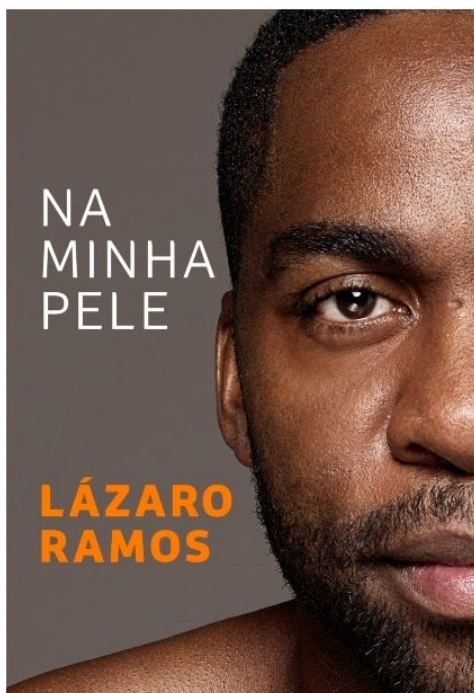


Clippings: Larissa (Lara) Vascounto

Livro: Na minha pele (por Lázaro Ramos), pg 83, 84 e 85

Link:

https://books.google.com.br/books?id=myLVDgAAQBAJ&pg=PT59&lpg=PT59&dq=lara+vascounto&source=bl&ots=6qvNOIvkq8&sig=Xk9Sp0WlshsHVtBywOprtm8M4M&hl=pt-BR&sa=X&ved=0ahUKEwiDm4qt8KLWAhXBgJAKHY-oCbY4ChDoAOg_MAO#v=onepage&q&f=false



caldo, que podem ser considerados um "desvio" no que se costuma produzir. E isso é bom, comprova que é possível uma nova abordagem. Celebremos. Mas o exercício de estar atento para representações danosas é importante e precisa ser feito. Isso nos faz compreender quem somos e para onde queremos ir.

Que os negros são a maioria da população brasileira, mas a minoria na televisão, todos nós sabemos. Outro dia li um texto sobre os estereótipos das novelas brasileiras, escrito pela **Lara Vascounto**, criadora do site *Nó de Oito*,⁵ que mostra que o buraco é mais embaixo. O Geema (Grupo de Estudos Multidisciplinares da Ação Afirmativa) resolveu calcular quantas vezes os negros tiveram papéis centrais nas novelas, e aí a discrepância com relação aos brancos é realmente estupefacente. Não quero ficar aqui repetindo o artigo da **Lara**, mas não resisto a apresentar alguns números.

Entre 1994 e 2014, apenas 4% das protagonistas das novelas da Rede Globo foram interpretadas por mulheres não brancas – o que, comparado com outros tempos, é um ponto positivo, que inclusive é divulgado e celebrado pela emissora, mas as negras continuam sendo exceção. Outro fato que o artigo divulga é que apenas três atrizes se revezaram para interpretar essas personagens. Táis está entre elas. Quando ela foi ao *Espelho*, em 2014, falou sobre sua experiência com capas de revista, que, acho eu, também poderia se aplicar a esse caso.

"Quando falam que a revista tal não coloca negra na capa e eu vou ser a primeira negra, eu me despenco, vou para São Paulo, passo o dia inteiro fazendo fotos, porque eu acho que tem uma posição política nisso. Das revistas em que fui a primeira negra na capa, eu já fui capa mais duas ou três vezes. Mas aí tem o lado não tão legal, porque só eu fui duas ou três vezes capa. Então, para mim, já não tem mais essa validade toda. Eu não

sou a única negra trabalhando na televisão, não sou a única atriz negra considerada bonita. Fico me questionando: 'Será que vale meu domingo tanto assim?'. Valeria se fosse eu e dois meses depois outra, e três meses depois outra. Aí eu teria certeza de que perder meu domingo com minha família estava valendo a pena de fato. Dá uma canseira. Será que está valendo tudo que eu achava que valeria? Não sei."

E a coisa piora. Voltando ao artigo da Lara, ela diz que são raros os casos em que um personagem negro não é apenas um receptáculo de estereótipos. Você, caro leitor, se assiste a novelas, reconhecerá imediatamente todos os oito tipos que ela identificou.

1. A mãe preta que faz tudo pelos patrões;

2. A empregada doméstica espevitada, servil, bisbilhoteira, sedutora, cômica ou submissa;
3. O fiel amigo do jagunço (que é, na verdade, a versão masculina da empregada doméstica);
4. O escravo (um clássico, não é mesmo? Falarei mais sobre isso depois);
5. A negra fogosa e sensual;
6. O malandro;
7. O negro "perfeito", termo inventado por Joel Zito Araújo para designar o negro que se afasta de sua origem e se torna, assim, mais aceitável aos olhos dos brancos;

8. O negro "escada". Explico: ele só está lá para mostrar como o personagem branco é bom, ou mau, ou mais importante que ele.

Veja bem: para mim, que vivi personagens tão diversos, ficar falando sobre esse assunto pode parecer incoerente. Tenho na minha lista de personagens vários arquétipos que são um privilégio (e não estão na lista acima). Mas, volto a dizer, essa é uma experiência de exceção que muitas vezes só confirma a regra. Paro para pensar rapidamente com quantos atores negros compartilho esses privilégios e calculo que, no máximo, não passem de meia dúzia.

Dando uma guinada para o campo da publicidade, me lembro de uma propaganda de carro do ano de 2010 em que uma mulher e seu marido passeavam em seu novo veículo, quando ela diz: "Amor, sabe o que a gente pode ter de melhor?". O carro para e ela compra um quadro. Eles seguem. A mulher... sim, era uma mulher branca com os cabelos negros. "Amor, sabe o que a gente pode ter de melhor?" Param novamente e dentro do carro aparece uma TV enorme. E assim seguem, colocando um monte de objetos dentro do carro, mostrando a amplitude do veículo e a quantidade de coisas que poderiam caber nele. Num dado momento, o homem já exausto pergunta para a mulher: "Amor, sabe o que eu posso ter de melhor?". Na cena seguinte, aparece o homem com quatro loiras no carro, uma em cada assento. Qual é o problema? Ah, é humor. Sim, é. Mas, simbolicamente, o que a campanha nos diz? Esse é apenas um exemplo das muitas vezes em que a publicidade determinou e expressiu qual era o padrão estético e a melhor identidade que se poderia ter. Aqui se afirma que o melhor padrão é ser branco, heterossexual e, se possível, magro e

Nexo Jornal: Por que a campanha da marca O Boticário está dividindo opiniões

Link:

<https://www.nexojornal.com.br/expresso/2016/01/12/Por-que-a-campanha-da-marca-O-Botic%C3%A1rio-est%C3%A1-dividindo-opini%C3%B5es>



EXPRESSO

Por que a campanha da marca O Boticário está dividindo opiniões

Ana Freitas 12 Jan 2016 (atualizado 13/Jan 12h50)

Críticos afirmam que comercial que mostra casais divorciados é sexista e encaminharam denúncia ao Conar



FOTO: REPRODUÇÃO/O BOTICÁRIO



COMERCIAL DIVIDIU OPINIÕES ENTRE FEMINISTAS

EM ALTA

- 1 EXPRESSO **A simbologia de prestar continência ao assessor americano** João Paulo Charleaux
- 2 EXPRESSO **Este artista pinta cenas corriqueiras da vida brasileira** Juliana Domingos de Lima
- 3 EXPRESSO **Quem são os coletes amarelos que protestam na França** João Paulo Charleaux
- 4 EXPRESSO **Por que sul-coreanas estão destruindo seus kits de maquiagem** Juliana Domingos de Lima
- 5 COLUNISTAS **Como melhorar a nossa educação?** Claudio Ferraz

VEJA MAIS



Nesse [texto](#), do blog Nó de Oito, a autora [Lara Vascounto](#) aponta que as reações opostas ao comercial acontecem porque a peça, ao mesmo tempo, mostra mulheres sensatas e bem-resolvidas durante um momento difícil - “ela não está desesperada ou ansiosa para conquistar o marido de volta”, diz - mas dá a entender que é preciso se maquiar para se sentir bonita e confiante.

Com o avanço do [debate](#), O Boticário publicou no Facebook uma [pesquisa](#) para avaliar como o público da marca entendeu o comercial. A empresa também divulgou uma nota oficial, em que disse que o objetivo da propaganda é “mostrar como as pessoas tornam-se mais seguras, confiantes e dispostas a despertar o que há de melhor em sua essência quando se sentem bonitas.”

Buzzfeed: 10 assuntos sobre os quais você pode opinar livremente

Link: <https://www.buzzfeed.com/irangiusti/assuntos-sobre-os-quais-voce-pode-opinar-livremente>

8. Falar se "Vai que Cola" é engraçado ou não tá liberado.



Divulgação / Multishow



Agora falar que cabelo é ruim não é uma opinião, é racismo. Nesse texto da internacionalista [Lara Vascounto](#) no "Lugar de Mulher" você entende bem a questão.

9. Você sempre pode opinar qual é o lado certo de colocar o papel higiênico no suporte.

Hypeness: Site simula manchetes e mostra como seria o mundo livre do machismo

Link:

<https://www.hypeness.com.br/2016/10/site-simula-manchetes-e-mostra-como-seria-o-mundo-livre-do-machismo/>



Curte 2,0 mil pessoas curtiram isso. Seja o primeiro de seus amigos.

[machismo](#) [padrões](#)



O machismo está em todos os lugares mesmo quando isso não é tão evidente. Vamos aos exemplos? Em premiações do cinema, atuações

PUBLICIDADE

[ANUNCIE](#)



mo está em todos os lugares mesmo quando isso não é tão evidente. Vamos aos exemplos? Em premiações do cinema, atuações incríveis ficam em segundo plano e parecem ser menos importantes do que as roupas que as atrizes usam nos tapetes vermelhos. A forma física das famosas é levada tão em consideração que ganhar poucos quilos vira especulação de gravidez ou gera debates acalorados sobre a beleza 'perdida'. Listas de supostas cirurgias plásticas ganham primeira página em jornais sensacionalistas. E por aí vai...



PUBLICIDADE

[ANUNCIE](#)

Por conta disso, o site feminista **Nó de Oito** propôs um exercício de imaginação criando manchetes fictícias mostrando como seria se vivéssemos em um mundo livre de machismo. O resultado são notícias que derrubam a carga de cobranças, desconstruem rótulos e ironizam futilidades.

Confira!



Maneiras Libertinagem Bonitezas

Lugar de Mulher

Querelas Prendas Entretém

Posts da autora

Encontre no Lugar de Mulher

Lara Vascounto
Internacionalista, ex-Gogler e fanática por ler e escrever textos bem-humorados. Optou por ser pobre e feliz na praia ao invés de rica e triste em São Paulo. Mais textos da Lara em [nodoito.com](#)

MANEIRAS
9 Mulheres Inventoras que Mudaram o Mundo
Pouco crédito se dá a mulheres na invenção de tecnologias revolucionárias que transformaram a trajetória da humanidade. E não é por acaso: até o final do século XIX, leis em todo o mundo impediam que mulheres possuísem qualquer tipo de propriedade em seus nomes, inclusive intelectual.
- Lara Vascounto

MANEIRAS
Coisas simples que mulheres hesitam em fazer por medo de assédio
De pequena em pequena liberdade, as mulheres perdem muito por medo de assédio.
- Lara Vascounto

QUERELAS
Postura corporal e as relações de poder entre homens e mulheres
Esta semana li um artigo sobre um fenômeno que não é nem um pouco estranho para quem usa o transporte público: o chamado manspreading – ou algo como homenspalhando, em português.
- Lara Vascounto

BONITEZAS
Cabelo ruim é bom
Lava, puxa, queima, estica, alisa, alisa, alisa. Lava, puxa, queima, estica, alisa, alisa, alisa. Não, não é jingle de propaganda de produto de limpeza, mas sim a rotina capilar de milhões de brasileiras em todo o país.
- Lara Vascounto

ENTRETÉM
Quatro heróis românticos que eu não queria na minha vida nem pintados de ouro
Precisamos redefinir nossa ideia do que é romântico, pessoal.
- Lara Vascounto

ENTRETÉM
6 Estereótipos Femininos que Hollywood Precisa Parar de Usar
Notícias chocantes: Hollywood não sabe como escrever personagens femininos.
- Lara Vascounto

NOSSO LIVRO
LUGAR DE MULHER

ANÁ PAULA BARBI CLARA AYERBUCK MARJ MESSIAS

MAIS LIDOS EM ALTA
QUEST POST · GORDOFOBIA · IR CAGAR NINGUÉM QUER NÉ · MACHISMO · FEMINISMO · RELACIONAMENTOS · SEXO · MULHERES MARAVILHOSAS · AMOR · MATERNIDADE · RACISMO · PODE SIM · CORPO · FATSHION · EMPODERAMENTO · MISOGINIA · RESPEITA AS MINA · AUTOESTIMA · CIÊNCIA · HOMENZINHO DE MERDA · CHEGA DISSO · LIBERDADE



Search Results for: lara vascouto



Objetificação Masculina NÃO é a Mesma Coisa que Objetificação Feminina. Entenda

Não procede usar a objetificação masculina para desqualificar a luta contra a objetificação feminina. Uma coisa não ...

09/11/2016



A Feminista Espantalho e a Propaganda Antifeminista na Cultura Pop

A feminista espantalho é uma criatura imaginária que incorpora todos os estereótipos negativos sobre o feminismo - ...

25/06/2016



10 Vezes que Atores Brancos Interpretaram Personagens de Outras Etnias (nos últimos dez anos)

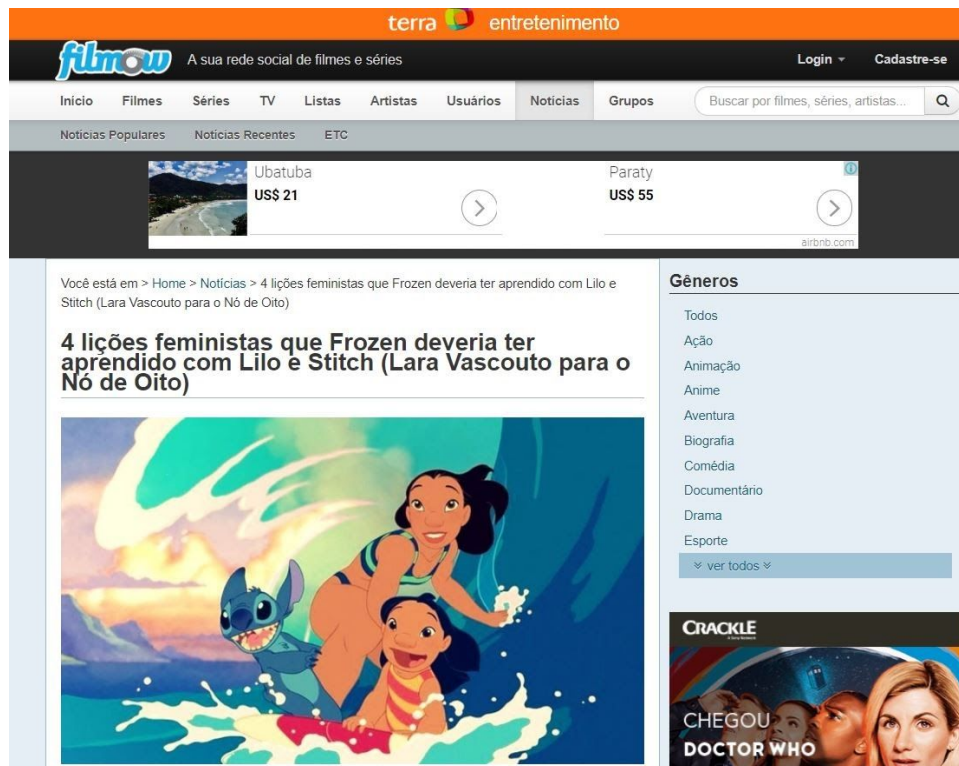
Os primos do blackface: whitewashing, estereotipização e apropriação cultural. Por Lara Vascouto Do No de Oito ...

02/03/2016



Filmow:

<https://filmow.com/noticias/20554/4-licoes-feministas-que-frozen-deveria-ter-aprendido-com-lilo-e-stitch-lara-vascouto-para-o-no-de-oito/>



The screenshot shows the Filmow website interface. At the top, there's a navigation bar with "terra entretenimento" and "filmow A sua rede social de filmes e séries". Below that, there are menu items like "Início", "Filmes", "Séries", "TV", "Listas", "Artistas", "Usuários", "Noticias", and "Grupos". A search bar is also present. The main content area features a news article titled "4 lições feministas que Frozen deveria ter aprendido com Lilo e Stitch (Lara Vascouto para o Nó de Oito)". The article includes an image of Lilo and Stitch from the Disney movie. To the right of the article, there's a "Gêneros" (Genres) sidebar with a list of categories: Todos, Ação, Animação, Anime, Aventura, Biografia, Comédia, Documentário, Drama, and Esporte. Below the genres, there's a "ver todos" button. At the bottom right, there's a promotional banner for "CHEGOU DOCTOR WHO" featuring the show's characters.

Black Women of Brazil: <https://blackwomenofbrazil.co/?s=lara+vascouto>

BLACK WOMEN OF BRAZIL

THE SITE DEDICATED TO BRAZILIAN WOMEN OF AFRICAN DESCENT

HOME POLITICS ECONOMY ENTERTAINMENT MEDIA HISTORY & CULTURE RELATIONSHIPS

Search Results for lara vascouto

Eight racist stereotypes that Brazilian novelas need to stop using: The continuous invisibility and devaluation of the black population

September 18, 2017 Marques Travae 0

Note from BW of Brazil: It's a topic that's been discussed in numerous previous posts: the images, representation, and stereotypes of Afro-Brazilians on television. So [...]

25 privileges that whites enjoy simply for being white

December 16, 2015 Marques Travae 4

Note from BW of Brazil: The issue of racism is a topic frequently discussed on this blog as it is key to understanding the racial [...]

#HASH TAGS

- AFFIRMATIVE ACTION (88)
- AFRO-BRAZILIANS (887)
- AFRO-BRAZILIAN WOMEN (313) BAHIA (253)
- BLACK ACTRESSES (149)
- BLACK BRAZILIANS (445)
- BLACK CHILDREN (124) BLACK CULTURE (74)
- BLACK IDENTITY (138) BLACK MEN (123)
- BLACK MODELS (105) BLACKNESS (70)
- BLACK RELATIONSHIPS (129)
- BLACK WOMEN OF BRAZIL (1237)
- BLACK YOUTH (90) BRASÍLIA (89)
- BRAZIL (112) CABELO CRESPO (149)
- CARNAVAL (155) EDUCATION (71)
- EUROPEAN AESTHETIC (82) GLOBO (160)

Revista Varejo S.A.: Mães influenciadoras: a ponte entre marcas e consumidoras

Link: <http://revistavarejosa.com.br/maes-influenciadoras-a-ponte-entre-marcas-e-consumidoras/>

Facebook Twitter YouTube LinkedIn WhatsApp

PÁGINA INICIAL ANO 43 - Nº 529 EDIÇÕES ANTERIORES

13 de abril de 2018

< MÃES INFLUENCIADORAS: A PONTE ENTRE MARCAS > E CONSUMIDORAS

por Varejo SA

Ao retratar a própria rotina, influenciadoras tornam-se um importante elemento na decisão de compra para o Dia das Mães

Por Amanda Venício

Para alcançar seu público no Dia das Mães, já considerou fazer uma parceria com uma influenciadora? Uma pesquisa do ESPM Media Lab mostrou que 59,7% das mulheres afirmam que as narrativas publicitárias tradicionais não dialogam com a realidade delas, enquanto 60,0% acreditam que as propagandas feitas em *blogs* retratam o que é ser mãe.

Para **Lara Vascounto** Ferrera, criadora do site *Nó de Oito*, que identifica estereótipos de gênero na mídia, propagandas voltadas para mães costumam estar desconectadas da realidade que elas encaram. Segundo Lara, elas reproduzem "machismo benevolente". Trata-se de preconceções que podem parecer positivas à primeira vista, mas, na verdade, reforçam a desigualdade entre homens e mulheres.

"O que mais vemos é a exaltação da mãe como totalmente abnegada e a principal responsável pela criação dos filhos. São mulheres que dão conta de absolutamente tudo e aparentam até ter poderes mágicos, pois só elas parecem capazes de cuidar das crianças. Tudo isso acaba reforçando expectativas que sobrecarregam as mulheres e limitam sua atuação ao doméstico", critica Lara.

Produtoras de conteúdo que desmistificam a maternidade, como a *youtuber* Hel Mother, são as favoritas da empresária Camilla Facundo, mãe de Benjamin, de 2 anos e 5 meses: "As que falam dessa realidade nua, crua e bela da maternidade nos acolhem em relação aos assuntos mais polêmicos, como as diferenças entre os estereótipos e como é ser mãe na realidade".

"Quando uma mãe fala: eu também não consigo, eu também não dou conta, a gente se sente como se estivesse tudo bem. A pior coisa da maternidade é a culpa de sentir que só você quer ficar longe daquele bebê lindo, que você ama muito, mas não quer dormir por nada, chora e você não sabe o porquê!", diz Ana Emília Cullen, servidora pública e mãe de Cecília, de 9 meses. Entre as influenciadoras preferidas de Ana, estão Hel Mother, a escritora e educadora parental Elisama Santos e Luíza Diener, do *blog* *Potencial Gestante*.

Artigo: Consumo, Representação e Agência do Feminino no Cinema Comercial (13º Mundos de Mulheres & Fazendo Gênero 11/UFSC)

Link:

http://www.en.wwc2017.eventos.dype.com.br/resources/anais/1499475482_ARQUIVO_Consumo.RepresentacaoeAgenciadoFemininoCinemaComercial.pdf



CONSUMO, REPRESENTAÇÃO E AGÊNCIA DO FEMININO NO CINEMA COMERCIAL

Camila Horbatiuk Dutra¹

Resumo: Este artigo se propõe a realizar uma reflexão a respeito da forma como a mulher é representada em filmes do circuito comercial e os problemas decorrentes de certas tipificações e clichês que são costumeiros nesse meio. Por sua produção e consumo em grande escala, o cinema – assim como outras mídias de comunicação em massa, como seriados televisivos, músicas e seus videoclipes, livros e revistas – é responsável pela reprodução e criação de imagens, pressupostos e expectativas a respeito da realidade e indivíduos que retrata. Isso significa que a forma como as

(...)

Mesmo quando são protagonistas, entretanto, as mulheres também sofrem com enredos clichês, sendo constantemente colocadas em situações em que a beleza física é o seu principal atributo (e que transformações de vestuário ajudam a personagem a alcançar todo seu potencial e encontrar um marido), são obrigadas a escolher entre carreira e vida pessoal (onde, novamente, o casamento aparece como principal argumento), brigam com outras mulheres, são lindas-porém-desastradas, ou largam tudo (seus empregos, cidade, até família e amigos) para ir atrás do “verdadeiro amor”¹⁴. Essas poucas histórias se repetem em “Uma linda mulher”, “O diário da princesa”, “Miss Simpatia”, “A Proposta”, “Sem reservas”, “Casa comigo?”, “Escrito nas estrelas”, “Tudo para ficar com ele”, “Cartas para Julieta”, “É pura sorte”, “Sorte no amor”, “Noivas em guerra”, “Você de novo” e “Garotas malvadas”.

São muitos os problemas decorrentes do uso e repetição de cada um desses arquétipos e clichês, principalmente no que se refere às suas influências na criação de expectativas e construção de imaginários a respeito de mulheres. A presença de personagens femininas sempre brancas, jovens, magras, que se encaixam no padrão de beleza vigente, cujas histórias giram em torno de seus relacionamentos afetivos com homens, e são contadas por homens é prejudicial em muitos sentidos, tanto para meninas e mulheres, que enxergam nessas narrativas um modelo ou padrão a

¹⁴ “6 estereótipos femininos que Hollywood precisa parar de usar” (2015), de Lara Vascounto.

VII Congresso Internacional de Estudos sobre Diversidade Sexual e de Gênero: ABEH e a Construção de um Campo de Pesquisa e Conhecimento: Desafios e Potencialidades de nos Re-Inventarmos

Link: https://www.editorarealize.com.br/revistas/ebook_abeh/trabalhos/ebook_abeh.pdf

*ABEH e a construção de um campo de Pesquisa e Conhecimento:
desafios e potencialidades de nos re-inventarmos*

Introdução

Até o final do século XIX, leis em todo o mundo impediam que mulheres possuíssem propriedade em seus nomes, inclusive intelectual. Mesmo com a mudança nas leis, a sociedade dá pouca ênfase nas contribuições femininas na ciência e tecnologia (VASCOUTO 2015).

Matsura (2016) alerta que projetos recentes tentam recolocar na história nomes de programadoras que criaram o sistema do primeiro computador eletrônico digital. Elas são minoria na indústria de tecnologia, mas, sem seu trabalho, provavelmente os computadores não existiriam como são hoje. Foi pelas mãos femininas que o primeiro algoritmo para computador foi escrito, no século 19. Mulheres como Ada Lovelace e Grace Hopper foram fundamentais para o avanço dos softwares. O sistema que serviu como base para o celular foi criação de uma atriz de Hollywood. Seis programadoras do projeto ENIAC criaram o sistema do primeiro computador eletrônico digital, e ficaram relegadas a segundo plano.

Segundo Lindamir Casagrande, citada por Matsura (2016) a história da participação das mulheres na Ciência e Tecnologia na ainda não foi escrita. Ada Lovelace e Grace Hopper até conseguiram algum reconhecimento, mas elas não foram as únicas que produziram ciência e tecnologia na área de TI.

Assim, na tentativa de resgatar as contribuições dessas mulheres e dar visibilidade aos seus trabalhos na área de TI, segue-se um breve histórico de cada uma delas.

Jornal O Casarão/UFF: Publicidade e estereótipos no Dia das Mães

Link: <http://www.jornalocasarao.com/2017/05/publicidade-no-dia-das-maes-2017-e.html>

O CASARÃO

O Casarão || Jornal de Comunicação Social da UFF

Home Limoeiro Estante Ágora Alhos e Bugalhos Entrevistas Edições anteriores

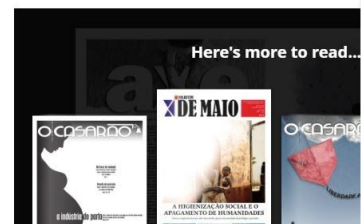
Publicidade e estereótipos no Dia das Mães

DESTAQUE Em 5/12/2017 - Por O Casarão

Por Carolina Lopes



— ÚLTIMA EDIÇÃO —



Além disso, quando uma marca tenta mostrar uma mãe moderna, muitas vezes acaba caindo na questão de ser tão maravilhosa que consegue trabalhar e continuar dando conta dos afazeres domésticos e de cuidar dos filhos. Mostra um ser que tem o dom mágico da maternidade, que consegue lidar como ninguém (certamente melhor que o pai) com as situações da casa e ser independente. Mas, quem disse que a mãe real, de hoje, é assim?

No lugar de todas essas representações, seria ideal se a publicidade tentasse diminuir com a desigualdade que ainda há em relação aos papéis de mãe e pai. **Lara Vascounto** mostra, [aqui](#), que até os comerciais do Dia dos Pais refletem isso, muitas vezes com eles sendo 'desajeitados' fazendo funções teoricamente simples como trocar uma fralda. Mas acaba sendo 'bonitinho', o pai que quer ajudar, ser presente. Só que é reforçada a ideia que esse não é o papel de um pai (logo, é da mãe), porém, deveria ser da família toda.

Uma campanha que saiu há pouco tempo e rendeu comentários positivos foi a da C&A, que traz mães de diferentes estilos, deixando os padrões de lado, mostrando que não há certo ou errado quando o assunto é maternidade. O vídeo está disponível no [canal no Youtube](#) da marca.

Gelo e Fogo: Podcasteros #54 - Por que comparamos tanto os personagens de Game of Thrones?

Link:

<https://www.geloefogo.com/2017/04/podcasteros-54-por-que-comparamos-tanto-os-personagens-de-game-of-thrones.html>



NOTÍCIAS PODCASTEROS LIVROS SÉRIE +GRRM WIKI G&F

Posquisar ...

Podcasteros #54: Por que comparamos tanto os personagens de Game of Thrones?

por: Ana Carol Alves | 11 de abril de 2017



0 COMENTÁRIOS

TARGIFOR[®] C É UM MEDICAMENTO. SEU USO PODE TRAZER RISCOS. PROCURE O MÉDICO E O FARMACÊUTICO. LEIA A BULA.

TARGIFOR[®] C (aspartato de arginina + ácido ascórbico). Indicação: astenia. MS 1.1300.0237. Última revisão: 11/03/14.

SE PERSISTIREM OS SINTOMAS, O MÉDICO DEVERÁ SER CONSULTADO.



Nesta semana, [Ana Carol Alves](#), [Angélica Hellish](#) e [Mikannn](#) se reúnem para tentar entender por qual motivo discutir Game of Thrones parece ser uma tarefa insaciável. Falamos sobre espaço diegético, *watsonian vs doylist*, jornada da heroína, e a maneira como os fãs sempre comparam Jon à Sansa, e Jon à Daenerys. Será que somos manipulados a compará-los?

ESSE PODCAST É APRESENTADO POR
🌟 Floreios e Dragões: www.floreiosedragoes.com

LINKS LINKS LINKS

[Mais sobre o trabalho da Mikannn](#)

[Mais sobre o trabalho de Angélica](#)

[Comentários da discussão original \(Jon versus Daenerys\)](#)

[Diegese](#)

[Watsonian vs. Doylist](#)

[Jornada do Herói](#)

[Jornada da Heroína](#) (lembrando que falamos apenas de uma autora, existem várias).

[Cris Balleiro e Bia Del Picchia – O feminino e o sagrado](#)

[Kill la Kill](#)

[Podcast Spoilers.TV que fala sobre diegese em séries de época](#)

[Os maiores furos de roteiro e erros de continuidade em Game of Thrones](#)

[Continuidade Sansa](#)

[Sansa, de vítima a assassina \(Nós de Oito\)](#)

[Heroínas masculinizadas \(Nós de Oito\)](#)

[Por Dentro do Episódio 6.10 “The Winds of Winter”](#)

[Sophie Turner fala sobre ‘Sansa versus’ Jon na SDCC2016](#)

Promotoras Legais Populares: Dica de 6 Sites que falam sobre Feminismo e Cultura pop/Nerd/Geek

Link:

<http://promotoraslegaispopulares.org.br/dica-de-6-sites-que-falam-sobre-feminismo-e-cultura-popnerd-geek/>



INSTITUCIONAL ▾

ENCONTRE PLPS

BIBLIOTECA

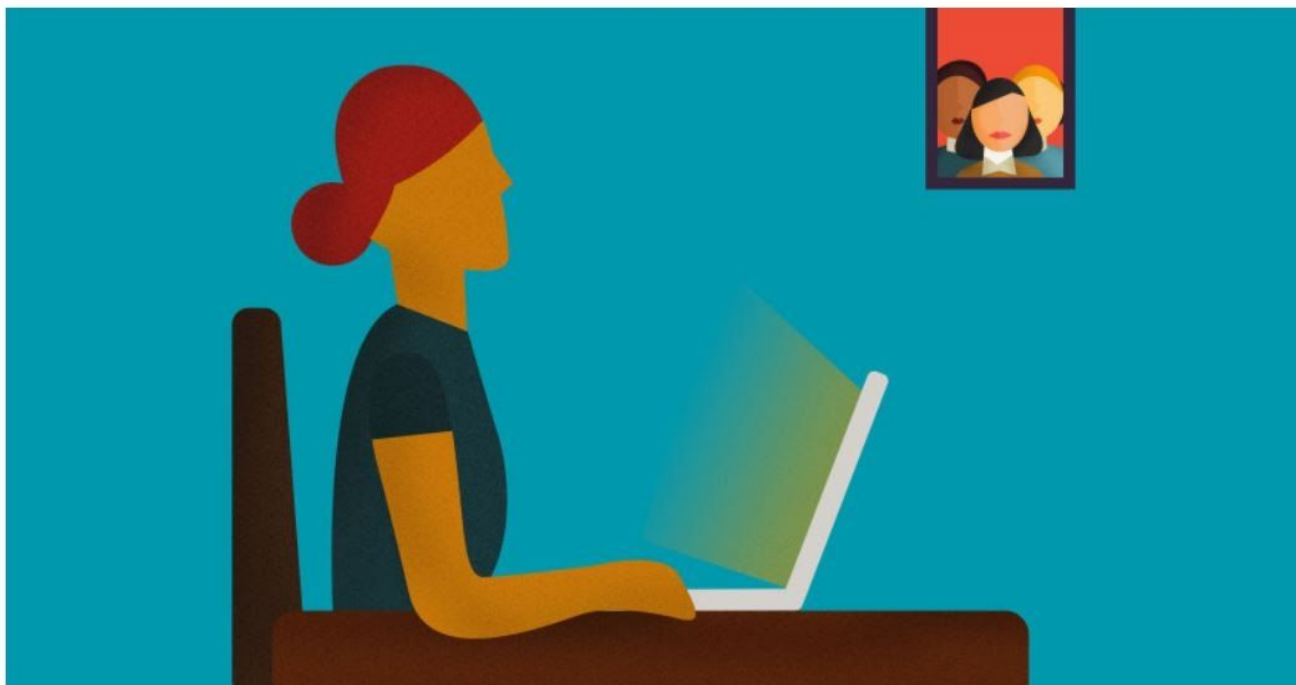
NOTÍCIAS

AGENDA ▾

Buscar



DICA DE 6 SITES QUE FALAM SOBRE FEMINISMO E CULTURA POP/NERD/GEEK



Sobre o Blog:

“O Nó de Oito é um site de conteúdo criado com o objetivo de falar sobre assuntos sérios de forma leve e descontraída. Pensando nisso, fazemos principalmente análises, reflexões, críticas e resenhas de cultura pop sob um olhar feminista e com foco na representatividade de minorias.

A maior parte do conteúdo é criado pela idealizadora do Nó de Oito, **Lara Vascounto**, mas o site conta também com colaboradoras e autoras convidadas que frequentemente contribuem com suas próprias reflexões. Dessa forma, o Nó de Oito vai crescendo, com um conteúdo recheado de informações e reflexões fundamentais para quem acredita no poder da mídia – tanto para o bem, como para o mal.”

Blogueiras Feministas:

<https://www.facebook.com/blogueirasfeministas/posts/1111263552276446>

Facebook page for "Blogueiras feministas". The page features a profile picture with a megaphone icon and the text "BLOGUEIRAS FEMINISTAS". The main content is a post from November 22, 2016, by Lara Vascounto. The post discusses the representation of Millie Bobby Brown in the magazine Interview and the challenges of being a young woman in the media. The post includes a photo of a person holding a sign that says "MILLE BROWN É PRESENTE!". The page also shows engagement statistics, such as 93,179 likes and 92,512 followers.

Fórum nacional pela Democratização da Informação:

<http://www.fndc.org.br/clipping/gostar-de-algo-nao-deveria-nos-impedir-de-pensar-criticamente-948845/>

Screenshot of the FNDC website. The header includes the FNDC logo, the date "Domingo, 09 de Dezembro de 2018", and social media icons. The main navigation menu includes "Fórum", "Campanhas", "Publicações", "Conteúdos", and "Fale Conosco". A banner for "Ciclo de Leituras Comentadas" is visible, along with a registration form for receiving the newsletter. The main content area shows a clipping titled "Gostar de Algo Não Deveria nos Impedir de Pensar Criticamente" by Lara Vascounto, dated 17/05/2016. The clipping text begins with "Pensar criticamente é essencial ? principalmente em relação àquilo que a gente ama."

Desacato:

<http://desacato.info/8-estereotipos-de-mulheres-negras-que-a-midia-precisa-parar-de-usar/>



SEJA UM LEITOR/A AMIGO/A
CLIQUE AQUI!

Início > Brasil > 8 estereótipos de mulheres negras que a mídia precisa parar de usar

Brasil Destaques

8 estereótipos de mulheres negras que a mídia precisa parar de usar

11/08/2017

Compartilhar no Facebook Tweet G+ Curtir 38 Tweet

Por Lara Vascounto.

Já faz quase dois anos que Viola Davis se tornou a primeira mulher negra a ganhar um Emmy por Melhor Atriz, mas o seu discurso continua tão atual hoje como o foi naquela noite: às atrizes negras não falta talento – falta oportunidade.

Os números da representatividade negra no cinema e na televisão não me deixam mentir. Recentemente, pesquisadores da University of Southern California [analisaram mais de 30.000 personagens](#) nos filmes de maior bilheteria entre 2007 e 2014 e verificaram o quão desequilibrada é a balança. Entre os 100 maiores filmes de 2014, por exemplo, somente 17 tiveram atores não-brancos no papel de protagonistas.

Por quase uma década, a diversidade no cinema permaneceu praticamente inalterada

Assine Desacato por e-mail

Digite seu endereço de e-mail para assinar Desacato e receber notificações de novas publicações.

Endereço de e-mail

Assinar

Desacato Passa Revista

Assine nosso boletim

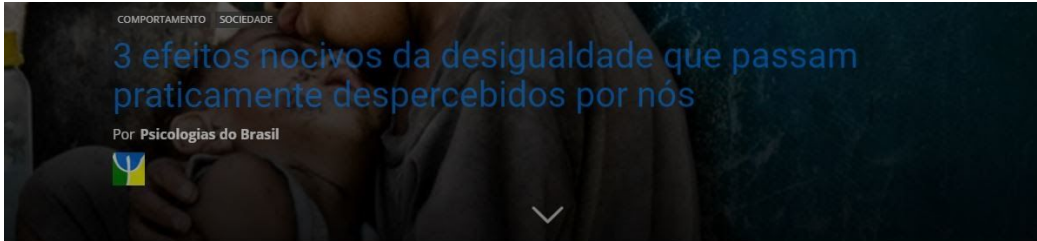
Email

Assinar

Homenagem ao jornalista Celso Martins

Psicologias do Brasil:

<https://www.psicologiasdobrasil.com.br/3-efeitos-nocivos-da-desigualdade-que-passam-praticamente-despercebidos-por-nos/>



Compartilhe Tweet G+ Curtir 0 Tweet

INDICADOS



E se tiver que começar do zero, comece!

REDAÇÃO PSICOLOGIAS DO BRASIL - 9 de dezembro de 2018



Por Lara Vascounto

Ao invés de almejar uma posição no topo da pirâmide social, melhor seria se a pirâmide nem existisse. Aqui estão alguns motivos.

Recentemente, eu e meu marido largamos nossos empregos em São Paulo e viemos morar em uma cidade pequena, no litoral. A motivação por trás dessa mudança foi a percepção de que vivíamos uma vida que drenava toda a nossa vitalidade e energia por coisas que