



REPRESENTAÇÕES DAS DIFERENÇAS: DISCURSOS SOBRE GÊNERO E RAÇA NA IMPRENSA HEGEMÔNICA BRASILEIRA

Danielle Parfentieff de Noronha¹

RESUMO

O presente trabalho busca apresentar algumas reflexões sobre a produção e reprodução de imaginários sobre a diferença, com enfoque em gênero e raça e a intersecção entre tais categorias, no jornalismo hegemônico brasileiro, trazendo como pano de fundo o diálogo entre ciências sociais, comunicação, imagens, mito e poder. As considerações apresentadas neste artigo são balizadas pela pesquisa de campo que realizei para minha tese doutoral, em que foram analisadas imagens difundidas nos meios de comunicação: Jornal Nacional, portal UOL, revista Veja e jornal O Estado de S. Paulo. O jornalismo, que apresenta muitas possibilidades para pensar sobre a relação entre ficção e realidade, é entendido como um importante espaço de formação de opiniões sobre o mundo que nos rodeia e de grande influência para a criação de identidades e (re)construção de tradições, memórias, relações de poder e mitos sociais. Neste sentido, parto da ideia de que a (re)produção no jornalismo de narrativas que envolvem questões relacionadas ao gênero e à raça, através da construção de imaginários que separam e representam “eles” e “nós” e da naturalização de categorias, instituições, sentidos e identidades, aporta importantes elementos para o debate sobre as tensões relacionadas aos diferentes campos de poder em nossas sociedades latino-americanas e, neste caso, especificamente, na brasileira. Na primeira parte do trabalho, apresento uma fundamentação teórica sobre o tema. Na sequência, trago algumas considerações sobre a metodologia aplicada durante a pesquisa de campo e, por último, os principais resultados da análise dos meios de comunicação acima mencionados.

Palavras-chave: Comunicação. Diferença. Poder.

¹ Doutora em Medios, Comunicación y Cultura pela Universitat Autònoma de Barcelona. E-mail: danielledenoronha@gmail.com.

INTRODUÇÃO

As primeiras inquietações que levaram ao desenvolvimento desta pesquisa estão relacionadas às representações sociais em narrativas consideradas ficcionais, como as que são desenvolvidas nos filmes, que eram os principais objetos de estudo das investigações que eu estava me dedicando até decidir realizar um projeto de doutorado. O ponto de partida era que tanto no cinema hegemônico como em novelas é muito presente o desenvolvimento de estereótipos e narrativas míticas sobre diversos marcadores sociais da diferença, tais como gênero, raça, trabalho, classe social, geração, entre outros. Ao olharmos para muitos filmes, por exemplo, é possível constatar a repetição de representações similares dos lugares e formas de ser das diferentes pessoas, que influenciam o modo como compreendemos e vivenciamos as diferenças sociais. Por um lado, ao olharmos ao redor, para a nossa realidade, podemos perceber que muitas dessas representações costumam se repetir, são naturalizadas e já possuem certos significados sociais hegemônicos assimilados. Porém, por outro lado, também é possível constatar que tais representações estereotipadas não dão conta da pluralidade existente por trás dos diferentes agentes e grupos sociais, que muitas vezes são simplificados, homogeneizados e tipificados, numa complexa relação entre ficção e realidade. Neste sentido, parti da hipótese que, no que se refere às representações sociais produzidas hegemonicamente nos meios de comunicação, falta diversidade, tanto na forma como no conteúdo.

Ao mesmo tempo que as mulheres negras, quando aparecem nos filmes², normalmente estão relacionadas a trabalhos menos remunerados e com menor ou nenhum poder simbólico, na realidade também: no Brasil, as mulheres negras ganham cerca de 40% menos do que os homens brancos³. Ao mesmo tempo que as/os homossexuais são estereotipadas quando aparecem em novelas ou filmes, em 2017 houve o assassinato de um homossexual a cada 25 horas no país⁴. E, ao mesmo tempo em que as mulheres são objetificadas em filmes, novelas e na publicidade,

² As mulheres negras representam apenas 4% das atrizes que fizeram parte do elenco principal dos filmes brasileiros entre os anos de 2002 a 2012, mesmo que elas representem 27% da população brasileira. Disponível em: <http://gema.iesp.uerj.br/infografico/infografico1> [acesso em março de 2018].

³ Disponível em: <https://www.geledes.org.br/brasileira-negra-ganha-menos-de-40-do-salario-de-brasileiro-branco-diz-ipea> [acesso em março de 2018].

⁴ Disponível em: <http://www.andes.org.br/andes/print-ultimas-noticias.andes?id=9002> [acesso em março de 2018].

temos uma taxa de violência contra a mulher inaceitável: só em 2016 uma em cada três mulheres foi vítima de violência no Brasil⁵.

A partir dessas reflexões, me perguntei: de que modo, então, os meios de comunicação auxiliam na manutenção de relações de poder? Porque quando olhamos para as representações e imagens reproduzidas pelos meios estamos diante de discursos e relações de poder concretas, que influenciam nos processos imaginativos, nos processos identitários (Marcon e Ennes, 2014), na compreensão das diferenças (e da alteridade), e, também, em relações práticas entre as pessoas. Foi nesse momento que desviei o meu olhar para o jornalismo e me indaguei: como essas questões aparecem e influenciam a sociedade quando olharmos para os discursos jornalísticos hegemônicos?

Ao olhar para o jornalismo, já não estamos mais falando de narrativas ficcionais manifestas (Chillón, 2014), mas de narrativas que se propõem a apresentar a “realidade”, os “fatos”, os quais compreendo como discursos factícios⁶ (Chillón e Duch, 2012). Deste modo, ao entender a importância dos meios de comunicação para as sociedades ocidentais contemporâneas capitalistas, os discursos produzidos sobre a diferença no jornalismo são um importante caminho para entender a construção da/o *outra/o* – e de nós –, além da conservação e reprodução do poder social, pensando-o através dos conceitos de colonialidade do poder⁷ (Quijano, 2009) e diferença colonial⁸ (Mignolo, 2013).

Nesse sentido, propus para a minha tese de doutorado⁹ um estudo transdisciplinar sobre a produção e reprodução da diferença, com ênfase em gênero, raça e trabalho e a intersecção entre tais categorias, no jornalismo hegemônico e corporativo brasileiro, à luz das relações entre comunicação, decolonialidade, mito e

⁵ Disponível em: <https://istoe.com.br/uma-em-cada-tres-brasileiras-foi-vitima-de-violencia-no-ultimo-ano-pesquisa> [acesso em março de 2018].

⁶ Sigo a sugestão de Albert Chillón e Lluís Duch e proponho pensar no termo factício (*facció* no original), uma palavra de origem latina que significa “fazer” e remete a declarações factuais produzidas nas narrativas, também imagéticas.

⁷ Para Aníbal Quijano (2007), as relações de poder constituídas a partir da conquista da América e a implantação do capitalismo histórico são baseadas no domínio da/o *outra/o*, o que possibilitou a criação desse sistema mundial, caracterizado pela “colonialidade do poder”. O padrão colonial é o centro da colonialidade do poder, além do dispositivo que constitui e (re)produz a “diferença colonial” e a “diferença imperial” (Mignolo, 2013).

⁸ Sobre diferença colonial, ver Mignolo (2013).

⁹ Tese defendida em setembro de 2017, na Universitat Autònoma de Barcelona, intitulada “Representaciones de la *diferencia*: género, raza y trabajo en la prensa hegemónica brasileña”, orientada pelo professor Dr. Albert Chillón.

poder. Neste artigo, em primeiro lugar, vou apresentar algumas considerações teóricas sobre o jornalismo e produção de discursos sobre o “real” para, em seguida, pensar a relação entre imprensa, representação e estereótipos. Depois, vou explicar a construção da metodologia da investigação de campo aplicada na tese e, por último, vou apresentar um resumo dos principais resultados da análise dos meios, porém relacionados apenas às questões específicas de gênero e raça e a interseccionalidade entre eles.

1. JORNALISMO, REPRESENTAÇÃO E A CONSTRUÇÃO DE DISCURSOS FACTÍCIOS

Os seres humanos são seres de mediações (Chillón e Duch, 2012), ao mesmo tempo que são seres comunicativos. Neste sentido, podemos colocar a atenção na linguagem e em suas funções na vida individual e coletiva. É através da linguagem que podemos desenvolver, compreender e expressar conceitos, palavras e seus significados, e dar nome ao que anteriormente não conhecíamos. Ao *empalavrarmos* a realidade estamos no processo de construção dos modos como conhecemos e interpretamos a realidade (Chillón, 2014), que pode ser compreendida como uma ilusão – recordando a Don Quixote. Não no sentido de que seja falsa ou mentira, mas no sentido de que é uma construção, um universo factício, ou seja, o sentido original de *fictio*, como nos recorda Clifford Geertz (1978). Não existe realidade sem linguagem, o que aponta para coexistência entre ficção e realidade. Chillón e Duch nos convidam a pensar na condição logomítica da linguagem, possuidora de uma índole audiovisual inerente, é abstrativa ao mesmo tempo que é figurativa, é razão e representação, denotação e conotação.

A realidade na qual vivemos é influenciada pelo coletivo e por nossa cultura, mas é também individual. Segundo Chillón (2014), não existe uma realidade única e objetiva, mas, sim, múltiplas realidades particulares e múltiplas experiências e é através de cada uma delas, produzidas e vividas em e com palavras, que se torna possível fazer inteligíveis as imagens e sensações. A linguagem formula representações sobre a realidade, em que estão relacionados nossos sentimentos, imaginários e memórias. É, então, através da linguagem que produzimos, absorvemos

e interpretamos discursos e moldamos o mundo, a/os *outras/os* e a nós mesmos. Para Michel Foucault (2001), não devemos dizer que a ficção é a linguagem, mas existe uma dependência complexa. Como seres de mediações, comunicativos, somos também seres culturais.

Podemos entender a importância social do domínio da linguagem e das imagens e, posteriormente, dos discursos. A apropriação dos discursos cria realidades direcionadas, que buscam influenciar o modo como as pessoas constroem suas vidas. Deste modo, ter o controle da produção de discursos é ter o controle sobre a produção de narrativas – míticas/racionais – sobre o mundo. Em nossas sociedades ocidentais contemporâneas, construídas também através da cultura mediática e da estética capitalista (Lipovetsky e Serroy, 2014), os meios de comunicação e a imprensa, a partir de uma lógica empresarial e de consumo, podem ser compreendidos como instituições que controlam grande parte da construção dos discursos sociais, devido ao domínio da linguagem e da produção estética, capazes de atuar na construção de distintas realidades¹⁰.

O “campo jornalístico”, como o chama Pierre Bourdieu (1996), a tomar para si a responsabilidade de noticiar o que ocorre no mundo (próximo e distante), e por ser compreendido – em diferentes instâncias – desde esta perspectiva, atua constante e ativamente como um construtor de realidades. As narrativas factícias encontradas no jornalismo são formuladas não apenas nos artifícios e estratégias utilizadas para descrever e apresentar os ambientes, contextos e histórias propostas, mas também pelo papel desempenhado pelos meios nesta realidade. O grau de confiança das pessoas no jornalismo influencia na compreensão de seus discursos como verdades ou não. Ou seja, a credibilidade da imprensa e os discursos que reivindicam sua neutralidade são essenciais para a difusão de suas opiniões e pontos de vista como superiores a outros.

Pensando, então, na coexistência com a realidade, a ficção presente nas notícias demarca o sentido construído de suas narrativas, desenvolvidas através da linguagem, dotadas de discursos, recortes e escolhas, mesmo quando são

¹⁰ Por mais que não seja tema deste trabalho, vale a pensar sobre a passividade ou não-passividade com a qual as pessoas recebem e interpretam os conteúdos (re) produzidos pelos meios de comunicação. Acredito que as pessoas não são passivas, estão ativamente participando do modo como compreendem suas realidades, porém existem muitas formas de influenciar a interpretação. Sobre este tema ver a discussão de Barthes (2004) sobre a “morte do autor” e de Helio Gallardo (2008) sobre agenciamento.

trabalhadas desde a busca pela objetividade, o que nos leva a questionar a autoridade do jornalismo. A presença dos jornalistas, como testemunhas (como também das câmeras), não garante a presença pura e objetiva da realidade. As notícias são pontos de vista, formuladas a partir do entendimento das jornalistas e da visão da empresa para qual elas trabalham. A escolha dos verbos, títulos, imagens, informantes, entrevistas é parte do trabalho de produção de uma notícia, bem como a diagramação da página ou edição do vídeo, o destaque que é conquistado nos sites ou redes sociais. Tudo influência e os conteúdos estão conectados com os discursos que são transmitidos dia após dia. Quando refletimos sobre os modos como as diferentes pessoas aparecem (ou simplesmente são excluídas) e são (não)representadas nos meios de comunicação, levando em consideração essa relação entre discurso e realidade, somos convidados a entrar no tema das representações sociais e dos modos como somos influenciados pela tipificação das/os *outras/os* e de nós mesmos, através de arquétipos e estereótipos, e suas influências nas relações de poder.

1.1 SOBRE JORNALISMO E REPRESENTAÇÃO SOCIAL

A partir da reflexão sobre discurso e realidade, me propus algumas premissas para pensar sobre a representação social da diferença no jornalismo hegemônico e corporativo brasileiro, especificamente sobre gênero e raça. Em primeiro lugar, penso que o jornalismo prioriza a representação de olhares específicos (Ricouer, 2007) que, neste caso, valorizam determinada organização social através da repetição de narrativas míticas e estereótipos relacionados com a diferença ou sua completa invisibilidade. Grande parte dos discursos tem, em suas bases, características racistas, machistas e de classe, que naturalizam e buscam justificar os lugares que cada pessoa ocupa na sociedade e mantêm as relações de poder e as disputas pela hegemonia¹¹.

Em segundo lugar, ao analisar os jornais como objeto de estudo antropológico é possível buscar compreender as ideologias e códigos culturais presentes nas entrelinhas das representações sociais produzidas e reproduzidas por e através da imprensa. Destaco que minha análise leva em consideração que todo conteúdo

¹¹ Sobre hegemonia, ver a reformulação que Stuart Hall (2003) faz do conceito de Gramsci.

transmitido pela imprensa requer um passado. É uma representação que inclui a *mise-en-scène* e os diversos processos de escolha, seleção, edição, montagem e contexto, além de ser resultado de todo método e rotina de produção de notícias, que produzem discursos (Pereira Junior, 2004) através da cultura profissional, que inclui as formas de organizar o trabalho, seus códigos e regras específicas.

Em terceiro lugar, as representações podem ser entendidas como narrativas míticas, no sentido que Barthes (2009) deu ao mito, como parte de um sistema de comunicação que opera simbolicamente pela linguagem (de Noronha, 2013). Assim, o conteúdo produzido pela imprensa e meios de comunicação é compreendido como um texto narrativo, possível de ser interpretado e investigado. Por último, ao tratar as representações sociais, o jornalismo é considerado como um artefato cultural que assume um papel de mediação fundamental nas sociedades contemporâneas ocidentais, que garante a constituição de um sentido comum e a coesão social (Pereira Junior, 2004). Seguindo a sugestão de Alfredo Pereira Junior (2004) quando falamos do espaço público vivenciado pelas pessoas, estamos falando de um espaço público mediatizado.

Roso et al. (2002) explicam que, seguindo a John Thompson, na interação cultural, as formas simbólicas implicam cinco características básicas: 1) estas são intencionais; 2) os processos de construção e interpretação envolvem convenções ou regras; 3) estas possuem estruturas articuladas e sua análise deve levar em consideração as interrelações; 4) estas são referenciais, isto é, as representações se referem à alguma coisa; e 5) são contextuais, inseridas em processos e contextos sócio-histórico específicos, dentro e por meio dos quais são produzidas, transmitidas, recebidas e interpretadas. Para os autores, o problema surge quando as formas simbólicas transmitidas pelos meios são criadas ou contribuem para reforçar e estabelecer relações de dominação e/ou exclusão.

Para entender a relação de dominação e exclusão de gênero e raça, por exemplo, Roso et al. (2002, p. 77), primeiro, afirmam que o processo de exclusão abarca a pessoa que exclui e a que é excluída. Depois, utilizam a dicotomia maioria-minoria, pensada desde a perspectiva das relações de poder, para a análise dos fenômenos sociais, inclusive os que são relacionados com a construção de representações sociais. A maioria é definida como qualquer grupo de pessoas que controle a maior parte dos recursos econômicos, simbólicos e de poder, que

estabelecem relações injustas (e interessadas) com as minorias sociais. As minorias são definidas por ter traços culturais ou físicos que são desvalorizados e por não pertencer às culturas da maioria, o que gera um processo construído de exclusão e discriminação (Roso et al., 2002, p. 77).

O poder tem uma ampla relação com a capacidade de inversão. Segundo Balandier, os mecanismos de inversão intervêm na definição das categorias sociais, em sua distribuição em superiores e inferiores, em “boas” e “más”. “O dominado, o súbdito, por sua vez, ocupa no sistema das representações coletivas tradicionais a posição inversa (e desclassificada) à do dominante e do senhor” (Balandier, 1994, p. 77 – tradução minha). As narrativas e discursos reproduzidos pelos meios são utilizados para auxiliar na construção desse dualismo social, através das representações dos diversos aspectos de diferenciação, como masculino e feminino, brancos e negros, ocidente e oriente, desenvolvidos e subdesenvolvidos, empregados e empregadores, etc. Como destaca Flávia Biroli (2011), se os meios de comunicação atuassem para a promoção de um ambiente comunicativo plural, eles poderiam ser percebidos como instituições contra a manutenção dos estereótipos. Entretanto, se operam como instrumentos de uma ordem social desigual, reproduzindo informações e visões hegemônicas, são entendidos como propagadores dos privilégios dos estereótipos.

Biroli nos convida a pensar nos estereótipos como artefatos morais e ideológicos que têm impacto na reprodução das relações de poder, de modo que o caráter moral dos significados e da compreensão sobre o mundo está relacionado aos dispositivos ideológicos de legitimação de papéis e cargos ocupados em uma determinada ordem social. Sua proposta considera o potencial dos estereótipos na constituição das identidades de indivíduos e grupos e chama a atenção para a necessidade de não reduzir a compreensão dos estereótipos à questão da distorção da realidade ou da sua veracidade ou falsidade. Neste sentido, os estereótipos devem ser considerados como “categorias simplificadoras ou atalhos cognitivos que participam de exercícios de poder” (Biroli, 2011, p. 75). Porém, a autora lembra que a relação entre estereótipos e opressão não é livre ambiguidades. Para ela, “os estereótipos e a realidade se alimentam, confirmando papéis, comportamentos e valores produzidos socialmente” (Biroli, 2011, p. 77).

De acordo com a autora, quando são internalizadas, as imagens estereotipadas produzem padrões reais de comportamento que geralmente confirmam estereótipos, que coincidem com aspectos verificáveis da realidade. Ou seja, os estereótipos, embora apoiados por aspectos “reais”, não podem responder à pluralidade das pessoas que são homogeneizadas e tipificadas. Além disso, relacionando a construção de estereótipos com o exercício do poder, podemos observar que, com diferentes graus de institucionalização, impõe-se desvantagens materiais e simbólicas a alguns grupos que são estereotipados negativamente e que são oferecidas mais oportunidades para outros grupos, que prevalece o ponto de vista dos homens brancos heterossexuais (Biroli, 2011), que atuam na construção da maneira como reconhecemos e entendemos as/os outras/os.

2. APORTES SOBRE A METODOLOGIA E O CAMPO

Foi no caminho de repensar as práticas e métodos de análise dos estudos sobre comunicação e, ao mesmo tempo, da antropologia, bem como a relação e colaboração entre as duas áreas, que desenvolvi a metodologia de pesquisa para a tese, cujos resultados estão parcialmente descritos neste artigo. A reflexão sobre o método também me levou a pensar sobre a etnografia, uma prática-chave do campo antropológico, também entendida como categoria de pensamento (Rocha, 2006) e de análise, e sobre as possibilidades da etnografia da comunicação, compreendida também como uma forma de expressão escrita e de atitude. Como lembra Geertz (1978), a etnografia não é apenas uma questão de métodos, mas está relacionada com o tipo de esforço intelectual que ela representa para elaborar uma “descrição densa”¹².

Sob esta influência, desenvolvi uma metodologia transdisciplinar e contextual, com o objetivo de compreender melhor o universo estudado, formulada a partir do diálogo entre algumas fontes teóricas. Os meios de comunicação escolhidos foram observados diariamente, de acordo com a periodicidade de cada um. O Jornal Nacional é transmitido de segunda a sábado. No total, analisei 28 de suas edições. O

¹² Para ler a reflexão que desenvolvo sobre campo e etnografia da comunicação, além do detalhamento sobre a metodologia aplicada na pesquisa, ver de Noronha, 2017.

UOL foi observado diariamente, por meio de sua home e da atualização oficial, que acontece quatro vezes ao dia: às 10h, 12h, 17h e 23h, porém, para a análise utilizei apenas as *homepages* da primeira atualização do dia devido à quantidade de material coletado. O jornal O Estado de S. Paulo também foi lido diariamente e foram analisadas as capas de todos os seus cadernos. A revista Veja é semanal e foram analisadas quatro edições da publicação. O foco estava nas notícias e manchetes que continham pelo menos uma imagem e que de alguma forma representavam questões relacionadas a gênero, raça e/ou trabalho.

Para a escolha dos meios, levei em consideração a audiência e optei por formatos diferentes e por veículos pertencentes a grupos de comunicação distintos. Além disso, com exceção do Jornal Nacional, que como o próprio nome já declara tem um caráter mais nacional, outro critério utilizado foi minha proximidade anterior com os meios, o que me levou a examinar apenas aqueles que são produzidos na cidade de São Paulo.

Propus para a análise uma metodologia inspirada nas sugestões apresentadas pela antropologia interpretativa e pela etnografia, pelas teorias desenvolvidas no marco da antropologia da comunicação, pelos autores que trabalham desde a análise crítica e complexa do discurso (AACC) (Fairclough, 2001; Veron, 1984; Van Dijk, 1999; Del Valle, 2006; Sartori et al., 2010; Rivera, 2014) – que torna possível refletir sobre como as práticas relacionadas com o discurso e a linguagem estão no centro das estruturas sociais, culturais e políticas das relações de poder e dominação. Além disso, levei em consideração também a semiótica, os estudos culturais, os estudos decoloniais latino-americanos e os autores que discutem a análise do texto – e da imagem – a partir da linguagem e do contexto (Bakhtin, 2002; Barthes, 2004, Eco, 1991).

A metodologia esteve dividida em duas etapas: observação/descrição e análise/interpretação dos discursos relacionados com a diferença a partir da linguagem utilizada: sinais e símbolos textuais, icônicos – estáticos ou em movimento – e auditivos, quando é o caso, que, relacionados aos significados previamente negociados – e em constante negociação –, constroem a “realidade”. Um dos objetivos da análise é perceber como a linguagem converge com o discurso, formulando opiniões e representando um modo de compreender o entorno e as próprias pessoas, levando em consideração as estratégias, o contexto e a

complexidade dos discursos jornalísticos formulados na relação entre jornalista(s)/formatos-imagens/textos-leitores/telespectadores.

Seguindo esta proposta, busquei analisar o conteúdo como linguagem, com significados literais denotados e significados simbólicos conotados, o que torna necessário levar em consideração o contexto de sua produção para que seja possível decifrar os discursos produzidos pelas as narrativas. É por essa consideração que se torna importante integrar os elementos como a linguagem e o discurso, assim como informações sobre as instituições e agentes responsáveis por sua produção. Além disso, no final da coleta de dados, achei importante também ouvir o que os editores dos meios de comunicação tinham a dizer e tentei entrevistar os editores-chefes de cada veículo. No entanto, não consegui falar com os editores de todos os meios, apenas os da Veja e do O Estado de S. Paulo, André Petry e José Alberto Bombig respectivamente, concordaram em falar comigo. As entrevistas com os editores tiveram um questionário semiestruturado com algumas perguntas gerais comuns a todos e outros específicos para cada formato. No próximo tópico deste trabalho vou apresentar um resumo dos resultados da análise geral e específica com enfoque em gênero e raça, e intersecção entre tais categorias.

3. GÊNERO E RAÇA NA IMPRENSA HEGEMÔNICA BRASILEIRA

Os conceitos de gênero e raça são compreendidos como construções sociais que se relacionam com as estruturas de poder. No caso de “raça”, que se interrelaciona também com outros conceitos como etnia e cor, existe a relação com questões biológicas, mas, como pontua Guimarães (2003), as raças são efeitos de discursos. É uma categoria cultural e política. Já gênero pode ser entendido como a sugestão de Joan Scott (1995, p. 15): “um elemento constitutivo de relações sociais fundadas sobre as diferenças percebidas entre os sexos (e como) um primeiro modo de dar significado às relações de poder”. O gênero, ainda, é percebido como algo que sobrepassa o sexo biológico e se constitui individualmente na relação do sujeito com o seu meio. Para pensar tais categorias, a partir do conceito de colonialidade do poder (Quijano, 2009), María Lugones propõe incluir na análise a interseccionalidade entre elas. “A interseccionalidade revela o que não se vê quando categorias como gênero e

raça se conceitualizam como separadas uma das outras” (Lugones, 2008, p. 81 – tradução minha).

Para compreender os contextos em que estão inseridos os meios de comunicação hegemônicos aqui analisados, destaco que eles possuem muitas características em comum. Em primeiro lugar, os quatro são pertencentes a grupos familiares e, em geral, são controlados pela mesma família desde que foram fundados ou há muitos anos. São elas: Civita (Veja), Frias (UOL), Marinho (Jornal Nacional) e Mesquita (O Estado de S. Paulo), sendo que a primeira e a terceira estão entre as 15 famílias mais ricas do país, em 11^o e 1^o lugares, respectivamente. Depois, todos são conglomerados que atuam em diferentes frentes da comunicação, como o setor editorial, de rádio, educativo, e, mais recentemente, no forte mercado digital. Em terceiro lugar, as quatro empresas possuem um largo alcance, por serem donas de produtos distribuídos nacionalmente. Além disso, também é possível evidenciar algumas semelhanças que aparecem em todas ou na maioria dos discursos oficiais divulgados pelos grupos, em que apresentam seus objetivos, linhas editoriais e etc., como 1) liderança, 2) rentabilidade, 3) independência, 4) responsabilidade perante a sociedade, 5) defesa da democracia, 6) defesa da livre iniciativa, 7) liberdade de expressão, 8) respeito à diversidade, 9) imparcialidade, 10) não partidarismo, e 11) pluralidade, temas que muitas vezes são incompatíveis entre si e, principalmente, não são vistos nas práticas dos grupos.

Em resumo, algumas características gerais da análise dos conteúdos podem ser mencionadas: 1) existe uma linguagem comum entre os quatro veículos analisados, no que diz respeito às representações de interesse desta pesquisa e também reservando as especificidades dos formatos; 2) o uso dos verbos é essencial para o direcionamento do sentido, como manifestar, ocupar, invadir, pensar, gritar, etc.; 3) há a presença de sujeitos subalternos ocupando posições privilegiadas, mas, em sua maioria, se observou estes sujeitos representando o papel da/o outra/o ou a exceção; 4) há uma presença muito maior de homens brancos, seguidos de mulheres brancas nesses meios de comunicação; 5) há a recorrência a temas mais relacionados à figura feminina, como é o caso da maternidade ou questões relacionadas à beleza e saúde, 6) a política é dominada por homens brancos engravatados; 7) o esporte é predominantemente masculino, 8) as notícias relacionadas ao futebol e à música são as que mais possibilitam perceber a presença

de homens negros, 9) os meios fazem uso recorrente aos “especialistas”, geralmente homens brancos, para legitimar determinadas opiniões, 10) faltam jornalistas e fontes negros, e 11) a imprensa hegemônica atua mais no sentido de ocultar/silenciar as diferenças, a partir da construção de não-presenças, que é uma ausência marcada pela presença de um *nós* hegemônico.

No caso da revista *Veja*, que é essencialmente política, três, das quatro capas analisadas, traziam temas relacionados ao ex-presidente Lula e à Lava Jato. A única que apresentou uma outra temática, relacionada à gênero, tinha o seguinte texto em destaque: “SEXO – Na revolução dos costumes da geração Z, elas e eles se dizem “neutros” e a ‘sexualidade é fluída’...E você não tem nada com isso!”, acompanhado da imagem de duas estudantes de 18 e 19 anos. A reportagem traz um espaço interessante para debater a questão de gênero, com exemplos de pesquisas e mudanças em outros países, porém algumas questões podem ser destacadas. Primeiro, a reportagem é focada na juventude, uma geração que não é a dos leitores de *Veja*. Segundo, são jovens de classe média/alta, estudantes brancas de um colégio particular, isto é, trata de uma realidade muito diferente da vivenciada em outros espaços sociais, como escolas públicas ou da realidade de travestis e transgêneros que não conseguem encontrar espaço no mundo laboral. Tais questões não têm o objetivo de depreciar o mérito da reportagem, mas apontar que se trata de um universo de uma parte específica da sociedade, muito distinta da grande maioria. O tema trata de gênero e diversidade, mas as pessoas representadas seguem sendo as mesmas.

Por mais que este tema tente ser plural, a revista peca justamente pela completa falta de diversidade. Nas quatro edições analisadas há a pouquíssima presença de pessoas negras que, quando aparecem, estão mais relacionadas com a cultura, celebridades, esportistas ou cantoras, em coisas bem pontuais. Nas páginas destinadas à política, predominam homens brancos, com raras exceções, sendo a principal a presidenta eleita Dilma Rousseff, também Hillary Clinton e Barack Obama. Por outro lado, a seção *Gente*, que conta com duas páginas com pequenas notas sobre celebridades, é o espaço da revista que mais possui a presença feminina. Assim, os homens brancos estão mais relacionados com a política (e com o poder) e as mulheres com questões relacionadas à moda, beleza, maternidade e intimidade das celebridades.

Outra seção que conta com mais mulheres é a Panorama. Um exemplo “interessante” está na edição 2466, em uma entrevista com a pianista Eliane Elias, realizada por Thaís Botelho. Dentre as cinco perguntas realizadas, duas chamam a atenção: 1) “Dizem que a senhora é a precursora de mulheres lindas que tocam piano muito bem; algo pelo qual Diana Krall, hoje, é mais conhecida. É isto mesmo? e 2) “Está em boa forma fisicamente. É por carregar o piano? As duas perguntas reforçam estereótipos e desenvolvem discursos que não estão relacionados com sua representação como artista, mas que são construídos desde seus atributos de beleza, a partir de um padrão colonial de ser (Maldonado-Torres, 2007), e não desde sua qualidade como pianista.

No caso do jornal O Estado de S. Paulo, pela maior periodicidade, é possível encontrar mais dinamismo e um pouco mais de diversidade de temas, por mais que nos cadernos de política e econômica, os principais do jornal, continuem tendo a presença massiva de homens brancos: são políticos, economistas, empresários, “especialistas”. Foi possível observar que quando o jornal trata de temas mais sociais, como denúncias relativas a problemas de serviços públicos, principalmente no caderno Metrópole, as imagens publicadas retratam pessoas de diferentes classes sociais e também mais pessoas negras. Porém, na edição do dia 09 de fevereiro, por exemplo, no caderno especial Paladar não havia a imagem de nenhuma pessoa negra, nem de nenhuma outra etnia. As indígenas, com exceção de Evo Morales, simplesmente não aparecem. Em diversos outros dias, cadernos como Casa, Viagem e Oportunidades, e inclusive o Caderno 2, traziam imagens apenas de pessoas brancas. Já o caderno de economia, além de quase não ter imagens de negras, também apresenta pouco espaço para as mulheres. A formulação repetida de uma imagem que torna visível um grupo como responsável por uma determinada prática social, enquanto invisibiliza os outros, constrói discursos que normalizam a presença majoritária do grupo visibilizado nessas áreas sociais.

Temas relacionados diretamente com o gênero estiveram presentes em algumas edições do jornal, como no dia 13 de fevereiro em uma reportagem sobre uma criança de cinco anos que ganhou o direito mudar de gênero e ser tratada como “menina na escola e usar bolsa rosa”. Para ampliar a diversidade e naturalizar discursos que aceitem a diferença de modo respeitoso, é muito importante que textos e notícias como esta apareçam no jornal, porém, ao fazer uma reflexão crítica

necessária, vale a pena perceber que ao mesmo tempo em que a reportagem solicita uma forma mais plural de entender a relação entre sexo e gênero, segue a mesma lógica binária de utilizar símbolos que constroem uma divisão binária entre o feminino e o masculino, como é o caso de relacionar o universo da mulher à cor rosa.

Desse modo, o jornal tampouco escapa de reproduzir estereótipos que relacionam a mulher a universos específicos. Outro acontecimento importante para refletir tanto sobre as representações de gênero quanto de raça foi o Oscar 2016, que esteve imerso em um debate devido à falta de representatividade de negros na edição daquele ano. Dois textos sobre o assunto foram publicados na capa do Caderno 2. Por um lado, uma pequena nota no final da página intitulada “Princesas, sereias e mocinhas dominam o tapete vermelho”, destaca os figurinos e penteados das atrizes de Hollywood, reproduzindo estereótipos e padrões estéticos e comportamentais. Por outro, na mesma página, em contraste com o texto da nota acima descrito, há outra reportagem sobre a cerimônia assinada pelo crítico Luis Carlos Merten, que fala de modo geral do Oscar, com destaque à primeira estatueta de Leonardo DiCaprio. Neste caso, é possível ressaltar três questões: 1) não há nenhuma referência à roupa do ator, o que indica a construção de diferentes estereótipos relacionados a mulheres e homens num mesmo espaço editorial; 2) em alguns momentos o texto fala do debate racial que permeou o Oscar, mas não há nenhuma imagem do ator Chris Rock, por exemplo, que apresentou o prêmio, ou alguma reflexão crítica sobre o tema; e 3) o primeiro texto foi escrito por mulheres e este por um homem.

O UOL é outro bom exemplo por vários motivos, entre eles: consegue dialogar com diversos públicos, oferece conteúdos variados e conta com um enorme número de sites associados, isto é, além de produzir conteúdo próprio, também reproduz informações de outros colaboradores que, segundo eles, são mais de 400. Devido ao tamanho e quantidade de informações (re)produzidas pelo UOL, afirmo que, dos meios de comunicação analisados, é aquele que apresenta mais variedade de temas. Também consegue atingir um público mais amplo e diversificado, mas que é determinado (e limitado) pela possibilidade de acesso à internet. Porém, parece evidente que a questão da pluralidade e da diversidade poderia ser melhor explorada. Por um lado, há a maior presença de questões e notícias relacionadas, sobretudo, ao gênero. Por outro, também tem mais espaço para a reprodução de estereótipos e discursos que naturalizam determinadas representações tipificadas das diferenças.

Um grande destaque do portal no período é o UOL TAB, uma reportagem especial multimídia e interativa, publicada todas as segundas-feiras, sobre diversos temas sociais importantes, em que são aproveitadas todas as possibilidades da internet, com o uso de vídeos, áudios, mapas, ampliado ainda mais o leque de enunciados multisemióticos (Margalhães e Abreu, 2015). No dia 08 de fevereiro, devido ao carnaval, foi publicado um TAB sobre o feminismo, com o título “Elas não toleram mais opressão”. O TAB é um espaço importante para a prática de um jornalismo diferente, embora desenvolvido por um grande meio de comunicação. Entretanto, em suas reportagens é possível verificar que os responsáveis pelos enunciados não são tão diversos entre si, isto é, a visão vem de um mesmo grupo social.

Outra questão é que todos os dias o UOL conta com diversos exemplos de construção de imagens estereotipadas das mulheres. Foi possível constatar que também há uma grande presença de imagens de mulheres relacionadas a temas como moda, beleza ou vida pessoal das celebridades, que ocupam principalmente as seções dos destaques da home, entretenimento e fotos. Por outro lado, a presença de mulheres nas seções de notícias e esportes é muito pequena, o que nos coloca frente a uma relação desigual baseada nas diferenças entre os gêneros. Em diversos dias não houve a presença de nenhuma mulher em destaque, notícias ou esportes na primeira atualização da *homepage*. Normalmente, em esportes, as mulheres aparecem quando a notícia está relacionada ao corpo e a discursos sexuais, como o exemplo de um concurso de beleza que o portal promove, chamado Belas da Torcida.

Na seção denominada entretenimento, que trata de notícias sobre novelas, celebridades, filmes, séries, etc., é possível encontrar mais reportagens e imagens de mulheres. O jornalismo pautado nas celebridades, na maioria dos casos, reforça várias questões do patriarcado, uma vez que prioriza temas específicos de forma distinta para mulheres e homens. Esse tipo de jornalismo estimula, por exemplo, o senso comum de que as mulheres estão mais interessadas em conhecer as tendências da moda do que participarem das questões políticas do país. Tal entendimento fortalece a justificativa que busca explicar, racional e emocionalmente, as razões pelas quais as mulheres não estão presentes da mesma forma que os homens na política. Na época da pesquisa, o UOL ainda possuía um canal chamado

UOL Mulher, que atualmente se chama UOL Estilo de Vida¹³, que reforça ainda mais essa diferenciação de temas baseados em gêneros.

Palavras como “musas”, “corpaço”, “decote”, “curvas”, entre outras, são repetidas várias vezes em reportagens para e sobre mulheres. A seção destinada para as mulheres, além de ter o problema das diferenças de gênero, pode ser analisado a partir da interseccionalidade da raça. Na atualização das 10h, nos dias 8, 9, 10, 11, 13, 14, 15, 16, 17, 20, 21, 24, 25, 26, 27 28, 29 de fevereiro e 2, 3, 5, 6, 7 e 8 de março apenas mulheres brancas ilustraram os destaques, e a grande maioria segue o padrão hegemônico construído sobre o que é ser bonito.

No caso do Jornal Nacional, desde sua estreia em 1969, o noticiário sempre optou por um formato mais conservador, tanto na forma quanto no conteúdo. No entanto, no período analisado, a estrutura do jornal já possuía o novo formato, mais moderno, no qual o cenário, o movimento, a tecnologia e o diálogo com os repórteres são elementos que constituem a apresentação do noticiário televisivo. Vale ressaltar que o Jornal Nacional construiu seu significado social como o jornal que apresentará as principais notícias do dia da sociedade brasileira. O que revela um importante papel social na construção de fatos e significados sociais sobre o Brasil e o mundo. Além disso, pelo número de canais associados, o jornal pretende informar sobre e para todo o país. No entanto, observei que, embora existam reportagens e repórteres de outras partes do Brasil, o foco está na região demarcada pelo Rio de Janeiro e São Paulo, principalmente, o que indica a sobreposição de uma visão e um modo de vida da cultura brasileira em detrimento de outros, promovendo a invisibilidade de outras formas de cultura e de vida, mais populares e regionais. Sobre isso, já no primeiro dia de análise, percebi a presença de um discurso sobre o Brasil, os “brasileiros” e as “brasileiras”, questão que se repetiu em grande parte das demais datas observadas, que aponta para uma pretensão em participar dos processos de construção da(s) identidade(s) brasileira(s) e dos significados sobre a nação.

Nas reportagens acompanhadas é possível perceber a presença de dois tipos principais de fontes: as oficiais e os cidadãos comuns, com diferentes hierarquias de poder. Por um lado, o uso de especialistas e do cidadão comum transfere o discurso do jornal para a responsabilidade de outra pessoa. Tudo afirmado pelo Jornal Nacional

¹³ No dia 08 de março de 2018, o UOL lançou a Universa, “nova plataforma do UOL para a mulher que protagoniza um mundo em evolução”, que não caberá discutir neste artigo.

é baseado em outras fontes, dados e especialistas. Ou seja, não é o jornal que está informando, mas o trabalhador ou o economista. Esse recurso está relacionado à ideia de objetividade pretendida pela notícia, por um lado, e às subjetividades de montagem, escolha de temas e entrevistados, e edição, por outro. Ao mesmo tempo em que a presença de outra pessoa, que fala desde diferentes estratos sociais e simbólicos, deixa transparecer a pretensão de ser objetiva, independente e imparcial, oculta o caráter contingente dos relatos.

Nesse sentido, os discursos são altamente apoiados em categorias sociais, inclusive como uma forma de facilitar a compreensão do conteúdo, pois são símbolos que são facilmente interpretáveis. Por exemplo, uma reportagem de 16 de fevereiro intitulada “Aumento dos casos de H1N1 em São Paulo preocupa a população e as autoridades” pode ser mencionada: de um lado estão aquelas pessoas que ajudam na formulação da credibilidade do discurso jornalístico transmitido pelo jornal: são os especialistas, cientistas, funcionários, intelectuais, médicos, etc., geralmente brancos, da mesma classe social e, obviamente, com uma formação acadêmica superior. Do outro, há o cidadão comum, a multidão, o povo, os trabalhadores, que são pessoas mais plurais, de diferentes classes sociais. Enquanto os “brasileiros” refletem mais a partir da experiência que estão vivenciando, especialistas explicam desde a razão – e desde um ponto de vista tecnicista – as questões que as levam a viver determinadas experiências. Por um lado, estão os médicos, por outro, as “donas”, como a Dona Maria de Lourdes, personagem de uma reportagem do dia 1 de março.

Ao realizar a análise específica sobre as imagens e textos relativos ao carnaval, Zika vírus e dia da mulher encontrei um número maior de questões relacionadas ao gênero, do que à raça, devido à pouca presença de mulheres negras nos meios de comunicação hegemônicos. No período do carnaval, por exemplo, as imagens dos corpos femininos são os principais significantes, isto é, o corpo é o próprio ser representado, que ocorre em outros períodos, mas é amplificado durante o carnaval. Deste modo, os significados e espaços de enunciação construídos pela mídia aponta perspectivas distintas sobre os lugares que devem e podem ser ocupados pelos corpos femininos e masculinos.

Por outro lado, no caso do Zika vírus, em que a principal atingida é a mulher, de regiões mais pobres, houve pouco espaço para que elas falassem, sendo que a grande parte notícias abordou o tema desde a perspectiva da ciência (busca pela

vacina e compreensão da doença) e da erradicação do mosquito (através das políticas e atitudes individuais). As reportagens trataram o problema como uma questão individual e não ampliaram para as perspectivas sociais que o levaram a acontecer.

Já o dia da mulher, um dia de destaque para os temas de gênero, as questões também são abordadas desde perspectivas individuais, com foco, seguindo as categorias de Carla Cerqueira e Rosa Cabecinhas (2015), na mulher-exceção, na mulher-mártir, na mulher-sobrevivente, na mulher-complemento, na mulher-objeto e, adicione, na mulher-mãe, geralmente em seções específicas. Neste sentido, as reportagens atuam mais no sentido de reafirmar os estereótipos e o lugar social da mulher do que promover qualquer reflexão em favor das identidades plurais e/ou das lutas das mulheres.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Chegamos a um ponto de reflexão que nos remete à questão de que o jornalismo hegemônico é feito por brancos para brancos, com uma pretensão de pluralidade, que acaba naturalizando os discursos que hierarquiza as diferenças sociais e contribui para a construção da/o *outra/o* estereotipado e homogêneo, e para a manutenção das relações de poder. Parto da premissa de que os discursos jornalísticos são presenças importantes na vida das pessoas porque desempenham um papel fundamental na sociedade em rede (Castells, 2005) e na cultura midiática ocidental. Primeiro, porque são os principais responsáveis pela construção de discursos sobre a realidade e os fatos sociais, o que é possível, principalmente, por: 1) conhecimento técnico, estético e tecnológico; 2) pelas condições econômicas e políticas necessárias; 3) pelo consentimento social para desenvolver este papel, e 4) pela construção de narrativas míticas sobre o próprio jornalismo, como aquelas que reivindicam as notícias como (re)produção do real, transparentes e imparciais na busca pela verdade.

Pensando a comunicação como uma atividade inerente ao ser humano – seres de mediações, comunicativos e culturais – e na condição midiática e imagética de nossa cultura atual, o controle dos meios de comunicação é uma importante estratégia para a manutenção do poder, porque desta forma é possível dominar os significados

simbólicos das palavras, narrativas e fatos, que ajudarão as pessoas a interpretar o mundo ao redor, assim como a si mesmos e às/aos *outras/os*. Neste sentido, a mídia atua simultaneamente no racional e no emocional, no imaginário e na vida social prática. Em outras palavras, há uma copresença entre mito e logos nos discursos jornalísticos e nas imagens que os ilustram.

Quando falo de discursos jornalísticos, me refiro a narrativas produzidas por uma estrutura complexa. Não se trata de uma estrutura fixa, mas com diversos movimentos e muitos conflitos, que incluem as relações entre as diferentes pessoas que fazem parte desta estrutura, o papel exercido por ela na sociedade, bem como as disputas sobre hegemonia e poder, ou seja, falo de um sistema de comunicação, de grupos, de proprietários, de jornalistas – e de hierarquias – além de leitores de plataformas impressas e virtuais, ouvintes e espectadores, que agora também podem interagir e produzir conteúdos. Além disso, essa estrutura faz parte da mesma cultura na qual os meios estão inseridos, de maneira que se alimentam mutuamente.

Desde uma perspectiva decolonial, a diferença é entendida como um importante mecanismo de classificação para a manutenção das relações de poder. A formulação dos critérios de diferenciação baseou-se numa lógica binária (e homogeneizadora) de reconhecimento e exclusão, que classificou as diferenças em boas ou más. É necessário propor novas formas de pensar a dinâmica atual e a própria diferença. Como exercício de decolonização do conhecimento, da informação e da comunicação, também é importante provocar algumas mudanças, como o total desuso de certas palavras e a ressignificação de outras, que promovam o desenvolvimento de uma gramática decolonial e plural. A partir dos sistemas de comunicação, é muito importante fazer mudanças nas estruturas, através da regularização e regulação da mídia, proporcionando a presença, de maneira mais igualitária, de outras formas de produzir conteúdos, além de ser necessária a consciência que aponte para a riqueza e importância da pluralidade, e do respeito às diferenças, para a construção da realidade social.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bakhtin, M. **Questões de literatura e de estética**. São Paulo: Editora Unesp, 2002.

Balandier, G. **El poder en escenas – De la representación del poder al poder de la representación**. Barcelona: Paidós, 1994.

Barthes, R. **Mitologías**. Madrid: Siglo, 2009.

_____. **O rumor da língua**. São Paulo: Martins Fontes, 2004.

Biroli, F. “Mídia, tipificação e exercícios de poder: a reprodução dos estereótipos no discurso jornalístico”. **Revista Brasileira de Ciência Política**, nº 6. Brasília, 2011, pp. 71-98.

Bourdieu, P. **A economia das trocas lingüísticas: o que falar quer dizer**. São Paulo: Edusp, 1996.

Browne S. et al. “Propuesta teórico-metodológica para un análisis crítico y complejo del discurso (ACCD) em la prensa de Chile y Perú. El ejemplo de La Cuarta y Ajá”. **Estudios sobre el Mensaje Periodístico**, vol. 17, nº 1, 2010, pp. 17-42

Castells, M. “Internet y la sociedad en red”. Págs. 203-28 em **Por otra comunicación, Los media, globalización cultural y poder**, de Moraes, Dênis (org.). Barcelona: Icaria, 2005.

Cerqueira, C. e Cabecinhas, R. “A cobertura jornalística do Dia Internacional das Mulheres na imprensa portuguesa: mudanças, persistências e reconfigurações”. **Revista Novos Olhares**, vol. 4, nº 1, 2015, pp. 37-51.

Chillón, A. **La palabra facticia. Literatura, periodismo y comunicación**. Barcelona: Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona, 2014.

De Noronha, D. P. **Representaciones de la diferencia: género, raza y trabajo en la prensa hegemónica brasileña**. Tese de doutorado: Universitat Autònoma de Barcelona, 2017.

_____. **Cinema, memória e ditadura civil-militar: representações sobre as juventudes em O que é isso, companheiro? e Batismo de Sangue**. Dissertação de mestrado: Universidade Federal de Sergipe, 2013.

Del Valle, C. **Comunicación participativa: Estado-nación y democracia. Discurso, tecnología y poder**. Temuco: UFRO, 2006.

Duch, L. e Chillón, A. **Un ser de mediaciones: Antropología de la comunicación, Vol 1**. Barcelona: Herder, 2012.

Eco, U. **Semiótica e filosofia da linguagem**. São Paulo: Ática, 1991.

Fairclough, N. **Discurso e mudança social**. Brasília: Editora UnB, 2001.

Foucault, M. **Estética: literatura e pintura, música e cinema**. Rio de Janeiro, Forence Universitária, 2001.

Gallardo, H. **Teoría crítica: matriz y posibilidad de derechos humanos**. Murcia: David Sánchez Rubio (ed.), 2008.

Geertz, C. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1978.

Hall, S. **Da diáspora. Identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.

Guimarães, A. S. Como trabalhar com “raça” em sociologia. **Educação e Pesquisa**, v. 29, 2003, pp. 93-107.

Lipovetsky, G. e Serroy, J. **A estetização do mundo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

Lugones, María. “Colonialidad y género”. **Tabula Rasa**, nº 9, 2008, pp. 75-101.

Maldonado-Torres, N. “Sobre la colonialidad del ser: contribuciones al desarrollo de un concepto”. Em **El giro decolonial: reflexiones para una diversidad epistémica más allá del capitalismo global**, Castro-Gomes, S. e Grosfoguel, R. (Orgs.). Bogotá: Siglo del Hombre Editores; Universidad Central, Instituto de Estudios Sociales Contemporáneos y Pontificia Universidad Javeriana, Instituto Pensar, 2007.

Marcon, F. y Ennes, M. “Das identidades aos processos identitários: repensando conexões entre cultura e poder”. **Sociologias**, Porto Alegre, ano 16, nº 35, 2014, pp. 274-305.

Margalhães, F. L. J. e Abreu, J. “Dialogismo E Retórica Da Imagem”. **Revista FSA**, Teresina, v. 12, nº 3, art. 5, 2015, pp. 80-100.

Mignolo, W. **Historias locales/diseños globales: colonialidad, conocimientos subalternos y pensamiento fronterizo**. Madrid: Akal, 2013.

Pereira Junior, A. “Jornalismo e representações sociais: Algumas considerações”. **Compós**, 1, 2004, pp. 1-13.

Quijano, A. “Colonialidade do poder e classificação social”. Em **Epistemologias do Sul**, B. S. Santos. & M. P. Menezes (orgs.). Coimbra: Almedina, 2009.

_____. “Colonialidad del poder e clasificación social”. Em **El giro decolonial: reflexiones para una diversidad epistémica más allá del capitalismo global**,

Castro-Gómez, S. e Grosfoguel, R. (orgs.) Bogotá: Siglo del Hombre / Universidad Central / Instituto de Estudios Sociales Contemporáneos y Pontificia Universidad Javeriana / Instituto Pensar, 2007.

Ricouer, P. **A memória, a história e o esquecimento**. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2007.

Rivera, C. **Decolonialidad en las redes virtuales: el caso de Azkintuwe**. Tese doutoral: Universitat Autònoma de Barcelona, 2014.

Rocha, G. “A etnografia como categoria de pensamento na antropologia moderna”. **Cadernos de campo**, São Paulo, nº 14/15, 2006, pp. 99-114.

Roso, A. et al. **Cultura e ideologia: a mídia revelando estereótipos raciais de gênero**. Pontifícia Universidade Católica de Porto Alegre, 2002.

Scott, J. W. “Gênero: uma categoria útil de análise histórica”. **Educação e Realidade**, Porto Alegre, v. 20, nº 2, 1995, pp. 71-99.

Van Dijk, T. “El análisis crítico del discurso”. **Anthopos**, nº 186, 1999, pp. 23-36.

Verón, E. **La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad**. Barcelona: Gesida, 1998.