

6

Referências bibliográficas

BAKHTIN, M. Os gêneros do discurso. In:_____. **Estética da criação verbal**. São Paulo: Martins Fontes, 2003. p.261-306.

_____. **Marxismo e filosofia da linguagem**. 12. ed. São Paulo: Hucitec, 2006.

BRONCKART, J. P. The regulating role of speech. **Human Development**, v.16, n 6, p.417-439, 1973.

BENNETT, M. J. Intercultural communication: A current perspective. In: **Basic concepts of intercultural communication**: selected readings, 1998. p.1-34.

_____. Defining, measuring, and facilitating intercultural learning: A conceptual introduction to the intercultural education double supplement. **Intercultural Education** 20, n.4, p.1-13, 2009.

CAETANO, R. A publicidade e a imagem do produto Brasil e da mulher brasileira como atrativo turístico. In: **Anais do Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. 2004.

CAETANO DA SILVA, V. B. **Aspectos sócio-interacionais de cumprimentos, despedidas e manutenção de conversação em falantes de espanhol aprendizes de português L2**. 2008. 196f. Dissertação (Mestrado em Letras)-Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2008.

CLOUET, R. Between one's own culture and the target culture: the language teacher as intercultural mediator. **Porta Linguarum**: Revista internacional de didáctica de las lenguas extranjeras, n.5, p.53-62, 2006.

EGGINS, S. **Introduction to systemic functional linguistics**. A&C Black, 2004.

EGGINS, S. & MARTIN, J.R. Genres and registers of discourse. In: VAN DIJK, T. A. **Discourse studies**: a multidisciplinary introduction, v. 1: Discourse as structure and process. London: Sage Publications, 1997. p.230-256.

FARIAS, J. S.; MEYER, R. M. B. **O brasileiro não respeita as regras?: indulgência e restrição na sociedade brasileira e sua aplicabilidade no ensino de PL2E**. 2014. 80 f. Dissertação (Mestrado em Letras)-Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2014.

FRANCO, C.F.M.; MOMO, M.V.G. Sensualidade etflica: o estereótipo da mulher devassa na propaganda de cerveja. In: IX ENCONTRO NACIONAL DE HISTÓRIA DA MÍDIA, 2013, Ouro Preto. **GT de Mídia Audiovisual e Visual**. Ouro Preto: UFOP, 2013. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/alcar/encontros->

nacionais-1/9o-encontro-2013/artigos/gt-historia-da-midia-audiovisual-e-visual/sensualidade-etilica-o-estereotipo-da-mulher-devassa-na-propaganda-de-cerveja>. Acesso em: 5 dez 2014.

HALLIDAY, M.A.K. An introduction to functional grammar. London: Edward Arnold, 1985.

HALLIDAY, M.A.K. & HASSAN, R. The structure of a text, the identity of a text. In: _____. **Language context, and text: aspects of language in a social-semiotic perspective**. Oxford: Oxford University Press, 1989. p.52-69.

HOLLIDAY, A. Small cultures. **Applied linguistics**, v.20, n.2, p.237-264, 1999.

HOFSTEDE, G. Dimensionalizing cultures: The Hofstede model in context. **Online readings in psychology and culture**, v.2, n.1, p.8, 2011. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.9707/2307-0919.1014>>. Acesso em: 08 ago 2014.

HOFSTEDE, G.; HOFSTEDE, G. J; MINKOV, M. **Cultures and organizations**. New York: McGraw Hill, 2010.

LARAIA, R. B. **Cultura: um conceito antropológico**. 10 ed. Rio de Janeiro: J. Zahar, 1995.

MANZANETE, C. M; BALDO, R. **Mudanças de paradigmas no estereótipo da mulher na propaganda**. Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, 2001.

MARTIN, J. R. Analysing genre: functional parameters. In: _____. **Genre and institutions: social processes in the workplace and school**. London: Continuum, 1997. p.3-39.

MEYER, R. M. B. Para o bem ou para o mal: a construção de identidade pelo falante de PL2E a partir de estereótipos de brasilidade: uma questão intercultural. In: _____. **Português para Estrangeiros: questões interculturais**. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio, 2013. p.13-34.

MOTTA-ROTH, D. Análise crítica de gêneros: contribuições para o ensino e a pesquisa de linguagem. **DELTA: Documentação de Estudos em Lingüística Teórica e Aplicada**, v.24, n.2, p.341-383, 2008. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/delta/v24n2/v24n2a07.pdf>>. Acesso em: 22 mar 2015.

NISHIDA, N. F.; GONÇALVES, E.M. Publicidade e ética: um estudo da construção da imagem da mulher. **Comunicação Mídia e Consumo**, v.6, n.17, p. 49-72, 2009. Disponível em: <<http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/viewFile/166/167>>. Acesso em: 15 jan 2015.

NOGUEIRA, F.P. **Da mulher objeto à mulher consumidora: um estudo sobre as abordagens do sexo feminino nos comerciais de cerveja**. 2013. 91f. Monografia (Bacharelado em Publicidade e Propaganda) – UFRS, Porto Alegre. 2013.

OLIVEIRA, A. S. **Apelos que falam ao coração:** o discurso publicitário revelador de aspectos da cultura brasileira evidenciados no discurso publicitário e sua aplicabilidade em português como segunda língua para estrangeiros. 2006. 214 f. Dissertação (Mestrado em Letras)-Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2006.

OLIVEIRA, F. S. P. A. How dare you? – A critical incident in a Portuguese as a second language classroom. **Revista Escrita**, Rio de Janeiro: Ed. PUC Rio, n.19, p.75-79, 2014.

PARANHOS, M. L. M. **Welcome to PUC-Rio!:** um estudo sobre alunos internacionais e interação cultural sob a perspectiva do design. 2011. 131 f. Dissertação (Mestrado em Artes e Design)-Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2011.

PETERSON, B. **Cultural Intelligence**. Yarmouth, Intercultural Press, 2004.

PIRES, M. V. **Mulheres em profusão:** imagens das mulheres na propaganda impressa brasileira: 1957 a 1997. 2007. Dissertação (Mestrado em História)-Universidade de Brasília, Brasília, 2007.

SAMARÃO, L. O espetáculo da publicidade: a representação do corpo feminino na mídia. **Contemporânea**, v.8, p.45-57, 2007. Disponível em: <http://www.contemporanea.uerj.br/pdf/ed_08/04LILIANY.pdf>. Acesso em: 26 set 2014.

SCHAUN, A.; SCHWARTZ, R. O corpo feminino na publicidade: aspectos históricos e atuais. In: IV COMCULT: Cultura da Imagem e Gêneros. São Paulo: Centro Universitário Belas Artes de São Paulo. 12 a 15 de novembro, 2008.

SILVA, M. R. V. A construção da mulher como objeto de consumo em anúncios publicitários de cerveja: uma abordagem discursiva. In: IX ENCONTRO DO CÍRCULO DE ESTUDOS LINGÜÍSTICOS DO SUL (CELSUL), 2010, Palhoça-SC. **Anais do IX Encontro do Círculo de Estudos Linguísticos do Sul** (CELSUL). Palhoça-SC: Editora da UNISUL, 2010. p.1-14.

THE HOFSTEDE CENTRE. Disponível em: <<http://geert-hofstede.com/>>. Acesso em: 2 dez 2014.

THOMAS, H. W. US exhibit shows women as objects and adverts. **BBC News**. Disponível em: <<http://www.bbc.com/news/magazine-32292215>>. Acesso em: 10 mar 2015.

VIANA Jr., O. & LIMA-LOPES, R. E. A Perspectiva teleológica de Martin para a análise dos gêneros textuais. In: MEURER, J. L., BONINI, A.; MOTTA-ROTH, D. (Orgs.). **Gêneros:** teorias, métodos, debates. São Paulo: Parábola, 2005.

WIERZBICKA, A. Introduction. In: _____. **Semantics, Culture and Cognition:** Universal Human Concepts in Culture-Specific Configurations. New York: Oxford University Press, 1992.