

A CONSTRUÇÃO CULTURAL DO FEMININO: O CASO BELA, RECATADA E DO LAR

Data de submissão: 05/02/2023

Data de aceite: 01/03/2023

Lara Emanuella da Silva Oliveira

Doutoranda (FAPITEC) em Estudos Linguísticos pelo programa de Pós graduação em Letras da Universidade Federal de Sergipe (UFS) Aracaju -SE
<http://lattes.cnpq.br/3262768950289959>

RESUMO: O presente trabalho tem por objetivo analisar o discurso sobre a mulher, a partir da publicação do artigo *Marcela Temer: bela, recatada e “do lar”*, veiculado pela revista *Veja* em abril de 2016. A matéria causou polêmica e abriu a discussão sobre qual é o lugar da mulher na sociedade, após anos de luta por igualdade. Lembrando que todo discurso é ideológico e indissociável de um contexto histórico. Fica claro que o texto está marcado por uma ideologia machista, mas que de certo modo reproduz padrões e comportamentos sociais. Usaremos no artigo alguns conceitos da Análise do Discurso de linha Francesa (AD), campo teórico que trabalha com as relações de sujeito e língua veiculadas à ideologia e também conceitos dos estudos de gênero da nova pragmática.

PALAVRAS-CHAVE: Mulher. Língua. Sociedade.

THE CULTURAL CONSTRUCTION OF THE FEMININE: BEAUTIFUL, MODEST AND HOUSEWIFE

ABSTRACT: The present work aims to analyze the discourse about women, from the publication of the article *Marcela Temer: beautiful, modest and “housewife”*, published by *Veja* magazine in April 2016. The article caused controversy and opened the discussion about which it is the place of women in society, after years of fighting for equality. Remembering that every discourse is ideological and inseparable from a historical context. It is clear that the text is marked by a sexist ideology, but which in a way reproduces social patterns and behaviors. In the article, we will use some concepts from French Discourse Analysis (DA), a theoretical field that works with the subject and language relations conveyed to ideology, as well as concepts from gender studies of the new pragmatics.

KEYWORDS: Woman. Language. Society.

INTRODUÇÃO

Para entendermos os discursos que circulam ainda hoje sobre a mulher nas mídias, redes sociais etc., precisamos

antes entender o papel que estas desenvolveram ao longo da história da formação do Brasil. Lembrando que, como destaca Gilberto Freyre em *Casa Grande e Senzala* a família patriarcal foi o “vivo e absorvente órgão da formação social brasileira” (1994, p. 22) e, portanto, os discursos sobre a mulher foram marcados, ao longo de vários anos, em uma ideologia predominantemente machista, onde o homem detinha o poder sobre a esposa e os filhos.

Dito isto, é importante recordar que todo discurso é na verdade uma reprodução de outros discursos, um interdiscurso, e este tem uma ligação com a memória. O dito no individual geralmente circula de forma ideológica no coletivo, na sociedade e na cultura em que o discurso se produz. Assim, os discursos circulantes são marcados culturalmente e reproduzidos de forma inconsciente ou consciente pelos sujeitos enunciadorees. Estes ao utilizarem certos dizeres, reproduzem na verdade a forma como uma parcela da sociedade enxerga o gênero, a raça, a sexualidade etc.

Michael Pêcheux e Fuchs (1975) sublinham que os sujeitos, acometidos pelo esquecimento, apropriam-se de saberes e têm a ilusão que estes saberes se originaram neles mesmos. No entanto, eles representam já-ditos de outros discursos e outros lugares.

Para Orlandi (2005, p. 32),

[...] o fato é que há um já-dito que sustenta a possibilidade mesma de todo dizer, é fundamental para se compreender o funcionamento do discurso, a sua reação com os sujeitos e com a ideologia. A observação do interdiscurso nos permite, remeter o dizer da faixa a toda uma filiação de dizeres, a uma memória, e a identificá-lo em sua historicidade, em sua significância, mostrando seus compromissos políticos e ideológicos.

Desta forma, para a AD, todo dizer está ideologicamente marcado e todos os valores morais, éticos, científicos, religiosos e sociais são, em algum momento, experimentados pelos sujeitos. Estes reproduzem esses valores e assumem automaticamente uma posição que, na verdade, provém de um contexto histórico-social mais amplo.

Lakoff (1973, p. 13) coloca que “somos usados pela linguagem tanto quanto a usamos” e que “[...] quanto mais nossa escolha de formas de expressão for guiada pelos pensamentos que queremos expressar, tanto mais o modo como nós sentimos as coisas no mundo real governará o modo como nos expressamos”.

Dessa forma, o uso que fazemos da linguagem, nossas escolhas dizem respeito, não somente a sociedade na qual estamos inseridos, mas também a nós mesmos enquanto sujeitos sociais. É importante lembrar também que nossas identidades são construídas na e pela linguagem como coloca Rajagopalan (2003) e que “[...] o sujeito é criado a partir de uma lei que vem de fora dele e através do discurso de outras pessoas, embora esse discurso possa ter relação com a lei em geral” (MITCHELL, 1988, p. 32).

Sobre o tema, Lacan sublinha que existem diferenças entre homens e mulheres e essas diferenças são construídas linguisticamente. As mulheres estão em desvantagem

já que a linguagem disponível para elas é essencialmente sexista e tenta construir uma identidade feminina.

Da obra de Lacan pode-se extrair, portanto, a ideia que não é a natureza ou qualquer realidade física que determina a posição inferior das mulheres, mas uma diferença de significado. Há uma linguagem e nela as mulheres estão em significativa desvantagem. [...] para Lacan, a linguagem disponível para o uso da mulher é, em si, sexista. É por esta razão que a mulher repete atitudes sexistas ou gagueja. As diferenças de gênero estão inscritas nos léxicos, não havendo, portanto, palavras neutras que indiquem uma relação de igualdade entre homens e mulheres (PETERSEN, 1999, p.31).

Desta maneira, é a linguagem fundamental para entender as diferenças entre homens e mulheres. Compreender os discursos circulantes é compreender os “meios pelos quais se organizam a dominação cultural e a resistência” (RAGO, 2013, p. 31). Interessante ressaltar também que “o discurso constrói a diferença, tornando-a visível como diferença” (CAMERON, 2010, p. 131)

Para entender os dizeres sobre a mulher é preciso entender o papel que esta tem e teve na sociedade. Usa-se a linguagem para legitimar o lugar, ou o “deslugar” do sexo feminino, já que a língua está ligada às identidades, como já dito, e por meio dela podemos “comunicar realidades e valores verdadeiros” (ANZALDUÁ, 2009, p. 307). Através da língua, podemos também impor a uma pessoa uma identidade ou comportamento que são socialmente aceitos.

BELA, RECATADA E DO LAR

A revista *Veja*, publicou recentemente um artigo intitulado: *Marcela Temer: bela, recatada e “do lar”*. Nele, a hoje ex primeira-dama é descrita como uma mulher do lar. A redatora sublinha ainda que “seus dias consistem em levar e trazer Michelzinho, seu filho, da escola, cuidar da casa, em São Paulo, e um pouco dela mesma”. Destaca que Marcela Temer, e veja que não se trata de qualquer Marcela, mas a Marcela de Temer. Nesse caso o Temer funciona quase como um adjetivo que qualifica Marcela, é educadíssima e tem “tudo para se tornar a nossa Grace Kelly”. Além disso, é ressaltado que a primeira-dama “sempre chamou a atenção pela beleza, mas sempre foi recatada” e gosta de vestidos até os joelhos e de cores claras.

Interessante notar que ainda que a condição da mulher tenha mudado muito nos últimos tempos, essencialmente depois da Revolução Feminista de 1960, a revista tenta claramente, através da língua, construir um estereótipo de mulher perfeita e educada para ser uma dama. Essa idealização da mulher como mãe e esposa virtuosa percorre, na verdade, todo o imaginário da cultura ocidental. No *Jornal do Comércio* em 1891 a mulher já era descrita como “[amante], filha, irmã, esposa, mãe, avó. Nestas seis palavras existe o que o coração humano encerra de mais doce, de mais puro, de mais estático, de mais

sagrado, de mais inefável” (PEDRO, 2008, p. 281).

Assim, existe um lugar, o lar, e uma função, a de mãe, esposa etc, no discurso, que corresponde à mulher. A revista *Veja*, naturaliza esse padrão de identidade feminina que percorre a memória dos dizeres e que tem suas raízes no patriarcado.

A historiadora Mary del Priori, na obra intitulada “Mulheres do Brasil Colonial” coloca que o sistema patriarcal instalado no Brasil colonial via as mulheres como indivíduos submissos e inferiores, o que acabou por deixar-lhes, aparentemente, pouco espaço no escopo social. Saffioti (1994), em contraposição, aponta que o patriarcado “[...] é um sistema de relações sociais que garante a subordinação da mulher ao homem, mas não constitui o único princípio estruturador da sociedade brasileira”. Isto porque, ainda de acordo com a autora, as mulheres, a pesar de dominadas, encontraram uma maneira de resistir a essa dominação. Mesmo assim, os discursos cotidianos nos mostram que a sociedade ainda está putada em valores sexistas que se manifestam de diferentes formas. Esses valores costumam subordinar o feminino ao masculino e naturalizar alguns rótulos que foram culturalmente atribuídos ao sexo feminino.

Essa subordinação a que a mulher foi submetida é para Giron (2008) culpa da própria mulher por garantir a exclusão de sua existência e agir sempre de forma a garantir o poder dos homens. No caso de Marcela de Temer, esta parece aceitar cordialmente seu título de “do lar” e se adequa muito bem a um modelo de sociedade em que a mulher não tem voz e nem vez. Note-se que no artigo em nenhum momento é utilizado o discurso de Marcela sobre ela mesma, mas o discurso dos outros sobre ela. Para Saffioti (1987, p. 9), ainda, “[...] a sociedade investe muito na naturalização deste processo. Isto é, tenta fazer crer que a atribuição do espaço doméstico à mulher decorre da sua capacidade de ser mãe”.

Trona-se importante destacar também que a mídia, como formadora de opinião, ratifica esse não-lugar a que as mulheres foram relegadas. Os meios de comunicação têm o poder de construir socialmente padrões que influenciam e servem de modelos de comportamento. Ele normaliza, qualifica e reconstrói a representação que o feminino sempre teve dentro da nossa sociedade. De acordo com Barreto e Perreira (2009, p. 26-28), esses estereótipos reconstruídos funcionam como

[...] carimbo que alimenta os preconceitos ao definir a priori quem são e como são as pessoas. [...] silenciosamente, vão sendo desmascarados, com uma linha nada imaginária, os lugares dos homens e os lugares das mulheres. E os homens e as mulheres que fugirem desse roteiro pré-definido terão seus valores humanos ameaçados ou violados. (BARRETO; PERREIRA, 2009, p. 26-28).

Ou seja, a revista reproduz os discursos que estão na memória, alimenta preconceitos e corrobora os papéis sociais de homens e mulheres. Bourdieu (2002) nos estudos de gênero destaca que existe uma cultura androcêntrica e conseqüentemente

uma “dominação masculina” que está culturalmente arraigada. Isto nos torna incapaz de notar que esta constituição é, na verdade, uma ordem social de caráter histórico e que foi percebida pela sociedade como “natural”. Assim, o autor propõe que haja uma subversão desta percepção já que não são as diferenças naturais que definem os papéis atribuídos a homens e a mulheres, mas as funções determinadas a cada gênero que fazem com que essas diferenças pareçam naturais. Ou seja,

As aparências biológicas e os efeitos, bem reais, que um longo trabalho coletivo de socialização do biológico e de biologização do social produziu nos corpos e nas mentes conjugam-se para inverter a relação entre as causas e os efeitos e fazer ver uma construção social naturalizada [...] como fundamento in natura da arbitrária divisão que está no princípio não só da realidade como também da representação da realidade [...]. (BOURDIEU, 1998, p. 9-10).

Assim, as diferenças entre os sexos são justificadas e naturalizadas através do gênero. Entretanto, temos que questionar o que vem de fato a ser “natural”, “biológico” e o que é cultural. Somente desta maneira podemos desconstruir alguns padrões que já foram institucionalizados.

Bourdieu (2002) destaca que os papéis atribuídos aos homens e as mulheres são reforçados ideologicamente e consolidados no transcorrer do tempo. Além disso, ele afirma que

[...] a ordem social funciona como uma imensa máquina simbólica que tende a ratificar a dominação masculina sobre a qual se alicerça: é a divisão social do trabalho, distribuição bastante estrita das atividades atribuídas a cada um dos dois sexos, de seu local, seu momento, seus instrumentos; é a estrutura do espaço opondo o lugar de assembleia ou de mercado, reservados aos homens e a casa reservada às mulheres. (BOURDIEU, 2002, p. 8).

Destarte, o espaço social destinado à mulher continua sendo o espaço da casa. É interessante notar que, mesmo se tratando de uma primeira-dama, ela ainda segue ocupando no imaginário o único lugar destinado culturalmente a, na verdade, todas as mulheres, o lar. Esse imaginário, recorreu décadas e ainda hoje muitos discursos são marcados ideologicamente por valores que têm seus pilares alicerçados na cultura patriarcal, onde as mulheres eram designadas a ocupar o ambiente doméstico.

Sobre isto, Saffioti (1979, p. 170) expõe que

[a] mulher branca da casa-grande desempenhava, via de regra, importante papel no comando e supervisão das atividades que se desenvolviam no lar. A senhora não dirigia apenas o trabalho da escravaria na cozinha, mas também na fiação, na tecelagem, na costura; supervisionava a confecção de rendas e o bordado, a feitura da comida dos escravos, os serviços do pomar e do jardim, o cuidado das crianças e dos animais domésticos.

Podemos observar de igual modo, que a nossa sociedade reforça as diferenças entre homens e mulheres. Predestina ao sexo feminino desde cedo a padrões sociais que foram marcados numa ideologia da dominação do masculino sobre o feminino. À Marcela Temer

cabe levar seu filho à escola e cuidar da casa, tal como ocorria na divisão de trabalhos da sociedade patriarcal.

A REPRESSÃO FEMININA: O BELO E A PERFEIÇÃO INATINGÍVEL

Os meios de comunicação em massa veem se configurando como poderosas ferramentas de manipulação. Eles têm o poder de criar opiniões, saberes, valores e também impor padrões e representações de modelos ideais. Deboard em *Sociedade do Espetáculo* coloca que “[...] toda a vida das sociedades nas quais reinam as condições modernas de produção se anuncia como uma imensa acumulação de espetáculos. Tudo o que era diretamente vivido se esvai na fumaça da representação” (DEBOARD, 2003, p. 8). Assim, a sociedade do espetáculo vive de representações que estão à serviço de um modelo culturalmente dominante.

Moscovici em *A representação social da Psicanálise* (1978), analisa como uma cultura específica se transforma e modifica seu entorno, as visões que as pessoas têm do mundo, de si mesmas e do outro. Dentro desta temática, o autor analisou como os meios de comunicação difundem mensagens e comportamentos sociais. Assim, a mídia também é produto de uma ideologia e como tal usa o seu discurso para criar e recriar representações, ou idealizações dos costumes, do modo de vida, dos padrões estéticos etc. Nessa perspectiva, os meios de comunicações são autores, mas também expectadores das ideologias que circulam na sociedade. O belo foi um padrão atribuído à mulher desde a sociedade patriarcal, Gilberto Freyre (1994) coloca que as mulheres eram descritas como “sexo frágil e belo” e os homens em contrapartida como “sexo forte e nobre”. Lino (2008) ressalta que

A concepção kantiana na Crítica da Faculdade do Juízo determina que a expressão “belo” surge a partir do juízo de gosto. Tal juízo é concebido como estético, na medida em que não implica conhecimento acerca do objeto e relaciona-se com o sentimento de prazer e desprazer do sujeito diante do objeto ou da representação dele. Em outros termos, para que se determine algo como belo, a faculdade utilizada é o gosto e a base deste encontra-se no sujeito que elabora tal juízo. Se o fundamento para o belo é subjetivo, isso indica que não há determinação conceitual e sendo assim, não se elabora um conhecimento sobre objeto. A partir do juízo do belo, tem-se determinado o prazer, e a este sentimento não deve estar associado a nenhum tipo de interesse. (LINO, 2008, p. 28).

Dessa maneira, os modelos de beleza, ou as representações do belo em cada sociedade são simbolizados a partir do gosto, do prazer ou desprazer dos sujeitos diante de seus objetos de contemplação. O conceito de beleza é, portanto, subjetivo e varia de sociedade para sociedade e de pessoa para pessoa.

Wolf (1992) corrobora com a visão de Lino (2008), quando destaca que

[a] “beleza” não é universal, nem imutável, embora o mundo ocidental finja

que todos os ideais de beleza feminina se originam de uma Mulher Ideal Platônica. O povo maori admira uma vulva gorda, e o povo padung, seios caídos. Tampouco é a “beleza” uma função da evolução das espécies, e o próprio Charles Darwin não estava convencido de sua própria afirmação de que a “beleza” resultaria de uma “seleção sexual” que se desviava da norma da seleção natural. O fato de as mulheres competirem entre si através da “beleza” é o inverso da forma pela qual a seleção natural afeta outros mamíferos. (WOLF, 1992, p. 15).

Nessa perspectiva, a beleza segue na categoria do subjetivo e da cultura, como já dito anteriormente. Ser belo não é uma categoria biológica e nem de evolução, mas somente um meio de definição de gênero. O gênero feminino: belo e o masculino somente nobre. Sobre a construção do gênero, assim como a beleza, ele também não é biológico Cameron (2010 citando Butler) afirma que

[gênero] é performativo – é um “constituente da identidade que ele pretende ser. Da mesma forma que J. L. Austin (1961) estabeleceu que elocuições como “eu prometo” não descrevem um estado preexistente das coisas, mas na verdade criam um, Butler afirma que “feminino” e “masculino” não são características que nos possuímos, mas efeitos que produzimos por meio das coisas específicas que fazemos: “gênero é a estilização repetida do corpo, um conjunto de atos dentro de uma estrutura rígida e reguladora que se consolida, com o passar do tempo, produzindo o que aparenta ser substância, uma espécie natural de ser”. (CAMERON, 2010, p. 131-132).

Assim, o próprio gênero é uma construção social que nos é imposta culturalmente. Essa imposição traz consigo responsabilidades pré-definidas para homens e para mulheres. Isso significa que

[essa] concepção amplia a visão feminista tradicional de que gênero não é “natural”, mas socialmente construído, conforme expresso na famosa frase de Simone de Beauvoir: “não se nasce mulher, torna-se mulher”. Butler afirma que “tornar-se mulher (ou homem) não é algo que se consegue realizar de uma vez por todas, no início de nossas vidas”. Gênero é algo que precisa ser constantemente reafirmado e publicamente exibido pelo desempenho repetido de ações específicas ajustadas a normas culturais (elas próprias histórica e socialmente construídas e, conseqüentemente, variáveis) que definem “masculinidade” e “feminidade”. (CAMERON, 2010, p. 132).

Ser homem ou mulher é uma questão não de natureza ou de biologia, mas de comportar-se socialmente de acordo com um gênero ou outro. É uma construção de identidade que um sujeito assume e passa então a representá-la socialmente.

Marcela Temer, no artigo em análise, é vendida pela revista *Veja* como a imagem de uma mulher bela e sem imperfeições. A revista conseqüentemente nos diz quem são ou como deveriam ser as mulheres, e o mais importante como deveriam ser representadas socialmente e tenta padronizar algo que estaria mais na esfera do gosto e do pessoal.

Em busca da perfeição, muitas vezes inatingível, muitas mulheres gastam tempo, esforço e dinheiro na tentativa de alcançar um ideal de beleza. Nossa cultura transforma o

feminino em objeto de perfeição. É curioso notar, que na matéria da *Veja*, a bela não possui somente atributos físicos como uma pele perfeita, corpo proporcional e cabelo “com luzes bem fininhas”. A bela também é educada, não usa roupas curtas e mantém a postura ditada pela sociedade. Sobre isto Bordo e Jaggar (1997, p. 24) colocam que

Com o advento do cinema e da televisão, as normas da feminidade passaram cada vez mais a ser transmitidas culturalmente através de desfile de imagens visuais padronizadas. Como resultado, a feminidade em si tornou-se largamente uma questão de interpretação, ou tal como colocou Erving Goffman, a representação exterior adequada do ser. Não nos dizem mais como é -uma dama ou em que consiste a feminidade. Em vez disso, ficamos sabendo das regras diretamente através do discurso do corpo: por meio de imagens que nos dizem que roupas, configuração do corpo, expressão facial, movimentos e comportamentos são exigidos.

Assim, as concepções e ideologias sociais do que vem a ser a imagem feminina ideal são repassadas seguindo modelos e discursos que estão assentados numa cultura machista e patriarcal. A bela, não é somente bela, ela também é recatada e sua função é a de ser esposa. Ela não fala, não tem voz, como já dito, e sua felicidade consiste em manter o casamento e cuidar do filho.

ÚLTIMAS PALAVRAS

A mulher vem ganhando mais espaço no escopo social nos últimos tempos e, atualmente, ela compete por postos de trabalho e por ocupações que vão além das obrigações com a casa e com os filhos. No entanto, diante dos discursos produzidos e reproduzidos coletivamente fica evidente que existe uma separação entre os gêneros e suas representações sociais.

Necessitamos promover uma crítica reflexiva sobre os papéis atribuídos a homens e a mulheres ainda hoje. Os discursos sobre gênero, assim como os padrões normativos impostos sobre os sexos, precisam ser problematizados e revistos. Além disso, é imprescindível ponderar nossos discursos e parâmetros acerca da feminilidade; notem que a revista *Veja* quis transformar Marcela Temer ou Marcela de Temer em um modelo regressista a ser seguido que precisa ser revisto e desconstruído.

REFERÊNCIAS

ANZALDUÁ, G. Como domar uma língua selvagem. In: Tradução de Joana Pinto et al. **Cadernos de letras da UFF** – Dossiê: Difusão da língua portuguesa, Rio de Janeiro, n. 39. 2009. p. 297-309.

BARRETO, A.; ARAÚJO, L.; PEREIRA, M. E. (Orgs.). **Gênero e diversidade na escola**: formação de professoras/es em gênero, sexualidade, orientação sexual e relações étnico- raciais. Livro de conteúdo. Rio de Janeiro: CESPEC; Brasília: SPM, 2009.

BOURDIEU, P. **A dominação masculina**. Educação e realidade, Porto Alegre, v.2, n. 20, p 133-184, jul./dez. 1995.

CAMERON, D. Desempenhando identidade de gênero: conversa entre rapazes e construção da masculinidade heterossexual. In: OSTERMANN, A.C; FONTANA, B.. **Linguagem, gênero e Sexualidade**: clássicos traduzidos. São Paulo: Parábola, 2010.

DEBOARD, Guy. **A Sociedade do Espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997 DEL PRIORI, M. **Mulheres no Brasil Colonial**. São Paulo: Editora Contexto, 2000. FREYRE, G. **Casa-grande & senzala**. São Paulo: Global, 1994.

GIRON, L. S. **Dominação e subordinação**: mulher e trabalho na pequena propriedade. Porto Alegre: Suliani Letra & Vida, 2008.

JAGGAR, A. M.; BORDO, Susan R. **Gênero, corpo e conhecimento**. Rio de Janeiro: Record: Rosa dos Tempos, 1997, p. 19-125.

LAKOFF, R. Linguagem e lugar da mulher. In: OSTERMANN, A. C.; FONTANA, B. (Org.). **Linguagem, gênero, sexualidade**: clássicos traduzidos. São Paulo: Parábola, 2010. p.13-30.

LINHARES, J. Marcela Temer: bela, recatada e —do larll. *Veja*. São Paulo. 18 abr. 2016. Disponível em: < <http://veja.abril.com.br/noticia/brasil/bela-recatada-e-do-larll>>. Acesso em: 15 de dezembro de 2016.

LINO, A. C. A relação dos conceitos do belo e do sublime na representação dos gêneros. In: **Kant e-Prints**. Campinas, série 2, v. 3, n. 1. 2008. Disponível em: <ftp://www.cle.unicamp.br/pub/kant-e-prints/Vol-3-1-2008/Lino-2-3-1-2008.pdf>. Acesso em: 10/01/2017.

MITCHELL, J. **Psicanálise da sexualidade feminina**, Rio de Janeiro: Campus, 1988. MOSCOVICI, S. **A representação social da psicanálise**. Rio de Janeiro: Zahar, 1978. ORLANDI, E.P. **Análise de Discurso**: princípios & procedimentos. Campinas: Pontes, 2000. ORLANDI, E. P. **Discurso e leitura**. São Paulo: Cortez, 2005.

PÊCHEUX, M.; FUCHS, C. Mises au point et perspectives à propos de l'analyse automatique du discours. *Langages*, n. 37, p. 7-80, Paris, mars 1975. Trad. Bras. GADET, F.; HAK. T. (org). **Por uma análise automática do discurso**. Campinas, Ed. da UNICAMP, 1990.

PETERSEN, A. T. Discutindo o uso da categoria de gênero e as teorias que respaldam os estudos de gênero. In: ROSSO, A.; MATTOS, F. B.; WERBA, G. & STREY, M. N. (Orgs.). **Gênero por escrito** – saúde, identidade e trabalho, Porto Alegre: EDIPUCRS, 1999, p. 15-39.

RAGO, M. **A aventura de contar-se**: feminismos, escrita de si e invenções da subjetividade. Campinas: Editora Unicamp, 2013.

RAJAGOPALAN, K. **Por uma linguística crítica**: linguagem, identidade e a questão ética. São Paulo: Parábola Editorial, 2003.

SAFFIOTI, H. I. B. **A Mulher na Sociedade de Classes**: Mito e Realidade. Coleção Sociologia Brasileira, vol. 4. Petrópolis: Vozes, 1979.

SAFFIOTI, H. **O poder do macho**. São Paulo: Moderna, 1987.

WOLF, N. **O mito da beleza**: como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres. Rio de Janeiro: Rocco, 1992.