por forças contrárias e encontrem resistência nas suas audiências. Neste sentido, os *media* são simultaneamente veículos de imagens do que é novo e está na moda em termos de bens, ideias, técnicas e valores, da cidade para o campo e do topo social para a base (McQuail, 2003: 73). Apresentam-se, assim, com os potenciais agentes divulgadores de sistemas de valores alternativos, fragilizando potencialmente os valores tradicionais. Consequentemente, sempre que os *media* exercem influência, causam

também mudança. Por outras palavras, os media conseguem, simultaneamente, suportar e subverter a coesão social, ou seja, os *media* podem causar efeitos em duas direções: centrífugo ou centrípeto. O efeito centrífugo diz respeito ao estímulo para a mudança social, a liberdade, o individualismo e a fragmentação; o centrípeto refere-se aos efeitos na forma de maior unidade social, ordem, coesão e integração.

Por conseguinte, os *media* podem ser analisados como retratos da nossa sociedade e para compreender as transformações sociais que ocorrem ao longo dos tempos, bem como para perceber as representações de género e as questões de identidade neles veiculadas.

2 O GÉNERO COMO UM CONSTRUCTO SOCIAL

O género é aqui entendido como um conceito de ordem sociológica, distinguindo-se, por isso, de sexo, do domínio biológico, já que diz respeito somente à parte física que distingue os indivíduos, nomeadamente as diferenças no aparelho reprodutor. Segundo Julia T. Wood, “Sex is innate, but gender is socially created and learned by individuals” (Wood, 1996: 4). Para Julia T. Wood, nascer homem ou mulher não implica necessariamente que se pense, se aja e se sinta nos modos que a sociedade acredita que o homem e a mulher devem agir (Wood, 1996: 4). Desta forma, embora o género esteja ligado ao sexo para distinguir feminino e masculino, o género é um termo mais abrangente que ultrapassa o domínio puramente biológico e abarca as características psicológicas, a formação sociológica e cultural do indivíduo. Ou seja, o género “é socialmente construído” (Rodrigues, 2003:16). Segundo esta conceção, o conceito de género é formado pela socialização e pela cultura e, por isso, Judith Butler afirma “[...] gender is neither the causal result of sex nor as seemingly fixed as sex” (Butler, 2007: 8). Assim, será maioritariamente a noção de género a geradora das diferenças entre homens e mulheres.

Não obstante, por vezes, pode aflorar o termo sexo(s), mas este será sempre utilizado no sentido que tem o conceito de género, pois este implica as noções de identidade de género e papel de género. Muitas vezes, como se depreende, a identidade de género é confundida com identidade sexual. Contudo, não estamos a falar do mesmo, embora estas duas identidades estejam inter-relacionadas. De facto, são os indivíduos que constroem a sua identidade de género ao se identificarem social e culturalmente como masculinos ou femininos. A identidade sexual é construída através da vivência da sexualidade com parceiros do mesmo sexo ou do sexo oposto. Assim, por exemplo, em alguns homens homossexuais, a identidade de género é masculina, enquanto a identidade sexual, em termos de fantasia e escolha objetual, é feminina (Rodrigues 2003: 18).

Por conseguinte, esta identidade de género levará à existência de papéis de género femininos e masculinos, que refletem, no fundo, “[...] padrões ou regras arbitrárias que uma sociedade estabelece para os seus membros, definindo os seus comportamentos, as suas roupas, os seus modos de se relacionarem” (Rodrigues, 2003: 18) e o modo de comunicarem. Portanto, desde cedo, as crianças vão sendo socializadas tendo em conta os seus diferentes papéis de género, partindo da parte biológica, o sexo. “Like age, sex is a biological category that serves as a fundamental basis for the differentiation of roles, norms and expectations [...]. It is these roles, norms and expectations that constitute gender, the social construct of sex” (Eckert, 1997: 213). De facto, existe um certo determinismo na forma como o género vai sendo construído, uma vez que essa construção é feita a partir do sexo natural/ biológico.

Desta forma, enquanto o sexo pode ser considerado como uma categorização biológica, baseada primeiramente no seu potencial papel reprodutor, o género é a elaboração social do sexo, que é biológico. De facto, “[...] to whatever extent gender may be related to biology, it does not flow naturally ad directly from our bodies (Eckert e McConnel-Ginet, 2003: 13). O género é assim um processo de construção a partir do sexo biológico, segundo o qual os indivíduos adotam e seguem comportamentos, atitudes, posturas de acordo com os papéis de género esperados. É neste ponto que o género e o sexo confluem, uma vez que

[...] gendered performances are available to everyone, but with them come constraints on who can perform which personae with impunity. And this is where gender and sex come together, as society tries to match up ways of behaving with biological sex assignments (Eckert e McConnel-Ginet, 2003:10).

Embora o género possa ser relacionado com a biologia, ele não imana diretamente do nosso corpo. Tal como disse Julia T. Wood, nós somos assexuados mesmo antes de nascermos, mas só adquirimos género no processo de interação social (Wood, 1996: 6). O género é o processo de criar a dicotomia entre os sexos, apagando as semelhanças e sublinhando as diferenças, sendo sempre pensado em termos de oposição. Assim, masculino e feminino, como duas categorias bipolares, “[...] are behavioral constructs that are powerful regulators of human affairs” (Key, 1996: 14). Harriet Whitehead (1981) afirma que quando se fala em construção cultural de género se está a dar significado ou sentido social às diferenças físicas entre os sexos e, em vez de se falar em masculino e feminino, fala-se em homem e mulher:

When I speak of cultural constructions of gender, I mean simply the ideas that give social meaning to physical differences between the sexes, rendering two biological classes, male and female, into two social classes, men and women, and making the social relationships in which men and women stand toward each other appear reasonable and appropriate (Whitehead, 1981: 83).

Desta forma, as próprias diferenças biológicas são reforçadas e exageradas para construir a ideia de gênero. Por isso, as mulheres pintam as unhas, o cabelo, fazem a depilação, etc., tudo para diferenciar o seu corpo do masculino. Nesse sentido, a identidade de gênero é construída ao longo de toda a vida, desde o nascimento, passando pela atribuição de um nome, feminino ou masculino. A partir daí, primeiramente, são os pais os responsáveis pela formação do gênero da criança, pois vão cuidar da criança consoante seja um rapaz ou uma rapariga. Com o passar dos anos, a criança tomará também parte do processo, “[...] doing its own gender work and learning to support the gender work of others” (Eckert and McConnell-Ginet, 2003: 16). Holmes e Meyerhoff (2003) também reiteram que o gênero é um constructo social, em vez de uma categoria social dada, que é um produto e resultado da interação social. E sublinham que “[...] gender emerges over time in interaction with others” (Holmes and Meyerhoff, 2003: 11).

Por um outro ângulo, o gênero ou a identidade de gênero é construído social e culturalmente, e a diferenciação de gênero pode ser entendida como um produto da socialização (Maccoby, 2003: 3). Por socialização, Eleanor Maccoby (2003) entende o processo ou processos através dos quais cada geração de adultos passa à geração seguinte de crianças o conjunto de conhecimentos, crenças e aptidões que constituem a cultura do grupo. O processo de socialização na infância pode ser visto como antecipatório, uma vez que vai preparar as crianças para os papéis que vão desempenhar enquanto adultos.

The period of peer support provides exploration and consolidation of a gender identity that is established through a communicative system that is built up through the sharing of secrets and peer bonding. The communicative approach to adult social gender identity is rooted in children's critical experiences of girlhood and boyhood (Cook-Gumperz, 1995: 403-404).

Portanto, a criança define a sua identidade de gênero de acordo com o meio social envolvente. Fichtelius *et al.* (1980) afirmam que as crianças constroem as suas ideias de gênero e de papéis de gênero de acordo com o que observam da diferenciação de papéis de gênero e através do que lhes foi e é comunicado pelos adultos, e, a partir daí, constroem os seus modelos e padrões a seguir. Por sua vez, Cordelia Fine (2010) destaca mesmo que as crianças nascem num mundo onde o gênero é continuamente enfatizado através de convenções presentes no vestuário, na aparência, na linguagem, na cor, em símbolos, denunciando que diferenciar o masculino do feminino é de grande importância:

[...] children are born into a world in which gender is continually emphasized through conventions of dress, appearance, language, colour, segregation, and symbols. Everything around the child indicates that whether one is male or female is a matter of great importance (Fine, 2010: 227).

O desenvolvimento do género não termina na adolescência, continua quando esses jovens entram no mercado de trabalho, quando desempenham os seus papéis na família que constituem e ao longo de toda a vida.

As we age, we continue to learn new ways of being men and women: what's expected from a teenaged girl is rather different from expectations for a woman in her mid-forties and those expectations differ from those for a woman approaching eighty. [...]

As we have seen above, learning to be male or female involves learning to look and act in particular ways, learning to participate in particular ways in relationships and communities, and learn to see the world from a particular perspective (Eckert e McConnell-Ginet, 2003: 30).

Por conseguinte, pode afirmar-se que o género não é algo que se tem mas que se faz, e não se constrói de forma individual, mas de forma colaborativa através da interação entre os indivíduos (Eckert e McConnell-Ginet, 2003: 31-32). Por isso, Eleanor Maccoby argumenta que o género, para além de ser construído através da socialização, é construído e defendido em contexto, ou seja, em contexto de grupo, onde os indivíduos interagem (Maccoby, 2003: 12), mas sublinha que “[...] people behave differently depending on whether they are interacting with a member of their own sex or someone of the other sex” (Maccoby, 2003: 187). O mesmo postula Joan Swann quando refere que o género, tal como a linguagem, é fluído, contingente e dependente do contexto (Swann, 2002: 47). Assim, os papéis de género não são totalmente pré-determinados pelo sexo, mas construídos e estabelecidos através da linguagem e do discurso. De facto, o género consiste num padrão de relações que se desenvolve no tempo para definir o masculino e o feminino, estruturando e regulando simultaneamente a relação dos indivíduos em sociedade. Por esta razão, o género está presente em cada aspeto da vida e da sociedade – nas instituições e organizações, nos espaços públicos e privados, nas artes, no vestuário, nos jogos e brincadeiras, na linguagem, etc. Portanto, a dicotomia do género está no centro da nossa ordem social porque somos nós que o mantemos (Eckert e McConnell-Ginet, 2003: 33). A diferenciação de masculino e feminino serve não só para garantir a reprodução biológica, mas também para garantir a reprodução social, uma vez que a sociedade está organizada nestas duas categorias: masculino e feminino, que perpetuam continuamente os papéis sociais de género (Colwill e Lips, 1978: 144).

Assim, o género é apoiado por um conjunto de ideologias e convenções que fazem com que faça parte de todos os aspetos da nossa vida. Por exemplo, nomear primeiro o homem e depois a mulher (Senhores e Senhoras...; Sr. Oliveira e Sra. Oliveira...) faz parte da convenção, embora, cada vez mais isso esteja a mudar. A ideologia diz respeito a um conjunto de crenças através das quais as pessoas explicam e justificam o seu comportamento e interpretam o dos outros. Por conseguinte, a ideologia está presente na

questão do gênero, pois este é construído através daquilo que as pessoas acreditam ser característico de determinado gênero, em detrimento do outro. Dessa forma, a ideologia de gênero estabelece uma ordem, explicando e justificando o gênero dos indivíduos. Logo, a ideologia dominante não prescreve simplesmente que masculino e feminino devem ser diferentes, como insiste e acredita que eles simplesmente são diferentes (Eckert e McConnell-Ginet, 2003: 35).

Por outro lado, esta diferenciação de gêneros está presente também nas instituições e no trabalho. Primeiramente, por razões fisiológicas, a mulher sempre foi encarada como o sexo mais fraco. Na generalidade, a mulher é mais baixa, mais leve, tem menos massa muscular do que o homem, logo, é justificável que a mulher seja encarada como incapaz de fazer determinadas tarefas ou exercer determinadas atividades:

Women have long been regarded as members of the weaker sex. As a group, they are shorter, lighter, and less muscular than men and are regarded in our society as generally unable to perform heavy manual work or to compete in certain stressful or potentially violent athletic events. These differences have been used as justification for keeping women out of certain jobs, such as construction, and such sports as weight lifting, football, and hockey (Lips *et al.*, 1978: 147).

Não obstante, apesar destas diferenças, a mulher tem sido capaz de ocupar lugares e cargos cujo acesso lhe tem vindo a ser dificultado por estas ideias pré-concebidas. Nas sociedades ocidentais, a divisão do trabalho por gênero está ainda ligada a poder e *status* diferentes. As atividades dos homens estão associadas a maior poder societal. Na maioria das culturas, é o homem que tem maior acesso a posições públicas de poder e influência. Esta diferença é o resultado da “[...] social structure that awards men higher status and stereotypes them as more competent than women” (Lips e Colwill, 1978: 241). As mulheres, por sua vez, têm influência em situações domésticas e em contextos privados. Neste sentido, se fala em discriminação, as “There is plentiful evidence that discrimination exists at all levels, and is a powerful force affecting women’s opportunities for job training, for being hired, and for being promoted” (Maccoby, 2003: 227).

Contudo, esta perspectiva do mundo do trabalho parece já fora de moda, pois já existem muitas profissionais mulheres que fazem parte de grandes organizações – de médicos, de advogados, de departamentos universitários – onde homens e mulheres trabalham juntos e onde têm um *status* igual. Por outro lado, também em outros tipos de trabalho, que primeiro eram considerados unissexo, já são desempenhados por ambos os sexos, por exemplo: caixa de supermercado, taxista, juiz, camionista, piloto, polícia, enfermeira, educadora, etc. Por conseguinte, o aumento crescente de mulheres no mercado de trabalho fez com que algumas ideologias mudassem, nomeadamente a segregação de gênero no trabalho, para se transformar em integração de gênero.

Efectivamente, na contemporaneidade, apesar de já existir uma forte reflexão e discussão sobre os papéis sociais de género, as identidades de género ainda são relativamente fixas e continuam a existir papéis bem definidos de mãe, pai, filho, homem, mulher, etc. No entanto, a mudança e/ou evolução, para alguns, destes papéis tem vindo a ser veiculada pelos *media*, através dos quais o indivíduo constrói a sua identidade. De facto, os *media* desempenham um papel fundamental na produção e na circulação de sentidos que determinam o modo como os géneros – masculino e feminino – são vistos pelos indivíduos.

3 ESTUDOS DE GÉNERO E FEMINISMO

Inicialmente os estudos de género andaram de mãos dadas com o feminismo. No entanto, nem todos os que se dedicaram e dedicam aos estudos de género têm uma posição feminista. Por isso, convém, desde já, saber o que é o feminismo e qual a sua relação com os estudos de género.

Historicamente, o movimento feminista iniciou-se no século XIX e tinha como escopo o estabelecimento para a mulher de direitos iguais aos do homem no campo social, político, jurídico e económico (AA.VV. 2006: 64). A reivindicação do voto feminino foi o primeiro grande objetivo. Embora em 1791, Olympe de Gauges, com a *Declaração dos Direitos da Mulher e da Cidadã*, e Mary Wollstonecraft, em 1792, com *Vindication of the Rights of the Women*, reclamassem a emancipação da mulher, só no século XIX, o movimento ganha repercussão efetiva, criando-se associações feministas e lançando-se jornais para divulgar os seus ideais, como o *English Women's Journal* (1870) e o *Women's Suffrage Journal* (1870). 1869 é também uma data importante, pois Stuart Mill lança a obra *On the Subjection of Women*, que recrimina a exploração e discriminação da mulher, não só a nível social como familiar, e defende a igualdade de direitos da mulher relativamente ao homem, nomeadamente no mundo do trabalho e dos negócios:

There is no country of Europe in which the ablest men have not frequently experienced, and keenly appreciated, the value of the advice and help of clever and experienced women of the world, in the attainment both of private and public objects; and there are important matters of public administration to which few men are equally competent with such women; [...] But what we are now discussing is not the need which society has of the services of women in public business, but the dull and hopeless life to which it so often condemns them, by forbidding them to exercise the practical abilities which many of them are conscious of, in any wider field than one which to some of the never was, and to others is no longer open (Mill, 1986: 105).

Entretanto, as reivindicações feministas vão-se organizando através de manifestações coletivas, comícios, greves de fome, entre outros.

Com a I Guerra Mundial, as reivindicações feministas impõem-se verdadeiramente, pois as mulheres, substituindo os homens alistados, desempenham funções importantes a que antes nunca tiveram acesso. De facto, o poder do homem é neste momento posto em causa, uma vez que, enquanto o sexo masculino se dedica à guerra e à morte, as mulheres são a fonte de vida, uma vez que cuidam das crianças, dos idosos e dos feridos. Revela-se, desta forma, para as feministas o papel fundamental da mulher na sociedade e na evolução da humanidade (Pierson, 1987: 221 e ss.). No entanto, só em 1928, em Inglaterra, a mulher começa a votar. Em Portugal, por sua vez, a mulher só começa a votar em 1931. À medida que os objetivos políticos são alcançados, a atenção feminista volta-se para outros campos, como: discriminação nos salários e no acesso à cultura e à informação, igualdade perante a lei e assistência na maternidade.

Em 1950, o movimento feminista é influenciado pelo pensamento e obra de Simone de Beauvoir, que chamou a atenção para a “objetualização” da mulher, provocada pela dominação social masculina, em que o homem encara a mulher como o *outro*, alguém que é diferente dele, mas que não tem capacidade para se afirmar e se equiparar a ele.

Économiquement hommes et femmes constituent presque deux castes; toutes choses égales, les premiers ont des situations plus avantageuses, des salaires plus élevé, plus de chances de réussite de leurs concurrentes de fraîche date; ils occupent dans l'industrie, la politique, etc., un beaucoup plus grand nombre des places et ce sont eux qui détiennent les postes les plus importants (Beauvoir, 1976: 23).

Esta ideia acentuar-se-á, nos anos 60, com a pretensão de libertação sexual, que se transformou mesmo, algumas vezes, em guerra contra a ordem masculina dominante e que originou uma série de manifestações e o aparecimento de uma literatura feminista.

Para Deborah Cameron, o feminismo “[...] is a movement for the full humanity of women” (Cameron, 1992: 4). A linguista sublinha que o feminismo não fala em direitos das mulheres ou igualdade entre homens e mulheres, pois essa igualdade pressupõe que o padrão seja o homem. Por isso, “feminists are ultimately in pursuit of a more radical change, the creation of a world in which one gender does not set the standard of human value” (Cameron, 1992: 4). Obviamente que para alcançar tais objetivos, terá de haver uma mudança de valores no seu todo, em que a mulher seja

Liberated from their present subordinated position with its multiple restrictions, exclusions and oppressions (such as relative poverty, economic dependence, sexual exploitation and vulnerability to violence, poorer health, overwork, lack of civil and legal rights – the list goes on and on). But the transformation that will result from this liberation is envisaged as a profound one, affecting the whole humanity (Cameron, 1992: 4).

Portanto, o feminismo procurará, em primeiro lugar, compreender como as atuais relações entre homens e mulheres são construídas, pois elas não são naturais. Será à

luz dessa compreensão que se deve procurar como mudar. Neste sentido, o feminismo vai debruçar-se sobre como a mulher é representada pelos diversos produtos culturais representativos da sociedade (Cameron, 1992: 6).

No fundo, o que começou a ser questionado pelas feministas foi que a questão do género, mais do que uma questão de diferença, tem a ver com hierarquia. Efetivamente, embora o termo género aplicado à gramática tivesse tido origem na Grécia, com Protágoras, significando classe ou tipo, a verdade é que surgiu sempre associado ao sexo. Desde há muito que os dois conceitos parecem ligados e, ainda hoje, condicionam a perceção do género gramatical, bem como as diferenças sociais. E é também nesta ordem de ideias que se fala também em linguagem sexista ou sexismo na linguagem.

Conceição Nogueira analisa a história e a luta feminista, procurando verificar em que medida o feminismo contribui para a construção de uma sociedade mais igualitária através da linguagem. Efetivamente, o movimento feminista postula que a diferenciação de género não é natural, mas decorre da interação entre os indivíduos, daí a importância da linguagem na construção do género. Por isso, Nogueira destacou o papel de muitas feministas inglesas “[...] no sentido de tornar as mulheres mais visíveis na linguagem” (Nogueira, 2001: 218), uma vez que a linguagem estava ao serviço do poder e do domínio masculino. Por isso, tal como compreendeu o movimento feminista, não basta mudar leis, é preciso mudar “[...] as concepções subjacentes de papéis de género que criaram e sustentaram essas leis” (Nogueira, 2001: 242), o que “[...] implica assumir um posicionamento reflexivo, crítico, e de comprometimento, isso é, a necessidade de um novo vocabulário de valores” (Nogueira, 2001: 245).

Por conseguinte, estamos, atualmente, num momento em que se procura uma sociedade mais inclusiva, onde o género não seja motivo de desigualdade social. Efetivamente, apesar de uma das grandes conquistas do século passado ter sido, “[...] sem dúvida, a transformação que se operou na situação social das mulheres e, do mesmo passo, nas relações sociais entre os dois sexos” (Silva, 1999: 15), ainda subsistem práticas sociais discriminatórias, decorrentes “da tirania dos preconceitos que continuam a pesar negativamente sobre as mulheres e do próprio modo (masculino) como a atividade humana e as relações sociais estão organizadas” (Silva, 1999: 18).

4 OS MEDIA COMO ESPELHO DOS PAPÉIS DE GÉNERO

Os meios de comunicação têm um grande poder de persuasão e convencimento devido ao espaço que ocupam no mundo moderno. A maior parte de sua produção tem, portanto, valor de verdade, o que faz com que as representações que constroem

pareçam reais (GhilardiLucena, 2008). Por isso é que, ao compreendermos a história dos meios de comunicação, conseguimos compreender os papéis de género. De facto, as representações veiculadas pela *media*, ao mesmo tempo em que derivam das atitudes dos indivíduos e dos valores que cada segmento social considera, também reforçam tendências de comportamento ou propiciam a instauração de novos valores, dando uma espécie de aval para que determinadas modificações comportamentais se solidifiquem. Assim sendo, os *media* tanto constroem as representações a partir do mundo real, quanto este se transforma, em grande parte, pelas representações veiculadas nos meios de comunicação. Representações mediáticas tornam-se, então, realidade (Ghilardi-Lucena, 2008). Nesta ordem de ideias, os *media* “tiveram um papel importante, talvez mesmo decisivo, na emancipação das pessoas face à ignorância e na construção do ambiente de “conhecimento geral” que caracteriza os nossos tempos” (Sousa 2006: 539). De facto, os *media* são uma arma poderosa, quer como estratégia / meio de construção de identidades coletivas, quer como veículos de identidade de género. Efetivamente, os *media* parecem estar no centro das questões de identidade.

Nesta ordem de ideias, apareceram diversos trabalhos de investigação sobre a representação dos géneros nos *media*. Por exemplo, Goffman (1976) analisou mais de 500 anúncios publicitários onde surgissem a mulher, o homem e crianças, e concluiu que os anúncios representam as convenções e os papéis sociais de cada um na sociedade. Também Kramarae (1981) estudou a representação dos sexos em publicações para adolescentes, a partir dos quais concluiu que os interesses das raparigas e dos rapazes eram diferentes de acordo com os comportamentos que são esperados deles. Por sua vez, Myra Macdonald (1995) debruçou-se mais especificamente sobre a representação da mulher nos *media* ocidentais, tendo sublinhado a importância do discurso nos *media*, que está associado às estruturas institucionais do poder e da autoridade (Macdonald 1995: 43). Mais recentemente, Rosalind Gill (2007) também abordou a questão do género nos *media* na atualidade. Para a referida autora, a pertinência do estudo da relação entre o género e os *media* reside no facto de estes serem, simultaneamente, agentes divulgadores das ideias feministas e, por outro lado, ainda persistirem neles imagens e padrões alusivos a um sexismo latente (Gill, 2007: 2). Por sua vez, para Meyers (1999), os *media* desempenham um papel de manutenção do consenso hegemónico ou do *status quo*, em que as mulheres, tal como os idosos, os negros, os homossexuais, entre outros, aparecem como grupos subordinados ou inferiores. Dessa forma, os *media* aparecem como reproduzindo a ideologia dominante da realidade envolvente:

Subordinated groups – women, people of colour, the poor and working classes, lesbians and gay men, the elderly – are encourage to “buy into” the dominant

ideology which, in fact, maintains the status quo by keeping them subordinated. Thus, the ideological work of the media consists, in part, of presenting a reality that appears more natural or real than the material circumstances of subordinated people's lives [...] (Meyers 1999: 7).

Não obstante, a referida investigadora também ressalva que muitas das mensagens dos *media* vão além da ideologia dominante e apresentam-se bastante polissêmicas, dependendo da interpretação do seu público (Meyers 1999: 8).

Não obstante, a ideologia de género e de relações de poder assimétricas continuam nos *media*, mas de uma forma mais subtil (Mills 2008: 1). Por isso, o grande objetivo é a transformação social. Efetivamente, a sociedade tem mudado grandemente no que diz respeito à mulher, devido maioritariamente ao crescente número de mulheres a trabalhar fora de casa a tempo inteiro. Claro que esta mudança acarreta mudanças na forma como a mulher é vista, mas também pode ser encarada como uma ameaça para aqueles homens que persistem em ter uma visão estereotipada da mulher e que continuam a contestar o acesso que, hoje em dia, as mulheres têm a carreiras profissionais e à respetiva ascensão ou promoção profissional. A mudança também tem impacto no modo como as mulheres se comportam e se veem a elas próprias. Por isso, devido à sua crescente independência financeira e estatuto no mercado de trabalho, “women are less likely to tolerate sexist comments and discrimination” (Mills 2008: 19). No entanto, também não podemos esquecer que, muitas vezes, são as próprias mulheres que adotam e têm posturas e comportamentos baseados em visões estereotipadas e sexistas.

De facto, a reforma da mentalidade sexista implica que esta seja aceite e promovida por aqueles que detêm o poder (cf. “Reform can only be effective if it is accepted and promoted by those in positions of influence” (Mills 2008: 17), pois as mudanças são sempre difíceis de aceitar e, neste caso em particular, também encontraram resistência por parte de muitos homens.

Nesse sentido, a integração da mulher na esfera pública não foi facilmente aceite, principalmente por parte do homem. Michelle Zimbalist Rosaldo (1974) considera fundamental a diferenciação entre esfera pública e esfera doméstica para compreender o estatuto da mulher na sociedade. Enquanto a mulher se cingir à esfera doméstica e privada terá sempre um estatuto mais baixo do que o homem. Por outro lado, também argumenta que quanto mais a sociedade diferenciar estas esferas de atividade, mais diferenciação existe entre o estatuto e valor das atividades masculinas e femininas. Por isso, também Rosaldo (1974) defende que a mulher conseguirá mais estatuto entrando na esfera pública, domínio ainda masculino. Desta forma, as sociedades tornar-se-iam mais igualitárias se não existisse uma diferenciação tão vincada entre esfera pública e esfera doméstica (Rosaldo 1974: 36).

Como entretanto a mulher tem vindo a entrar na esfera pública, houve, de facto, uma série de mudanças institucionais e legais para eliminar muitas expressões sexistas, que as feministas nunca deixaram de denunciar. Não obstante, tal não quer dizer necessariamente, como Susan Ehrlich e Ruth King (1998: 179) frisam, que a linguagem ou os falantes deixem de ser sexistas. Estas investigadoras sugerem mesmo que o desaparecimento de determinados termos sexistas será substituído por outros mais subtis. Nesta linha de ideias está Sara Mills (2008), que argumenta que estas mudanças na linguagem fizeram com que o sexismo aberto desaparecesse, mas surgisse um muito mais subtil, mas também discriminatório:

It could be argued that these changes have meant that overt sexism has been 'driven underground' and that other more subtle forms of expression which are equally pernicious and discriminatory have been used instead (Mills 2008: 21).

Portanto, pode-se reiterar uma evolução do sexismo. Originalmente o termo sexismo implicava uma relação antagonística entre os sexos, resultado de uma sociedade patriarcal, cujo sistema favorecia o homem em detrimento da mulher. No entanto, embora o sexismo seja fruto do homem, nem todos os homens são sexistas. Portanto, é necessário continuar este processo de mudança que já começou e que tem como condição *sine qua non* a ascensão da mulher na sociedade e no mercado de trabalho, demonstrando o seu valor e poder.

Calero Fernández (1999) defende que a verdadeira reforma, para desaparecimento do sexismo, deve passar por duas instituições fundamentais: a escola e a família, pois estes constituem-se como modeladores da personalidade e de comportamentos, bem como veiculadores de conhecimentos imprescindíveis para se participar na vida pública e privada (Calero Fernández 1999: 31). Nós acrescentamos ainda o papel dos *media*, que, na atualidade, se apresentam como verdadeiros agentes socializadores e formadores dos indivíduos. Nesse sentido, enquanto espelhos da sociedade, os *media* cada vez mais fornecem padrões e representações de género.

As representações de género nos *media* geram discussões e reflexões sobre a identidade do sujeito na atualidade, sendo que os conceitos de identidade e de género social envolvem questões bastante complexas, que nem sempre foram vistas da mesma forma e estão em mudança. Por isso, importa desde logo fazer a distinção entre sociedade pré-moderna e moderna. De acordo com Kellner (2001), na sociedade pré-moderna, os indivíduos não passavam por crises de identidade, pois esta era fixa, sólida e estável. Não havia problemas de papéis sociais, pois estes não estavam sujeitos à reflexão ou discussão. Por isso mesmo, os *media* perpetuavam os valores dominantes do poder instituído, como por exemplo as soap-opera. De acordo com Fiske (1987: 197,

as soap-opera refletem uma sociedade patriarcal, mas legitimam valores femininos, onde as mulheres lutam para se estabelecerem e alastrarem dentro do patriarcado dominante.

Já na atualidade – a modernidade –, a identidade torna-se mais móvel, múltipla, pessoal, reflexiva e sujeita a mudanças e inovações. Apesar disso, também é social e está relacionada com o outro, como se a identidade de uma pessoa dependesse do reconhecimento das outras, em combinação com a validação dada por essa pessoa a esse reconhecimento (Kellner, 2001: 295). De facto, o impacto da globalização produziu mudanças no mundo, gerando a descontinuidade, a fragmentação, a ruptura e o deslocamento, obrigando a construção de novas identidades, divulgadas maioritariamente pelos *media*, enquanto agentes divulgadores dos valores alternativos. Não obstante, na atualidade, ainda prevalecem papéis de género ou formas de identidade tradicionais.

Na era do consumo e do domínio dos *media*, os sujeitos deixam de se identificar em função do colectivo; na modernidade, identificam-se em função da individualidade, estando cada vez mais vinculados à produção de uma imagem e a aparência tem sido amplamente valorizada. Portanto, apesar de serem veiculadores da integração social, os *media* tem também um efeito centrífugo, que diz respeito ao estímulo para a mudança social, a liberdade, o individualismo e a fragmentação.

Efetivamente, tal como sublinha Gauntlet (2008), as representações género são, na atualidade, mais complexas, menos estereotipadas do que eram no passado. Na generalidade, as mulheres e os homens são tidos como iguais, embora limitados pelos vestígios de algumas ideias tradicionais. Na verdade, verifica-se um declínio das tradições, que, conseqüentemente, transformou as identidades sexuais e de género, tornando-as mais diversas e maleáveis. Não obstante, se olharmos para a atualidade e para as mudanças sociais que têm ocorrido, rapidamente percebemos que as mulheres estão cada vez mais na esfera pública e mediática, mas continuam ausentes dos cargos de chefia e a ter de conciliar os papéis profissionais e familiares (Gill, 2007).

Assim, os *media* desempenham um papel fundamental na produção e na circulação dos sentidos que determinam as representações de género – feminino e masculino – que são vistas pelos indivíduos. As sociedades contemporâneas ocidentais são, segundo Hall (2005), caracterizadas pela diferença e pela possibilidade de criação de novas identidades, de novos sujeitos, e, conseqüentemente, a recomposição da estrutura social. Neste sentido, os *media* colaboram para as novas articulações ou para a assimilação de novas categorias ao disponibilizar um rol de exemplos e de modelos de comportamentos e de atitudes com os quais as pessoas se poderão identificar (Ghilardi-Lucena, 2008). Desta forma, os *media* vão, também eles, expor as contradições de género e revelar o paradoxo da contemporaneidade: por um lado, ao incentivar as inovações/mudanças

(homens na cozinha, cuidando dos filhos e do espaço doméstico) e, por outro, ao manter o *status quo* (homens como detentores de poder e o género dominante). Exemplos de produtos mediáticos onde se disponibilizam uma série de exemplos e de modelos de comportamentos e de atitudes com os quais as pessoas se poderão identificar são as novelas televisivas e os filmes, pois, embora ainda tenham presente o *status quo* e a divisão de papéis sociais entre os géneros, também provocam a reflexão sobre temas mais vanguardistas e que vão contra os padrões tradicionais, nomeadamente: questões de homossexualidade e transexualidade; o casamento entre indivíduos do mesmo sexo; o aborto; as doenças terminais; os indivíduos deficientes; o racismo e a discriminação; o sucesso profissional e o empreendedorismo feminino, etc.

Portanto, cada vez mais, a representação dos papéis feminino e masculino nos *media* vai depender da forma como cada indivíduo se identifica com as representações e/ou identidades de género presentes nos textos mediáticos. E, obviamente, esta interpretação dos papéis sociais de género presentes nos *media* vai depender também do contexto socioeconómico e político em que o indivíduo se insere.

Por conseguinte, a investigação relacionada com o género nos discursos/textos mediáticos é só um aspecto da sua importância para os estudos de género e para o relevo que o género tem enquanto importante variável de investigação. Portanto, diferentes tipos de conteúdos mediáticos estão associados à expressão de identidade de género, bem como a diferenças psicológicas entre masculino e feminino. Uma outra questão pertinente levantada pelos estudos de género é a de saber se a escolha de conteúdos e a interpretação dos *media* é capaz de constituir uma alavanca de mudança ou elemento de resistência para mulheres numa situação ainda estruturada pela desigualdade (McQuail, 2003).

Podemos, em síntese, dizer que as diferentes representações de género presentes na cultura mediática, sejam quais forem as causas e as maneiras como se apresentam, evocam respostas diferentes e que as diferenças de género levam a modos alternativos de retirar sentido dos *media*, seja através dos seus efeitos centrípeto ou centrífugo.

5 REFLEXOS DE GÉNERO NA IMPRENSA PORTUGUESA

Para refletirmos sobre a presença das diferenças de género na imprensa portuguesa, o nosso trabalho de investigação foi guiado por uma abordagem de análise de um *corpus* linguístico, a partir do qual se procurou fazer uma análise de conteúdo quantitativa e qualitativa dos dados. Esta recolha e análise de dados foi realizada com a ajuda de um programa informático de análise de conteúdo *Tropes Semantic*, software distribuído por Cyberlex, ACETIC, 1994-2004.

Aceitando a distinção tripartida dos textos jornalísticos em três géneros, informativo, interpretativo ou de opinião e ameno-literário (Rei, 2000^b: 120), podemos inserir este *corpus* textual no género interpretativo ou de opinião, uma vez que engloba crónicas, comentários, editoriais, críticas e artigos de opinião. Portanto, estes tipos de texto interpretam os acontecimentos da atualidade, valorizando os factos “em função de uma posição pessoal, com o objetivo de fomentar um estado de opinião favorável aos seus juízos e conclusões, quer dizer, orientar a opinião pública” (Rei, 2000^b: 121). Assim sendo, estes textos pautam-se pela subjetividade e pelo estilo próprio de cada autor, não sendo, por isso, textos estandardizados. Por este motivo, estes tipos de texto permitem ver ideias, ideologias, crenças e maneiras de ser do seu autor, deixando transparecer o género. Por isso, permitem aferir as características discursivas dos seus autores tendo em conta o género. Assim, analisámos 150 textos de opinião publicados nos media portugueses, 50% de autoria feminina e outros 50% de autoria masculina. Estes textos foram publicados em jornais e revistas nacionais, por isso abordam temas de interesse nacional e, por vezes, internacional, como seja política, problemas ambientais, desporto, desemprego, direito e justiça, economia nacional e europeia, etc. Por isso, têm um público-alvo bastante abrangente, todo o povo português, não se descortinando públicos específicos para determinados textos.

Analisando o número de palavras e o número de frases por texto, percebemos que, na generalidade, as frases das mulheres são menos extensas do que as dos homens. Consequentemente, são frases com uma estrutura sintática mais simples, validada pela maior percentagem de uso de verbos por parte das mulheres e pela distribuição do uso dos conectores. Quanto aos conectores, as mulheres, no geral, usam menos conectores do que os homens. Acresce o facto de a mulher usar preferencialmente mais conectores de adição, disjunção e causa do que o homem, revelando um tendência para uma construção frásica paratática.

No que concerne os assuntos abordados, nota-se que os temas mais abordados, quer por homens, quer por mulheres, surgem agrupados em conceitos gerais e vida humana. Estes desdobram-se em variadíssimos tópicos mais específicos, sendo aí que se nota a diferença. Desde logo, se nota uma maior tendência masculina para tratar de assuntos relacionados com política, geografia, sociedade, desporto e lazer e negócios, realçando o forte pendor do homem para as atividades realizadas fora de casa, no mundo exterior e dos negócios. Por sua vez, a mulher fala mais da sociedade, de sentimentos, da família, de saúde e de emprego, conotando a preocupação das mulheres com o estabelecimento e o bem-estar das suas relações, tal como havia defendido Lakoff (1975). Entre os sentimentos e emoções associados à mulher, destacamos a tristeza, a insatisfação e o medo, revelando

uma certa insegurança e instabilidade da mulher, asserção feita também para caracterizar a linguagem da mulher. Por outro lado, também se nota uma forte preocupação com o emprego e o trabalho, revelando que a mulher já não se cinge ao reino doméstico, tendo já conquistado um lugar no mundo do trabalho, dominado anteriormente pelo homem (Spender 2001). Nesta ordem de ideias, aparece também mais preocupada com o direito e a justiça social, pois já tinha sido considerada um grupo minoritário e oprimido por uma sociedade patriarcal (Lakoff 1975; Spender 2001).

Independentemente do estilo geral dos textos, uma vez que estamos perante textos jornalísticos não padronizados, em que o estilo é livre e a subjetividade do seu autor está presente, verificamos uma maior subjetividade no discurso da mulher, que é corroborado pela existência, em vários textos, de um narrador subjetivo e pelo maior recurso ao pronome pessoal “eu”, bem como ao pronome pessoal de segunda pessoa “tu” e ao pronome pessoal de primeira pessoa do plural “nós”, estes últimos usados com intuito de abarcar também o interlocutor no seu discurso. Por seu turno, nos textos masculinos abundam maioritariamente pronomes pessoais de terceira pessoa. Este emprego feminino dos pronomes pessoais de primeira e segunda pessoa vai ao encontro da tese de que as mulheres se preocupam com as relações e a empatia que estabelecem enquanto comunicam.

Por outro lado, a subjetividade acima postulada é também reforçada pelo uso dos adjetivos. No atinente a esta classe gramatical, destaca-se o recurso abundante nos textos masculinos de adjetivos numéricos e objetivos, indo ao encontro de Koppel (Koppel *et al.* 2003), que postulou que os textos de autores masculinos distinguem-se pelo uso de palavras com sentido numérico. Os textos femininos, por seu turno, são ricos em adjetivos subjetivos. Mais uma vez, esta subjetividade vai ao encontro das asserções feitas sobre a “woman’s language”, que se caracteriza por ser subjetiva e sentimental (Lakoff 1975), enquanto o homem aparece como mais objetivo e ativo.

No atinente à modalização, ou seja, ao recurso de advérbios e locuções adverbiais que permitem o locutor implicar-se no discurso ou situar o que diz contextualmente, os textos femininos destacam-se pelo recurso constante em todos os textos à modalização de intensidade e de negação, utilizadas para dramatizar e inflamar o discurso. Também neste conjunto de textos, as mulheres expressam por mais vezes dúvidas (modalização de dúvida) do que os homens, conotando uma certa insegurança.

6 CONCLUSÃO

Do exposto, podemos concluir que detetámos diferenças entre os discursos masculino e feminino nos textos de opinião analisados. Primeiramente, sobressai uma

diferença na escolha dos assuntos a tratar. Enquanto os homens preferem discutir temas relacionados com a política, o desporto, problemas sociais e negócios; a mulher prefere falar da família, de saúde, de sentimentos e de problemas com o emprego e injustiças sociais.

Por outro lado, o discurso feminino revela mais subjetividade do que o masculino. Primeiramente, pelos assuntos abordados, a partir dos quais a mulher expressa mais emoções e sentimentos. Seguidamente, pelas classes de palavras presentes nos textos. É nos textos femininos que abundam os adjetivos, especialmente adjetivos de cariz subjetivo, bem como os pronomes pessoais, principalmente o “eu” e, seguidamente, o “tu” e o “nós”. Por último, destaca-se ainda a tendência feminina para as modalizações de intensidade e de negação, que permitem dramatizar o discurso.

Por conseguinte, contrariamente ao que se acreditava no início dos estudos de género, em que a linguagem da mulher aparecia sempre como inferior, hoje em dia, as mulheres veem as suas competências verbais reconhecidas e ocupam cargos iguais aos dos homens, podendo comunicar em pé de igualdade com eles. Efetivamente, temos de ter presente que a nossa análise se centrou na comunicação mediatizada, domínio da esfera pública, onde as mulheres têm vindo a entrar, procurando desempenhar papéis iguais aos dos homens. Contudo, verificámos que o discurso feminino é diferente do masculino e vice-versa. Por conseguinte, tal como defendeu Deborah Tannen (1990: 298), compreender que essas diferenças existem e que fazem parte da identidade do género facilitará a comunicação. Assim sendo, mais do que discriminar ou recriminar, é importante compreender. É partindo deste pressuposto que realizámos este trabalho embrionário sobre as diferenças comunicativas entre homens e mulheres em português europeu.

Ora, estes dados só vêm corroborar a existência de diferenças comunicativas entre homens e mulheres, produto das diferenças de género e dos papéis ao género associados. De facto, desde o momento em que a ecografia informa que é um menino ou uma menina, a vida das crianças é definida em função do género e, a partir daí, através da socialização, elas aprendem e ganham uma identidade ou papel de género, masculino ou feminino. Os papéis de género são os comportamentos, posturas, traços de personalidade, emoções e atitudes sociais e culturais tidos como apropriados para o homem ou para a mulher. São estes papéis de género que se tornam estereótipos e que vão condicionar na nossa forma de pensar, influenciando como entendemos os outros e o que esperamos dos outros. Desta forma, os estereótipos guiam o nosso comportamento tendo em conta os papéis de género e delinham o desenvolvimento do comportamento das crianças, que aprendem a seguir os adultos e os respetivos papéis de género. Segundo Basow (1992), mais do que se refletirem em comportamentos diferentes, os estereótipos de

gênero originam diferentes comportamentos, funcionando como “regra” ou “padrão” que as pessoas aprendem.

Sendo extensões do homem (McLuhan, 2008) e reflexo do que se passa na sociedade, os *media* retratam estas diferenças de papéis de gênero, seja postulando uma visão mais tradicionalista, seja apelando à fragmentação e à mudança.

É indiscutível que os papéis sociais de gênero estão em mudança e o século XXI mostra atitudes e comportamentos bem diferentes dos séculos passados. As interrogações acerca do que é masculino ou feminino, ser homem ou mulher, têm respostas diferentes das visões tradicionais e estereotipadas que ainda existem na nossa sociedade e ainda se visualizam nos *media*. No entanto, os *media*, principalmente os novos *media*, associados às novas tecnologias, surgem, cada vez mais, como potenciais agentes divulgadores de sistemas de valores alternativos, fragilizando potencialmente os valores tradicionais.

Globalmente, os meios de comunicação modernos têm, portanto, uma visão mais complexa do gênero e dos papéis do gênero do que nunca. A imagem das mulheres e dos homens não se baseia em estereótipos, mas estes são igualmente valorizados. No entanto, essas imagens permanecem diferentes e diversificadas. À semelhança do que afirma Castells (2007), o maior desafio da contemporaneidade, e dos *media* atuais, é a procura da participação ativa, crítica e consciente de cidadãos e cidadãs, para que possam trilhar os seus próprios percursos pessoais e, assim, colocar em causa relações de poder e assimetrias, moldando a sociedade em que vivem.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Basow, Susana A. (1992). *Gender: Stereotypes and Roles*. 3rd edition. Pacific Grove, California: Brooks/Cole Publishing Company.

Beaudichon, Janinen (2001). *A Comunicação: Processos, Formas e Aplicações*. Porto, PT: Porto Editora.

Beauvoir, Simone de (1976): *Le Deuxième Sexe*, Vol. I and II. 2nd edition. Paris: Gallimard.

Butler Judith (2007). *Gender Trouble*. London: Routledge.

Calero Fernández, M^o Angeles (1999). *Sexismo Lingüístico*. Madrid: Narcea.

Cameron, D. (1992). *Feminism and Linguistic Theory*. 2nd edition. New York: Palgrave.

Carroll, Janet L. & Wolpe, Paul Root (1996). *Sexuality and Gender in Society*. New York: Harper and Collins Publishers Inc.

Castells, Manuel (2007). *O Poder da Identidade* (Vol. II). Lisboa, PT: Fundação Calouste Gulbenkian.

Cook-Gumperz, Jenny (1995). "Reproducing the discourse of mothering: how gendered talk makes gendered lives". In: Hall, Kira, e Bucholtz, Mary (Eds.): *Gender Articulated: language and the socially constructed self*. London: Routledge: 401-419.

Cerqueira, Carla (n.d.) "Os média, os públicos e os discursos de gênero: (in)visibilidades, linguagens e protagonistas, [online], https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/38034/1/CC_Representa%C3%A7%C3%B5es-Sociais-G%C3%A9nero-Publicidade_capitulo.pdf

Eckert, Penelope (1997). "The Whole Woman: Sex and Gender. Differences in Variation". In: Coupland, Nikolas, e Jaworski, Adam (Eds.): *Sociolinguistics. A Reader and a Coursebook*. London: Macmillan Press Ltd.: 212-228.

Eckert, Penelope, & McConnell-Ginet, Sally (2003). *Language and Gender*. Cambridge: Cambridge University Press.

Ehrlich, Susan, & King, Ruth (1998): "Gender-based language reform and the (de)politicization of the lexicon". In: Cheshire, Jenny, & Trudgill, Peter (Eds.): *The Sociolinguistic Reader, Volume 2: Gender and Discourse*. London / New York / Sydney / Auckland: Arnold: 178-194.

Ferin Cunha, Isabel (2002). *Comunicação e Culturas do Quotidiano*. Lisboa, PT: Editora Quimera.

Fichtelius, Anna, Johansson, Iréne, & Nordin, Kerstin (1980): "Three investigations of sex-associated speech variations in day school". In: Kramarae, C. (Ed.): *The Voices and Words of Women and Men*. Oxford: Pergamon Press: 219-225.

Fine, Cordelia (2010). *Delusions of Gender*. New York / London: W.W. Norton & Company.

Fiske, J. (1987). *Television Culture*. London: Routledge.

Gauntlet, David (2008). *Media, Gender and Identity*. London and New York: Routledge.

Ghilardi-Lucena, Maria Inês (2008). "Representações de gênero social na mídia", *Web Revista Discursividade* [online], <http://www.discursividade.cepad.net.br/EDICOES/06/Arquivos/LUCENA.pdf>

Gill, Rosalind (2007). *Gender and Media*. Cambridge: Polity Press.

Goffman, Erving (1976). "Gender Advertisements". In: *Studies in the Anthropology of Visual Communication*, 3: 69-154.

Hall, Stuart (2005). *A Identidade Cultural na Pós-Modernidade*. Translated by Tomaz Tadeu da Silva and Guacira Lopes Louro. 10th Ed. Rio de Janeiro: DP&A.

Holmes, Janet, & Meyerhoff, Miriam (2003). "Different voices, different views: an introduction to current research in language and gender". In: Holmes, Janet, & Meyerhoff, Miriam (Eds.): *The Handbook of Language and Gender*. Oxford: Blackwell Publishing: 1-17.

Kellner, Douglas (2001). *A Cultura da mídia - estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno*. Bauru, SP: EDUSC.

Key, Marie Ritchie (1996). *Male / Female Language*. 2nd ed. Lanhan, Maryland / London: Scarecrow Press.

Kramarae, Cheris (1981). *Women and Men Speaking*. Rowley, MA: Newbury House.

Lips, Hilary M., & Colwill, Nina Lee (1978). "The paradox of power". In: Lips, Hilary M., & Colwill, Nina Lee (Eds.): *The Psychology of Sex Differences*. London / Sidney / Toronto / New Delhi / Tokyo / Singapore / New Zealand: Prentice Hall: 225-242.

Lips, Hilary M. et al. (1978). "Sex differences in ability: do men and women have different strengths and weaknesses?". In: Lips, Hilary M., & Colwill, Nina Lee (Eds.): *The Psychology of Sex Differences*. London / Sidney / Toronto / New Delhi / Tokyo / Singapore / New Zealand: Prentice Hall: 145-171.

Loureiro, Marlene (2014). *O Género no Discurso de Opinião na Imprensa portuguesa*. Covilhã, PT: Livros LabCom.

Maccoby, Eleanor E. (2003). *The Two Sexes*. Massachusetts: Harvard University Press.

Macdonald, Myra (1995). *Representing Women. Myths of Femininity in the Popular Media*. London / New York / Sydney / Auckland: Edward Arnold.

McLuhan, Marshall (2008). *Compreender os Meios de Comunicação*. Translated by José Miguel Silva. Lisboa, PT: Relógio d'Água Editores.

McQuail, Denis (2003). *Teoria da Comunicação de Massas*. Lisboa, PT: Fundação Calouste Gulbenkian.

Meyers, Marian (1999). "Fracturing women". In: Meyers, Marian (Ed.): *Mediated Women. Representations in Popular Culture*. Cresskill, NJ: Hampton Press: 3-22.

Mill, John Stuart (1986). *The Subjection of Women*. New York: Prometheus Books.

Mills, Sara (2008): *Language and Sexism*. Cambridge: Cambridge University Press.

Nogueira, Conceição (2001). *Um Novo Olhar sobre as Relações Sociais de Género: Feminismo e Perspectivas Críticas na Psicologia Social*. Braga, PT: Fundação Calouste Gulbenkian e Fundação para a Ciência e Tecnologia.

Pierson, Ruth Roach (1987). "'Did your mother wear army boots?' Feminist theory and women's relation to war, peace and revolution". In: Macdonald, Sharon et al. (Eds.): *Images of Women in Peace and War: Cross-Cultural and Historical Perspectives*. London: Macmillan Press Ltd.: 205-227.

Rego, Arménio (2007). *Comunicação Pessoal e Organizacional*. Lisboa, PT: Ed. Sílabo.

Rodrigues, Paula (2003). *Questões de Género na Infância*. Lisboa, PT: Piaget.

Rosaldo, M. Zimbalist (1974): "Women, Culture, and Society: a theoretical overview". In: Rosaldo, M. Zimbalist, & Lamphere, Louise (Eds.): *Woman, Culture and Society*. Stanford: Stanford University Press: 17-42.

Silva, Manuela (1999). *A Igualdade de Género. Caminhos e Atalhos para uma Sociedade Inclusiva*. Lisboa: Comissão para a Igualdade e para os Direitos das Mulheres.

Silveirinha, Maria João (2004). "Representadas e representantes: as mulheres e os media". *As Mulheres e os Media*, 5, (3): 9-30.

Swann, Joan (2002). "Yes, but is it gender?". In: Litosseliti, Lia, & Sunderland, Jane (Eds.): *Gender Identity and Discourse Analysis*. Amsterdam / Philadelphia: John Benjamins Publishing Company: 43-67.

Sousa, Jorge Pedro (2006). *Elementos de Teoria e Pesquisa da Comunicação e dos Media*. 2nd Edition. [online], <http://bocc.unisinos.br/pag/sousa-jorge-pedro-elementos-teoria-pequisa-comunicacao-media.pdf>

Whitehead, Harriet (1981). "The bow and the burden strap: a new look at institutionalized homosexuality in native North America". In: Ortner, Sherry B., & Whitehead, Harriet (Eds.): *Sexual Meanings: The Cultural Construction of Gender and Sexuality*. Cambridge / London / New York / New Rochelle / Melbourne / Sydney: Cambridge University Press: 80-115.

Wollstonecraft, Mary (1967). *A Vindication of the Rights of Woman*. New York: Norton Library.

Wood, Julia T. (1996). "Gender, relationships, and communication". In: Wood, Julia T. (Ed.): *Gendered Relationships*. Mountain View / London / Toronto: Mayfield Publishing Company: 3-19.

SOBRE AS ORGANIZADORAS

Mauriceia Silva de Paula Vieira - Doutora em Estudos Linguísticos pela Universidade Federal de Minas Gerais. Professora Associada da Universidade Federal de Lavras (UFLA), atuando na graduação e na pós graduação. Possui experiência docente na educação básica, na formação continuada de professores alfabetizadores e de professores de língua portuguesa. Suas pesquisas se inserem nas seguintes áreas: ensino de língua portuguesa; leitura e práticas de letramentos; letramento digital e uso de tecnologias; análise linguística/semiótica em perspectiva funcionalista.

Patricia Vasconcelos Almeida - Pós doutora em Linguagem e Tecnologia pela Universidade Federal de Minas Gerais. Professora associada da Universidade Federal de Lavras (UFLA), atuando na graduação em Letras e na pós graduação nos programas de Educação (mestrado profissional) e de Letras (mestrado acadêmico). Líder do Grupo de Pesquisa CNPq - Tecnologias e Práticas Digitais no ensino-aprendizagem de línguas. Tem experiência na área de Letras, com ênfase em Língua Inglesa, atuando principalmente nos seguintes temas: Formação de professores, ensino-aprendizagem de línguas estrangeiras mediado pelas tecnologias digitais, tecnologia educacional, ambientes virtuais de aprendizagem.

ÍNDICE REMISSIVO

A

Arte 13, 24, 39, 43, 48, 90, 131, 145, 148, 149, 150, 154, 158, 159

Autoritarismo 42, 126, 128, 129, 135, 138, 141, 142, 143, 144, 145, 147

C

Ciberespaço 22, 23, 24, 25, 27, 32, 33

Cognition 49

Competências linguísticas 174

Comunicação social 1, 62

Conto 84, 85, 86, 89, 90, 92, 93, 94, 95, 96

Cortesía verbal 161, 162, 168, 173

Cultura indígena 148, 149, 150, 156, 157, 159

D

Diário Gaúcho 1, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 10, 11

(Des)rostificações 107, 110

E

Educação 23, 62, 84, 85, 90, 94, 95, 96, 97, 98, 106, 148, 149, 150, 151, 154, 157, 159, 160, 174, 176, 183

Embodiment 49

Encobrimentos 107, 110

Ensino 23, 84, 85, 87, 89, 91, 97, 98, 99, 100, 101, 102, 105, 106, 125, 149, 154, 159

Ensino Fundamental 84, 87, 89, 91, 95, 99, 101, 148, 151, 153, 154, 159

Escrita 12, 13, 14, 15, 19, 20, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 32, 33, 87, 88, 92, 93, 95, 97, 98, 99, 101, 103, 104, 105, 106, 127, 128, 131, 132, 162, 174

Escrita digital 22, 23, 24, 26, 27, 28, 29, 30, 32

Español 161, 162, 163, 165, 173

Ethos 126, 127, 128, 130, 131, 132, 135, 136, 140, 142, 143, 145

Exílio 115, 117, 124, 125

F

Formação crítica 84, 85, 86, 91

G

Género 27, 35, 37, 61, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 79, 80, 81, 82, 84, 85, 86, 88, 92, 96, 99, 101, 130, 135, 137, 138, 140, 151, 163, 166

I

Imagem televisiva 12

Imagem-texto 35, 38, 40

Imprensa 3, 10, 12, 13, 14, 15, 19, 20, 25, 26, 61, 76, 82, 134, 145, 160

L

Landrú 35, 36, 37, 40, 43, 45, 48

Leitura 12, 23, 31, 32, 33, 34, 84, 85, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 99, 101, 102, 104, 105, 106, 113, 125, 174

Lídia Jorge 115, 116, 117, 123, 124

Linguagem 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 32, 33, 34, 66, 67, 71, 74, 78, 79, 86, 90, 97, 99, 100, 101, 103, 105, 106, 110, 126, 127, 128, 129, 130, 131, 132, 135, 139, 140, 143, 144, 150, 155, 174, 175, 176, 177, 178, 179, 180, 181, 182, 183, 184

Linguagem oral 174, 175, 176, 177, 182

M

Media 1, 2, 9, 12, 13, 21, 38, 45, 48, 61, 62, 63, 64, 69, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 80, 81, 82, 83, 126, 147

N

Narrativa musical 12

Nino Cais 107, 108, 110, 111, 112, 113, 114

P

Percepção auditiva 174, 175, 176, 177, 179, 180

Pragmalingüística 161, 172

R

Radiotelevisão Portuguesa 12, 14, 15

T

Teolinda Gersão 115, 116, 117, 122, 124

Tía Vicenta 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 47, 48

Transtextualidade 22, 23, 24, 27, 30, 32

V

Voice 49, 50, 51, 52, 53, 54, 56, 57, 59, 60

W

WhatsApp 1, 3, 4, 5, 6, 7, 9, 11, 134