- **LINGUAGEM E MÍDIA II**
  Dia 29 - Local: CL 15 - 14:00-18:00
  Coordenador(a): *Iandra Maria da Silva*

DISCURSO PUBLICITÁRIO E IDENTIDADE DE GÊNERO: UMA ANÁLISE DAS REVISTAS *ELLE* E *CAPRICHO*

James Deam Amaral Freitas (UFG)

O propósito deste trabalho é apresentar uma análise comparativa do discurso publicitário presente em alguns textos das revistas Elle e Capricho do ano de 2003 e discutir sua relevância na constituição das identidades de gênero. Essa discussão parte do princípio de que os estudos de gênero constituem uma proposta metodológica eficaz na análise da diversidade humana (Scott, 1990). Essa concepção baseia-se na idéia de que gênero está intimamente associado às relações sociais e de poder, o que nega a crença na determinação biológica dos sexos, na existência de características naturais e universais, que justificariam a hierarquia sexual. Nesse sentido, o discurso publicitário exerce forte influência na manutenção ou subversão de crenças relativas às relações e às identidades de gênero, uma vez que a sociedade está sob uma "hegemonia publicitária" (Marshall,2001;2003), a qual determina, ordena, classifica e hierarquiza produtos e grupos sociais. Para analisar essa influência do discurso publicitário, serão utilizados como instrumentos descritivos os postulados teóricos da Semântica Argumentativa (Ducrot, 1972;1981;1987), enfatizando as noções de argumentatividade e polifonia como aspectos discursivos importantes no desvelamento de práticas sociais e de estruturas de poder.

EM TORNO DO GÊNERO CANÇÃO

Júlia Maria Costa de Almeida

Experiências musicais transnacionais como o rap parecem sugerir ao estudo da canção popular um alargamento de seus limites e uma problematização dos modelos definidores do gênero - lingüístico, discursivo ou semiótico - através dos quais atribuímos seu contorno e sua definição. Destacando da produção nacional alguns trabalhos de rappers e afins, pretendemos sondar seu regime de produção sonora e discursiva, capaz de mobilizar uma enorme força enunciadora poético-política.

ENUNCIAÇÃO DE SI E A CONSTRUÇÃO DE UM IDENTIDADE POLÊMICA

Gislaine Ferreira Pinto (UNICAMP)

Entendido o anúncio publicitário enquanto espaço de construção e afirmação de identidades, o objetivo desta apresentação é discutir a maneira como se define a imagem de uma mulher polêmica através da enunciação de si e de sua sexualidade. Instância pública de dizeres, a publicidade (especificamente a de lingeries Duloren) aparece como um lugar de tensão ao desvelar a intimidade feminina aos olhos de interlocutores diversos.

FRANKFURT: A CRÍTICA DA DESAURATIZAÇÃO

Karina Spineli Gera

A desauratização é a banalização da arte, quando algo é produzido para ser trocado por dinheiro e não como instrumento de livre expressão; perder a aura é a tecnificação crescente do mundo. Este estudo propõe uma reflexão sobre os meios de comunicação de massa narcotizantes, mostrando as conseqüências da indústria cultural na vida dos indivíduos. O movimento que deu origem à Escola de Frankfurt formou-se em 1923, na Alemanha, em função da necessidade de liberdade de pensamento, por parte de alguns pensadores. Dentre as principais teorias que esta academia gerou, destacamos, neste estudo, a da Cultura de Massa, onde seus precursores, Adorno e Horkheimer, criticam a Indústria Cultural. É importante situar o fato no contexto histórico de esperanças revolucionárias e decepções históricas, em que a Escola de Frankfurt surgiu. Dentre os mais importantes acontecimentos, podemos citar a Primeira Guerra Mundial, a Revolução Russa e a ascensão de Hitler. Inicialmente denominado de Instituto para a Pesquisa Social, esta escola estudava os ensaios de pensadores famosos como Platão, Kant, Hegel, Marx, Schopenhauer, Bérgson, Heidegger etc, transpondo suas teorias para assuntos relevantes da época. Os teóricos da Escola de Frankfurt permaneceram exilados na década de 40 por causa das perseguições de Hitler aos revolucionários. A Indústria Cultural é apontada, neste artigo, como o principal agente da desauratização, ou seja, ela é a vilã da imbecilização coletiva, visto que ela impede que a reflexão crítica por parte dos indivíduos.

MODOS VERBAIS EM ESPANHOL: NORMA E USO NA IMPRENSA ESCRITA

Iandra Maria da Silva (UFSC)

Este trabalho consiste no estudo do presente dos modos indicativo e subjuntivo na língua espanhola, abordando questão referente aos valores e funções que exercem esses modos prescritos pela normatividade em contraposição ao caráter descritivo da língua. Realizamos o contraste entre normatização e uso através da análise de jornais do espanhol dos anos de 1998 e 1999, consultados com a ajuda do programa computacional Micro-Concord (Mike Scott & Tim Johns) e manuais didáticos de espanhol como língua estrangeira.

Para essa investigação, examinamos orações subordinadas substantivas que completam expressões tipo: "creo que", "es cierto que", em enunciados afirmativos e negativos; orações independentes com os advérbios "quizá" e "tal vez" e cláusulas adverbiais, com conjunções tais como: "después de que" e "para que".

A análise dos modos verbais segue os postulados funcionalistas, e propicia a verificação de semelhanças e/ou discrepâncias entre as regras normativas e o uso, podendo estabelecer se existe variação nas construções verificadas. Os resultados obtidos são numéricos, pois se trata de pesquisa estatística sobre a freqüência de uso dos modos indicativo/subjuntivo no espanhol escrito na imprensa atual.

O TEXTO JORNALÍSTICO DE OPINIÃO EM PB E EM PE: UMA ANÁLISE LEXICOLÓGICA CONTRASTIVA.

Márcia Sipavicius Seide (USP)

Esta pesquisa faz parte de um projeto maior denominado "Língua Portuguesa: uma língua internacional" que busca propostas para que o tema da Pluralidade Cultural seja abordado nas aulas de Língua Portuguesa no último ciclo do nível fundamental de ensino. O projeto parte do pressuposto de que a exposição do aluno brasileiro, usuário da variante brasileira do português (PB), à variante européia da Língua Portuguesa (PE) amplia seus horizontes culturais, motivando o educando a perceber-se como falante brasileiro da língua portuguesa através do conhecimento "do outro". Acredita-se,ademais, que o uso de textos brasileiros e portugueses pertencentes a um mesmo gênero discursivo motiva o educando a vivenciar o fato de a língua portuguesa ser uma língua internacional que serve de veículo a várias culturas, sensibilizando-o para o fenômeno da variação lingüística. Para que estes objetivos sejam alcançados, faz-se necessária uma análise lingüística contrastiva que fundamente elaboração de atividades pedagógicas adequadas que faça do tema transversal Pluralidade Cultural, objeto de reflexão em sala de aula. A análise ora apresentada contrasta dois textos jornalísticos opinativos - um brasileiro e outro português -, considera a linguagem como aquisição cultural (MATOSO, 1959), focaliza o nível lexical de análise e está fundamentada em BRÉAL (1924), SLAMA- CAZACU (1961) e VILELA (1994). Cabe ressaltar que o privilégio dado ao nível lexical não significa que o léxico seja analisado de forma atomística, ou isolada, pois também são levados em consideração o nível textual e o nível discursivo de análise. Ambos os textos foram escritos por professores universitários de Direito e tratam de questões legais. O texto em PB, "Receita x Judiciário", foi publicado em janeiro de 2001 e escrito por Ives Gandra da Silva Martins. O texto em PE ,"Podemos fazer melhor", escrito por Luís Campos Ferreira, foi publicado em fevereiro do corrente ano (2004).