

TABELA DE RECOMENDAÇÕES PARA A 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
Homem/mês; homem/hora	Trabalho/mês; trabalho/hora
<i>Cameraman</i>	Operador o operadora de câmera
Aeromoça	Atendente de voo

TABELA DE RECOMENDAÇÕES PARA A UTILIZAÇÃO DE UMA LINGUAGEM INCLUSIVA

USUAL	ALTERNATIVA
Língua materna	Língua de origem ou língua originária
Reunião de pais na escola	Reunião de pais e mães na escola
Os professores; os jovens; os meninos	O professorado [ou mestres]; a juventude; as crianças
Os negros	A raça negra
Denegrir a imagem de alguém	Difamar alguém
A situação está preta	A situação está ruim

TABELA DE RECOMENDAÇÕES PARA A UTILIZAÇÃO DE UMA LINGUAGEM INCLUSIVA

USUAL	ALTERNATIVA
Judiar	Maltratar, atormentar
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
Homossexualismo; bichinha/veado; sapatão	Homossexual; gay; lésbica

TABELA DE RECOMENDAÇÕES PARA A UTILIZAÇÃO DE UMA LINGUAGEM INCLUSIVA

USUAL	ALTERNATIVA
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>Outra representação comum da mulher é pelo corpo, apresentando um padrão de beleza irreal e inatingível. Trata-se da objetificação da mulher; a coisificação da mulher.</p> <p>Essa realidade também pode se repetir nas</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.</p> <p>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>

PAULO FREIRE RECONHECE A PRÓPRIA LINGUAGEM MACHISTA

- ➡ *Em certo momento de minhas tentativas, puramente ideológicas, de justificar a mim mesmo, a linguagem machista que usava, percebi a mentira ou a ocultação da verdade que havia na afirmação: “Quando falo homem, a mulher está incluída”. E por que os homens não se acham incluídos quando dizemos: “As mulheres estão decididas a mudar o mundo?*
- ➡ *(...) A discriminação à mulher, expressada e feita pelo discurso machista e encarnada em práticas concretas é uma forma colonial de tratá-la, incompatível, portanto, com qualquer posição progressista, de mulher ou de homem, pouco importa.*
- ➡ *(...) A recusa à ideologia machista, que implica necessariamente a recriação da linguagem, faz parte do sonho possível em favor da mudança do mundo.*
- ➡ *(...) Não é puro idealismo, acrescenta-se, não esperar que o mundo mude radicalmente para que se vá mudando a linguagem. **Mudar a linguagem faz parte do processo de mudar o mundo.***

A IMAGEM NA MÍDIA NOTICIOSA...

Pesquisa Monitoramento Global de Mídia 2010 e 2015 da WACC (no Brasil, foi coordenada por mim e por Sandra Duarte), demonstrando o seguinte:

- ➡ **As fotos de mulheres bonitas** predominam na **coluna social**. As **mulheres negras** estão na **coluna policial**.
- ➡ Somente **24%** das pessoas vistas, ouvidas ou a respeito de quem se lê nas notícias são **mulheres**.
- ➡ **Menos de um entre cinco especialistas entrevistados é mulher**, e homens predominam fortemente como testemunhas e relatores de experiências pessoais em matérias.
- ➡ Quase metade (**48%**) de **todas as matérias reforça estereótipos de gênero**, enquanto 8% das matérias questionam estereótipos de gênero. As **mulheres** são identificadas por seus **relacionamentos familiares** (esposa, mãe, filha), cinco vezes mais que os homens.

A PUBLICIDADE INCENTIVANDO A CULTURA DO ESTUPRO...



NAS REDES SOCIAIS ...

The image shows a screenshot of a social media interface. On the left is a large meme featuring a woman with a blacked-out face. The text on the meme reads: "THIS BITCH DIDN'T KNOW WHEN TO SHUT UP." at the top and "DO YOU?" at the bottom. Below the meme is a small URL: "https://www.facebook.com/...".

On the right side of the screenshot is a sidebar with several advertisements:

- John Steinbeck Audiobooks** (audible.co.uk): "Get Of Mice and Men or another bestseller free today. 80000+ titles. Download!"
- Own Les Misérables** (itunes.apple.com): "Watch an all star cast in this musical phenomenon. Les Misérables available on iTunes now!"
- Pringles**: "Are you cheesy or saucy? Try our Pringles Xtra Personality Profiler to find your flavour." Below this is a "Like" button and text: "Like · Kat Schafer and Anoushka Terpougoff Taylor Towler like Pringles."
- Dove Spa Spray Tan £15** (dovespa.co.uk): "A professional spray tan at Dove Spa will give you a beautiful streak-free finish. Just £15"
- Sure Max Pro** (suredeodorant.co.uk): "The ultimate deodorant"

NAS REDES SOCIAIS ...



NA PROPADANDA, O REFORÇO DOS ESTEREÓTIPOS RACISTAS E SEXISTAS



[modelo Gigi Hadid representou a mãe das crianças...]

AS REVISTAS FEMININAS E OS ESTEÓTIPOS RACISTAS E SEXISTAS

Outras Coisas Mais: "Incidente na... x | Downloader de YouTube Online... x | Gabi Oliveira - YouTube... x | Capas de revistas de beleza - Pes... x

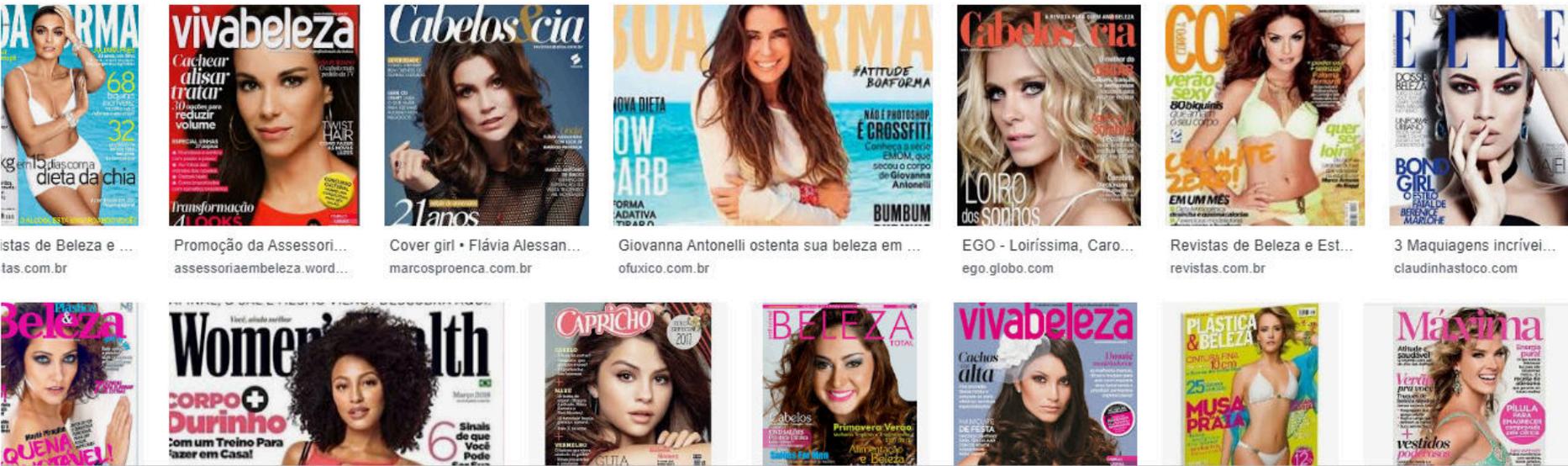
google.com/search?biw=1366&bih=576&tbm=isch&sa=1&ei=mLN5XbKQGcSi5OUP_cOkmAM&q=Capas+de+revistas+de+beleza&oq=Capas+de+r... Pausada

ppos ★ Bookmarks nacional Via Fácil - SP Edital Petrobras 20... f Sorteio de ingresso... USP Programa de pós-g... Comprar Casa Jardim... Casa - Jardim Colo... Outros favoritos

oogle Capas de revistas de beleza

Todas **Imagens** Notícias Vídeos Mais Configurações Ferramentas Coleções SafeSearch

ástica divulgação bbb laisa portela isabelli fontana juliana paes revistas femininas



istas de Beleza e ... tas.com.br

Promoção da Assessoria... assessoriaembeleza.word...

Cover girl • Flávia Alessan... marcosproenca.com.br

Giovanna Antonelli ostenta sua beleza em ... ofuxico.com.br

EGO - Loiríssima, Caro... ego.globo.com

Revistas de Beleza e Est... revistas.com.br

3 Maquiagens incrível... claudinhastoco.com

Tour Pelo Meu R...mp4

EU TENHO PRESS...mp4

A MULHER NEGR...mp4

MULHERES NEGR...mp4
Falha - Erro na rede

Um documentári...mp4

Exibir todos

O SEXISMO NA PROPAGANDA DE CERVEJA



O ESTEREÓTIPO DA MULHER BELA COMO ARMA DE EMPODERAMENTO

[propaganda do Boticário]



PROPAGANDA CONSIDERADA RACISTA



Experimente Dove Dermo Aclarant
para clarear axilas escurecidas. **Clique e conheça.**

PROPAGANDA SEXISTA

Só uma **mulher** #POAdigital

“ sabe o prazer que é tirar o salto alto no final do dia! ”



8 de março
Dia Internacional da Mulher

Só uma **mulher** #POAdigital

“ sabe o drama que é estragar a unha logo após sair da manicure ”



8 de março
Dia Internacional da Mulher

Só uma **mulher** #POAdigital

“ sabe o que é perder a chave dentro da própria bolsa! ”



8 de março
Dia Internacional da Mulher

PREFEITURA PORTO ALEGRE

www.portoalegre.rs.gov.br

facebook.com/prefpoa

twitter.com/prefeitura_poa

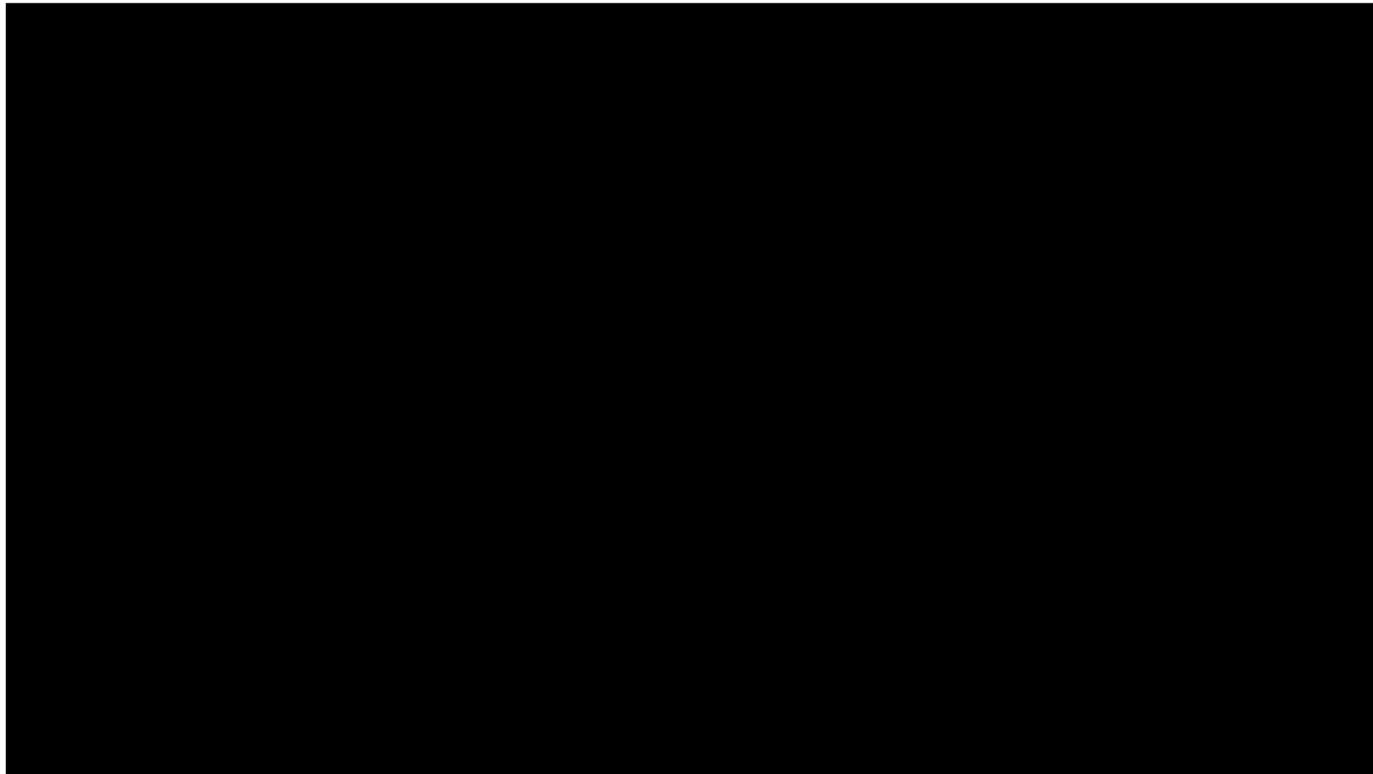
PROPAGANDA SEXISTA

<https://www.youtube.com/watch?v=3ZgeHz2-2qE> [Heinecken]



PROPAGANDA RACISTA [chinesa]

<https://www.youtube.com/watch?v=pY2i0ZfYjkQ>



TERMOS-CHAVES

- ➡ **Gênero:** é uma **construção social**, que vem sendo aceita culturalmente e mantida historicamente, por milênios. Trata-se de uma construção **assimétrica**, que coloca a **mulher em condição de subordinação** ao homem, provocando sérias consequências para toda a sociedade. [para o aprofundamento do tema das relações sociais de gênero, consultar a apresentação da aula anterior].
- ➡ **Linguagem:** pode ser **escrita ou imagética**. Não é apenas um universo de **signos**, que serve somente 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**.
- ➡ **Ideologia:** sistema de **ideias, valores e princípios** que definem uma determinada **visão do mundo**, fundamentando e orientando a **forma de agir** de uma pessoa ou de um grupo social (como um partido ou movimento político, grupo religioso, etc.)

TERMOS-CHAVES

- ➡ **Estereótipo:** a necessidade que o ser humano tem de atribuir sentido às coisas leva à produção de estereótipos, cuja característica básica é a **simplificação**. É uma **crença rígida**, não raro exagerada, aplicada tanto a uma categoria inteira de indivíduos como a cada indivíduo na mesma categoria. Uma pessoa que se droga, um homossexual, um negro, uma pessoa do chamado Terceiro Mundo, certamente, são seres que vão muito além do estigma que os persegue.
- ➡ **Estigma:** definido pelo dicionário como **uma marca, uma cicatriz** deixada por ferida. Para a sociologia é uma **marca objetiva que recebe uma valoração social negativa**.
- ➡ **Preconceito:** É qualquer **opinião ou sentimento concebido sem exame crítico**. Tem uma estreita **relação com os estereótipos**, pois pertencem à categoria do **pensamento** e do comportamento cotidianos.
- ➡ **Discriminação:** é a **conduta injusta e infundada** de transgredir os direitos de uma pessoa, com base em **raciocínio sem conhecimento adequado sobre a questão**.
- ➡ Pode-se dizer que o **preconceito é a teoria** da desigualdade e o **discriminação é a sua prática**.

O BINÔMIO DOMINAÇÃO x SUBORDINAÇÃO NA LINGUAGEM

- ➡ Em toda a história humana, o que se fez foi padronizar as **características sexuais** do homem e da mulher. A **mulher** é vista como o **sexo frágil** e o **homem** como o **sexo forte**, criando essa relação de **dominação e subordinação**.
- ➡ As esferas do **trabalho doméstico, trabalho reprodutivo e de gestão comunitária**, para as quais não é dado valor, são tidas como **'coisas de mulher'**.
- ➡ A esfera do **trabalho produtivo** – que é feito em troca de **pagamento**, quer dizer, tem **valor e poder** – é tida como **'coisa de homem'**.
- ➡ As mulheres que trabalham e são remuneradas acabam por arcar com a **tripla jornada**, já que a maioria dos homens resiste a dividir as tarefas domésticas/ reprodutivas e comunitárias, de acordo com o **modelo** que se reproduz **através dos séculos**.
- ➡ O **homem** continua sendo privilegiado em termos de **poder e oportunidades**, o que provoca a limitação da autonomia das mulheres, de seu potencial e do acesso ao poder econômico e ao político. Além disso, a mulher é objetificada.
- ➡ **Tudo isso vai se refletir na linguagem... de palavras e de imagens**

A LINGUAGEM E O PENSAMENTO

- ➡ 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 LINGUAGEM NÃO É NEUTRA E NEM INOCENTE

- ➡ 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.
- ➡ A linguagem como discurso não constitui um universo de signos, que **serve apenas como instrumento de comunicação ou suporte de pensamento**.
- ➡ A linguagem é um **modo de produção social**. **Não é neutra e 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 constituída com base em aspectos **objetivos e subjetivos**.

O TEAR E A TRAMA DO IMAGINÁRIO

- ➡ 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 as **relações desiguais de poder e oportunidades** na sociedade, além da **coisificação da mulher**. São os **valores e as crenças** que alicerçam o imaginário.
- ➡ E nesse emaranhado dinâmico das estruturas do imaginário vão se tecendo laços que **podem ser fortalecidos** – no sentido de perpetuar as discriminações e desigualdades – **ou afrouxados**, visando desfazer os moldes dos papéis estabelecidos pela dinâmica social.
- ➡ É uma **construção social, reforçada pela cultura**, portanto, **pode e deve ser mudada**. Isso é tarefa de quem busca promover a cidadania para um mundo melhor, com valores éticos, de equidade e justiça social.

REFERENCIAIS DE IDENTIDADE

- ➡ Na chamada Era da Informação [ou da desinformação?], 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, principalmente nos últimos **60 anos de impulsionamento da luta feminista**, mas ainda encontram muitas **dificuldades para desconstruir os mitos da identidade feminina “a la Barbie”**, a boneca que apresenta padrões irreais de beleza.
- ➡ As **consequências são trágicas** e demonstradas pelas estatísticas confiáveis de diversos órgãos, com uma assimetria absurda de poder e oportunidades, sem contar na mais cruel delas que é a violência de gênero.

ROMPENDO COM A LINGUAGEM DISCRIMINATÓRIA

- ➡ 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 dúvida, a resultados positivos, ao considerar que vivemos em um mundo onde as **forças de mercado** tentam se equilibrar ao sofrer **pressão de um público com consciência cidadã**.
- ➡ Como disse o **filósofo russo 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 inclusiva é uma bandeira do movimento feminista há tempos. **21 de junho** foi designado “**Dia de luta pela educação sem discriminação**”, pela REPEM [Rede de Educação Popular entre Mulheres da AL e Caribe].

[Para ler em casa, segue aprofundamento teórico com base no filósofo russo Mikhail Bakhtin]

O QUE É LINGUAGEM?

- ➡ A **fala** está indissoluvelmente ligadas às **condições da comunicação**, que por sua vez, estão sempre **ligadas às estruturas sociais**.
- ➡ A **comunicação verbal**, inseparável das outras formas de comunicação, **implica conflitos**, relações de dominação e de resistência, adaptação ou resistência à hierarquia, utilização da língua pela classe dominante para reforçar seu poder, etc.
- ➡ Todo **signo é ideológico**; a ideologia é um **reflexo das estruturas sociais**; assim, toda **modificação da ideologia encadeia uma modificação da língua**.
- ➡ A **língua** é a expressão das **relações e lutas sociais**, veiculando e sofrendo o efeito desta luta, servindo, ao mesmo tempo, de **instrumento e de material**.
- ➡ Tudo que é ideológico possui um significado e remete a algo situado fora de si mesmo. Em outros termos, **tudo que é ideológico é um signo. Sem signos não existe ideologia.**

OS PRODUTOS E A SIMBOLOGIA

- ➡ Converte-se, assim, em signo o **objeto físico**, o qual, sem deixar de fazer parte da realidade material, passa a refletir e a refratar, numa certa medida, **uma outra realidade**. (PROPAGANDA CERVEJA)
- ➡ **A foice e o martelo** (símbolos da União Soviética) possuem um **sentido** puramente **ideológico**. Todo instrumento de produção pode, da mesma forma, se revestir de um sentido ideológico.
- ➡ Os **produtos de consumo**, assim como os instrumentos, podem ser associados a **signos ideológicos**, mas essa associação não apaga a linha de demarcação existente entre eles.
- ➡ Cada signo ideológico é não apenas um reflexo, uma sombra da realidade, mas **também um fragmento material dessa realidade**.

O QUE É UM SIGNO?

- ➡ O **signo** é criado por uma **função ideológica** precisa e permanece inseparável dela.
- ➡ O signo linguístico é um elemento que possui **dois aspectos**: um deles é o **significado** e o outro o **significante**.
- ➡ Um exemplo seria quando escutamos a palavra “**árvore**”. Por conta dos sons que constituem essa palavra, nosso **cérebro consegue identificar esses sons**, buscando em nosso “banco de dados”. A tal **imagem sonora** que nos faz saber o que é uma árvore é o **significante do signo de “árvore”**.
- ➡ Um **signo linguístico** é uma **realidade perceptível** por um ou vários sentidos humanos, que remete para **outra realidade** que não está presente. Trata-se de um sinal próprio da linguagem verbal, **da palavra em si**.
- ➡ E o material privilegiado da **comunicação** na vida cotidiana é a **palavra**.

E A PALAVRA?

- ➡ As **palavras** são tecidas a partir de uma multidão de **fios ideológicos** e servem de trama a todas as **relações sociais** em todos os domínios.
- ➡ É portanto claro que a **palavra** será sempre o **indicador** mais sensível de todas as **transformações sociais**.
- ➡ A **palavra** é capaz de registrar as fases transitórias mais íntimas, mais efêmeras das **mudanças sociais**.
- ➡ O que faz da palavra uma palavra é sua **significação**. O que faz da **atividade psíquica** uma atividade psíquica é, da mesma forma sua **significação**.
- ➡ A **palavra** deve ter nascido e se desenvolvido no curso do **processo de socialização dos indivíduos**, para ser, em seguida, integrada ao organismo individual e tornar-se **fala interior**.
- ➡ Não há **signo exterior sem signo interior**. O signo exterior, incapaz de ser compreendido e experimentado, cessa de ser um signo, transforma-se em uma coisa física. Originariamente, a **atividade psíquica é uma passagem do interior para o exterior; para o signo ideológico, o processo é inverso**.

O CONTEÚDO DAS PALAVRAS

- ➡ Na realidade, não são palavras o que pronunciamos ou escutamos, mas verdades ou mentiras, coisas boas ou más, importantes ou triviais, agradáveis ou desagradáveis, etc. **A palavra está sempre carregada de um conteúdo ou de um sentido ideológico ou vivencial.**
- ➡ Os indivíduos não recebem a língua pronta para ser usada; eles penetram na **corrente da comunicação verbal**; ou melhor, somente quando mergulham nessa corrente é que sua **consciência desperta** e começa a operar. É apenas no processo de aquisição de uma **língua estrangeira** que a consciência já constituída – graças à língua materna – se confronta com uma língua toda pronta, que só lhe resta assimilar.
- ➡ As pessoas **não “adquirem” sua língua materna**; é nela e por meio dela que ocorre o **primeiro despertar da consciência**. O processo pelo qual a criança assimila sua língua materna é um processo de **integração progressiva da criança na comunicação verbal**. À medida que essa integração se realiza, sua consciência é formada e adquire seu conteúdo.

O QUE SERÁ DA PALAVRA?

- ➡ 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.
- ➡ As **fórmulas da vida** corrente fazem parte do **meio social**, são elementos da festa, dos lazeres, das relações que se travam no hotel, nas fábricas, etc. Elas coincidem com esse meio, **são por ele delimitadas e determinadas** em todos os aspectos.
- ➡ **O destino da palavra é o da sociedade que fala.**

INTERFERIR PARA TRANSFORMAR

- ➡ Nesse emaranhado dinâmico das estruturas do imaginário, vão se tecendo laços que podem ser fortalecidos – no sentido de **perpetuar as desigualdades de gênero** – ou afrouxados, visando **desfazer os moldes** dos papéis estabelecidos pela dinâmica social.
- ➡ Partindo-se da constatação de que a realidade é construída a partir de aspectos **objetivos e subjetivos**, o exercício de **atentar para as consequência das mensagens discriminatórias** é tarefa de quem busca promover a cidadania para um mundo melhor, com **valores éticos, de equidade e justiça social**.
- ➡ É pelo **trabalho educativo e de comunicação**, que transforma seres humanos em **agentes políticos**, que se consegue **alterar os condicionamentos** provocados por mitos e imagens, além de se considerar que as mídias digitais trazem a perspectiva de novas dinâmicas de representação da mulher.

21 DE JUNHO

DIA

“POR UMA EDUCAÇÃO SEM DISCRIMINAÇÃO”

**DESIGNADO PELA REPEM (REDE DE EDUCAÇÃO POPULAR ENTRE
MULHERES DA AMÉRICA LATINA E CARIBE)**

IMAGENS POSITIVAS



ASSÉDIO NÃO É ELOGIO!



MULHERES COMBATENDO A CULTURA DO ESTUPRO...



CAMPANHA TRANSFORMADORA

8 de março

Só uma
mulher

“ sabe como é ruim ver o dia 8 de março resumido a salto alto, esmaltes e chocolates! ”

[Levante-se]
CONTRA O MACHISMO!

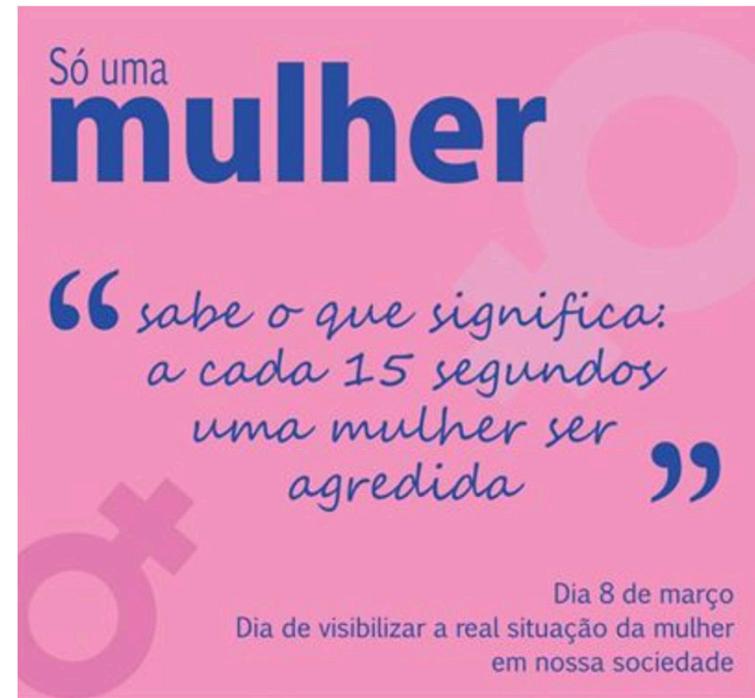
8 de março
Dia Internacional da Mulher



Só uma
mulher

“ sabe o que significa: a cada 15 segundos uma mulher ser agredida ”

Dia 8 de março
Dia de visibilizar a real situação da mulher em nossa sociedade



Fórum de Ong Aids RS | FBB-RS | SOMOS

CAMPANHA TRANSFORMADORA

8 de março

Só uma
mulher

“ sabe o que significa:
vivenciar o medo em
ter que denunciar
seus agressores ”

Dia 8 de março
Dia de visibilizar a real situação da mulher
em nossa sociedade

Fórum de Ong Aids RS | FBB-RS | SOMOS

Só uma
mulher

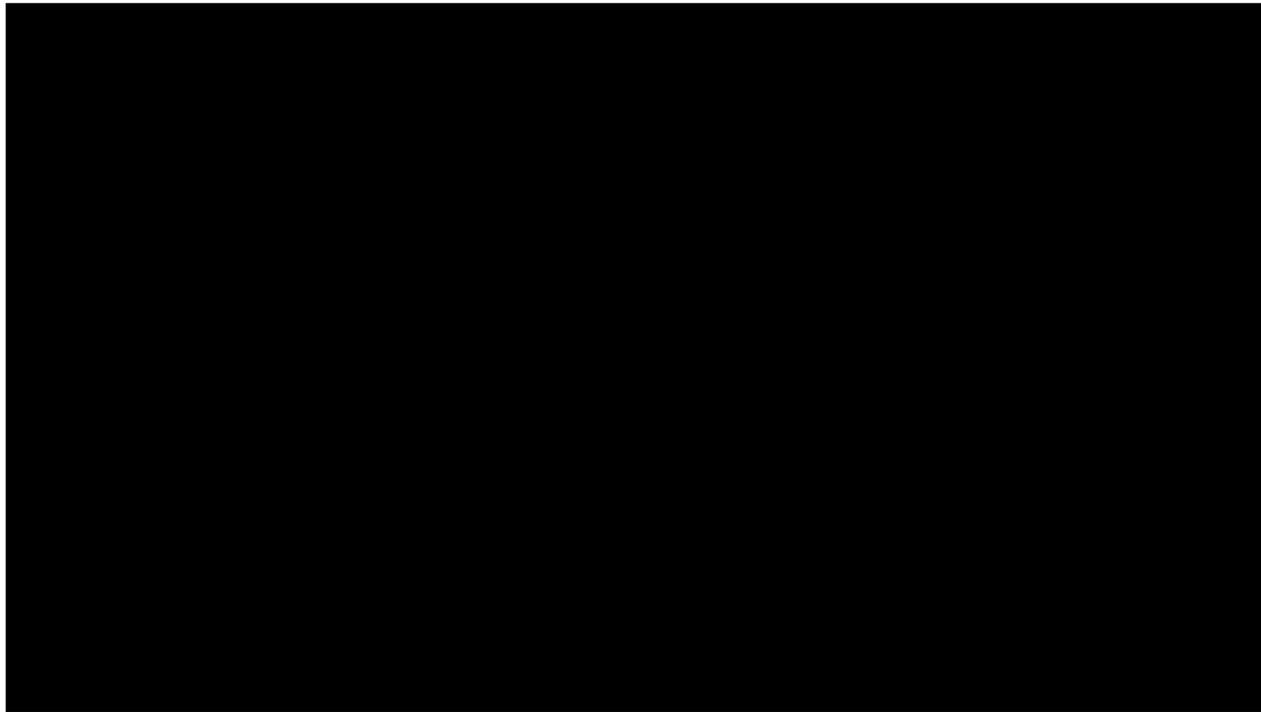
“ sabe o que significa:
andar na rua e
ser assediada
publicamente ”

Dia 8 de março
Dia de visibilizar a real situação da mulher
em nossa sociedade

Fórum de Ong Aids RS | FBB-RS | SOMOS

CAMPANHA TRANSFORMADORA

<https://www.youtube.com/watch?v=cMjVHaVD-3k> - Budweiser



CAMPANHA TRANSFORMADORA

GOLDIEBLOX PRINCESS MACHINE [desafiando estereótipos de gênero]

<https://www.youtube.com/watch?v=llGyVa5Xftw>



CAMPANHA TRANSFORMADORA

https://www.youtube.com/watch?v=zouGO_xVWJg

Dear Dad – CARE [campanha da Noruega]



OBRIGADA!

Vera Vieira

Doutora em comunicação social/feminismo, pela USP/ECA

vera7vieira@globo.com

(11) 99647-9497

SP/2021

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAKHTIN, Mikhail. *Marxismo e Filosofia da Linguagem*. SP: Editora Hucitec. 9ed. 1999

BOSI, E. *Entre a opinião e o estereótipo*. In: O tempo vivo da memória – Ensaios de Psicologia Social. Ateliê Editorial. SP: 2004. 2ª ed.

CITELLI, Adilson Odair. *Comunicação e Educação. A linguagem em movimento*. 3ª ed. SP: Senac. 2004

CHAVES, F. *Feminismo e as Relações Sociais de Gênero*. Rio Branco/AC: apresentação Power-Point para seminário da Associação Mulheres pela Paz. 06/2013

FREIRE, P. *Pedagogia da Esperança - um reencontro com a Pedagogia do Oprimido*. RJ: Paz e Terra. 7ªed. 2000

JOHNSON, A.G. *Dicionário de Sociologia – Guia prático de linguagem sociológica*. RJ: Jorge Zahar Editor. 1997

MARTIN-BARBERO, J. *Dos meios as mediações - comunicação, cultura e hegemonia*. RJ: Ed. UFRJ. 1997

PLOU, D.; VIEIRA, V. *Mulher e Tecnologias: a virtualidade como espaço transformador das relações de gênero*. São Paulo: Rede Mulher, 2007

VIEIRA, V. *Comunicação e Feminismo – as possibilidades da era digital*. Tese (Doutorado). Eca, USP, 2012.

VIEZZER, M. *Paulo Freire e as Relações Sociais de Gênero*. Informativo Cunhary/Rede Mulher. SP. no.24. jul-ag/97.

<https://conceito.de/signos>