



TABELA DE RECOMENDAÇÕES PARA UTILIZAÇÃO DE UMA LINGUAGEM INCLUSIVA

USUAL	ALTERNATIVA
Os direitos do homem	Os direitos humanos
O corpo do homem; a inteligência do homem	O corpo humano; a inteligência humana
Museu do homem	Museu da humanidade
O homem primitivo	Os seres humanos primitivos
Homem/mês; homem/hora	Trabalho/mês; trabalho/hora
<i>Cameraman</i>	Operador ou operadora de câmera
Aeromoça	Atendente de voo
Língua materna	Língua de origem ou originária
Reunião de pais na escola	Reunião de pais e mães na escola
Os professores; os jovens; os meninos	O professorado; a juventude; as crianças
Os negros	A raça negra
Denegrir a imagem de alguém	Difamar alguém
A situação está preta	A situação está ruim
José e senhorita Maria	José e Maria
Os brasileiros; os descendentes; os eleitores	O povo brasileiro; a descendência; o eleitorado
Os assessores; os coordenadores; os diretores	A assessoria; a coordenação; a direção
Afeminado	Delicado; suave; meigo
Aquele que fala	Quem fala
Precisa-se de estagiário	Estágio disponível
Cada aluno deverá ler um texto	Deverá ser lido um texto
<p>Nas ilustrações didáticas e nos livros escolares, a mulher aparece, em geral, exercendo atividades no lar, ao passo que o homem aparece no escritório, na oficina, em cargos de poder, etc.</p>	<p>Dar visibilidade às mulheres que trabalham fora de casa.</p> <p>Destacar a importância do trabalho no lar – tanto para as mulheres como para os homens.</p> <p>Apresentar mulher e homem em todos os tipos de trabalho e funções profissionais. Observar que as mulheres desempenham papéis sociais e políticos em todos os níveis, com igual competência, autoridade e espírito de iniciativa que seus colegas homens.</p>

Referências bibliográficas

UNESCO: *Linguagem Não-Sexista*. São Paulo, Ed. Texto Novo, 1996.

ROSSINI, E.; SAIDEL, R.; CALIÓ, S.; JESUS, I. USP lança guia prático sobre ensino e educação com igualdade de gênero. *Revista Comunicação e Educação*, USP-ECA/Ed.Moderna, n.8, Jan-Abr/1997, p.117/121.



Texto

O consumo de imagens e palavras estereotipadas reforça padrões comportamentais

por Vera Vieira
Associação Mulheres pela Paz
Rede Mulher de Educação

Em um jornal do Rio Grande do Norte, a imagem de uma mulher espancada e o *slogan* “Tá na cara que precisa” parecem compor apenas mais uma peça publicitária, neste caso, a de uma funilaria. A resposta dos “criadores da preciosidade” para mulheres indignadas de várias regiões brasileiras, é simplista: “Bando de feministas frustradas.” No bar, o apoio do copo de bebida dispara outra “pérola”: “Mulher e cerveja – especialidades da casa” – este é, aliás, o produto que mais reduz o corpo feminino à isca de consumo. Ao chegar em casa e ligar a televisão, não é preciso esperar muito para se deparar com a propaganda que mostra, durante uma cerimônia religiosa de casamento, o noivo condicionar o juramento de fidelidade à promessa da noiva de permanecer gostosa para sempre, preocupação essa justificada ao apontar a figura da mãe ali também presente e que “virou um bucho”. No programa infantil, a historinha veiculada mostra que a boneca negra virou bruxa e foi queimada. “Minha netinha, chorando muito, me dizia que não queria ser negra”, conta uma ativista do movimento durante um seminário. Um breve olhar às apresentadoras de programas infantis revela o quanto elas reforçam padrões conservadores de feminilidade e beleza, estética

branca, além de incutir a imagem de um País cuja cultura e modernidade se baseiam no consumismo. Ao folhear livros, percebe-se que a linguagem escrita e imagética também contribui para a naturalização dos estereótipos: “denegrir a imagem”, “judiar das pessoas”, “salvar o planeta é tarefa do homem”; figuras da mulher desempenhando tarefas domésticas e do homem em cargos executivos, e por aí afora...

É fundamental estarmos conscientes da relação da linguagem com o conhecimento e a cultura. É somente depois da fase da aquisição da linguagem que a pessoa atinge o campo da abstração. O pensamento conceitual é inconcebível sem a linguagem, em consequência do processo complexo da educação social. O ser humano não só aprende a falar, mas a pensar. Enquanto ponto de partida social do pensamento individual, a linguagem é a mediadora entre o que é social, dado – portanto, ditatorial – e o que é individual, criador, no pensamento de cada pessoa. A linguagem não só constitui o ponto de partida social e a base do pensamento individual, mas influencia também o nível de abstração e de generalização desse pensamento. Ela influencia o nosso modo de percepção da realidade. A experiência individual implica



esquemas e estereótipos de origem social. O estereótipo vem à tona na relação emocional do ser humano com o mundo. Por ser um processo não consciente, exerce sua ação com força tanto maior quanto mais se identifica em um todo unitário como conceito dentro da consciência humana. Esse é o segredo da famosa “tirania das palavras”. A linguagem como discurso não constitui um universo de signos, que serve apenas como instrumento de comunicação ou suporte de pensamento. É interação e um modo de produção social. Não é neutra nem inocente, na medida em que está engajada numa intencionalidade, e nem natural, por isso o lugar privilegiado de manifestação da ideologia.

Não se trata de detalhes inconsequentes, pois a realidade é construída com base em aspectos objetivos e subjetivos. Ao constatar que “é mais difícil desagregar um preconceito do que um átomo”, Einstein colocava em xeque as forças subjetivas com as objetivas. A constituição do imaginário das pessoas se reflete numa realidade que vem impondo relações desiguais de poder e oportunidades na sociedade. E nesse emaranhado dinâmico das estruturas do imaginário vão se tecendo laços que podem ser fortalecidos – no sentido de perpetuar as desigualdades – ou afrouxados, visando a desfazer os moldes dos papéis estabelecidos pela dinâmica social. É uma construção cultural, portanto, pode e deve ser mudada.

Atentar para as sérias consequências das mensagens discriminatórias, que são bombardeadas em nosso cotidiano, é tarefa de

quem busca promover a cidadania para um mundo melhor, com valores éticos, de equidade (igualdade, com respeito às diferenças) e justiça social. Na chamada Era da Informação, em que prevalece o *slogan* “estou na mídia, logo, existo!”, a maioria da população brasileira não encontra referenciais de identidade, mas, pelo contrário, um reforço das relações de subordinação impostas às pessoas que fogem ao modelo ocidental: homem, branco, magro, sem deficiências, jovem, heterossexual, culto, e que vem sendo construído culturalmente, ao longo dos milênios. As mulheres vêm conseguindo um lugar ao sol no espaço público, através da luta dos últimos 40 anos, mas ainda encontram muitas dificuldades para desconstruir os mitos da identidade feminina “a la Barbie”, a boneca que apresenta padrões irreais de beleza – sem contar que foi criada por um alemão desempregado, que a idealizou como uma garota de programa, vendendo-a em casas de prostituição.

Não é “papo pra boi dormir” e nem puro discurso de movimentos sectários, mas uma realidade cruel, facilmente demonstrável por estatísticas confiáveis de órgãos nacionais e internacionais: a cada dois minutos, cinco mulheres brasileiras são espancadas (a maioria, dentro de casa); alto índice de adolescentes com anorexia e bulimia; a mulher recebe salário 40% menor do que o do homem num mesmo cargo, embora com o mesmo nível universitário e experiência profissional; o homem negro recebe menos que o branco e a mulher negra, menos que a mulher branca. Assim sendo, as



discriminações de gênero e raça são os principais fatores estruturais e estruturantes das condições de pobreza e desigualdades sociais.

O primeiro passo para alterar essa realidade é conscientizar-se de que, ao romper com as discriminações na linguagem escrita e imagética, avança-se na influência do modo de percepção da realidade pelas pessoas, quebrando-se padrões comportamentais. Soma-se a isso a adoção de mecanismos de intervenção, que levam, sem sombra de dúvidas, a resultados positivos, ao considerarmos que vivemos em um mundo onde as forças de mercado tentam se equilibrar ao sofrer pressão de um público com consciência cidadã. Como bem escreveu Mikhail Bakhtin, “a fórmula estereotipada adapta-se, em qualquer lugar, ao canal de interação social que lhe é reservado, refletindo ideologicamente o

tipo, a estrutura, os objetivos e a composição social do grupo”.

A linguagem – escrita e imagética – carregada de estereótipos, há tempos vem merecendo ênfase nas ações do movimento feminista, como bandeira fundamental para o avanço da luta, tanto que, a partir de 1991, a Rede de Educação Popular entre Mulheres da América Latina e Caribe (Repem) passou a designar o dia 21 de junho, com uma série de atividades, como a data “Por uma educação sem discriminação”.

Vamos romper com a linguagem sexista, em busca de um mundo com igualdade entre mulheres e homens! Quando se quebra com a linguagem, quebra-se também com padrões comportamentais.

NA PÁGINA SEGUINTE,
VOCÊ ENCONTRARÁ UMA TABELA COM
FORMAS USUAIS DE LINGUAGEM E AS
RECOMENDAÇÕES PARA A PRÁTICA DA
LINGUAGEM INCLUSIVA.
PARA EXERCITAR A LINGUAGEM SEM
DISCRIMINAÇÃO, ELABORE UMA FRASE PARA
CADA UMA DAS FORMAS ALTERNATIVAS.