

# Mulheres em revista: a presença feminina em Expansão

Denise Castilhos de Araujo\*  
Ana Carolina Kegler Walzburger†  
Douglas de Araujo Cypriano‡

## Índice

1	Gênero, corpo feminino e mídia . . . . .	2
2	Imprensa e mulheres . . . . .	5
3	Análise das capas da revista Expansão . . . . .	8
	Conclusões . . . . .	12
	Bibliografia . . . . .	13

## Resumo

Este artigo objetiva refletir a respeito da presença feminina e suas representações em uma revista mensal de uma cidade do interior do Rio Grande do Sul/BR. Para tanto, realizou-se uma pesquisa de caráter qualitativo, com a intenção de ponderar sobre tais questões nas capas desses veículos ao longo do ano de 2010. Para a concretização desta investigação, inicialmente, apresenta-se uma discussão a respeito de conceitos

---

\*Doutora em Comunicação Social pela PUCRS; professora do Mestrado em Processos e Manifestações Culturais e dos cursos de Comunicação Social e Design; pesquisadora do Grupo de Estudos Cultura e Memória da Comunidade, da FEEVALE.

†Bolsista de iniciação científica FAPERGS/FEEVALE; aluna do curso de Jornalismo.

‡Bolsista de Iniciação científica FAPERGS/FEEVALE, aluno do curso de Jornalismo.

basilares, como gênero feminino, papel da mulher na sociedade contemporânea e imprensa (revista). Em um momento seguinte, procedeu-se à discussão dessas capas de revistas selecionadas, objetivando, assim, a identificação dos conteúdos presentes nos materiais selecionados.

**Palavras-chave:** Gênero feminino; Mídia; Revistas.

## 1 Gênero, corpo feminino e mídia

O conceito de gênero e suas implicações vêm sendo discutido há algumas décadas pelas sociedades, e observa-se que as ansiedades das mulheres tinham relação com a necessidade de construção de um sujeito, que até então não existia para a sociedade, ou seja, a transformação da mulher em um sujeito representado na história.

E, com os estudos de gênero, “pode-se perceber a organização concreta e simbólica da vida social e as conexões de poder nas relações entre os sexos” (FILHO, 2005, p. 136). Ou seja, os papéis desempenhados pelos indivíduos, bem como os espaços por eles ocupados, são definidos pelas sociedades, naturalizando, muitas vezes, as distinções realizadas entre mulheres e homens.

Foi, especialmente, a partir do ano de 1969 e ao longo da década de 1970, que o conceito de gênero passou a ser alvo de discussões por vários autores no mundo todo. E, de acordo com Matos,

Tal reformulação surgiu com o intuito de distinguir e separar o *sexo* – categoria analítica marcada pela biologia e por uma abordagem essencializante da natureza ancorada no biológico – do gênero, dimensão esta que enfatiza traços de construção histórica, social e sobretudo política que implicaria análise relacional (Matos, 2008, p. 336).

Esses debates, oriundos das mudanças sociais desse período histórico, refletem/refletiram preocupações coletivas e presentes em muitos países, a respeito da necessidade de assegurar alguns direitos às mulheres, os quais eram destinados, muitas vezes, exclusivamente aos homens. E, além disso, observa-se que as diferenças entre os homens e as mulheres dão-se, na verdade, através da interação social estabelecida e que pode sofrer alterações, em sociedades e tempos diversos. Para Louro:

Gênero é mais do que uma identidade aprendida; é uma categoria imersa nas instituições sociais, o que implica admitir que a justiça, a escola, a igreja [...] são generificadas, ou seja, expressam as relações sociais de gênero. Em todas essas afirmações está presente, sem dúvida, a ideia de formação, socialização ou educação dos sujeitos (Louro, 1995, p. 103)

As discussões feministas do período em questão reclamavam pelos mesmos direitos dos homens. Nesse momento, de acordo com Matos (2000), as mulheres começaram a ser vistas como sujeitos da história, tendo suas ideias respeitadas na sociedade e na academia, pois, até então, tais espaços não eram ocupados por estes indivíduos, mas quase exclusivamente por homens. Houve, nessa época, questionamentos e reflexões acerca das relações patriarcais, bem como da dominação masculina. Ressalta-se que a intenção dos grupos femininos que se mobilizaram era a luta pela igualdade de direitos.

A transformação mencionada pela autora começa a ser percebida, com maior evidência, quando os movimentos feministas geraram inúmeras discussões a respeito do papel da mulher, a partir de 1969 (Matos, 2000). Neste período, a mulher deixou a esfera do privado – seu lar, sua família-, e buscou engajamento na esfera do público, ou seja, exigiu ter os direitos que, na maior parte das vezes, eram dados somente aos homens.

No momento inicial das discussões a respeito do gênero feminino, de acordo com Lipovetsky (2000), as mulheres desejavam que fossem tratadas de maneira igual aos homens, pois a sociedade, até então, considerava como sujeito social o homem, relegando à mulher o *status* do privado, a casa.

Os estudiosos dessa temática revelam que, na segunda fase desses estudos, a preocupação era apontar as características diferenciadoras entre os gêneros (Matos, 2000). Evidencia-se, inclusive, a criação de ONGs (Organizações não-governamentais) especificamente para mulheres, lutando pelos seus direitos, bem como de redes feministas. E os discursos produzidos por essas instituições foram direcionados não somente para as mulheres, como também para o Estado e a sociedade civil (Matos, 2000).

A partir da década de 1990 – terceira fase da reflexão a respeito do feminismo-, vê-se que tais discussões surgiram na pauta das academias, não mais se restringindo às diferenças entre masculino e feminino. Houve uma longa caminhada, da qual os resultados foram inúmeras modificações em relação aos papéis ocupados pelas mulheres nas sociedades, mas, percebe-se, por outro lado, que outras mudanças ainda são necessárias.

Compreende-se, pelo volume das produções acadêmicas a respeito dessa temática, que o assunto não se esgota, pelo contrário, ele apresenta papel preponderante, no que diz respeito, principalmente, às construções sociais elaboradas pelos indivíduos. Construções essas que merecem o olhar do pesquisador, com o intuito de revelar sentidos.

Então, diante de todas as mudanças ocorridas nas últimas décadas, desde o final do século XIX, no que se refere ao comportamento, posicionamento, postura, mentalidade das mulheres, vê-se sua saída da esfera do privado – seu lar, sua família – e sua busca pelo engajamento na esfera do público. Assim, as mulheres desejaram e exigiram/exigem direitos que, na maior parte das vezes, eram dados somente aos homens.

Com essas mudanças, surgiu o que Lipovetsky (2000) nomeia como a terceira mulher, um indivíduo que, segundo o autor, é indeterminado, pois “a primeira e a segunda mulher estavam subordinadas ao homem”, e esta mulher atual não se subordina ao homem. Ela tem diante de si a possibilidade de decidir tudo o que diz respeito a sua vida: casar ou não, ter filhos ou não, descasar, estudar, enfim, ela tomou para si a tarefa de decidir como sua vida será.

Apesar de reconhecer essa independência da mulher atual, o autor enfatiza que “[...] o modelo da terceira mulher não coincide, de modo algum com o desaparecimento das desigualdades entre os sexos, especialmente em matéria de orientação escolar, de relação com a vida familiar, de emprego, de remuneração.” (LIPOVETSKY, 2000, p. 238)

Percebe-se que, apesar de todas as mudanças ocorridas, a mulher adquiriu controle sobre sua vida, seus pensamentos, mas ainda precisa continuar a busca pela maior atuação no âmbito do público, pois os modelos sociais ainda permanecem muito semelhantes aos que a sociedade sugeria e estimulava há 50 anos.

Apesar da independência adquirida pelo sexo feminino, o que se presencia, na maior parte das vezes, são mulheres extremamente atare-

fadas, pois, mesmo trabalhando fora de casa, tendo independência financeira, elas devem gerenciar suas casas, organizar a vida de seus companheiros e a de seus filhos. Então, houve o acréscimo de responsabilidades, e, apesar de um grande número de homens estarem auxiliando nessas tarefas, a responsabilidade, na maior parte dos casos, continua sendo da mulher.

## **2 Imprensa e mulheres**

As revistas têm como objetivo apresentarem informações, agregando conhecimento ao leitor, ilustrando os sonhos e abrindo as portas à assuntos que muitas vezes são inatingíveis. Feitas de forma resistente e com a intenção de que consigam chamar a atenção do leitor pela sua estética e conteúdo, esses periódicos constituem uma relação com o leitor, pois abrangem assuntos do seu interesse.

Conforme Fátima Ali,

A palavra “revista” vem do inglês “review”, que quer dizer, entre outras coisas, “revista”, “resenha” e “crítica literária”. A palavra “review” era comum em várias revistas literárias inglesas, que eram os modelos imitados em todo o mundo nos séculos 17 e 18. Daí a origem da palavra “revista” na língua portuguesa. Entretanto, na Inglaterra, nos Estados Unidos e em outros países de língua inglesa, revista é chamada de “magazine”, que vem da palavra árabe “almahazen”, que significa “armazém” ou “deposito de mercadorias variadas”. Isso porque, diferente do livro que geralmente é monotemático, a revista apresenta uma variedade de assuntos. De mesma origem é a palavra francesa “magazin”, que, além de revista, significa “loja de departamentos”. (ALI, 2009, p. 19)

As revistas têm em comum algumas características como a periodicidade (semanal, quinzenal, mensal, ou outro intervalo regular); são feitas para durar, ou seja, podem ser objeto de coleção, ou mesmo de permanência nas mãos dos indivíduos para várias leituras; elas apresentam identidade própria, pois tem características que normalmente a diferencia de outras; pretende estabelecer relação com o leitor, uma vez

que publica muitos materiais que têm relação com a vida dos leitores, e também distrai, por proporcionar ao leitor sonhos que ele pode realizá-los ao ler a revista.

As primeiras revistas foram criadas no século XVII, durante o Iluminismo, e foram publicadas por academias e sociedades científicas, o objetivo era a promoção do conhecimento científico. (ALI, 2009). De acordo com Ali (2009), nesse período, a leitura de revistas era considerado um hábito das classes altas, pois a maioria da população era analfabeta; o conteúdo desses periódicos versava sobre conselhos e boas maneiras, moda, vida social, religião, política e literatura.

No século XVIII, na Europa, foi lançada uma série de revistas, com valores mais baixos, e com informações que contribuíram para a cultura e entretenimentos dos leitores, eram publicações populares, as quais eram mais vendidas que os jornais e livros (ALI, 2009).

A revista chegou ao Brasil juntamente com a família real, em 1808, e depois da vinda da realeza, muito mudou neste país, por exemplo, a forma de conviver com o analfabetismo, a religião, os costumes – da forma de vestir, comer, ler – que a corte trouxe, assim, a transformação teria que ser imediata para que a família real pudesse colocar em prática sua maneira de viver, e estabelecer suas regras. Autores da época denominavam essa situação como “intelectualismo de salão”, uma camada reproduzida de Portugal e França, como cita Eugênia Melo Cabral<sup>1</sup>

A criação de revistas, desde as primeiras edições até hoje em dia, depende de alguns aspectos a serem observados como o público alvo a ser atingido, o assunto e como a estrutura pode chamar a atenção do leitor. Uma revista sem um foco editorial definido, torna-se vulnerável a qualquer crítica, podendo não se firmar no mercado consumidor de revistas. Uma boa revista é bem elaborada e bem acabada, apresenta bom conteúdo, é organizada de uma forma que envolva o receptor, apresenta uma estética interessante, fontes e imagens em sincronia. Observando tais elementos, a publicação poderá atingir a expectativa do seu leitor, apresentando e discutindo os conteúdos de interesse do público, mostrando-se atualizada, bem como refletindo a maneira de vida dos leitores.

---

<sup>1</sup>Jornalista graduada pela Universidade Federal do Ceará (UFC) com especialização em Assessoria de Comunicação pela Universidade de Fortaleza (Unifor) e em Teorias da Comunicação e da Imagem pela UFC.

As revistas exerceram/exercem papel de divulgadoras de certos padrões de conduta para um grande número das mulheres que leem e confiam nas informações desses veículos de comunicação, pois, através da publicação de certos textos, vê-se a orientação para certas atitudes desse grupo de indivíduos na sociedade, tais como padrões estéticos, o que vestir em determinados lugares, enfim, os comportamentos que se espera das mulheres. Esse fato não é novo, pois se sabe que tais escritos são constantes nas revistas desde, pelo menos, 1950. Nesse período, as mulheres estavam saindo do espaço reservado de suas casas e expondo-se nos vários ambientes que passaram a frequentar.

Havia, nessas revistas, uma série de orientações dadas às mulheres, apontando a obrigatoriedade da obediência aos seus maridos, bem como a conduta que deveriam ter. Havia, inclusive, uma clara distinção entre as mulheres de família e as levianas.

Eram revistas publicadas para o público feminino, as quais serviam como manuais de comportamento, pois refletiam a situação da mulher no período, reiterando certos comportamentos necessários.

Pode-se perceber que os mais brilhantes poetas, escritores, artistas, jornalistas, fotógrafos e cientistas têm usado as páginas de revistas para transmitir ideias, opiniões, interpretações, protestos, denúncias, beleza e diversão, formando, assim, o pensamento e estilo de vida das sociedades (ALI, 2009, p. 17).

Buitoni descreve o periódico como: “Revista é ilustração, é cor, jogo, prazer, é linguagem mais pessoal, é variedade [...] Revista é uma janela, uma vitrine.” (BUITONI, 1990, p.65).

O elemento da revista que interessa a esta pesquisa é a capa, que, segundo Ali (2009), pode fazer com que o leitor queira comprar o exemplar; estabelece a imagem do veículo; é a primeira oportunidade para chamar a atenção do leitor.

Ali (2009) indica os elementos mais importantes da capa como sendo: o formato, o qual se torna familiar ao leitor, o qual passa a reconhecer a revista através da observação dele; o logotipo, deve, depois de certo tempo, tornar-se um selo de identificação da revista; a imagem, que normalmente apresenta a identidade da revista, e, sendo de uma pessoa, deve ser conhecida dos leitores; o design, a capa deve ser limpa, tem grande área lisa, sem muitos detalhes; o planejamento, o que for

apresentado na capa deve ser discutido entre a equipe de profissionais responsáveis por ela.

### **3 Análise das capas da revista *Expansão***

A revista *Expansão* é publicada em Novo Hamburgo, cidade da região metropolitana de Porto Alegre/RS/BR, há 10 anos, e é uma revista de variedades com matérias e reportagens relacionadas à região, bem como outras questões que tenham alcance mais amplo que a própria região.

Os assuntos abordados pelo periódico incluem atualidades, moda, sociedade, saúde, negócios, cultura, arte, política, economia, entre outros, as questões abordados na revista, visam a atender o público, formado por uma faixa etária extensa e de indivíduos do sexo feminino, mas também o masculino.

A escolha desse periódico justifica-se pelo fato de ser uma revista de grande circulação na cidade, e, também, por se tratar de uma fonte de pesquisa atual e interessante, a qual pode revelar questões sociais contemporâneas.

Para a realização desta análise, foram selecionadas as revistas *Expansão* do ano de 2010, de janeiro a dezembro, pelo fato de se desejar identificar o tratamento dado às mulheres, atualmente, por uma revista de variedades. Considerou-se o período de 12 meses o mais adequado para essa discussão, pela possibilidade de análise de um corpus o qual ilustrasse amplamente a questão discutida.

O objetivo principal é verificar como e com qual frequência a mulher é apresentada nas capas dessa revista, e a maneira que essa mulher é apresentada. Optou-se pela observação das capas, pois, segundo Ali (2009), são elas que estimulam, ou não, o leitor a comprar uma revista; é um elemento que estabelece a imagem da revista; e pode ser a primeira oportunidade de atrair o leitor na banca.

Inicialmente, com as capas selecionadas, foi realizada uma análise quantitativa, com o propósito de verificar o espaço dado às mulheres nesse periódico, para, posteriormente, ser realizada uma análise qualitativa, com a intenção de identificar as características da mulher apresentadas nas capas das revistas.

Nas figuras abaixo, é possível observar as capas das revistas de todos os meses do ano de 2010, de janeiro a dezembro.



Figura 1 – revista Expansão janeiro, fevereiro e março/2010.

Fonte: <http://www.revistaexpansao.com.br/>



Figura 2 – revista Expansão abril, maio e junho/2010.

Fonte: <http://www.revistaexpansao.com.br/>



Figura 3- revista Expansão julho, agosto e setembro.

Fonte: <http://www.revistaexpansao.com.br/>



Figura 4 – revista Expansão outubro, novembro, dezembro.

Fonte: <http://www.revistaexpansao.com.br/>

É possível identificar a presença maciça de homens nas capas das revistas de janeiro a junho. Em quatro delas, os homens estão sozinhos, e em duas outras são grupos exclusivamente formados por homens.

As capas chamam a atenção pela presença tão-somente masculina, mesmo em meses como março – em que se comemora o dia internacional da mulher –; e maio – o mês das noivas, e quando se comemora, também, o dia das mães no Brasil.

Tal ausência de mulheres nas capas dos seis meses iniciais do ano surpreende, pois se sabe que a mulher tem ocupado cada vez mais espaço nos periódicos, não só como conteúdo, mas também como parte

integrante das editorias. A presença feminina em publicações reflete, pois, a presença da mulher em várias áreas, ou seja, ela tem ocupado vários setores da sociedade, fazendo-se presente de maneira muito intensa.

E foi a partir da década de 1960, de maneira mais clara, que se observa a saída da mulher da obscuridade, do privado de seu lar, expondo-se, assim, para a sociedade. Essa saída foi justificada pelo fato de as mulheres ocuparem vários lugares na sociedade, principalmente relacionado aos seus trabalhos. E, para Matos (2000):

[...] na década de 70, as mulheres “entraram em cena” e se tornaram visíveis na sociedade e na academia, na qual os estudos sobre a mulher se encontravam marginalizados na maior parte da produção e na documentação oficial” (Matos, 2000, p. 10).

E esse reduzido número de mulheres nas capas das revistas, serve como questionamento acerca da valorização da mulher como sujeito social, pois esperava-se encontrar, no mínimo, o equilíbrio entre as presenças masculinas e femininas, uma vez que, aparentemente, a mulher conquistou/conquista espaços cada vez maiores na sociedade contemporânea. E sendo a revista um reflexo da sociedade, as poucas capas com presença feminina são ainda mais surpreendentes.

Scott (1991) afirma que “As relações de gênero, como relações de poder, são marcadas por hierarquias, obediências e desigualdades.” E, como é fácil perceber há desigualdades até mesmo em capas de revistas cujo temática é bastante variada, assim como seu público alvo. E a Revista *Expansão*, apesar de ter um público misto (composto por leitores mulheres e homens), parece destacar os feitos masculinos, deixando menos espaço para as mulheres mostrarem o que fazem como profissionais.

Nas capas das revistas são apresentadas mulheres que se destacam na sociedade através de sua profissão, ou seja, há a necessidade de que tais indivíduos realizem algo aceito pela sociedade como uma tarefa formal, para serem bem visto pelos leitores. Então, têm-se presentes profissionais liberais, tais como arquitetas, engenheiras, designers de interior, comerciantes e administradoras. Essas também são profissões inicialmente executadas por homens, mas que com o passar do tempo

também tiveram mulheres nesses espaços. Somente na capa do mês de julho é que a revista apresenta uma mulher que se volta para o universo feminino, uma administradora de uma escola de cuidados corporais.

O que cerca o universo feminino não interessa aos leitores? É necessário que as mulheres se “masculinizem” a fim de serem valorizadas por tal periódico? Esses são alguns questionamentos que surgem, pois a revista em análise tem como público-alvo homens, mas mulheres também. Então, qual é o espaço destinada a essa mulher na revista? Na capa foi possível verificar que é um espaço bem menor que aquele ocupado pelos homens.

Outro elemento interessante de ser observado são as roupas usadas pelas mulheres nas capas das revistas, pode-se perceber que elas vestem trajes inspirados no vestuário masculino, ou seja, paletó e calça, camisa e casacos mais pesados. Interessante perceber que mesmo quando as mulheres estão em destaque nas capas, elas expressam certa masculinidade, indicando que, talvez, a postura masculina propague mais seriedade e confiabilidade que a feminina nesse veículo. Através dessa incorporação de itens ligados a indumentária masculina ao figurino feminino, vê-se, por outro lado, a concretização mais da independência feminina desafiando, de certo modo, as fronteiras do gênero.

Segundo Crane (2006), as mulheres optaram pelo uso de algumas peças do vestuário masculino como forma de se afirmarem como sujeitos, os quais fazem parte de uma nova categoria social. A autora comenta que o uso de peças do vestuário masculino por mulheres, no Séc. XIX e início do Séc. XX teve muita relação com a necessidade da mulher executar certas atividades, e o que o vestuário masculino traria mais liberdade para essas ações. Por outro lado, pode significar uma paródia em relação à autoridade masculina; ou, então, acobertar, de certa forma, a feminilidade.

## **Conclusões**

Ao observar as edições da revista escolhida para esse exercício de reflexão, pode-se perceber uma série de questões relacionadas aos lugares ocupados pelas mulheres na mídia, e, quiçá na própria sociedade.

Inicialmente, o leitor se depara com uma revista que privilegia a

presença masculina em suas capas, evidenciando o sucesso alcançado por esses indivíduos, legitimando clara preferência por esses sujeitos.

A seguir, o leitor poderá perceber que as mulheres que têm seu êxito registrado nessa publicação evidenciam aproximação com profissões, em princípio, de caráter masculino. É necessário deixar registrado que a única profissional que se apresenta como alguém próximo de uma área mais feminina, a beleza, também é tratada como administradora, ou seja, apesar de trabalhar com questões “femininas”, ela tem o respeito do “masculino” por transitar em uma zona recentemente explorada pelas mulheres, e, originalmente, masculina – a administração.

Outro aspecto que deve ser relacionado é o fato de que os trajes utilizados pelas mulheres, as quais figuram nas capas, identifica-se a clara preferência por elementos do figurino masculino, como casacos pesados, calças compridas, camisas, ou seja, mais uma vez, a feminilidade é deixada em segundo plano.

Enfim, percebe-se que a revista analisada, talvez para consolidar credibilidade frente aos seus leitores, opta por certa masculinização da figura feminina em suas capas, como recurso retórico para tal situação. E isso causa espanto em um momento em que se proclama a igualdade entre os sexos, e a maciça presença feminina em muitas áreas.

## **Bibliografia**

ALI, Fátima. *A arte de editar revistas*. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 2009. 399 p.

BUITONI SCHROEDER, Dulcília. *Imprensa Feminina*. 2ª edição. São Paulo – SP: Ática S.A, 1990. 96p.

CABRAL MELO, Eugênia. *Primeiras Histórias. O Surgimento das primeiras imprensas femininas e feministas no Brasil*. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/cabral-eugenia-primeiras-historias.pdf>. Acesso em: 20 set. 2011.

CRANE, Diane. *A moda e seu papel social: classe, gênero e identidade das roupas*. São Paulo: Editora Senac, 2006.

DONDIS, Donis A. *Sintaxe da Linguagem visual*. São Paulo – SP: Martins Fontes, 2000. 235 p .

- FRUTIGER, Adrian. *Sinais & símbolos*. São Paulo: Martins Fontes, 1999. 352 p.
- LAJOLO, Marisa & ZILBERMAN, Regina. *A Formação da Leitura no Brasil*. 3ª edição. São Paulo: Ática, 1999.
- LIPOVETSKY, Gilles. *A terceira mulher*. São Paulo: Cia. das Letras, 2000.
- MARTINS, Ana Luiza. *Revistas em Revista*. São Paulo: Edusp, 2008.
- MATOS, Maria Izilda S. de. *Por uma história da mulher*. 2 ed. Bauru, SP: EDUSC, 2008.
- MOESCH, Marutschka Martini; CONNELL, R. W.; FONSECA, Vítor da; LARROSA, Jorge; WHITE, Viv; MOREIRA, Antonio Flávio Barbosa; SUÁREZ, Daniel H.; GENTILI, Plabo A. A.; GRACIANI, Maria Stela Santos; LOURO, Guacira Lopes; LÉRÈS, Marie-José; PROENÇA, Marilene. *Reestruturação curricular: teoria e prática no cotidiano da escola*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1995.
- NASCIMENTO CEOLIN, Patrícia. *Jornalismo em revistas no Brasil: um estudo das construções discursivas em veja e manchete*. São Paulo: Annablume, 2002. 181 p.
- SCALZO, Marília. *Jornalismo de revista*. 2ª edição. São Paulo: contexto, 2004. 112p.
- SCAVONE, Lucila. *Estudos de gênero: uma sociologia feminista? Estudos Feministas*, Florianópolis, 16(1): 288, jan.-abril/ 2008.
- SCOTT, Joan W. *A mulher trabalhadora*. In: DUBY, G. e PERROT, M (org). *História das Mulheres*. O século XIX. vol 4. São Paulo: EBRADIL, 1991.
- SODRÉ WERNECK, Nelson. *História da imprensa no Brasil*. 4ª edição. Rio de Janeiro: Mauad, 1998. 477 p.

SOUZA SILVA DE, Lidiane Aparecida. *Imprensa feminina: A mulher vista nas paginas das revistas*. Juiz de Fora – MG: 2002. 83 p. Monografia (Graduação de comunicação Social) – Universidade Federal de Juiz de Fora – FACOM, 2002.

TORRÃO FILHO, Amílcar. *Uma questão de gênero: onde o masculino e o feminino se cruzam*. Cadernos Pagu (24) janeiro-junho, pp. 127-154.

VILAS BOAS, Sergio. *O estilo magazine: O texto em revista*. São Paulo, SP: Summus, 1996. 129 p.