

**O SENTIDO DO MASCULINO E DO FEMININO  
NA MÍDIA EXTERIOR:  
UMA ANÁLISE DE ENUNCIADOS EM CAMISETAS**

*Florisbete de Jesus Silva (UESB)*  
[florisbete@gmail.com](mailto:florisbete@gmail.com)  
*Adilson Ventura da Silva (UESB)*

Este trabalho visa discutir o sentido do masculino e do feminino na mídia exterior, entendida como o conjunto de suportes utilizados com fins publicitários, os quais atingem as pessoas sem que elas precisem acioná-los. Seleccionamos, como *corpus* de análise, camisetas que circulam no comércio turístico de Porto Seguro (BA), nas quais são inscritos, dentre outros enunciados, aqueles referentes a homens e mulheres. Nosso objetivo é analisar como se dão as relações no espaço de enunciação, que é um espaço político, representado pelos locutores, a partir da identificação do memorável que ali se apresenta e da análise dos sentidos produzidos pelos enunciados. Para tanto, utilizamos a semântica do acontecimento, uma construção teórica que conceitua a enunciação como uma prática política que instala o conflito no centro do dizer, e para quem a constituição do sentido é histórica, e a relação do sujeito com a língua ocorre no acontecimento. Como aporte metodológico, fizemos um recorte da referida teoria, tomando como base para discussão, os modos específicos de acesso à palavra, bem como as categorias analíticas denominadas designação, reescrituração e articulação. Os resultados revelaram que, apesar da luta feminina pelo respeito e consolidação dos seus direitos, ainda há, na sociedade, um discurso misógino que fortalece a oposição entre homens e mulheres, além da legitimação do preconceito em relação a elas.