

## **Preço de Capa: Preconceitos e Estereótipos de Gênero à Venda no Aqui PE<sup>1</sup>**

Acsa da SILVA<sup>2</sup>

Raldianny dos SANTOS<sup>3</sup>

Universidade Federal de Pernambuco, Pernambuco, PE

### **RESUMO**

O presente artigo analisa o discurso do jornal Aqui PE a partir de suas capas. O objetivo é saber como se dá a representação da mulher na mídia impressa em Pernambuco. A preocupação é investigar as maneiras como este jornal popular contribui para a manutenção da violência simbólica-midiática sobre a mulher. Em uma análise contextualizada, compreende-se que a mídia é capaz de criar e reforçar estereótipos de gênero, raça e etnia no imaginário social.

**PALAVRAS-CHAVE:** Violência simbólica-midiática; jornalismo popular; representação da mulher; manutenção de estereótipos.

### **Introdução**

Este artigo se propõe a evidenciar os sentidos que circulam nas capas do Aqui PE. Compreendemos que a mídia impressa se transformou, ao longo do século XX, em uma das grandes chaves utilizadas pela sociedade contemporânea para explicar o mundo, para “(...) acelerar ou afrouxar, talvez dirigir o fluxo das identidades sociais num sentido ou noutro”. (BAUMAN, 2004, p.23). Assim, a prática discursiva do Aqui PE opera na formação da identidade feminina na sociedade brasileira contemporânea. Isso ao reforçar lógicas, crenças, valores e visões de mundo atreladas a antigos consensos sociais que sustentam

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no IJ 1 – Jornalismo do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 07 a 09 de julho de 2016.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação 5º. semestre do Curso de Comunicação Social - Jornalismo da UFPE, email: [acsa\\_roberta@hotmail.com](mailto:acsa_roberta@hotmail.com)

<sup>3</sup> Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Comunicação Social - Jornalismo da UFPE, email: [raldianny@gmail.com](mailto:raldianny@gmail.com)

práticas materializadas em diversos tipos de violência contra a mulher e desrespeito aos direitos humanos. O foco desse artigo é violência- simbólica que, nas palavras de Veloso e Lira (2008, p.13) “não é simplesmente mais uma forma de reforçar a desigualdade entre os gêneros e relegar à subalternidade o sexo feminino, é com muita propriedade a legitimação das diferenças cristalizadas através das estruturas de poder”. É a partir disso que questionamos quais são os elementos presentes nas capas do jornal Aqui PE capazes de confirmar seu exercício de violência-simbólica contra a mulher.

## **1. Capa do jornal impresso: espaço de maior visibilidade**

Esta pesquisa se ancora nos elementos da capa do Aqui PE porque é ela o espaço de maior visibilidade do jornal

... é através da capa que o leitor se decide ou não pela compra do jornal, pois nela encontra uma relação entre o que deseja ler e o conteúdo do jornal que está apresentado”. (TRAVASSOS, 2011)

Hernandes (apud ANDRADE, Fabiano Ari Cunha, 2008, p.13) pontua que “a administração dos espaços da página de um jornal está atrelada a conceitos, ao conteúdo”. Dessa forma, ele considera que existe “um contrato pressuposto entre o leitor e o jornal para que os assuntos abordados apareçam hierarquizados por ordem de importância” (idem). Assim, compreendemos que uma das principais responsabilidades da capa é a de promover a atração do leitor, e para isso, utilizar a atratividade visual é uma das maneiras mais eficazes para essa espécie de fígamento do público alvo.

## **2. A estrutura da capa do jornal Aqui PE: entre o sensacionalismo e a utilidade pública**

A Associação Nacional dos Jornais (ANJ) considera como Jornais Populares de Qualidade aqueles direcionados às classes B, C e D. Ainda de acordo com a associação, uma das características desses jornais é o tipo de formato que apresenta linguagens chamativas e preços de capa na faixa dos centavos de Real.

Por sua vez, Longhi (2005) considera que o jornalismo destinado às classes populares “baseiam a sua receita principalmente na vendagem de exemplares avulsa e desprezam uma

linha editorial que preza pela seriedade”. Para ela, a principal diferença ente o jornal popular e o sensacionalista é que o primeiro deve estar voltado a uma utilidade pública sem pretensões de venda, enquanto o segundo deturpa a ideia de popular a partir da utilização de linguagem depreciativa e extrapolação na apresentação do real para promover a venda de exemplares:

A manchete adquire uma importância acentuada: ela deve provocar comoção, chocar, despertar a carga pulsional do leitor. Ela vem realçada por recursos gráficos exagerados, como a letra em caixa alta, em tamanho grande, grifada e em cores que conferem destaque. A sua linguagem aproxima-se da linguagem oral e coloquial. Aquela que é falada por todos, nas ruas, ônibus, entre familiares e amigos. Há o uso abusivo de gírias e chavões, além, em alguns casos, do uso de palavras de baixo calão e frases de duplo sentido. (LONGHI, p.6, 2005)

Trazendo essas considerações para nosso objeto de estudo, percebemos então uma linha tênue entre jornal popular e sensacionalista. O Aqui PE se intitula como “do povo” em seu site oficial, o que nos leva a reflexão de que se considera um jornal popular: “Histórias do povo para o povo ler. No aqui PE o leitor tem voz ativa, participa de verdade, interage, sugere, critica, opina”, diz.

Podemos compreender a capa do Aqui PE em 4 categorias básicas: a manchete principal com subtexto, fotografia de mulher com texto chamada, publicidade e outras chamadas diagramadas em boxes. E é a partir dos elementos levantados por Longhi baseados em estudos da área da comunicação, a exemplo de Rosa Nívea Pedroso em sua obra *A construção do Discurso de sedução em um jornal sensacionalista* (2001), que podemos verificar como os principais elementos que caracterizam um jornal sensacionalista estão presentes no Aqui PE. Vale lembrar que faz parte do planejamento gráfico diário das edições do jornal a utilização de cores fortes, assim como a exagerada utilização de linguagem depreciativa à imagem da mulher e também a ambiguidade nos textos das manchetes. Em suma, consideramos que a principal característica do jornal popular atrelado ao sensacionalismo é a carga de informação extremamente apelativa, onde a violência é potencializada a partir da tentativa de inibir do público à reflexão de sua própria realidade.

### 3. Seleção do corpus para análise

Foram selecionadas 30 capas do ano de 2015, entre janeiro e setembro, em datas aleatórias. Das 30 manchetes principais selecionadas, 12 evidenciam violência contra mulher de diversas maneiras, o que representa 40% do nosso *corpus*. Destacam homicídios por membros de grupos de convívio, violência sexual ou trazem linguagem depreciativa, propagação de estereótipos de gênero e outros, interesse maior desta pesquisa, por caracterizar a violência simbólica-midiática.

Logo, realizamos um recorte com base nas capas que evidenciam a violência simbólica por parte do Aqui PE de forma sutil, que por sua vez, representa quase 50% do conteúdo que introduz a violência contra a mulher. Segue abaixo a tabela com as manchetes e datas de publicação das 5 edições selecionadas:

CAPA	MANCHETE	VEICULAÇÃO
CAPA 1	<i>“Vem, vem... vem ver a cagada que fizesse!”</i>	15 de janeiro de 2015
CAPA 2	<i>“Olha a lapa de tuba que pescaram em Rio Doce”</i>	16 de janeiro de 2015
CAPA 3	<i>“Galeguinho botou quente – Madona tira virgindade do Leão”</i>	02 de março de 2015
CAPA 4	<i>“E não me venha com enrolação – Tô doidinha para casar”</i>	25 de abril de 2015)
CAPA 5	<i>“Vida mansa - bonitinha e golpista”</i>	03 de julho de 2015

### 4. Análise e discussão

Nas palavras de Bourdieu (2003, p.7,8), a violência simbólica se apresenta de forma “suave, insensível, invisível a suas próprias vítimas, e se exerce essencialmente pelas vias puramente simbólicas da comunicação e do conhecimento, ou, mais precisamente, do desconhecimento, do reconhecimento ou, em última instância, do sentimento”.

Em uma abordagem mais recente, Ana Veloso e Manuela Lira, pesquisadoras da área de comunicação e gênero consideram que

a violência simbólica confere poder aos Meios de Comunicação em reproduzir o estereótipo patriarcal que relega uma posição de subalternidade à mulher, apresentando-a como inferior ao homem. Dessa forma, pode servi-lo como seu objeto de prazer e de consumo ideológico (fetiche), sexual. (VELOSO e LIRA,2008, p.2.).

Tomando como referência o Guia para jornalistas sobre gênero, raça e etnia (BASTHI, 2011), elaborado pela Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ) em parceria com a Organização das Nações Unidas (ONU), verificamos que o Aqui PE reproduz práticas combatidas no material.

Entre as principais violações estão o reforço de estereótipos de gênero, raça e etnia; o fortalecimento da visão normativa; a utilização de linguagem depreciativa e visão sexista na apresentação da notícia; a perspectiva do consumo do corpo feminino e o silenciamento do debate sobre a violência contra mulher. Vale salientar que essas categorias estão presentes nas capas analisadas neste trabalho, das quais trazemos algumas a seguir a título de exemplos.

#### 4.1 O que vendem as manchetes do Aqui PE



A manchete principal da edição do dia 15 de janeiro de 2015, reafirma a desigualdade de gênero a partir do tom depreciativo em “*Vem, vem... vem ver a cagada que fizesse*. Os outros elementos que se juntam à manchete (texto e foto) não deixam margem para dúvidas quanto ao seu “conteúdo”.

Segundo Bauman (apud Schwengber, 2009), os materiais midiáticos e suas ideias coexistem espalhados, muitas vezes desconexos, com uma linguagem feita de palavras e de imagens que seduzem pelas combinações com que se apresentam, pelas desconstruções que praticam, pelos ecos que despertam, pelos elementos científicos implícitos que ativam.

Através desse tipo de discurso, o Aqui PE corrobora com a propagação machista de que a mulher não é boa no volante. Isso nos leva a refletir que nessa notícia a informação é a “ausência de habilidade” da mulher ao volante, que o jornal considera com uma “cagada”.

(...) Ao dirigir um automóvel, por exemplo, as mulheres estão sujeitas a críticas frequentes e, embora as estatísticas comprovem que as mulheres provoquem e sofram menos acidentes do que os homens, eles as diminuem constantemente nessa atividade. (FRANCHI 2008 apud VIEIRA 2005)

Dessa maneira, percebe-se no Aqui PE a utilização de mecanismos que reforçam a dominação masculina, contribuindo para a discriminação do gênero feminino. Através do discurso empregado pelo jornal podemos ver a reprodução de uma visão de mundo ancorada num modelo patriarcal e denso.

Com a intervenção no real repleta de significação do mundo, esses elementos colaboram para a perspectiva de fortalecimento da visão normativa. Além disso, se constitui como uma violação à proposta de construção de uma mídia plural e igualitária. Como colocado pelo Guia para jornalistas sobre gênero, raça e etnia da FENAJ E ONU organizado por Basthi (2011, p.7), “historicamente, a mídia recusa a adoção de uma perspectiva de gênero em seus conteúdos e reforça os estereótipos de gênero, raça e etnia, limitando a veiculação da opinião das mulheres em geral e invisibilizando sua participação”.



Já na edição do dia 16 de janeiro de 2015 temos a manchete: “Olha a lapa de tuba que pescaram em Rio Doce”. Nela, chama nossa atenção a palavra lapa, termo bastante utilizado no discurso do Aqui PE. Nesse caso, refere-se ao tamanho do tubarão encontrado numa praia. Já no exemplo anterior, a mesma palavra “qualifica” a marcha ré que resultou na “cagada” de uma motorista.

Nesse momento, verificamos que o Aqui PE maneja uma linguagem que privilegia “a perspectiva sexista onde o corpo da mulher e/ ou sua aparência são subordinados aos desejos masculinos e/ou aos padrões naturalizados sobre o corpo feminino”, atitude essa também combatida na abordagem do Guia para jornalistas sobre gênero, raça e etnia da FENAJ e ONU (BASTHI, p.47,2011).

Ora, tendo a mídia

o estatuto de locus, não somente de informação, mas de “educação” das pessoas, é atualmente ‘um lugar privilegiado de criação, reforço e circulação de sentidos, que operam na formação de identidades individuais e sociais, bem como na produção social de inclusões, exclusões e diferenças’. (FISHER, 2001 apud SANTOS 2007).

A partir disso podemos refletir então sobre o papel social do Aqui PE como dono de um “estatuto de locus”. Contudo, utiliza esse espaço de forma arbitrária a um público que é,



sobretudo, intitulado como popular pelo próprio veículo. São leitores que necessitam de informação capaz de possibilitar senso crítico e leitura de mundo:

As pessoas leem jornais não apenas para se informar, mas também pelo senso de pertencimento, pela necessidade de se sentirem partícipes da história cotidiana e poderem falar das mesmas coisas que “todo mundo fala”. O ato de ler um jornal e de assistir a um programa também está associado a um ritual que reafirma cotidianamente a ligação das pessoas com o mundo. (AMARAL, 2006, apud Camilla e Paola, 2012).



Já na manchete principal “*Galeguinho botou quente – Madonna tira virgindade do Leão*”, do dia 2 de março de 2015, existe um tom implícito de superioridade masculina. “Botar quente” e “tirar a virgindade” são termos utilizados pelo *Aqui PE* para noticiar o resultado de um jogo de futebol. A ideia é “dizer” como é “honroso” fazer um time perder na primeira partida de um campeonato Estadual do ano. São exatamente esses termos que nos indicam a perspectiva sexista por parte do *Aqui PE*. Percebemos que não basta “botar” e “tirar a virgindade”, mas sobretudo, “botar quente”.

O sexismo produz um olhar perverso sobre a mulher, cuja imagem é a do objeto para consumo sexual, símbolo da sedução, descartável, superficial, submissa, sem autonomia sobre sua vida (e seu próprio corpo) e destinada a um papel secundário na sociedade. (BASTHI, 2011p. 40).



O discurso do Aqui PE reforça a dominação masculina:

Se a relação sexual se mostra como uma relação social de dominação, é porque ela está construída através do princípio de divisão fundamental entre o masculino, ativo, e o feminino, passivo, e porque este princípio cria, organiza, expressa e dirige o desejo – o desejo masculino de posse, como dominação erotizada. (BOURDIEU, 2002,p.13).



A mesma relação de poder do homem sobre a mulher é evidente na manchete desta outra edição analisada a seguir: “Tô doidinha para casar”, do dia 25 de abril de 2015.

O vestido é caro? Muito. A decoração, o buffet, o cabelereiro e a maquiagem também. Muitos namorados também gostam de dar uma adiada no dia D. Mesmo diante das dificuldades, elas não desistem do sonho de se casar. O noivo de Gabriella quer esperar um pouco mais. Mas olha só o sorriso dela com a roupa do casório. Depois dessa ... não tem mais desculpas, Igor. (AQUI PE, 25/05/2015)

Aparentemente, o Aqui PE relata neste texto, que acompanha a manchete, apenas o desejo de casamento de uma mulher, apesar das dificuldades: elevados preços dos serviços e, principalmente as “desculpas” de Igor, seu noivo, que quer “esperar um pouco mais”. A partir daí vemos justamente a reprodução de um pensamento ainda muito cristalizado na sociedade: o casamento como um sonho apenas da mulher. Podemos dizer que o Aqui PE

reafirma uma cultura em que a mulher é ensinada a desejar, planejar e se preparar para a vida conjugal desde cedo e, sobretudo, para o momento das núpcias, enquanto o local de fala do homem está relacionado ao adiamento da ocasião.

Essa cultura patriarcal cristalizada atribui respeito a mulheres como Gabriella que, enquanto Igor adia o casamento, está esperando pelo seu “grande dia”. Compreendemos que esse “respeito” pode ser o resultado da postura e adestramento de um corpo que podemos considerar como *dócil* (FOCAULT, 1975), pois pode ser “submetido, utilizado, transformado e aperfeiçoado”. No entanto, quando esse corpo que é dócil foge à regra de controle e disciplina perde sua instância de regularidade.

De acordo com Bourdieu (2002), estar fora dessa regularidade significa infringir o que instituições sociais como a família ensinam e sucessivamente constroem ao longo da vida das pessoas, estabelecendo no percurso de construção do indivíduo o que seria certo e errado, num tipo de binarismo na classificação dos comportamentos.

Em sua maioria, as mulheres têm sido divididas entre virtuosas e perdidas, e as “mulheres perdidas” só existiram à margem da sociedade respeitável. Há certo tempo a “virtude” tem sido definida em termos da recusa de uma mulher em sucumbir à tentação sexual, recusa esta amparada por várias proteções institucionais. Os homens, no entanto, têm sido tradicionalmente considerados - e não apenas por si próprios - como tendo variedade sexual para a sua saúde física. (GIDDENS, 1993, p. 16.)

Desta maneira, o jornal em análise investe num discurso capaz de garantir a manutenção da dominação masculina. Vale ressaltar que isto é perceptível em todas das capas vistas até aqui, seja em manchetes que remetam à “habilidade” da mulher no trânsito; no uso de termos pejorativos que remetam a elementos do seu corpo em notícias consideradas como factuais ou mesmo na retratação de “um sonho”.



Pelo visto a loira Medeiros e Silva levava a vida que pediu a Deus. Só que à custa de pessoas humildes para as quais se apresentava como delegada. Golpe descoberto pela polícia, a estelionatária, que atuava em Paudalho, na Mata Norte, foi velejar em outros mares. Está presa desde segunda-feira na Coluna Penal feminina do Recife, no Engenho do Meio. (AQUI PE, 03/07/2015)

Consideramos que gênero, etnicidade e classe estão truncados no reforço das relações de desigualdades sociais, sobretudo no Brasil. Isso porque “a etnicidade surge relacionada a um papel social, enquanto forma de criação de pertencimento a um grupo e diferenciação em relação aos outros”. (PONTES, p.252, 2004).

Dessa maneira, a utilização de palavras como “bonitinha”, “golpista” e “estelionatária” pelo Aqui PE sugere que tais termos parecem não se configurar à representação de uma “loira”. É como se o papel ou comportamento social dela, na visão do jornal, não fosse esse de “golpista” e isso então sugere que o jornal partilha da ideia do não pertencimento dessa “loira” à categoria de “golpista”.

Ser loiro, sobretudo quando se trata de mulheres, é assumir papéis singulares dentro de um imaginário social repleto de representações. É se submeter a certas atuações e domínios sugeridos pela cultura. Ser objeto de paixões e de desconfianças, de atração e de repulsa, de valorização e

desvalorização. Em poucas palavras, ser loira é personificar a ambiguidade. (FIALHO & MIRANDA 2014 apud BOUZÓN, 2010: 281).

Essa personificação da ambiguidade em ser loira nos leva a reflexão de um outro lado atribuído à mulher nessa condição. Fialho & Miranda (2014) destacam que a mulher loira pode ter sua imagem atrelada a representações mais clássicas, tais como bela, jovem, sensual, exótica, despojada e disponível, como também poder ser alvo do estereótipo da loira burra que permeia as representações sobre as mulheres de cabelos claros.

E é justamente por meio do humor presente em “foi velejar em outros mares” que podemos ver a construção dessa ambiguidade na representação da imagem dessa loira. A utilização de uma linguagem que ridiculariza a “loira” de maneira muito sutil nos traz ainda uma reflexão sobre outro imaginário que parece circundar o Aqui PE.

O termo “bonitinha e golpista” pode estar sendo utilizado pelo jornal também numa perspectiva de inferiorizar a mulher “loira” justamente pela sua condição de “loira”, contribuindo dessa forma para a reverberação do estereótipo de “loira burra”, já que seu golpe não teve êxito, “foi descoberto pela polícia”. Dessa forma, vemos que essa perspectiva parte de uma visão machista que persiste em atribuir à mulher uma minoridade intelectual capaz de inviabilizar sua participação igualitária nas mais diversas instâncias sociais.

## **5. Considerações finais**

Esse breve passeio pelas capas do jornal popular Aqui PE traz evidências de um discurso sensacionalista, repleto de mensagens que reforçam estereótipos de gênero, calcado numa lógica patriarcal, exercendo, dessa forma, uma violência-simbólica contra a mulher.

Essa violência se materializa nas manchetes principais de suas capas, atreladas a outros elementos que lhe dão reforço e sustentação. São textos e imagens que se combinam explorando o viés cômico e/ou ambíguo que, invariavelmente, colocam a mulher num lugar de inferioridade e, não raro, a reduzem a um mero corpo disponível ao consumo dos homens.

É justamente desde a capa – seu espaço de maior visibilidade e estratégico para a conquista do leitor – que o Aqui PE, autointitulado como “jornal do povo”, investe numa linguagem sexista, que vai na contramão dos esforços sociais pela igualdade de gênero e fere os direitos humanos. A atividade jornalística midiática é um espaço de orientação para a opinião pública. Ora, um espaço privilegiado para a ruptura com uma ordem cristalizada na desigualdade de gênero e fortalecimento de valores emancipatórios, acaba sendo utilizado para a reverberação de sentidos que só reforçam a violência, sobretudo contra a mulher.

Consideramos que o custo social desse tipo de publicação jornalística é bastante alto se pensarmos que seu público consumidor, as classes B, C e D, não somente é aquele que representa a parcela da população brasileira com menos condições objetivas de acesso a outras vozes midiáticas, mas também se acrescentarmos a esta realidade o fato de ser justamente, mas não exclusivamente, nesses segmentos sociais onde se contabilizam e registram elevados números das mais diversas formas de violência, especialmente contra meninas e mulheres.

Dessa maneira, entendemos que o preço da capa do Aqui PE vai muito além dos R\$0,50 que é cobrado pelo exemplar. É justamente esse valor apresentado de forma tão acessível ao povo que contribui para a inviabilização da construção de uma mídia plural e de uma sociedade igualitária.

## **Referências**

BAUMAN, Zygmunt. Amor Líquido: sobre a fragilidade dos laços humanos. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004.

BASTHI, Angélica. Guia para jornalistas sobre Gênero, Raça e Etnia, publicação da FENAJ e ONU. Disponível em <<http://migre.me/oULt6>> Data de acesso 20/09/15

BOURDIEU, Pierre. O poder simbólico. Rio de Janeiro : Bertrand Brasil, 2000.

BOURDIEU, P. A dominação masculina. 3 ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003.

BOURDIEU, P. A distinção: crítica social do julgamento. São Paulo: Edusp; Porto Alegre: Zouk, 2007a.

FRANCHI, Gisele. Estereótipos femininos nas piadas de loiras. Revista Anagrama – Revista Interdisciplinar da Graduação. Ano 1 – Edição 2. Dezembro/ 2007 – Fevereiro/2008. Disponível em <<http://200.144.189.42/ojs/index.php/anagrama/article/view/6249/5664>> Data de acesso: 05/12/15

FERNANDES, G. Planejamento visual gráfico do jornal impresso como fator para influenciar na escolha dos leitores. Monografia apresentada como requisito para a conclusão do curso de Comunicação Social – área de jornalismo – UniCEUB. Disponível em <<http://repositorio.uniceub.br/bitstream/123456789/1826/2/20513116.pdf>> Data de acesso: 20/11/15

FISCHER, R. M. B. Mídia e educação da mulher: modos de enunciar o feminino na TV. In: FUNK, S. WIDHOLZER, N. (Org.). Gênero em discursos da mídia. Florianópolis: Ed Mulheres, 2005.

FIALHO, Carlos; MIRANDA, Tatiana. Notas de metodologia da pesquisa “Loiras: um estudo sobre a cor do cabelo e produção de identidade. Revista Ártemis, Vol. XVIII nº 1; jul-dez, 2014. Disponível em <<http://www.biblionline.ufpb.br/ojs/index.php/artemis/article/view/22546/12509>> Data de acesso: 28/11/15

FOUCAULT, Michel. Arqueologia do Saber. 4. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1995.

FOUCAULT, Michel. História da sexualidade: a vontade de saber. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1985.

FOUCAULT, Michel. A ordem do discurso. São Paulo: Loyola, 1998.



GIDDENS, A. A transformação da intimidade: sexualidade, amor & erotismo nas sociedades modernas. São Paulo: Editora da Universidade Estadual Paulista, 1993 – (Biblioteca básica).

LONGHI, N. Sensacionalismo e Jornalismo popular: um estudo de caso. Universidade Federal de Santa Maria. Intercom 2005. Disponível em <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/51188428097278301015316341937608132453.pdf>> Data de acesso: 28/10/15

PASSOS, Elizete. Gênero e identidade. In: ÁLVARES, Maria Luzia Miranda, 1999.

ROSA, A. R. (O) Braço forte, (a) mão amiga: um estudo sobre a dominação masculina e violência simbólica em uma organização militar. Lavras: UFLA, 2007.

SANTOS, Raldianny. Mudanças de hábitos: Um olhar sobre homens em “A grande família”. Tese de doutorado em Sociologia pela Universidade Federal de Pernambuco. 2007.

SCHWENGBER, Maria Simone Vione. A educação da mãe carinhosa e o discurso das práticas corporais e esportiva nas páginas da Revista Pais & Filhos. In: Movimento, v. 17, n. 4. Revista da UFRGS, 2009.

TRAVASSOS, T. Aspectos funcionais e organizacionais do gênero capa de jornal. Revista Encontros de Vista – oitava edição. ISSN 1983-828X. Disponível em <[http://www.encontrosdevista.com.br/Artigos/10\\_Tarcisia\\_Travassos-Aspectos\\_funcionais\\_organizacionais\\_do\\_genero\\_capa\\_de\\_jornal.pdf](http://www.encontrosdevista.com.br/Artigos/10_Tarcisia_Travassos-Aspectos_funcionais_organizacionais_do_genero_capa_de_jornal.pdf)> Data de acesso: 14/10/15

VELOSO, A; LIRA, M. A Violência Simbólica da Mídia contra a Mulher. Intercom 2008. Disponível em <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-0536-1.pdf>> Data de acesso: 08/11/15