**SALMA HAYEK EM ENTREVISTA: A IMAGEM MIDIÁTICA DA “LATINA SEXY” VERSOS A REPRESENTAÇÃO DISCURSIVA DE SI**

Francisco Lindenilson Lopes

Doutorando pelo PPGL/ UERN e Professor Assistente no Departamento de Letras Estrangeiras do CAMEAM/UERN e-mail [lindenilsonlopes@uern.br](mailto:lindenilsonlopes@uern.br)

Nataly Aparecida Rodrigues da Silva

Graduada em Letras e Professora de Língua Espanhola no Instituto Menino Jesus – IMJ e-mail [naaataly1@hotmail.com](mailto:naaataly1@hotmail.com)

**RESUMO**

O presente trabalho tem como objetivo principal analisar a representações discursiva (Rd) que a atriz mexicana Salma Hayek constroe de si em entrevistas concedida à Folha de São Paulo em 9 de setembro 1997. Para alcançarmos tal objetivo, utilizamos os postulados teórico-metodológicos da Análise Textual dos Discursos (ATD), tendo como referência os trabalhos de Adam (2011), Rodrigues, Passeggi e Silva Neto (2010), Queiroz (2013), entre outros. Também utilizamos os apontamentos de Guirin (2007), Irineu (2011), Lima (2014), para tratar de América Latina e Latinidade. O *corpus* de nosso estudo consta de trechos da entrevista citada, nos quais procuramos evidenciar elementos textuais-discursivos da locutora tentando desconstuir sua imagem midiática de “latina sexy” frente a construção de outra Representação discursiva de si. A partir da análise das marcas textuais discursivas, percebemos que a entrevistada carreia imagens de si como boa atriz, comediante e protagonista para além dos estereótipos latinos. Imagens essas que compõe a Representação de mulher latino-americana vitimada pelo preconceito criado pela indústria midiática hollywoodiana.

Palavras-chave: Representação discursiva. Mulher latino-americana. Gênero entrevista.

**1 INTRODUÇÃO**

Muitos são os estudos já existentes sobre o universo latino-americano, sobretudo nas perspectivas histórica, étnico-racial, cultural, identitária e política. Nas últimas décadas, com a consolidação da mídia de massa, vemos também surgirem muitos estudos sobre a midiatização desse universo latino-americano, tais como os trabalhos de Canclini (1992, 1995, 2011) que problematizam os aspectos cultural e identitário frente à globalização e seus fluxos (principalmente os fluxos de informação, de pessoas e do consumo). Na mesma linha desses estudos, Irineu (2011) propõe uma reflexão sobre a representação social da latinidade em mídias digitais e a forma como o grupo de indivíduos analisados tomam posição frente a latinidade enquanto objeto simbólico.

Paralela aos estudos citados anteriormente, há uma vertente que estuda a representação da mulher latino-americana na mídia. Os trabalhos de Cruz (2008); Pérez (2008); Silva, Ribeiro e John (2010); Valdivia (2014) são bons exemplos dessa vertente. Esses trabalhos estão voltados para a representação feminina na mídia e, mais especificamente, para a representação da mulher latina sobre o viés da AD francesa, da Representação Social e da Análise Crítica do Discurso. São trabalhos voltados a análise de propagandas de cervejas, de séries de TV e de mídias diversas. A sub-representação da mulher e a sua estereotipia sensualizada são as principais constatações desses estudos.

Numa perspectiva mais geral, o trabalho que desenvolvemos segue essas vertentes de estudo da imagem midiática de mulheres latinas, contudo, de forma mais específica, trazemos como aporte teórico-metodológico a Análise Textual dos Discursos (ATD) proposta por Adam (2011), por ser este um aparato que nos permite dar conta dos aspectos textuais e discursivos do *corpus* analisado. Some-se a isso, o fato de trabalharmos com o gênero textual entrevista enquanto uma prática textual-discursiva que é propícia ao estudo das representações discursivas que um sujeito constrói de si. Dessa forma, o nosso estudo objetiva identificar quais as Representações discursivas (Rd) que a mulher latino-americana com projeção midiática constroe de si em entrevistas dadas a mídia. Procuramos identificar quais elementos textuais-discursivos foram utilizados para a construção dessas representações e quais significados essas escolhas revelavam, no sentido de projetar esta ou aquela imagem de si ou de desconstruir uma imagem estereotípica prévia. A entrevista que analisamos foi a da mexicana Salma Hayek concedida à *Folha de São Paulo* em 9 de setembro de 1997.

**2 A ANÁLISE TEXTUAL DOS DISCURSOS (ATD) E A CATEGORIA DA REPRESENTAÇÃO DISCURSIVA (Rd)**

A análise textual do discurso (ATD) é um campo de estudo que propõe uma abordagem teórica e metodológica calcada na aproximação de uma Análise do Discurso (AD) ampla, diferenciada da Análise do Discurso Francesa (ADF), com a Linguística Textual (LT). O criador dessa abordagem, Jean-Michel Adam, “situa decididamente a linguística textual no quadro mais amplo da análise do discurso” (ADAM, 2011, p. 24) para explicar que falta às análises de discurso uma reflexão específica sobre as questões textuais, motivo pelo qual há espaço para uma análise textual de discursos. Como efeito, Adam (2011) pensa a Linguística Textual “como um subdomínio do campo mais vasto da análise das práticas discursivas”, com vistas a aportar uma reflexão adequada ao texto, verdadeira materialidade com que analistas do discurso trabalham, oferecendo, assim, uma possibilidade de complementação do déficit filológico das análises de discurso tradicionais (ADAM, 2011, p. 43).

Um dos conceitos centrais da ATD é o de proposição-enunciado (ou proposição enunciada), considerada uma microunidade enunciativa e textual que privilegia a dimensão semântica em detrimentos dos aspectos formais de segmentação. Partindo da ideia que não existe enunciado isolado, Adam (2011) apresenta as três dimensões que compõem uma proposição-enunciado:

[...] uma **dimensão enunciativa** [B] que se encarrega da representação construída verbalmente de um **conteúdo referencial** [A] e dá-lhe uma certa **potencialidade argumentativa** [ORarg] que lhe confere uma **força** ou **valor ilocucionário** [F] mais ou menos identificável (ADAM, 2011, p. 109, grifos do autor).

Como consta da citação anterior, a natureza da proposição-enunciado é ao mesmo tempo discursiva (enquanto manifestação da atividade de enunciação) e textual (enquanto enunciado efetivamente realizado). Em consequência, o autor explica que a constituição da proposição-enunciado contem três dimensões complementares que são características desse amalgama textual-discursivo: a enunciativa; a referencial; e a argumentativa/ilocucionária. Resumidamente, a noção de proposição-enunciado sustenta a visão de que todo texto, quer seja ele oral ou escrito, pequeno ou grande, possui um conteúdo referencial (Representação discursiva) que é operacionalizado estrategicamente por locutores/enunciadores (Responsabilidade Enunciativa) que desencadeiam atos de fala específicos com vistas a lograr algum propósito comunicativo (Força Ilocucionária / Orientação Argumentativa). Esses elementos são centrais para a compreensão da análise textual dos discursos proposta por Adam (2011), tendo em vista que muitos outros conceitos se desdobram desse constructo inicial, como, por exemplo, o conceito de Representação discursiva (Rd) que é o que nos interessa no presente trabalho.

A Representação discursiva (Rd), enquanto ente da proposição-enunciado, diz respeito à dimensão semântico da relação tripartite apresentada anteriormente. Todo conteúdo proposicional, ao ser construído na atividade discursiva da enunciação, projeta relações referenciais para o objeto de discurso que está sendo representado. Essa representação de um objeto de discurso é, portanto, um ato de referenciação que cria um microuniverso semântico para ser oferecido à interpretação de outrem como uma Representação discursiva (Rd) de uma visão de mundo. Segue-se que “todo texto é uma proposição de mundo que solicita do interpretante (auditor ou locutor) uma atividade semelhante, mas não simétrica, de (re)construção dessa proposição de (pequeno) mundo ou Rd” (ADAM, 2011, p. 114).

Assim, desde um enunciado mínimo (sujeito ou tema seguido de um predicado) até um protótipo textual mais extenso (carta, romance, anuncio, etc.) há a tomada de um Ponto de vista (PdV) como expressão de um visão de mundo, uma proposição de universo semântico que carrega o vislumbre das imagens de um locutor de um alocutário e dos temas tratados. Sendo assim, percebemos que para construir ou reconstruir a Representação discursiva temos que levar em consideração “quem produz, o que produz e para quem produz os enunciados” (QUEIROZ, 2013, p. 49). Em outras palavras, é preciso levar em consideração o locutor ou o responsável por compor uma representação esquemática de determinado conteúdo proposicional, bem como o próprio conteúdo temático veiculado que se caracteriza como tema ou assunto tratado no enunciado e, finalmente, o alocutário que é o leitor/ouvinte ou interpretante do enunciado proposto.

Nas palavras de Rodrigues, Passeggi e Silva Neto (2010, p. 173) “todo texto constrói, com maior ou menor explicitação, uma representação discursiva do seu enunciador, do seu ouvinte ou leitor e dos temas ou assuntos que são tratados”. Nesse sentido uma Rd é a projeção de uma visão de mundo na qual estão incluídas as imagens que o locutor faz de si mesmo, do tema tratado e dos seus alocutários.

A ATD propõe alguns procedimentos de construção da representação discursiva, definindo-os como categorias de análise semântica, que norteia a construção da Rd no texto. Rodrigues, Passeggi e Silva Neto (2010) especificam essas categorias, são elas: referência, predicação, aspectualização, relação e localização. Sinteticamente, podemos dizer que a *referenciação* é usada para designar ou representar alguém, algo, algum sentimento, enquanto referente no texto, nomeando os sujeitos da ação; a *predicação* é um processo que utiliza os verbos ou expressões verbais, para especificar a ação do sujeito; a *aspectualização* lida com as características e/ou propriedades dos referentes e das predicações; a *relação* é um processo que está constituído pela contiguidade e a analogia, a contiguidade, é um processo que dá a continuidade ao que vem sendo dito, a analogia atua no texto como base de comparações e metáforas; a *localização* é o processo com o qual se faz referência a elementos espaciais e temporais.

Essas categorias de análise semântica servem para analisar todos os três grupos de representações: a do locutor, a do alocutário e a do tema tratado. No que se refere ao estudo que aqui realizamos, o foco foi no grupo da representação discursiva do locutor, quando nos propomos a analisar as imagens que mulheres latino-americanas constroem de si mesmas em entrevistas dadas a mídia.

**3 A LATINIDADE COMO ELEMENTO IDENTITÁRIO EM CONSTRUÇÃO**

A designação América Latina deriva do latim *Latinitas*, expressão que se refere “ao conjunto dos povos latinos, ou seja, de cultura latina, cujos idiomas, provêm do *latim*, e seu respectivo modo cultural e social de ser.” (IRINEU, 2011, p. 24). Sendo assim, atualmente recebem o nome de latinos ou, mais especificamente, latino-americanos, povos que habitam o continente Americano cuja colonização implicou na aculturação ibero neolatina e na adoção vernácula de idiomas neolatinos (Português, Espanhol e Francês).

De acordo com o Irineu (2011), a América Latina está dividida geograficamente em vinte países: Argentina, Bolívia, Brasil, Chile, Colômbia, Costa Rica, Cuba, Equador, El Salvador, Paraguai, Peru, República Dominicana, Uruguai, Venezuela, Guatemala, Haiti, Honduras, México, Nicarágua e Panamá. Países estes, que estão distribuídos pela América do Norte, América do Sul e América Central. A maioria desses países tem como língua oficial o espanhol, tendo ainda a língua francesa, presente em alguns países do Caribe e da América do Sul e a língua portuguesa que é adotada no Brasil.

Para além dos aspectos geográficos, a definição do conceito de América Latina passa por questões político-culturais. Para Irineu (2011, p. 24), a “América Latina se define mais do ponto de vista cultural que do ponto de vista estritamente geográfico”, já que são tantos países e cada um possui vários traços culturais antagônicos. Apesar disso, o pesquisador ressalta que há diversos elementos que os aproximam, sendo que esses elementos vão desde uma “cultura de base latina”, incluídas aí as raízes linguísticas, bem como um passado histórico de povos indígenas originários que compõe o caldo identitário diferenciador do neolatino europeu e do latino-americano, além de processos históricos similares de colonização e de independência. Em outras palavras, para além das questões geográficos é preciso ressaltar a miscigenação étnico-racial ou mestiçagem que é similar entre esses países, bem como a “hibridização cultural”, como nos lembra Canclini (2011, p. 29).

Se pensarmos na perspectiva defendida por Canclini (2011) de problematização da cultura na pós-modernidade, perceberemos que as identidades são também afetadas por processos de desarticulação e de desterritorialização cultural, em favor de uma hibridização cultural típica da pós-modernidade. Para este autor, no caso da América Latina em particular, o fenômeno da hibridização cultural impacta sobremaneira a identidade latina:

O lugar a partir do qual vários artistas latino-americanos escrevem, pintam ou compõem músicas, já não é a cidade na qual passaram sua infância, nem tampouco é essa na qual vivem há alguns anos, mas um lugar híbrido, no qual se cruzam os lugares realmente vividos (CANCLINI, 2011, p. 327).

Canclini (2011) ressalta como a desterritorialização e a desarticulação de um sujeito a seu país e a seu sistema cultural originários promove a hibridização de referentes culturais e padrões estéticos internos e externos, com reflexos diretos do entendimento do “eu”. Nesse sentido, é problemático definir uma identidade latino-americana padrão porque as próprias noções de cultura e identidade na pós-modernidade não são fixas, pelo contrário, são fluidas, polissêmicas, móveis e híbridas, conformo pudemos perceber a partir das reflexões de Canclini (2011).

Até mesmo na perspectiva histórica, essa definição se vê inviabilizada porque, se por um lado o conceito de América Latina e de latinidade pode ser entendido como um “instrumento simbólico” de afirmação da identidade de um povo em busca de sua autonomia e reconhecimento político (BRANDALISE, 2008), por outro lado, o conjunto pluridimensional de tipo e fatores étnicos, culturais, de civilização e formação distintas impede “qualquer sistema conceitual que não seja o seu próprio sistema” (GUIRIN, 2007, p. 1). Em outras palavras, os conceitos de América Latina e latinidade são fluidos, só podendo ser entendidos se olharmos através do seu próprio sistema histórico, social, político, linguístico e cultural.

É nesse sentido que Brandalise (2008) defende a “história própria” desses termos, da forma em que muitos pesquisadores defendem que a América Latina e a Latinidade são conceitos em construção. Corroborando com essa corrente de pesquisadores, seguimos o posicionamento de Irineu (2014, p. 24) para quem a complexidade de tais conceitos, ainda em formação, se projeta “na imagem que os sujeitos constroem sobre a América Latina por meio de suas práticas sociais”. Complementando essa afirmação de Irineu (2014), podemos também dizer que o conceito de latinidade assim como os contornos de uma identidade latina se projeta por meio da imagem que esses sujeitos constroem de si mesmos enquanto latinos ou latino-americanos.

Por tanto, a análise que fizemos e que será apresentada nos tópicos seguintes deste trabalho foi pautada nessa projeção de imagens por sujeitos latino-americanos para tentar entender esse sentimento identitário de latinidade. O fato de definir-se ou referir-se a si próprios como latino ou latino-americano pode demonstrar as nuances desses conceitos fluidos, flexíveis, polissêmicos e híbridos culturalmente.

**4 SALMA HAYEK UMA MEXICANA ESTEREOTIPADA**

Salma Hayek é uma atriz mexicana de grande projeção midiática, tanto por seus trabalhos em telenovelas mexicanas como por suas atuações em seriados e filmes norte-americanos. Com uma indicação ao Oscar por protagonizar “Frida” (2002), Salma atuou também em “A balada do prisioneiro” (1995), “Era uma vez no México” (2003), “Bandidas” (2006), “Gato de Botas” (2011), entre outros. Na entrevista em questão, a repórter Elaine Guerini dá o tom da conversa com Salma Hayek ao pinçar trechos nos quais a atriz se rebela contra o estereótipo da mulher sexy, que está quase sempre restrita a papéis “calientes”: "Fiquei com essa imagem porque só me chamam para interpretar mulher sexy". Na sequência, a atriz assevera que “os latinos ainda são descriminados” pela indústria hollywoodiana. Vejamos alguns trechos da entrevista:

|  |
| --- |
| ***Trecho 01 da Entrevista de Salma Hayek*** |
| ***Folha – Qual a principal desvantagem da estrela latina?*** |
| ***Salma –*** *Hollywood te encaixa no grupo dos latinos. Mesmo assim, eu e outras atrizes, como Sônia Braga, não temos a mesma oportunidade. Se você tem sangue latino, mas nasce em Miami ou Nova York, eles te consideram americana. Do contrário, você fica para segundo plano. Infelizmente Hollywood não vê a alma das pessoas. Eles só se importam com a aparência e com o sotaque. Eu tenho a atitude certa, mas o sotaque errado.* |

A pergunta do jornal *Folha de São Paulo* já dá o direcionamento para a constituição de uma imagem prévia e negativa da latinidade pela mídia, tendo em vista que o enunciado traz como certeza um conjunto de desvantagens em ser uma “estela latina”, diante de tal conjunto é solicitado comentários sobre “a principal desvantagem”.

Na proposição “Hollywood te encaixa no grupo dos latinos”, presente na resposta à pergunta, percebemos que a metonímia constitui o referente “Hollywood” a quem é atribuída a predicação “encaixa”. No sintagma preposicionado que complementa a referida predicação, encontramos a construção da imagem da latinidade como um grupo, o “grupo dos latinos”, no qual os produtores de Hollywood categorizam artistas proveniente da América Latina. Uma categorização que é matizada pela locutora como negativa, tendo em vista o que está posto na proposição-enunciada que se segue, na qual a locutora, incluindo a brasileira Sônia Braga e a si mesma no grupo dos latinos, diz: “não temos as mesmas oportunidades”.

Na sequência, uma estrutura condicional se encarrega de diferenciar a categoria dos artistas latinos como uma subcategoria legada ao segundo plano em face da categoria dos artistas americanos, independente de terem ou não uma ascendência latina: “Se você tem sangue latino, mas nasce em Miami ou Nova York, eles te consideram americana. Do contrário, você fica para segundo plano”.

O referente Hollywood, que inicia a resposta da locutora, reaparece como o referente da proposição-enunciada “Infelizmente Hollywood não vê a alma das pessoas”, retomado mais à frente com um pronome pessoal“Eles só se importam com a aparência e com o sotaque”. Através do aspectualizador “infelizmente”, a locutora matiza as atitudes do referente Hollywood como infelizes, porque se importa apenas com questões superficiais (“aparência” e “sotaque”) e não com a essência (“a alma das pessoas”). A locutora diz ter o talento, enquanto elemento essencial necessário, para a atuar (“Eu tenho a atitude certa”), mas não encontra espaço na indústria por sua condição de latina (“mas [tenho] o sotaque errado”).

Quando perguntada sobre a sua não aprovação para o papel no Filme “E agora, Meu Amor?”, a atriz revela que só obteve a aprovação num segundo teste:

|  |
| --- |
| **Trecho 02 da Entrevista de Salma Hayek** |
| ***Folha – É verdade que você não passou no primeiro teste para “E agora, Meu Amor?” ?*** |
| **Salma –** É. Quando o projeto surgiu, há uns quatro anos, eu ainda não havia feito quase nada nos EUA e ninguém me considerou para o papel. Mas tive sorte, o filme acabou demorando para sair. Quando o projeto foi retomado no ano passado, fui aprovada. Fiquei feliz porque achava que seria uma boa oportunidade para mostrar meu lado cômico e, quem sabe, amenizar a imagem sexy, já que a minha personagem passa boa parte da história grávida. Mas não deu certo. Logo nas primeiras críticas, disseram que eu continuava sexy. Será que ninguém reparou na minha barriga? |

No trecho “Fiquei feliz porque achava que seria uma boa oportunidade para mostrar meu lado cômico e, quem sabe, amenizar a imagem sexy, já que a minha personagem passa boa parte da história grávida”, percebemos que a locutora ratifica a existência de uma imagem prévia de “latina sexy”, mas vemos também o seu esforço em desconstruir essa imagem a partir da projeção de um “lado cômico” atrelado aos efeitos naturais da maternidade no corpo da mulher que, em sua perspectiva, amenizariam a sensualidade de sua imagem. No entanto, os críticos continuaram vendo sensualidade em sua atuação.

No trecho a seguir, temos a resposta de Salma mais relacionada aos estereótipos latinos:

|  |
| --- |
| **Trecho 03 da Entrevista de Salma Hayek** |
| ***Folha – Como você lida com os estereótipos na hora de interpretar uma mexicana?*** |
| **Salma –** Em "E Agora, Meu Amor?" não dá para evitá-los, porque é uma comédia. Mas faço questão de evitar a caricatura, minha personagem é bem real. Mas desse universo dos estereótipos mexicanos, o filme usa apenas os positivos. Mostra a forte relação entre os membros da mesma família. Seria pior se os mexicanos da história fossem pobres e se os maridos batessem nas mulheres. |

No trecho 03 da entrevista, a locutora demonstra o desejo de evitar os estereótipos que a mídia norte-americana atribui aos latinos e, mais especificamente, aos mexicanos: “[..]faço questão de evitar a caricatura, minha personagem é bem real”. Contudo, reconhece que ainda assim não tem como fugir dos estereótipos mexicanos e, nesse sentido, o filme “E Agora, Meu Amor?” trabalha com “os positivos”. Finaliza sua resposta protestando contra os estereótipos de pobres, machista e violentos atribuídos aos mexicanos (“seria pior se os mexicanos da história fossem pobres e se os maridos batessem nas mulheres”).

**5 CONCLUSÃO**

A Representação discursiva (Rd) da locutora está necessariamente atrelada a imagem da mulher latina previamente construída pela mídia hollywoodiana. A projeção das imagens de si enquanto boa atriz, atriz de comédia, mulher latina com conteúdo (para além da boa forma física) contrastam com as imagens da latina sensual que a mídia explora. A locutora se esforça em demonstrar os contrapontos à imagem prévia que se tem dela enquanto “latina sexy”. A partir da análise das marcas textuais-discursivas, percebemos que a *referenciação* construída em torno da metonímia Hollywood (o local tomado em substituição dos seus ocupantes, ou seja, a indústria cinematográfica norte-americana que ocupa o distrito de Hollywood), demonstra em vários momentos o interesse em atribuir os estereótipos negativos da latinidade, enquanto conteúdo proposicional ou Rd, ao Ponto de Vista (PdV) específico do cinema hollywoodiano. As *predicações* através das quais o referente “Hollywood” instaura processos, ações ou atitudes negativas são evidências de atribuição de PdV por parta da locutora: *“Hollywood te encaixa no grupo dos latinos”*(o referente instaura a ação negativa de subcategorizar ou segregar os latinos)*; “Infelizmente Hollywood não vê a alma das pessoas”*( o referente promove a visão superficial das pessoas); *“Eles só se importam com a aparência e com o sotaque”*( o referente propaga o pré-conceito da latinidade calcada na aparência e no sotaque); *“*disseram que eu continuava sexy”( o referente, agora recuperado na desinência do verbo, ratifica a imagem sensual da mulher latina).

As *aspectualizações* e o estabelecimento de *relações* também cumpriram um papel relevante na constituição das Representações discursivas da locutora como mulher latino-americana vitimada pelo preconceito criado pela indústria midiática hollywoodiana. De uma forma mais específica, foi possível perceber que há o reconhecimento de uma identidade latina por parte da entrevistada que não corresponde a de símbolo sexual, na perspectiva em que a Representação discursiva construída de si mesma apresenta as imagens da boa atriz, da mexicana comediante (e não somente sensual) e da latina protagonista que só não desempenha qualquer papel dramático porque a indústria hollywoodiana a vê como um estereótipo fixo.

Nesse contexto, percebemos que há a intenção da locutora em deixar claro que há divergências entre o seu ponto de vista sobre o que é ser latina e o ponto de vista da indústria hollywoodiana, embora a locutora não traga em suas respostas uma definição da imagem da mulher latina. A Representação discursiva de Salma Hayek está, portanto, ligada aos estereótipos atribuídos a ela como latino-americana, o que consiste na negação da imagem estereotipada da mulher, mexicana, sensual, com atributos físicos específicos e sotaque latino.

# **REFERÊNCIAS**

ADAM, J. M. **A Linguística Textual:** introdução à análise textual dos discursos. São Paulo: Cortez, 2011.

\_\_\_\_\_\_. Imagens de si e esquematização do orador: Pétain e De Gaulle em junho de 1940. IN: AMOSSY, R. (Org.) **Imagens de si no discurso:** a construção do ethos. São Paulo: Contexto, 2014.

BRANDALISE, C. A ideia e concepção de “latinidade” nas Américas: a disputa entre nações. In: ORO, A. P. (Org.). **A latinidade da América Latina:** enfoques sócio-antropológicos. São Paulo: Aderaldo & Rothshild, 2008, p. 32-56.

CANCLINI, N. G. **Los estudios sobre comunicación y consumo**: el trabajo interdisciplinário en tiempos neoconservadores. Dialogos de lacomunicación, n.º 32, 1992.

\_\_\_\_\_\_. **Consumidores e cidadãos**: conflitos multiculturais da globalização. Rio de Janeiro: UFRJ, 1995.

\_\_\_\_\_\_. **Culturas híbridas:** estratégias para entrar e sair da modernidade. (Trad. Heloísa P. Cintrão e Ana Regina Lessa). 4. ed. São Paulo: Edusp, 2011.

CRUZ, S. U. da. A representação da mulher na mídia: um olhar feminista sobre as propagandas de cerveja. **Travessias**, v. 2, n. 2, 2008. Disponível em: < <http://e-revista.unioeste.br/index.php/travessias/article/view/2997>>. Acesso em: 25 mai. 17

GUERINI, E. Salma Hayek quer sepultar “latina sexy”**. Folha de São Paulo**, Folha Ilustrada Edição Eletrônica, São Paulo, 9 set. 1997. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq090902.htm>> Acesso em 10 set. 2018.

GUIRIN, Y. **Em torno a la identidade cultural de América Latina.** Madrid: Instituto Cervantes, 2007. Disponível em: <<http://hispanismo.cervantes.es/documentos/guirin.pdf>> Acesso em: 25 mai. 17.

IRINEU, L. M. **Representações sociais sobre a latinidade em sites de redes sociais contemporâneas:** uma investigação discursivo-ideológica situada no Orkut. 2011. 211 f. Dissertação (Mestrado em Linguística) – Programa de Pós-Graduação em Linguística, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2011.

LIMA, L. M. de. (Org.) **A (In)visibilidade da América Latina na formação do Professor de Espanhol**. Campinas, SP: Pontes Editores, 2014.

PÉREZ, L. Obstáculos y oportunidades para mejorar la cobertura de la inmigración en femenino en los medios. **Mujeres en Red.** El periódico feminista (32), 2008. Disponível em: <<http://www.mujeresenred.net/spip.php?article1058>> - acesso em: 05 de abr. de 2017.

QUEIROZ, M. E. **Representações discursivas no discurso político**. “Não me fiz sigla e legenda por acaso”: o discurso de renúncia do senador Antônio Carlos Magalhães (30/05/2001). 2013. 188 f. Tese (Doutorado) – Programa de Pós-Graduação em Estudos da Linguagem, Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal. 2013.

RIBEIRO, M. da S. O Discurso Midiático na Construção da Identidade da Mulher: Um olhar sobre a Teoria de Patrick Charaudeau. In: **Anais do XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – INTERCOM**. Brasília, DF: Universidade de Brasília, 2006. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2006/resumos/R1521-1.pdf>> Acesso em: 05 abr. 2017.

RODRIGUES, M. G.; PASSEGGI, L.; SILVA NETO, J. G. “Voltarei. O povo me absolverá...”: a construção de um discurso político de renúncia. In: ADAM, J-M.; HEIDMANN, U.; MAINGUENEAU, D. **Análises textuais e discursivas:** metodologia e aplicações. Organização de M. G. S. Rodrigues; J. G. Silva Neto; L. A. S. Passeggi. São Paulo: Cortez, 2010.

SILVA, A. L. da; RIBEIRO, R. R.; JOHN, V. M. Mulheres latinas e arquétipos melodramáticos: primeiras teorizações para uma crítica da ficção seriada. IN: Anais do **VIII Encontro de Pesquisa em Comunicação – ENPECOM**, Universidade Federal do Paraná: Curitiba, 2016, pp. 529-540. Disponível em: <<http://www.enpecom.ufpr.br/anais/2016/anais_2016.pdf>> Acesso em: 05 abr. 2017.

VALDIVIA, A. N. Latinas/os e a mídia uma categoria nacional com implicações transnacionais. Tradução de Fernando Zolin Vesz. In: LIMA, L. M. de. (Org.) **A (in) visibilidade da América Latina na formação do professor de espanhol.** Campinas, SP: Pontes, 2014, pp. 163-178