

PEDAGOGIAS DE GÊNERO NA MÍDIA: UM EXAME DAS PESQUISAS (2000-2010) SOBRE AS PUBLICAÇÕES NAS REVISTAS DO BRASIL

Denise Quaresma da Silva¹
Cristina Ennes da Silva²

RESUMO

Neste texto, apresentamos os resultados de um estudo bibliográfico sobre as produções científicas que analisam representações de gênero nas revistas, objetivando contribuir para o debate sobre as pedagogias de gênero que se articulam nessa mídia, identificando perspectivas, singularidades, alcances e limitações dos trabalhos realizados nessa área temática. Foram localizados e analisados artigos científicos, dissertações de mestrado e teses de doutorado publicados/as ou defendidas no período 2000-2010 por autores/as do Brasil. Para a análise desses estudos, utilizou-se a análise de conteúdo proposta por Bardin (1979), elencando como categorias: perfil dos/das autores/as, tipos de revistas estudadas, temas explorados, referenciais teóricos assumidos e metodologias empregadas. As investigações examinadas confirmam a extensão desses estudos, o tema preocupa e ocupa majoritariamente mais às mulheres que aos homens e predomina o exame de revistas femininas.

Palavras-chave: Gênero. Revistas. Pedagogias de gênero. Masculinidades. Feminidades.

ABSTRACT:

This article shows the results of a bibliographic study on scientific productions which analyze gender representations in magazines, with the goal of contributing for the debate about the pedagogies of gender that are articulated in this media, identifying perspectives, singularities, ranges and limitations of the researches conducted on this theme. Scientific articles, master's dissertations and doctoral theses published or presented between the years 2000 and 2010 by Brazilian researchers were the sources to do a bibliographic study about this topic. It was used the content analysis and the categories were: profile of authors, types of magazines, topics, theories, and methodological perspectives. The main results reveal that this is a subject potentially in expansion, the topic is most important to women than men, the researches are fundamentally focalized in female magazines.

Keywords: Gender. Magazines. Gender pedagogies. Masculinities. Femininities.

¹ Doutora em Ciência da Educação. Professora e pesquisadora da Universidade Feevale, Novo Hamburgo. *E-mail:* denisequaresma@feevale.br.

² Doutora em História. Professora e pesquisadora da Universidade Feevale, Novo Hamburgo. *E-mail:* crisennes@feevale.br.

INTRODUÇÃO

Para esta escrita, estamos interessadas nos estudos das revistas como uma das expressões da mídia que na atualidade tem uma importante implicação na produção de representações de identidades de gênero. Nas imagens, nos comentários e nas notícias das revistas, circulam múltiplos discursos sobre gênero, tanto representações hegemônicas, tradicionais ou instituídas quanto representações desvalorizadas, transgressoras, emergentes ou dissidentes, resultando em um universo de significados diversos, ambíguos, socialmente produzidos e em conflito. Portanto, as revistas constituem um dispositivo em que convergem, em uma disputa política, diferentes discursos sobre gênero (FIGLIUZZI, 2008; FIGUEIRA, 2002; KLANOVICZ, 2001; SANTOS, 2004).

Poucas pessoas escapam hoje das criativas táticas que as diversas revistas desenvolvem para conquistar seu público. Elas abordam temas para todos os gostos, inclusive para todas as idades. Assim, encontramos revistas que abordam temas como beleza, moda, dieta, receitas de cozinha, personalidade, sexo, cinema, religião, economia, família, negócios, carros, ciência, arte, música, dança, esportes, artesanato, etc. Também existem revistas para meninas/os, adolescentes, adultos e para a terceira idade.

Mas, independentemente do tema e do público, todas elas parecem estar preocupadas e ocupadas em falar alguma coisa sobre como devem ser homens e mulheres. O que dizem e ensinam as revistas no campo de gênero vem atraindo diversos/as pesquisadores/as do Brasil, confirmando que as revistas se consolidam cada vez mais como uma instância autorizada para falar, classificar, propor e ordenar axiologicamente representações de feminilidades e masculinidades através dos diferentes saberes que circulam nos seus textos e nas imagens.

Nossa contribuição nesse debate se refere ao exame dessas práticas investigativas, seus posicionamentos e modos de fazer, oferecendo um levantamento atual e relativamente abrangente sobre as indagações nessa área de estudo. Com essa finalidade, apresentamos este texto, que se constitui de um estudo qualitativo e quantitativo, bibliográfico e descritivo, tendo como objetivo analisar artigos publicados em revistas científicas brasileiras e teses e dissertações defendidas entre os anos de 2000 e

2010. Esses artigos e as produções acadêmicas que investigamos versam sobre as identidades de gênero, problematizando ou descrevendo as representações que circulam na imprensa (revistas). Os focos de interesse das pesquisas, o enquadramento teórico-metodológico adotado e o perfil das/os autoras/es constituíram as principais categorias definidas para a análise.

AS REVISTAS COMO DISPOSITIVO EDUCATIVO DE GÊNERO

O conceito *gênero* é considerado, na atualidade, como uma dimensão da cultura, que, juntamente com outras significações de nível ideológico, articula os sistemas de relações que estabelecemos na cultura, na sociedade. Isso mostra que as posições destinadas historicamente para homens e mulheres não são condicionadas por fundamentos biológicos, mas pelas construções sociais, culturais e políticas sobre o feminino e o masculino, tornando-se um princípio fundamental da organização social que se entrecruza com outras variáveis, como classe, raça, nacionalidade, sexualidade, profissão, religião, idade, nível educacional. Nessa direção, Scott (1995) postula que o conceito de gênero tem duas interpretações: gênero é um elemento constitutivo de relações sociais baseadas nas diferenças percebidas entre os sexos, e gênero é uma forma primária de dar significado às relações de poder. Ou seja, gênero refere-se a uma complexa rede de símbolos, crenças, padrões de comportamento, traços, valores, representações, que configuram modos de pensar, sentir e agir em feminino ou masculino e determinam nossos espaços, funções e destinos na sociedade.

Diversas instâncias (escola, família, igreja, organizações) participam ativamente na produção de masculinidades e feminilidades. Louro (2010) descreve a existência de um trabalho pedagógico ininterrupto, reiterado e ilimitado baseado em um conjunto de “mandamentos” sobre como devem ser homens e mulheres, quais comportamentos devem valorizar, quais as atitudes e os gestos adequados a cada um dos gêneros, bem como o que pode e deve fazer cada um deles.

Quando falamos dessas identificações ensinadas, valorizadas, permitidas e estimuladas, é impossível não ter em conta a participação da mídia nesse processo e, especificamente, das revistas como mídia impressa. As revistas, segundo Bassanizi (1996, p. 16),

[...] tentam corresponder à demanda do público leitor, considerando seu modo de agir e pensar, ao mesmo tempo em que procuram discipliná-lo e enquadrá-lo nas relações de poder existentes, funcionando como um ponto de referência, oferecendo receitas de vida, impingindo regras de comportamento, dizendo o que deve e principalmente o que não deve ser feito.

Ou seja, as revistas transmitem conselhos e recomendações que indicam caminhos, atitudes, comportamentos a serem seguidos pelos homens e pelas mulheres, algumas vezes, na lógica heteronormativa, outras vezes, na direção da legitimação da diversidade. Isso confirma a convergência de diversas representações sobre como devem ser homens e mulheres. Por isso, as/os pesquisadoras/es envolvidas/os nesse campo buscam apontar:

[...] os modos pelos quais características femininas e masculinas são representadas como mais ou menos valorizadas, as formas pelas quais se re-conhece e se distingue feminino de masculino, aquilo que se torna possível pensar e dizer sobre mulheres e homens que vai constituir, efetivamente, o que passa a ser definido e vivido como masculinidade e feminilidade, em uma dada cultura, em um determinado momento histórico (MEYER, 2003, p. 14).

Nesse sentido, torna-se um imperativo com altas implicações políticas a problematização da constituição cultural e o governo das identidades de gênero através das revistas, buscando desconstruir tais representações para desestabilizar ou interpelar as “verdades” sobre gênero que ali são veiculadas. Ou seja, faz-se necessário estudar a relação entre gênero e mídia, entendendo essa última como imprensa, grande imprensa, jornalismo, meio de comunicação, veículo, levando em conta a conexão entre mídia e política (GUAZINA, 2007).

Estudos realizados nos anos 70, em outros países, permitem a apresentação do exame das revistas como um tema que tem sido de grande utilidade para visibilizar a significação das diferenças de gênero nos meios de comunicação. Desde essa época, as denominadas revistas femininas interessam para estudos acadêmicos. Citamos Friedan (1975), que aborda, a partir de uma

perspectiva sociocrítica, como são representadas as mulheres nesse tipo de revistas.

Na mesma década, Courtney e Lockeretz (1971) identificaram a associação naturalizada que apresentam as revistas nos anúncios publicitários entre o feminino e o doméstico: o lugar da mulher é o privado, sua casa. Esse foi também o foco de interesse para Goffman (1976), que realizou um estudo sobre a imagem feminina nos anúncios, tanto em periódicos como em revistas, identificando a existência de assimetrias e desigualdades na projeção midiática de homens e mulheres.

Finalizando os 70, podemos citar Winship (1987), que defende: os gostos femininos, incluindo a atração pelas revistas, são construídos de acordo com as fantasias e os desejos masculinos. Esses estudos apontados tinham em comum a delimitação de suas análises ao produto comunicativo.

Posteriormente, uma parte importante dos estudos de comunicação que estavam interessados no tema de gênero abordou apenas as mulheres heterossexuais (as pesquisas científicas examinando identidades homossexuais são quase nulas, sendo que o mesmo ocorre com a relação gênero-raça/etnia) e foi impactada pelas contribuições teóricas dos estudos culturais. Ainda que os estudos que envolvessem a mídia audiovisual tenham sido os mais explorados, as revistas, em especial as femininas, também foram objeto relativamente recorrente nas pesquisas (GALLEGO, 1990; STUART, 1990; WINSHIP, 1987).

Especificamente no Brasil, Escosteguy e Messa (2008) referem, em estudo realizado, que, das 754 teses e dissertações defendidas entre 1992-1996, apenas doze foram consideradas como estudos de gênero e comunicação, e cinco enfocaram a temática na mídia impressa, tomando como foco predominante a mensagem vinculada. Acrescentam que, “dentro das universidades brasileiras, os vínculos entre a pesquisa de comunicação e os estudos de gênero são ainda pouco explorados” (p. 14). Essas autoras inventariaram também as teses e dissertações apresentadas nos programas de pós-graduação no país entre os anos 1996 e 2002, procurando estudos de gênero associados aos estudos de mídia em que a análise de gênero fosse o motivo da pesquisa e concluíram que, apesar de ainda tímida, a presença dessa temática vem ganhando força no âmbito acadêmico.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS PARA O ESTUDO BIBLIOGRÁFICO

Quando fazemos uma pesquisa bibliográfica, procuramos conhecer, analisar, descrever ou caracterizar contribuições científicas sobre um determinado assunto (CERVO e BERVIAN, 2002). Com os estudos bibliográficos, pretende-se acompanhar os saberes construídos em um determinado campo do conhecimento, visando a identificar, registrar, analisar, descrever, caracterizar e inclusive avaliar os produtos científicos correspondentes (CAMPOS, 2003).

Pádua (2003) apresenta uma proposta de passos a seguir para o desenvolvimento da pesquisa bibliográfica: busca e localização dos textos, seleção dos textos conforme os objetivos, leitura e análise dos materiais, anotações, registros e organização dos dados em relação ao tema levantado para posterior verificação e reflexão. Para isso, é necessário estabelecer, antes ou depois da leitura dos textos, as categorias para as análises que serão feitas, pois, segundo Minayo (1994), as categorias para a análise podem ser formuladas antes do trabalho de campo e após a coleta de dados, inclusive, o/a pesquisador/a deve estar aberto/a à possibilidade de reformular suas categorias em determinados momentos do processo investigativo, atendendo à emergência de informações ou dados relevantes.

Nas pesquisas bibliográficas, é muito comum o uso da técnica de análise de conteúdo, que, além do seu caráter descritivo, possibilita interpretações e inferências por parte do/a pesquisador/a acerca do material em exame (BARDIN, 1979).

Em nosso caso, para a análise de conteúdo, primeiramente realizamos um levantamento dos artigos publicados em revistas científicas brasileiras e das teses e dissertações defendidas no país no período eleito para a análise, selecionando as produções científicas que abordassem a participação das revistas na produção das identidades de gênero. Esse foi nosso principal critério de inclusão para a seleção dos artigos e das teses e dissertações, além de serem escritos por autores/as do Brasil.

Foram identificados os artigos, as teses e as dissertações que se ajustaram a esses requisitos, agregando também que a data de publicação do artigo ou de defesa das teses e das dissertações estivesse no período de 2000 a 2010. Fizemos a coleta dos artigos na modalidade de revisão eletrônica *on-line* de acesso gratuito diretamente

no *site* das revistas científicas e nas bibliotecas eletrônicas das universidades. Para localizar os textos, empregamos três alternativas de busca: através do sistema de busca das revistas incluídas na coleção Scielo Brasil, da Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações do Ministério da Ciência e Tecnologia, do Banco de Teses da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES).

Depois disso, procedeu-se à leitura minuciosa com o objetivo de obter as informações que interessam a este estudo. As categorias para a análise das pesquisas às quais se referiam os artigos, as teses e as dissertações localizados transitaram por diferentes momentos de reformulação enquanto emergiam elementos relevantes para o estudo, sendo finalmente eleitas as seguintes categorias: perfil profissional das/os autoras/es, localização institucional da pesquisa, temas das pesquisas, perfil das revistas estudadas, referenciais teóricos elencados e metodologias utilizadas.

UMA ANÁLISE A PARTIR DAS PESQUISAS

O conjunto total de investigações inventariadas que tiveram, como enfoque temático, as questões da análise de revistas para examinar representações de gênero no período de 2000 a 2010 resultaram em 47. Desse total, temos nove artigos, vinte e cinco dissertações e treze teses. Isso assinala um campo temático em significativa expansão. Se, entre 1992 e 1996, foram localizadas apenas cinco pesquisas (ESCOSTEGUY E MESSA, 2008), no período 2000-2010, esse número se multiplicou em pouco mais do que nove vezes a mais do que na década de noventa.

Das quarenta e sete produções localizadas sob a forma de artigos publicados ou de teses e dissertações defendidas, dezesseis (16) corresponderam à Universidade Federal do Rio Grande do Sul; dez (10), à Universidade de São Paulo, seis (6) da Universidade Federal de Santa Catarina e cinco (5) da Universidade Estadual de Campinas. As restantes produções procediam da Universidade de Brasília (2); Universidade Federal de Minas Gerais (1); Universidade Federal de Brasília (1); Universidade do Estado de Santa Catarina (1); Universidade Federal de Viçosa (1); Universidade Presidente Antonio Carlos (1); Universidade Federal do Rio de Janeiro (2) e Universidade Metodista de São Paulo (1).

A temática constitui uma área de pesquisa bastante promovida na Universidade Federal do Rio Grande do Sul, na Universidade Estadual de Campinas, na Universidade de São Paulo e na Universidade Federal de Santa Catarina. As referências utilizadas revelam que, nessas instituições, existem grupos de pesquisas que privilegiam e estimulam as análises com perspectiva de gênero. Inclusive, algumas possuem uma tradição interpretativa da mídia como uma instância pedagógica que ensina sobre práticas culturais e sociais, o que abre as possibilidades de promover as pesquisas sobre essa temática na área da Educação.

Ao perfilar profissionalmente as/os pesquisadoras/es, podemos constatar que procedem de diversas áreas ou disciplinas das ciências sociais, como Educação, Educação Física, História, Antropologia, Linguística, Comunicação, Psicologia, Administração, Economia e Ciências Políticas. No entanto, parece-nos pertinente destacar que apenas foram registradas nove produções que foram desenvolvidas no âmbito de programas de pós-graduação em Comunicação. Isso poderia ser interpretado como um indicador da pouca valorização dos estudos de comunicação com enfoque de gênero e mostra a necessidade de promovê-los.

Também foi possível perceber que esse tema continua preocupando e ocupando majoritariamente mais as mulheres que aos homens. Somente cinco homens estiveram participando como autores no total dos 47 textos revisados. No entanto, entre as pesquisas inventariadas, encontram-se estudos que respondem à demanda de aprofundar o estudo das masculinidades, que aparecem como aspecto central em dez pesquisas.

Por outra parte, todas as pesquisas aludem às representações do ser homem ou mulher como referencial teórico analítico, mas assumem trajetórias e dimensões de análises diversas para problematizar essas representações, embora seja o corpo (masculino ou feminino) o objeto de análise predominante nelas.

Também é recorrente, mesmo que não seja sempre explicitada, a análise limitada às identidades masculinas e femininas heterossexuais. A masculinidade homossexual como foco principal de interesse aparece em quatro pesquisas: “Masculinidade em revista: um estudo da VIP Exame, Sui generis e Homens” (MONTEIRO,

2000), “A homossexualidade nas bancas de jornal: a enunciação do assumir-se homossexual na imprensa especializada” (KRONKA, 2000), “Corpos em evidência: uma perspectiva sobre os ensaios fotográficos de G-Magazine” (RODRIGUES, (2007) e “Repórter Eros. O sexo no jornalismo de revistas masculinas, femininas e gays” (COSTA, 2000). Nenhuma pesquisa aborda outras representações, como a bissexualidade e a feminidade homossexual, o que aponta a existência de uma área inexplorada ou pouco explorada nas revistas.

A problematização das representações de gênero incluindo outros articuladores, como raça e classe, aparecem também de forma quase inexistente, constatamos, nesse período, somente uma pesquisa versando sobre raça, intitulada “As Cores da Mulher Negra no Jornalismo: o discurso nos jornais e revista”, de Silva (2002).

As fontes para realizar as análises desses temas foram predominantemente revistas brasileiras, com exceção de três pesquisas que incluíram revistas estrangeiras, uma em revistas de Canadá, “Feminismo e representações sociais: a invenção das mulheres nas revistas femininas” (SWAIN, 2001), e três que estudaram revistas norte-americanas: “Corpo e outras (de)limitações sexuais: uma análise antropológica da revista *Sexuality and Disability* entre os anos de 1996 e 2006” (MEINERZ, 2010), “Da mulher-objeto ao objeto mulher, o novo no mesmo: as representações de gênero e suas máscaras no discurso publicitário” (FROTA, 2001) e “Mulher e Ciência: questões e problemas da inserção feminina na pesquisa científica identificados pela agenda setting de dois periódicos científicos internacionais” (ARAÚJO, 2002).

Com relação aos tipos de revistas que foram objeto de análise, encontramos revistas infantis, femininas, para adolescentes, para homens, para professoras/es, sobre carros, sobre família, de negócios, de skate, de educação física, revistas científicas altamente qualificadas e revistas editadas por instituições religiosas. Nota-se, nessa área de estudo sobre mídia impressa e gênero, um acentuado interesse pelo discurso das consideradas revistas femininas ou destinadas às mulheres. Das 47 pesquisas às quais tivemos acesso, 18 ocuparam-se de questionar o tipo de revistas, colocando como principal argumento a grande difusão e o consumo que elas possuem na população feminina. No entanto, é interessante destacar que também outros

tipos de revistas, como as científicas, estejam sendo *corpus* de análises e consideradas como um espaço que carrega e vincula discursos sobre gênero e sexualidade, discursos que, acima de quaisquer outros, são considerados como verdades. A partir delas se estabelecem, na sociedade, hierarquias, classificações e, sobretudo, delimita-se o “normal” e o “anormal”.

Quanto aos referenciais teóricos incorporados para a compreensão dos objetos de estudo, confirmamos que todas as pesquisas se encontravam fundamentadas no campo dos estudos de gênero e dos estudos culturais de inspiração pós-estruturalista. As/os autoras/es operam nas pesquisas, geralmente, com os conceitos de representação, gênero, corpo, discurso, poder, identidade, diferença, sexualidade, sexo, currículo, pedagogias culturais, práticas regulatórias e modos de endereçamento.

Para a descrição desses conceitos, foram elencadas, de modo recorrente, as contribuições teóricas de Beauvoir (1990), Foucault (1985), Scott (1995), Butler (2010), Hall (1997), Badinter (1993), Bourdieu (1995), Connel (2003), Louro (2008) e Silva (1995). Isso reflete uma interpretação do gênero que supera perspectivas essencialistas e defende que as posições destinadas historicamente para homens e mulheres não são condicionadas por fundamentos biológicos, mas pelas construções sociais, culturais e políticas sobre o feminino e o masculino, tornando-se um princípio fundamental da organização social.

O enquadramento metodológico das pesquisas mapeadas correspondia com a perspectiva teórica assumida, sendo especificamente declaradas como pesquisas qualitativas, o que não descarta a inclusão de algumas análises quantitativas. Incorporaram como ferramentas, quase em todos os casos, a análise do discurso e, em minoria, a análise de conteúdo.

Parece-nos pertinente destacar a pesquisa desenvolvida por Meinerz (2010) na perspectiva antropológica, em que a autora se apropria da etnografia como ferramenta válida para examinar objetos que não são pessoas em seus valores e práticas cotidianas.

Além dos exemplos comentados para descrever as escolhas metodológicas, também resultou peculiar o uso da fonte oral como recurso metodológico na pesquisa “A revista *Capricho* como um lugar de memória (décadas de 1950 e

1960)” (MIGUEL, 2009). Nesse caso, a entrevista grupal com um grupo de mulheres leitoras foi o procedimento metodológico empregado. A entrevista incluiu-se igualmente em “Masculinidade em revista: um estudo da *VIP Exame*, *Sui Generis* e *Homens*” (MONTEIRO, 2000), para entrevistar os editores dessas revistas, e Tomé (2002) utilizou essa técnica em “O Corpo da Mulher - verdades e mitos sobre o ato fotográfico na *Revista Playboy*”, para aprofundar nos motivos da atração da imagem do corpo da mulher no âmbito masculino, dialogando com produtores editoriais, fotógrafos, modelos e leitores da revista.

Na grande maioria dos casos, os textos ou as imagens das revistas (as mensagens) constituíram as fontes das análises para descrever as representações de gênero que circulam nesse tipo de mídia, o qual evidencia um olhar principalmente direcionado ao produto comunicativo. No entanto, é importante lembrar que a mídia se apropria de significações simbólicas que circulam na sociedade, as reproduz ou transforma e as coloca à disposição da sociedade, que, por sua vez, as (re) interpreta. Ou seja, assumir o público leitor ou consumidor das revistas resulta tanto válido quanto necessário, seja para acessar as ideologias subjacentes na mídia, seja para aprofundar na subjetivação das mensagens, já que o receptor confere aos produtos midiáticos novos sentidos. Nessa linha, encontramos o estudo de Miguel (2009) e Tomé (2002), que incorporam os leitores nas suas indagações.

Nessa assertiva, consideramos que o estudo de Monteiro (2000) também se destaca, por examinar não só os sentidos internos aos materiais impressos, mas também os contextos e processos de produção editorial desses produtos. Esse aspecto implicou, por exemplo, entrevistar os editores e analisar as redações nas quais são produzidas essas revistas, o que constitui um procedimento metodológico peculiar em relação às demais pesquisas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Gênero e mídia apresentam-se como um campo investigativo que vem despertando o interesse de profissionais de diferentes disciplinas intrigadas/os com os discursos em torno das temáticas de gênero e objetivando explorar as representações de feminidades e masculinidades circulantes na mídia impressa e audiovisual, bem como as posições que têm essas representações, assim como

as subordinações, marginalizações, negociações e cumplicidades que se estabelecem nas suas inter-relações e no interior de si mesmas.

O mapeamento, o acesso e a análise dessas pesquisas, apresentadas sob a forma de artigos, dissertações ou teses, permitem-nos apontar as seguintes ideias:

- nossos exames revelaram que as masculinidades aparecem como aspecto central em um número não depreciável das pesquisas localizadas, o que pode ser compreendido como uma maior consciência, por parte das mulheres e dos homens, da necessidade de aprofundar os entendimentos das temáticas de gênero nessa direção;

- o interesse pelas representações de identidades masculinas e femininas heterossexuais aparece de forma recorrente, mas a masculinidade homossexual, a feminidade homossexual e a bissexualidade, por exemplo, aparecem pouco ou quase não aparecem;

- faz-se necessária a problematização das representações de gênero incluindo outros articuladores, como raça, etnia e classe social.

REFERÊNCIAS

- ARAÚJO, B. M. de. **Mulher e Ciência**: questões e problemas da inserção feminina na pesquisa científica identificados pela agenda setting de dois periódicos científicos internacionais. Tese (Doutorado) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Metodista de São Paulo, 2002.
- BADINTER, E. **XY**: La identidad masculina. Madrid, ES: Alianza Editorial, 1993.
- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa, PT: Ed. 70, 1979.
- BASSANIZI, C. B. **Virando páginas, revendo mulheres**: revistas feministas e relações homem-mulher: 1945-1964. Rio de Janeiro, RJ: Civilização Brasileira, 1996.
- BEAUVOIR, S. de. **El segundo sexo**. México, MX: Alianza Editorial Mexicana, 1990.
- BOURDIEU, P. A dominação masculina. **Educação e Realidade**, v. 20, n. 2, p. 71-99, 1995.
- BUTLER, J. Corpos que pesam: sobre os limites discursivos do "sexo". In: LOURO, G.L. **O corpo Educado**: pedagogias da sexualidade. 3. ed. Belo Horizonte, MG: Autêntica, 2010. p. 151-172.
- CAMPOS, M. Conceitos atuais em bibliometria. **Arquivos Brasileiros de Oftalmologia**, v. 66, p. 18-22, 2003.
- CERVO, A.; BERVIAN, P. **Metodologia científica**. São Paulo, SP: Prentice Hall, 2002.
- CONNELL, R. **Masculinidades**. México, MX: Universidad Nacional Autónoma de México, 2003.
- COSTA, V. J. da. **Repórter Eros**. O sexo no jornalismo de revistas masculinas, femininas e gays. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, SP, 2000.
- COURTNEY, A. E.; LOCKERERTZ, S. A Woman's Place: An Analysis of the Roles Portrayed by Women in Magazine Advertisements. **Journal of Marketing Research**, v. 13, p. 168-172, 1971.
- ESCOSTEGUY, A. C.; MESSA, M. R. Os estudos de gênero na pesquisa em comunicação no Brasil. In: ESCOSTEGUY, A. C. **Comunicação e gênero**: a aventura da pesquisa. Porto Alegre, RS: EdiPUCRS, 2008, p. 14-29.
- FIGUEIRA, M. L. M. **Representações de corpo adolescente feminino na revista Capricho**: saúde, beleza e moda. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Ciências do Movimento Humano, Escola de Educação Física, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS, 2002.
- FIGLIUZZI, A. **Homens sobre rodas**: representações de masculinidades nas páginas da revista Quatro Rodas. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Educação, Faculdade de Educação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS, 2008.

FOUCAULT, M. **História da Sexualidade II: O uso dos prazeres.** 4. ed. Rio de Janeiro, RJ: Graal., 1985.

FRIEDAN, B. **La mística de la feminitat.** Barcelona, ES: Edicions 62, 1975.

FROTA, S. de F. N. **Da mulher-objeto ao objeto mulher, o novo no mesmo:** as representações de gênero e suas máscaras no discurso publicitário. Tese (Doutorado) - Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ, 2001.

GALLEGO, J. **Mujeres de papel:** de ¡Hola! a Vogue, la prensa femenina en la actualidad. Barcelona, ES: Icaria, 1990.

GOFFMAN, E. **Gender Advertisements.** Londres, UK: McMillan Press, 1976.

GUAZINA, L. imprensa, grande imprensa, jornalismo, meio de comunicação, veículo. **Debates**, v. 1, n. 1, p. 49-64, 2007.

HALL, S. **Identidades culturais na pós-modernidade.** Rio de Janeiro, RJ: DP&A, 1997.

KLANOVICZ, L. R. **Gênero em Revista:** Imagens modernas de homens e mulheres na revista O Cruzeiro. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em História, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, SC, 2001.

KRONKA, G. Z. **A homossexualidade nas bancas de jornal:** a enunciação do assumir-se homossexual na imprensa especializada. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Lingüística, Instituto de Estudos da Linguagem. Universidade Estadual de Campinas, Campinas, SP, 2000.

LOURO, G.L. Gênero e sexualidade: pedagogias contemporâneas. **Pro-Posições**, v. 19, n. 2, p. 17-23, 2008.

LOURO, G.L. **O corpo Educado:** pedagogias da sexualidade. 3. ed. Belo Horizonte, MG: Autêntica, 2010. p. 7-34.

MEINERZ, N. E. Corpo e outras (de)limitações sexuais: uma análise antropológica da revista Sexuality and Disability entre os anos de 1996 e 2006. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 25, n. 72, p. 117-131, 2010.

MEYER, D. E. E. Educação e gênero: teoria e política. In: LOURO, G.L.; NECKEL, J.F.; GOELLNER, S. (Orgs.) **Corpo, gênero e sexualidade:** um debate contemporâneo na educação. Petrópolis. RJ: Vozes, 2003. p. 9-27.

MIGUEL, R. de B. P. **A revista Capricho como um “lugar de memória” (décadas de 1950 e 1960).** Tese. (Doutorado) - Programa de Pós-Graduação em Ciências Humanas, Centro de Filosofia e Ciências Humanas. Universidade Federal de Santa Catarina, Santa Catarina, SC, 2009.

MINAYO, M. C. **Pesquisa social:** teoria, método e criatividade. Petrópolis, RJ: Vozes, 1994.

MONTEIRO, M. S. A. **Masculinidade em revista:** um estudo da VIP Exame, Sui generis e Homens. Dissertação (Mestrado) - Instituto de Filosofia e Ciências Humanas. Universidade Estadual de Campinas, Campinas, SP, 2000.

PÁDUA, E.M.M. **Metodologia da pesquisa:** abordagem teórico-prática. 9. ed. Campinas, SP: Papirus, 2003.

RODRIGUES, G. de O. **Corpos em evidência:** uma perspectiva sobre os ensaios fotográficos de G-Magazine. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, Escola de Comunicações e Arte. Universidade de São Paulo, São Paulo, SP, 2007.

SANTOS, C. A. dos. **A invenção da infância generificada:** a pedagogia da mídia impressa constituindo as identidades de gênero. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Educação, Faculdade de Educação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS, 2004.

SCOTT, J. Gênero: uma categoria útil de análise histórica. **Educação e Realidade**, v. 20, n. 2, p. 71-99, 1995.

SILVA, E. de M. **As Cores da Mulher Negra no Jornalismo**: o discurso nos jornais e revista. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, SP, 2002.

SILVA, T. T. D. **Alienígenas na sala de aula**. Uma introdução aos estudos culturais em educação. 4. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1995.

STUART, A. Feminism: dead or alive? In: RUTHERFORD, J. (Ed.). **Identity**. London, UK: Lawrence & Wishart, 1990. p. 28-43.

SWAIN, T. N. Feminismo e representações sociais: a invenção das mulheres nas revistas "femininas". **Questões & Debates**, n. 34, p. 11-44, 2001.

TOMÉ, E. **O Corpo da Mulher - verdades e mitos sobre o ato fotográfico na Revista Playboy**. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, SP, 2002.

WINSHIP, J. A Woman's World: Woman – An ideology of Femininity. In: **Women Take Issue**. London, UK: CCCS Women's Group, 1987, p. 133-145.