

**PROMOVER A IGUALDADE DE GÉNERO:  
PARA ALÉM DA PERPETUAÇÃO DE ESTEREÓTIPOS DE GÉNERO**

**Vanda Sousa**

Académico Torres Vedras  
vanda.ps.sousa@gmail.com

**Marta Marchante**

Académico Torres Vedras

**Vítor Alexandre Coelho**

Académico Torres Vedras

**Andreia Quintais**

Académico Torres Vedras

*Fecha de Recepción: 9 Abril 2019*

*Fecha de Admisión: 30 Abril 2019*

**RESUMO**

A igualdade de género é atualmente considerada uma questão de direitos humanos, de desenvolvimento sustentável e económico. No entanto, apesar de uma maior aceitação face ao tema e da aplicação de leis e políticas promotoras da igualdade de género, os progressos dos últimos anos têm sido considerados reduzidos, sendo referida a persistência dos estereótipos de género como uma das principais barreiras à igualdade. Consistentemente, tem sido referida a complexidade e os efeitos sociais adversos de ações promotoras da igualdade de género focadas no benefício direto das mulheres, bem como a dificuldade em obter resultados positivos junto da população masculina. Neste sentido, neste artigo apresenta-se uma reflexão sobre a forma e os conteúdos a abordar em programas de promoção de igualdade de género, propondo-se um programa para estudantes do 3º ciclo de escolaridade que tem como enquadramento geral a aprendizagem socioemocional, quer no que se refere à promoção de um desenvolvimento saudável de carácter universal e de forma positiva, quer na forma como as atividades são desenvolvidas, tendo como foco principal a igualdade de género e o benefício para as pessoas de ambos os sexos. O programa tem seis sessões onde são trabalhados transversalmente os temas da igualdade de género, nomeadamente através de atividade que se focam na desconstrução de estereótipos, da expressão emocional, do reconhecimento de qualidades em si e nos/as outro/as, da liderança, da tomada de decisão responsável e da gestão de conflitos, nomeadamente em situações de namoro, e assenta em dinâmicas de grupo, estando em fase inicial de experimentação. Destaca-se ainda a relevância de se avaliar não só a

## PROMOVER A IGUALDADE DE GÉNERO: PARA ALÉM DA PERPETUAÇÃO DE ESTEREÓTIPOS DE GÉNERO

mudança de atitudes face aos estereótipos de género, como também a satisfação com a participação, por género.

**Palavras-chave:** igualdade de género; promoção; programa; estereótipos de género

### ABSTRACT

**Promoting Gender Equality: Beyond gender stereotypes perpetuation.** Gender equality is presently considered a matter of Human Rights, and a goal for a sustainable economic development. However, actions that promote gender equality based on women's direct benefit have been considered complex and have led to adverse social effects, as well as contributing to a difficulty in obtaining positive results among men. However, this poster presents a reflection about the content, form and issues that should be addressed in programs that are designed to promote Gender Equality among adolescents. The manuscript will describe a program for middle school students based upon the social and emotional learning theoretical framework proposed by the Collaborative for Academic, Social and Emotional Learning (2015). The program focuses on the universal nature of a healthy and positive development, both in the way that the activities are developed and in the benefits for students of both genders. The program is composed by six sessions where several themes pertaining to gender equality are developed, namely, gender stereotypes deconstruction, emotional expression, identify qualities in the self and others, responsible decision making and conflict management (specifically in close relationships). This program uses mainly group activities and it aims not only to promote attitude change regarding gender stereotypes, but also to achieve a good level of satisfaction from participating students from both genders.

**Keywords:** gender equality; promotion; program; gender stereotypes

### INTRODUÇÃO

As desigualdades de género manifestam-se em problemáticas que vão desde as desigualdades salariais à violência sobre as mulheres (Organização de Cooperação de Desenvolvimento Económico; OCDE, 2017). Atualmente, a inclusão da Igualdade de Género (IG) como um dos primeiros 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da Organização das Nações Unidas (ONU) para 2030 (UN *News Centre*, 2015) trouxe uma nova relevância ao tema. Nos países onde os índices de IG são melhores observa-se que já existem leis e políticas de promoção, como a existência de licenças de maternidade e de paternidade, um rácio de género mínimo para posições políticas e de liderança, etc. (OCDE, 2017). No entanto, a OCDE (2017) argumenta que os fossos entre géneros persistem em todas as áreas da vida social e económica em vários países e que os progressos observados nos últimos anos têm sido reduzidos, mesmo nos países com melhores índices. Os estereótipos de género têm sido identificados como um dos fatores de relevo nas desigualdades de género (Ellemers, 2018; OCDE, 2017), com a literatura a identificar diferenças de género associadas aos estereótipos, com maiores adversidades para papéis de liderança por parte das mulheres (Ellemers, 2018; OCDE, 2017) e maiores dificuldades na expressão emocional por parte dos homens (Hyde, 2007; Zeman e Shipman, 1996). Assim, embora o tema da IG seja muitas vezes abordado como uma questão dos direitos das mulheres, podemos encontrar na literatura exemplos de que os homens também são afetados por desigualdades (ex.: Ellemers, 2018).

Por outro lado, a IG tem sido identificada como um fator promotor de bem-estar e de desenvolvimento económico (OCDE, 2017). De Looze, Huijts, Stevens, Torsheim e Vollebergh (2018) concluem que a IG é um fator importante na felicidade de adolescentes de ambos os sexos, por reforçar as redes sociais, nomeadamente as intrafamiliares, enquanto Qian (2017) demonstrou que a IG era não só favorável às mulheres, mas também se associava a níveis mais elevados de felicidade

para todos. Desta forma, fica patente a necessidade de formas inovadoras de promoção da IG. Neste artigo, para além de uma reflexão sobre a literatura e as intervenções nesta área, será proposto um programa de promoção de IG a ser implementado em contexto escolar, dirigido a estudantes do terceiro ciclo.

### **Promover a Igualdade de Género: Para além das barreiras**

Um dos desafios que se encontra relativamente à promoção da IG reside na dificuldade em envolver e obter mudanças em ambos os géneros, nos quais os estereótipos de género são um fator de relevo (Ellemers, 2018). Anisman-Razin, Kark e Saguy (2018) concluíram que os homens avaliavam mais negativamente uma mulher que falava sobre desigualdades de género, mas que estavam mais dispostos a agir no sentido de promover a IG quando ouviam a mulher a falar de outras desigualdades para além da de género. Note-se que as desigualdades de género neste estudo, tal como na generalidade, são caracterizadas como ocorrendo em detrimento das mulheres. Apesar de a literatura ser profícua em estudos de diferenças de género, são escassos os estudos que promovam as competências que sendo diferentes entre géneros, podem ajudar a desigualdade entre os mesmos (como expressão emocional, autoestima ou liderança). Ao invés, é comum que a intervenção se foque na prevenção da violência de género (Barker, Ricardo e Nascimento, 2007), sendo esta numa parte significativa uma consequência da desigualdade. De facto, existe evidência que educar os rapazes para adotarem atitudes de género equitativas e não violentas é uma medida promissora para reduzir a violência entre géneros (Barker et al., 2007; Jewkes, Flood e Lang, 2015). Salienta-se que as abordagens focadas na violência de género têm o potencial risco de reforçar os estereótipos, apresentando os homens como agressivos (agressores) e as mulheres como frágeis (vítimas). Efetivamente, a *World Health Organization* (WHO) refere que as intervenções mais efetivas incluíam trabalhar com rapazes e homens no sentido de transformar valores e comportamentos masculinos que prejudicam as mulheres e a si próprios (WHO, 2016).

Outro aspeto a considerar será a resistência que se encontra relativamente a programas de IG. A forma como são vistos quando o foco é em benefício das mulheres despoleta atitudes positivas e negativas de pessoas de ambos os sexos (Van den Brink e Stobbe, 2014). Aliás, entre as várias limitações encontradas nestes programas, destaca-se o foco exclusivo no grupo feminino (De Vries, 2010; Liff e Cameron, 1997). Existem também estudos que, realizando intervenção apenas com um dos grupos (Barker et al., 2007; Jewkes et al., 2015), ou estando ambos presentes, conseguem resultados significativos em apenas um dos grupos (Syed, 2017). Syed (2017), num programa focado nas diferenças e na prevenção da violência entre géneros, obteve resultados positivos na medida de IG, apenas para adolescentes do género feminino. Desta forma, fica saliente a necessidade de outras formas de promoção que abarquem aspetos relacionais da vida das pessoas e em que o foco não seja exclusivamente o benefício das mulheres, para envolver todos/as os/as participantes e promover-se uma mudança mais efetiva na sociedade.

Na promoção da igualdade será importante haver um foco positivo, em idades mais jovens, explicitando-se o benefício para todas as pessoas, independentemente dos géneros, no sentido de se ultrapassarem as barreiras identificadas e que podem causar efeitos adversos. O referencial da Aprendizagem SocioEmocional (ASE) do *Collaborative for Social and Emotional Learning* (CASEL, 2015) parece corresponder aos desafios colocados na promoção da IG, por ter uma abordagem positiva, focando-se no desenvolvimento de competências socioemocionais fundamentais para o sucesso pessoal e escolar (Durlak, Weissberg, Dymnicki, Taylor e Schellinger, 2011). O CASEL (CASEL, 2015) identifica cinco áreas interrelacionadas de competências cognitivas, sociais e emocionais: a) Autoconsciência: a habilidade para reconhecer emoções e pensamentos do próprio e dos

## PROMOVER A IGUALDADE DE GÉNERO: PARA ALÉM DA PERPETUAÇÃO DE ESTEREÓTIPOS DE GÉNERO

outros e compreender a sua influência no comportamento; b) Consciência social: a habilidade de perspetivar e empatizar com os outros, nomeadamente de culturas diferentes, e de compreender normas sociais e éticas de comportamento; c) Autocontrolo: habilidade para regular as emoções, pensamentos e comportamento, incluindo o controlo de impulsos; d) Tomada de decisão responsável: a habilidade de realizar escolhas construtivas relativas ao próprio e em contexto de interação social, integrando nestes processos princípios éticos, normas sociais e a avaliação de consequências; e) Competências relacionais: a habilidade para estabelecer e manter relações saudáveis com diversos indivíduos e grupos, o que inclui uma comunicação clara, a escuta ativa, a cooperação, resistência à pressão de pares, a gestão de conflitos. Neste sentido, em termos de conteúdo a ASE apresenta-se como um referencial, dado que se encontra uma correspondência com os aspetos a abordar na promoção da IG, nomeadamente no que se refere à capacidade de estabelecer relações sociais mais positivas e com atitudes face ao género mais igualitárias, mas também apresenta indicações de forma, prescrevendo que os programas devem ser estruturados, utilizar metodologias ativas, ser focados e explícitos (Durlak et al., 2011), neste caso com saliência para o tema da IG.

Desta forma, na criação da estrutura de um programa de promoção de IG, este deve ser alicerçado na ASE e baseado nas premissas de que a IG beneficia, não só mulheres, mas também homens, que há questões relativas a ambos os géneros a serem trabalhadas, de uma forma cognitiva, mas também de forma comportamental. Adicionalmente, será essencial avaliar o impacto do programa ao nível das atitudes face ao género, da autoestima como indicador de bem-estar e desenvolvimento pessoal, bem como a satisfação com a participação no programa, em função do género.

### **Estereótipos de Género, (des)Igualdade de Género e Mudança**

Existem muitas diferenças entre homens e mulheres, criando imagens estereotípicas destes grupos, sendo os estereótipos sobre a forma como homens e mulheres pensam e agem largamente partilhados e apresentam impacto sobre a forma como as pessoas se definem e são tratados pelas outras (Ellemers, 2018). Assim, levanta-se a questão de que em que medida é que as diferenças que encontramos na sociedade refletem as diferenças essenciais entre homens e mulheres ou são o produto de estereótipos de género. Ellemers (2018) realça que a investigação tem mostrado que há mais semelhanças que diferenças e que a variância intragrupos chega a ser maior que a intergrupos, concluindo que os fatores biológicos não são os principais nas diferenças de comportamento observadas e que os estereótipos de género tendem a reforçar-se a si próprios, sendo difíceis de mudar. Na infância e adolescência existe a percepção de que atividades contraestereotípicas podem levar à exclusão social, por desafiarem os estereótipos de género (Mulvey e Killen, 2015), referindo os autores que enquanto historicamente as mulheres encontraram mais barreiras sociais e risco de exclusão, os rapazes parecem estar sujeitos a uma maior barreira psicológica no que se refere à escolha de atividades, o que pode ajudar a explicar porque as mulheres mostram-se mais motivadas para desconfirmar estereótipos de género (Ramos et al., 2016). Por exemplo, os rapazes que desafiassem o grupo a fazer *ballet* seriam tratados de forma mais dura que as raparigas que desafiassem o seu grupo a jogar futebol. Mulvey e Killen (2015) ainda referem que não foram encontradas diferenças em função do sexo no número de crianças e adolescentes que gostaria de integrar atividades contraestereotípicas e sugerem que ver outros/as a desafiar os estereótipos, envolvendo-se em atividades contraestereotípicas, ajuda a mudar atitudes face aos estereótipos de género e/ou a normalizar atividades não-estereotípicas, indicando que a partilha de interesses numa atividade pode levar à formação de grupos mistos e mais inclusivos.

Ellemers (2018) argumenta que é necessário haver uma maior consciencialização sobre a existência e natureza dos estereótipos de género, no sentido de minimizar o seu impacto negativo e promover maior bem-estar para homens e mulheres. Assim, um programa de promoção de IG deverá ter atividades que permitam abordar de forma mais focada e explícita a questão da igualdade, numa perspetiva de benefício para todos, e o papel dos estereótipos como constrangedor na vida de todos. A estratégia encontrada foi a de fornecer tópicos provocativos (Mitos e Factos), solicitando ao grupo que se expressasse quanto aos tópicos (se concordam e porquê), potenciando uma maior consciencialização do tema, o aumento de conhecimentos e a modelagem interpares de atitudes mais positivas face à igualdade (sessão 1 e 3 da tabela 1). Será também necessário fazê-lo de uma forma mais transversal e comportamental, nomeadamente no desempenho de papéis contraestereotípicos, no sentido de normalizar estes comportamentos, como na área da expressão emocional e da liderança.

### **Expressão Emocional e (des)Igualdade de Género**

Broverman, Vogel, Broverman, Clarkson e Rosenkrantz (1972) reportaram que homens e mulheres de diferentes idades, religiões e diferentes níveis educacionais tinham uma perceção dos homens como racionais e assertivos e das mulheres como mais expressivas e afetivas. Concomitantemente, Ellemers (2018) identifica que estereotipicamente as mulheres são caracterizadas como calorosas e os homens como competentes. Assim, encontram-se evidências do impacto adverso dos estereótipos de género, em particular nos homens, neste campo tão fundamental da existência e das relações humanas. Note-se que ainda é uma expressão comum de que “os homens não choram”. As mulheres sentem-se mais confortáveis a expressar as suas emoções (Hyde, 2007) e em diálogo, as mulheres falam mais sobre o que sentem que os homens (Brody e Hall, 2000), sendo considerado mais aceitável que as mulheres expressem as suas emoções que os homens. Zeman e Shipman (1996) concluíram que as raparigas são mais controladas na forma como expressam a tristeza, fazendo-o através do diálogo ou do choro, enquanto os rapazes expressam a tristeza através da agressividade e aprendem que o medo, a tristeza ou a vergonha não devem ser partilhados (Ferguson e Eyre, 2000). No entanto, emoções como ira, fúria e agressividade têm sido associadas com os homens (Canli, Desmond, Zhao e Gabriell, 2002). Neste sentido, os homens não aprendem a falar sobre as emoções que implicam vulnerabilidade, tendendo a negar a experiência de certas emoções e ocultando a sua expressão, o que segundo Jansz (2000) tem um impacto negativo na sua saúde e interações sociais. Note-se que a violência sobre as mulheres, nomeadamente no contexto de relações românticas, é uma das problemáticas identificadas quanto às desigualdades (OCDE, 2017), no mesmo sentido, Coelho e Sousa (2018) concluíram que alunos não envolvidos em comportamentos agressivos entre pares têm melhores níveis de autoestima, autocontrolo, consciência social e tomada de decisão responsável, tendo o referencial ASE do CASEL (2015) se mostrado efetivo nesta área (Coelho, Marchante e Sousa, 2015).

Assim, será relevante desenvolver atividades focadas na expressão emocional por forma a desenvolvê-la e a normalizá-la, nomeadamente por parte de rapazes. O formato de jogo em pequenos grupos mistos permite a interajuda e o reforço entre pares (ao conseguirem “acertar” na resposta), enquanto que em grande grupo, aumenta-se a exposição e a normalização (ex.: explicar verbalmente uma emoção para a turma; a turma imitar a expressão de susto que é realizada por um grupo, para depois adivinhar qual é; sessão 2 da tabela 1). O grau de complexidade vai aumentando, abordando-se aspetos mais relacionais onde confluem as questões da igualdade, como no contexto das relações de namoro, sendo raparigas e rapazes colocados nos mesmos papéis (sessão 4 e 5 da tabela 1).

## PROMOVER A IGUALDADE DE GÉNERO: PARA ALÉM DA PERPETUAÇÃO DE ESTEREÓTIPOS DE GÉNERO

### Liderança e (des)Igualdade de Género

O *World Economic Forum* (WEF) considera que uma das principais barreiras a ultrapassar para se atingir a paridade de género ao nível económico, é a fraca presença de mulheres em papéis de gestão (WEF, 2018). Apesar de em vários países as qualificações académicas já superarem as dos homens, as mulheres continuam em sub-representação nas posições de topo (OCDE, 2017), o que, segundo Ellemers (2018), resulta em parte das adversidades que as mulheres encontram no domínio da liderança devido aos estereótipos de género. Desta forma, Patterson, Mavin e Turner (2012) salientam a necessidade de uma maior consciência de género nos campos da gestão e empreendedorismo feminino. A estratégia encontrada para normalizar a liderança por parte das mulheres, envolve atividades em que as raparigas (e rapazes) são levados a assumirem qualidades valorizadas pela turma, havendo o reforço dos pares femininos e masculinos quando escolhem as mesmas qualidades, bem como o desempenho de tarefas de liderança rotativa em pequenos grupos cooperativos. Nestes, os elementos femininos e masculinos vão assumindo alternadamente a liderança de maneira a concluírem o desafio, havendo uma desconstrução mais explícita dos estereótipos na discussão sobre as atividades. (sessão 3 da tabela 1).

### PROGRAMA DE PROMOÇÃO DE IGUALDADE DE GÉNERO

Este programa universal foi desenvolvido para alunos do 3º ciclo (7º ao 9º ano). É composto por seis sessões semanais de um tempo letivo (50 minutos), a ser aplicado em turmas por psicólogos. Os instrumentos utilizados na avaliação do impacto são: Escala de Atitudes Relativas aos Papéis de Género (Andrade, 2016); *Self-Description Questionnaire II* - Escala Global de Autoestima (versão portuguesa; Fontaine, 1991; versão original Marsh, Relich e Smith, 1983).

Tabela 1  
Estrutura do programa "Atitude Positiva na Igualdade de Género"

Sessão	Objetivos	Atividades
1	Aumentar a consciência sobre a temática; Aumentar o envolvimento dos participantes.	Apresentação dos psicólogos e do programa; Apresentação dos participantes com partilha de qualidades; Avaliação Inicial; Debate de mitos e factos sobre IG (ex. de mitos: "As mulheres são mais medrosas"; "Os homens não podem ser educadores de infância"; ex. de factos: "Há mais felicidade quando há mais igualdade");
2	Desenvolver a autoconsciência e consciência social,	Identificação e expressão verbal de emoções; Identificação de expressões; Imitação de expressões; Representação de emoções;
3	Desconstruir estereótipos; Promover competências relacionais no contexto da liderança e a autoestima;	Identificação de qualidades em si próprio e de semelhanças com os colegas, salientando-se que estas acontecem entre géneros e contrariam os estereótipos; Atividade de liderança rotativa em pequenos grupos (adaptado de "Desenho às cegas" de Pinto, Soares, Vaz, Marques, 2015);

4	Desenvolver a consciência social, a tomada de decisão responsável nas relações e competências relacionais;	Debate dinâmico sobre relações saudáveis de namoro (adaptado de “Namorar dá que falar” de Rojão, Araújo, Santos, Moura e Carreira; 2011), onde os participantes se posicionam espacialmente na sala face a um tópico (ex.: “Se a pessoa com quem namoro tiver ciúmes dos/das meus/minhas amigos/amigas, devo evitá-los/las.”), argumentando e procurando posteriormente um consenso;
5	Desenvolver a consciência social, a tomada de decisão responsável nas relações e competências relacionais;	Dramatização de situações envolvendo divisão de tarefas e potenciais conflitos no namoro (ex.: “A/O tua/teu namorada/o diz-te que se gostas mesmo dela/dele não podem ter segredos e pede-te para ver as tuas mensagens.”)
6	Reforçar as aprendizagens.	Resumo das atividades; Avaliação final e da satisfação com a participação no programa.

## CONCLUSÃO

A Igualdade de Género é um tema premente e complexo que nos dias de hoje, apesar de uma maior aceitação, ainda encontra bastante resistência. Assim, nos países mais desenvolvidos encontram-se políticas de igualdade, havendo um progresso lento, sendo indicados, como fatores de resistência mais relevantes os estereótipos de género e os aspetos sociais, o que reforça a necessidade de novas formas de intervenção. As mais referidas são as *top-down* – no sentido de mudar leis para mudar mentalidades, mas tudo aponta que se deve também promover diretamente a mudança de mentalidades e comportamentos, de formas mais efetivas para além das campanhas publicitárias, considerando os fatores de resistência que facilmente são despoletados com estes tipos de intervenção. A área do desenvolvimento humano, nomeadamente da ASE, não só está intrinsecamente relacionada com aspetos importantes das desigualdades, como fornece também um referencial de intervenção e permite contornar fatores de resistência, tais como o foco no benefício exclusivo das mulheres; fornece um enquadramento positivo em aspetos-chave de intervenção face aos estereótipos e o seu impacto. Assim, apresentou-se um programa fundamentado na literatura, com base em várias áreas – não só da investigação básica como também das práticas e diretrizes ao nível mundial. O programa será testado, sendo particularmente importante avaliar as atitudes face ao género como a aceitação das atividades, em função do género.

## REFERENCIAS

- Andrade, C. (2016). Adaptation and factorial validation of the Attitudes toward Gender Roles Scale. *Paidéia (Ribeirão Preto)*, Vol. 26, 7–14. <https://doi.org/10.1590/1982-43272663201602>
- Anisman-Razin, M., Kark, R. e Saguy, T. (2018). “Putting gender on the table”: Understanding reactions to women who discuss gender inequality. *Group Processes and Intergroup Relations*, 21(5), 690–706. <https://doi.org/10.1177/1368430217744648>
- Barker, G., Ricardo, C. e Nascimento, M. (2007). *Engaging men and boys in changing gender-based inequity in health: Evidence from programme interventions*. Geneva: World Health Organization.

## PROMOVER A IGUALDADE DE GÊNERO: PARA ALÉM DA PERPETUAÇÃO DE ESTEREÓTIPOS DE GÊNERO

- Brody, L. R. e Hall, J. A. (2000). Gender, emotion, and expression. In M. Lewis & J. Haviland-Jones (Eds.), *Handbook of emotions* (2<sup>nd</sup>ed., pp.338-349). NewYork: Guilford.
- Broverman, I. K., Vogel, S. R., Broverman, D. M., Clarkson, F. E. e Rosenkrantz, P. S. (1972). Sex-role stereotypes: A current appraisal. *Journal of Social Issues*, 28(2), 59-78. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1540-4560.1972.tb00018.x>
- Canli, T., Desmond, J. E., Zhao, Z. e Gabrieli, J. D. E. (2002). Sex differences in the neural basis of emotional memories. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 99, 10789-10794.
- Coelho, V. A., Marchante, M. e Sousa, V. (2015). "Positive Attitude": A multilevel model analysis of the effectiveness of a Social and Emotional Learning Program for Portuguese middle school students. *Journal of Adolescence*, 43, 29-38.
- Coelho, V. A. e Sousa, V. (2018). Class-level risk factors for bullying and victimization in Portuguese middle schools. *School Psychology International*, 39, 121-137. <https://doi.org/10.1177/0143034317749992>
- Collaborative for Social and Emotional Learning. (2015). CASEL Guide: Effective social and emotional learning programs—middle and high school edition. *Collaborative for Academic, Social and Emotional Learning. CASEL*, 1-45.
- De Looze, M. E., Huijts, T, Stevens, G. W. J. M., Torsheim, T. e Vollebergh, W. A. M. (2018). The Happiest Kids on Earth. Gender equality and adolescent life satisfaction in Europe and North America. *J Youth Adolescence*, 47, 1073-1085. <https://doi.org/10.1007/s10964-017-0756-7>
- De Vries, J. (2010). *A realistic agenda? Women only programs as strategic interventions for building gender equitable workplaces*. Perth: University of Western Australia.
- Durlak, J. A., Weissberg, R. P., Dymnicki, A. B., Taylor, R. D. e Schellinger, K. B. (2011). The impact of enhancing students' social and emotional learning: A meta-analysis of school-based universal interventions. *Child Development*, 82, 405-432. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8624.2010.01564.x>
- Ellemers, N. (2017). Gender stereotypes. *Annual Review of Psychology*, 69:275-98. <https://doi.org/10.1146/annurev-psych-122216>
- Fontaine, A. M. (1991). Desenvolvimento do conceito de si próprio e realização escolar na adolescência. *Psicologica*, 5, 13-31.
- Hyde, J. S. (2007). *Half the human experience: The psychology of women*. (7<sup>th</sup> Ed.) New York: Houghton Mifflin.
- Jansz, J. (2000). Masculine identity and restrictive emotionality. In A. H. Fischer (Ed.), *Studies in emotion and social interaction. Second series. Gender and emotion: Social psychological perspectives* (pp. 166-186). New York, NY, US: Cambridge University Press.
- Jewkes, R., Flood, M. e Lang, J. (2015). From work with men and boys to changes of social norms and reduction of inequities in gender relations: A conceptual shift in prevention of violence against women and girls. *The Lancet*, 385(9977),1580-1589.
- Liff, S. e Cameron, I. (1997). Changing equality cultures to move beyond 'women's problems'. *Gender, Work and organization*, 4, 35-46.
- Marsh, H. W., Relich, J. D. e Smith, I. D. (1983). Self-concept: The construct validity of interpretations based upon SDQ. *Journal of Personality and Social Psychology*, 45,173e187.
- Mulvey, K. L. e Killen, M. (2015). Challenging gender stereotypes: Resistance and exclusion. *Child Development*, 86(3), 681-694. <https://doi.org/10.1111/cdev.12317>
- OCDE (2017). *The pursuit of gender equality: An uphill battle*. Paris: OECD <https://doi.org/10.1787/9789264281318-en>
- Patterson, N., Mavin, S. e Turner, J. (2012). Envisioning female entrepreneur: Leaders anew from a

- gender perspective. *Gender in Management: an International Journal*, 27(6), 395-416.
- Pinto, A., Soares, C., Vaz, F. e Marques, O. (2015). *Interagir - Técnicas de Animação*. Porto: Edições Salesianas, 3ª edição.
- Qian, G. (2017). The effect of gender equality on happiness: Statistical modeling and analysis. *Health Care for Women International*, 38(2), 75-90. <https://doi.org/10.1080/07399332.2016.1198353>
- Ramos, M. R., Barreto, M., Ellemers, N., Moya, M., Ferreira, L. e Calanchini, J. (2016). Exposure to sexism can decrease implicit gender stereotype bias. *European Journal of Social Psychology*, 46(4), 455-466. <https://doi.org/10.1002/ejsp.2165>
- Rojão, G., Araújo, T., Santos, A., Moura, S. e Carreira, R. (2011). *Cool Kit: Jogos para a não-violência e igualdade género*. Covilhã: Comissão para a Cidadania e Igualdade de Género.
- Syed, S. (2017). Introducing gender equity to adolescent school children: A mixed methods' study. *Journal of Family Medicine and Primary Care*, 6(2), 254-258.
- UN News Centre. (2015). UN adopts new Global Goals, charting sustainable development for people and planet by 2030. *United Nations Department of Economic and Social Affairs*.
- Van den Brink, M. e Stobbe, L. (2014). The support paradox: Overcoming dilemmas in gender equality programs. *Scandinavian Journal of Management*, 30(2), 163-174. <https://doi.org/10.1016/j.scaman.2013.07.001>
- WHO (2016). Women and Gender Equity. Available from: [http://www.who.int/social\\_determinants/resources/csdh\\_media/wgekn\\_final\\_report\\_07.pdf](http://www.who.int/social_determinants/resources/csdh_media/wgekn_final_report_07.pdf). [Accessed February, 7<sup>th</sup> 2019].
- World Economic Forum (2018). *The Global Gender Gap Report*. Geneva: World Economic Forum.
- Zeman, J. e Shipman, K. (1996). Children's expression of negative affect: Reasons and methods. *Developmental Psychology*, 32(5), 842- 849.

