

GÉNERO, REPRESENTACIONES SOCIALES E IDEOLOGÍA: UN ANÁLISIS DE LAS REVISTAS WOMEN'S HEALTH Y MEN'S HEALTH EN BRASIL

YÁSKARA ARRIAL PALMA*, ANDRESSA BOTTON**, ALINE DA SILVA PIASON***,
PEDRINHO ARCIDES GUARESCHI****, MARLENE NEVES STREY*****
FACULDADE DE DESENVOLVIMENTO DO RIO GRANDE DO SUL, UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA,
FACULDADE INEDI – CESUCA E FACULDADE IBGEN, UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL,
PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE DO RIO GRANDE DO SUL, BRASIL

Recibido: 7 de julio de 2014

Aprobado: 28 de septiembre de 2014

Para citar este artículo:

Arrial Palma, Y., Botton, A., da Silva Piason, A., Guareschi, P., & Neves Strey, M. (2014). Género, representaciones sociales e ideología: un análisis de las revistas Women's Health y Men's Health en Brasil. *Revista Iberoamericana de Psicología: Ciencia y Tecnología*, 7(2), 93-102.

Resumen

Este trabajo presenta reflexiones sobre la incidencia de ideología en las representaciones sociales de las relaciones de género existentes en las Revistas Women's Health y Men's Health. Con esta finalidad fue realizado un análisis de contenido de acuerdo con Bardin, que resultó en ocho categorías temáticas, que son: cuerpo, sexo, vestimenta y moda, consejos de belleza, atemporalidad, inmediatez, salud y un tiempo fuera del gimnasio. Los datos fueron analizados desde la perspectiva de los estudios feministas de género, inspirados en las obras de la serie género y contemporaneidad. Los resultados apuntan a la existencia de estereotipos de género en las representaciones sociales de las revistas estudiadas, transmitidos en los medios de comunicación y que tienen un fuerte impacto ideológico en la sociedad contemporánea. Por lo tanto, no es solamente un medio para el cuidado de la salud y el bienestar, que el título de las revistas sugieren. Se presentan estereotipos basados en los modelos patriarcales aún existentes que alienan y dirigen al "consumo de los cuerpos", indicando la necesidad de reinventar la manera de ser y de vivir en el mundo contemporáneo.

Palabras clave: Género, representaciones sociales, ideología, medios de comunicación, corporalidad.

GENDER, SOCIAL REPRESENTATIONS AND IDEOLOGY: AN ANALYSIS OF WOMEN'S HEALTH & MEN'S HEALTH MAGAZINES IN BRAZIL

Abstract

This paper presents reflections about the impact of ideology on the social representations of gender relations in Women's Health and Men's Health magazines. For this, a content analysis was made according to Bardin, that resulted in eight thematic categories, which are: body, gender, clothing and fashion, beauty tips, timelessness, immediacy, health and time out of the gym. The data were analyzed from the perspective of feminist gender studies, inspired in the books of gender and contemporary collection. The results revealed the existence of gender stereotypes in the social representations of the magazines studied, transmitted in the media and which have a strong ideological impact on contemporary society. Therefore, it's not only a magazine for the health care and welfare like the title of these suggests. Stereotypes are presented based on patriarchal social patterns that still persists, alienate and lead to "consumption of bodies", showing the needing to change the way of being and living in the contemporary world.

Key words: Gender, social representations, ideology, media, corporeality.

* Psicóloga, Doutora em Psicologia pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Professora na Faculdade de Desenvolvimento do Rio Grande do Sul. yaskarapalma@yahoo.com.br

** Psicóloga, Doutoranda em Psicologia, bolsista CAPES na Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Psicóloga na Universidade Federal de Santa Maria – UFSM, Campus Cachoeira do Sul. andressa_botton@hotmail.com

*** Psicóloga, Doutora em Psicologia pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Professora da Faculdade Inedi - CESUCA e Faculdade IBGEN. alinepiason@uol.com.br

**** Psicólogo. Doutor em Psicologia Social pela University of Wisconsin at Madison, Professor convidado da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. pedrinho.guareschi@ufrgs.br

***** Psicóloga, Doutora em Psicologia pela Universidad Autónoma de Madrid, Professora Titular da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. streymn@puccs.br

Introducción

Este estudio presenta reflexiones sobre las representaciones sociales acerca de los roles de género en Brasil, presente en las revistas dirigidas a hombres y mujeres, *Men's Health* y *Women's Health*. El objetivo es tratar de comprender e identificar las representaciones sociales de hombres y mujeres en la sociedad contemporánea a través del discurso ideológico transmitido en las portadas de las revistas.

El aumento de la preocupación por la belleza del cuerpo es un fenómeno que se ha consolidado en las últimas décadas por las mujeres y, más recientemente, en relación a los hombres. Eso porque, aquellos que están de acuerdo a los patrones de belleza masculina y femenina son mirados y admirados como fuente de inspiración (Castro, 2007).

En la historia de la humanidad, el tema de la belleza siempre ha sido crucial, generando más ansiedad a las mujeres que a los hombres, puesto que la sociedad es más tolerante con la negligencia en la apariencia de ellos que de ellas (Lypovetsky, 1997; Rodrigues, 2008). En este contexto, el culto al cuerpo delgado y sin defectos difundido en la sociedad colabora con la no aceptación de las mujeres de su propio cuerpo.

Aunque este fenómeno sea más frecuente entre el sexo femenino, en los últimos años, se observa una gran preocupación de los hombres por la imagen corporal. La carga sociocultural por un cuerpo hermoso y, consecuentemente, las expectativas de ser aceptado socialmente están suscitando cambios en el comportamiento masculino. Eso genera un aumento de cuidado con los hábitos alimentarios, la adherencia a la dieta, la mayor demanda de tratamientos estéticos y la práctica de ejercicios físicos (Facchini, 2006).

Cabe destacar lo mucho que un cuerpo de hombre musculoso, fuerte y viril representa un estereotipo de masculinidad, convirtiéndose en un punto de referencia de corporeidad para este sexo (Beiras, Lodetti, Cabral, Toneli, & Raimundo, 2007). García (2004) también habla de un hombre, contemporáneo, que luce el mismo aspecto antes citado, y cada vez más vigoroso, robusto y fuerte. Sin embargo, menciona otros estereotipos, que se están consolidando hoy, relativos al sexo masculino: la delicadeza, la dulzura y la comprensión por parte de los hombres, con el llamado metrosexual.

Esta es una característica común en la actualidad, en lo que se refiere a la flexibilidad en los estereotipos de género con lo que es considerado por el sentido común, característico del hombre y de la mujer. Los estereotipos son construcciones dependientes de la historia y de la cultura en la que hablamos, y contribuyen a la inflexibilidad y a la dicotomía de conceptos y pensamientos, que en este

caso solamente consideran el sexo biológico del individuo (Peixoto Junior, 2005; Strey, 2011; Winck, 2008).

Marco Teórico

El concepto de género fue presentado por Joan Scott en los ochenta, como una categoría útil de análisis histórico y relacional, cuestionando posiciones esencialistas y universales al decir que "hombre y mujer son al mismo tiempo categorías vacías y desbordantes. Vacías, porque no tienen ningún significado último, transcendente. Desbordante, porque cuando parecen estar fijadas, aún contienen dentro de ellas, definiciones alternativas, negadas y suprimidas" (Scott, 1995, p.93).

Lo que se observa en la sociedad, siendo patriarcal, es exactamente eso. Mujeres atadas a las funciones previstas para ellas, de madres, de trabajadoras, pero sin dejar de ser la "reina del hogar", o simplemente "hembra" - delicada, frágil, desorientada, con comportamientos emocionales (Colling, 2004; Scott, 2002). Son repertorios que se esperan de las mujeres y son construcciones históricas que definen las formas de ser y de actuar, y sin que se perciba, se ha naturalizado eso hasta el punto que muchas piensan que son así porque que la naturaleza las hizo de esa forma.

En la cultura actual, los cuerpos tienen un papel importante en el desarrollo y mantenimiento tanto de la feminidad como de la masculinidad (Paechter, 2009). Los aspectos externos del cuerpo y cómo los individuos pueden tomar ventaja de ellos terminan por limitar muchas escenas que podrían protagonizar este tema, debido a que los aspectos físicos se asocian a lo que se pone en práctica en relación a los comportamientos masculinos y femeninos ya ofrecidos socialmente.

Estas reflexiones son posibles, debido principalmente a las demandas de los estudios feministas de género, lo que permitió, entre otros logros, la entrada de las mujeres en los espacios públicos, anteriormente exclusivamente masculinos (Perrot, 2005; Therborn, 2006; Scott, 2002). Así, los movimientos feministas aliados a los estudios de género (Piason, Palma, Von Mühlen, & Strey, 2012) se constituyen en una forma de transformar las relaciones de dominación provenientes de la diferencia entre los sexos.

En la actualidad existen muchas fuentes de influencia que difunden esos modelos de belleza socialmente construidos a los cuales hombres y mujeres están pasivamente sujetos. Uno de los dispositivos de mayor control social que se reconoce es el de los medios de comunicación. Para Hennigen (2004), cuando se habla de la cultura contemporánea, en cierto modo, se trata de los medios de comunicación. No se puede negar su importancia cuando

se habla de producción y circulación de discursos sobre las formas de ser en la actualidad. Igualmente, cualquiera que sea la dimensión de la subjetividad que está en cuestión, no se puede dejar de lado los medios de comunicación y todos los discursos que contemplan.

Por estar presente de forma masiva en la vida de las personas, termina por ser más que un medio donde se exponen modelos de vida. Es un lugar de construcción de identidades, pues las formas de ser y estar en el mundo están constantemente producidas y reproducidas en la esfera social (Fischer, 2000), pero solamente existen desde el momento en que habitan los espacios y los medios de comunicación, susceptibles de ser divulgados.

La red social mundial constituye, actualmente, una realidad en la cual la información y el conocimiento son accesibles en casi todos los espacios públicos y para toda la población de la tierra, con raras excepciones (Balestrin & Strey, 2006). Por lo tanto, se vende, todo el tiempo, formas de ver, sentir, pensar y percibir, al mismo tiempo en que se consume mucho más que los productos presentados. Junto a ellos se consumen formas de vida, se consume la subjetividad.

En esta perspectiva, este fenómeno de exaltación del cuerpo y de la imagen de belleza, característica de la sociedad contemporánea, se ha convertido en natural para muchos hombres y para muchas mujeres, es un ideal a seguir, sin preguntar el por qué se debe seguir este tipo de comportamiento. En esta dinámica, las representaciones sociales surgen con el fin de discutir estos temas cotidianos importantes que no se discuten en su totalidad, ya que son considerados "normales" en el entorno social.

La principal justificación para el estudio de las representaciones es dar atención a una realidad que se ha "naturalizado" en la vida cotidiana, y darse cuenta de que tiene el poder movilizador y explicativo. Eso porque, las representaciones sociales incluyen un conjunto de creencias sobre lo que en una cultura se considera apropiado para mujeres y varones (Jovchelovitch, 2008).

Estudiar las representaciones sociales es intentar conocer la manera cómo un grupo humano construye un conjunto de conocimientos que expresa la identidad de un grupo social y las representaciones que se forman sobre una variedad de objetos y códigos culturales que definen las reglas de una comunidad (Oliveira & Werba, 1998).

Jovchelovitch (2008) explica, entonces, que la teoría de las representaciones sociales ofrece un conjunto de conceptos articulados que intentan explicar cómo el conocimiento social se produce y cambia en procesos de comunicación e interacción social (Arruda, 2002). Su surgimiento ocurrió contradiciendo el paradigma dominante de la época, siendo que la matriz de la teoría aparece en

1961, en la obra de Moscovici, sin tener mucho impacto en las teorías de la época. En los años ochenta, la teoría de las representaciones sociales vuelve a aparecer con toda su fuerza, con el enfoque de trabajar el pensamiento social en su dinámica y diversidad.

Muchas veces, las representaciones sociales pueden aparecer asociadas al término Ideología. Este término fue utilizado por primera vez por el filósofo francés Destutt Tracy, en 1796, describiendo su proyecto para una nueva ciencia interesada en la generación, la combinación y las consecuencias de ideas y sensaciones (Thompson, 2007). La ideología sería considerada la "primera ciencia", ciencia de las ideas, porque todo conocimiento científico implica una combinación de estas ideas. A través de un cuidadoso análisis de las ideas y sensaciones, la Ideología permite una comprensión de la naturaleza humana, lo que posibilita la reestructuración del orden social y político, de acuerdo a las necesidades y aspiraciones de los seres humanos.

Oliveira y Werba (1998) reflexionan sobre las relaciones entre ideología y representaciones sociales. Según las autoras, solo es posible relacionarlas considerando la ideología como el uso de acciones simbólicas para crear o reproducir la dominación. Luego, es posible concluir que las representaciones sociales, siendo formas simbólicas pueden ser ideológicas, pero no se puede decir eso *a priori*. Considerar la posibilidad de una representación de la ideología social es mostrar que sirve, en determinadas circunstancias, para crear o reproducir las relaciones de dominación.

Con el fin de ver la ideología en una representación social, es necesario investigarla y estudiarla. Y una de las maneras de investigar las representaciones sociales son los dispositivos de medios de comunicación que ayudan en la creación y perpetuación de los conceptos socialmente construidos. Las revistas, de acuerdo a Scalzo (2003), son uno de los medios de comunicación que ayudan a construir identidades, a crear espacios comunes, y que es capaz de establecer un vínculo invisible entre las personas de un mismo grupo, o de identificarlas con un mismo tema.

En la actualidad las diferentes formas de los medios impresos se están consolidando como un espacio diferenciado para difundir información relacionada con el cuerpo. Una de las estrategias utilizadas por las revistas, especialmente femeninas, es recurrir al conocimiento de expertos en determinado asunto (Castro, 2007). Los consejos varían desde cuidado del cuerpo, en relación con el campo de la sexualidad, moda, dieta, belleza hasta ejercicios físicos.

Sin embargo, hay, recientemente, una innovación en el campo de las revistas que acompañan los cambios de comportamiento experimentados por los hombres en los últimos años - como los cuidados con la belleza (Scalzo,

2003). Ahora, algunas revistas masculinas tratan de abordar, esencialmente, el comportamiento masculino y sus efectos, aunque no sean iguales a sus similares femeninos. Está claro que estas revistas siguen mostrando imágenes de mujeres semidesnudas y sin ropa, pero haciendo este apelo a través de un tono irreverente y bien humorado.

Este es el caso de la Revista Men's Health, una de las elegidas para el análisis del corpus. La otra revista analizada fue su correspondiente dirigida a las mujeres, la Women's Health. En esta perspectiva, con la finalidad de investigar las representaciones sociales de hombres y mujeres, sigue una descripción de los métodos utilizados en esta investigación.

Método

Tipo de estudio

El estudio sigue con el diseño del análisis de documentos cualitativo, que utiliza escritos como corpus de investigación. Para eso, fueron analizadas desde enero de 2012 hasta diciembre de 2012, doce portadas de revistas vehiculadas en Brasil, dirigidas a las mujeres – Women's Health - y doce portadas de sus correspondientes dirigidas a los hombres – Men's Health, totalizando veinticuatro casos. El número de revistas elegidas para el análisis se determinó por abarcar el acompañamiento durante un año pues la revista se divulga mensualmente.

Procedimiento

La elección de las portadas de estas revistas puede justificarse en términos de lo que afirma Scalzo (2003): "Una buena revista necesita una portada para ayudar a ganar y convencer sus lectores a llevarla a casa" (p.62). La autora cita a Corrêa (2000) al decir que es necesario que la portada configure como un escaparate capaz de encantar y hechizar al lector.

Después de elegir el corpus, el estudio de los datos se basó en el Análisis de Contenido, que, según Bardin (2004), es un conjunto de herramientas metodológicas que se aplican en los discursos de todo tipo. Ese método de análisis de los datos atrae al investigador que se interesa por lo oculto, por lo latente, por aquello que no está aparente, por aquello que no fue dicho claramente, en cualquier tipo de mensaje.

La autora Bardin explica que en esta técnica, el investigador clasifica los distintos elementos que dispone siguiendo criterios preestablecidos. Así, introduce un poco de orden

en la confusión inicial de esos elementos, lo que permite, por tanto, darle un sentido a la comunicación en cuestión.

Las categorías de análisis en este estudio fueron creadas a partir de las frases "principales" de las portadas de las revistas, en vista de la lectura de los libros de la Serie Género y Contemporaneidad, coordinada por la autora Marlene Neves Strey (Strey, Lisboa Cabeda, & Rodrigues Prehn, 2004; Strey, Ruwer de Azambuja, & Pires Jaeger, 2004; Strey & Lisboa Cabeda 2004, Strey, Silva-Neto, & Horta, 2007; Strey, Wilke, Rodrigues, & Balestrin, 2008; Strey, Nogueira, & Ruwer de Azambuja, 2010; Strey, 2011, 2012). Abordando cuestiones relacionadas con los estudios de género, los temas presentados en la serie de estos libros, llaman la atención sobre las relaciones asimétricas entre hombres y mujeres y crean asociaciones con otros temas como la corporeidad, la cultura, los medios de comunicación, la subjetividad, la sexualidad y la salud.

Además de eso, realizar análisis de contenido, favorece la organización de los datos de este corpus de la investigación, distribuido en sesiones temáticas donde están divididos los temas de las revistas. De esta manera, la elección de la forma en que se analizarán los datos, corrobora con la forma en que son transmitidos, permitiendo así su correspondiente división en categorías temáticas que se muestran en las siguientes tablas, que fueran: Cuerpo, Sexo, Vestimenta y Moda, Consejos de Belleza, Atemporalidad, Inmediatez, Salud, Un tiempo fuera del gimnasio.

Resultados y Discusión

Tabla 1

Categoría: Cuerpo

Women's health	Men's health
Saca calorías; Delgada, saludable y sexy; Bajar de peso sin sufrimiento; Gana formas rápidamente; Menos kilos; Dieta del abdomen definido; Cuerpo más sexy, Linda y delgada, sin sudor; Firme y sexy; Lista para el bikini; Delgada a los 20, firme a los 30 y fuerte a los 40; Feliz nuevo cuerpo.	Nuevo año, cuerpo en día; Delgado y musculoso basado en deportes; ¡Adiós, panza!; Fuerte sin salir de casa; Cuerpo guapo en 28 días; Vuélvete grande; Gana un cuerpo diez por ciento más fuerte; Detona 5 kilos en un mes; La nueva forma en 28 días; Abdomen definido en un mes; Ponte fuerte ya; El menú ideal para el verano.

Se observó que en ambas portadas de revistas, el énfasis a la salud está relacionado con la imagen corporal, depreciando el cuerpo femenino que no está delgado y tampoco en forma, y que tiene exceso de peso. Las portadas

muestran como deseable el cuerpo que es delgado, sexy, el cual está en forma y sin celulitis. Ya el cuerpo masculino admirable es aquel que se presenta también delgado y sin exceso de grasa. Sin embargo, tienen otros aspectos que también se muestran en las portadas, cómo musculoso, ágil y atlético.

Acerca de las frases “principales” de las portadas de las revistas, se percibe la apelación a la cuestión del cuidado y la preocupación con el cuerpo, siendo recurrente en la revista masculina la asociación entre cuerpo delgado y fuerte, y esta es una característica que es estereotipada, popularmente, como masculina. Ya en la revista femenina la apelación a la delgadez ocupa la mayor parte de las llamadas, incluso los titulares que no usan directamente la palabra delgadez, tienen una imagen corporal que luce delgada con atributos relacionados con la sexualidad - “Guapa, delgada y sexy.”

Novaes (2006) explica que todas las inversiones, los sacrificios y los cuidados que hacen las mujeres en relación a la estética de su cuerpo buscándolo hacen para lograr visibilidad social, es decir, algo que evite la mirada represiva de la sociedad, y a la vez exija la atención de los otros y sus elogios. Para mantenerse dentro de las normas dictadas, es cada vez más común, que un gran número de mujeres se exponga a intervenciones corporales significativas con el objetivo de obtener el cuerpo que consideran perfecto y requerido por la corriente estética actual: delgado y joven.

Por otro lado, el cuerpo masculino debe presentarse musculoso y viril, a través de músculos y fuerza. Estos aspectos refuerzan un rasgo considerado masculino por la sociedad, es decir, un estereotipo asociado a los hombres (Beiras et al., 2007). Andrade y Santos (2009) llaman la atención sobre algo que está ocurriendo recientemente en relación a los varones: la preocupación con la grasa corporal y la necesidad de adorar a un cuerpo esbelto, que antes era requerido, con mayor intensidad, a las mujeres.

En los titulares que tienen que ver con el sexo, en las dos modalidades de la revista es recurrente el tema del placer sexual y satisfacción personal. Se observa, sin embargo, que algunos titulares de la revista femenina no mencionan tanto el placer específico para la mujer, cómo en las revistas masculinas para el hombre. Además los consejos son para aumentar el placer del hombre, sin abordar mínimamente este punto en relación a su pareja.

Se destaca el hecho de que los titulares con respecto a los temas sexuales en las revistas para hombres son la asignación de sexo como prueba de un buen funcionamiento corporal, alejado de afecto y compromiso sentimental. Además de eso, se observa que la cantidad de relaciones es más valorada que la pareja y la relación en sí misma.

Tabla 2

Categoría: Sexo

Women´s health	Men´s health
Lo que él quiere en la cama, pero no te cuenta; Él se masturba sin ti; ¿Él quiere amistad o llevarte a la cama?; Hot sexy: dieciséis posturas recalientes; Loca de deseo en cuestión de minutos, ¿estás lista?; Hot: el nuevo acuerdo para que las parejas pongan sal y pimienta a la relación; Haz tu cama en llamas esta noche; Mensaje sexy para ti: despierta el deseo con un clic; Oh my, prepárate para el mejor orgasmo de tu vida; “Hot baby”: las ventajas de tomar la iniciativa; “Red hot sexy”: aumenta aún más tu placer esta noche; Sexo picante: las palabras que encenderán el fuego en las sábanas, ¿aceptas?	Edición especial - parejas: cómo dar “up” a la relación, tiempo para estar solo y 9 trucos de seducción; ¡Tú, el inolvidable! Ellas cuentan lo que las vuelven locas en la cama; ¡Infalible! Explora el punto correcto y sé “El Hombre”; La mejor hora para coger: despiértate temprano y empieza el día con el mayor placer; Seducción: ¿sabes lo qué hacer?; Comprueba tu seducción y vete a la batalla; Seduce a una amiga: para con la charla de amigo; Noviazgo caliente: Cinco reglas de seducción para subir la temperatura; 9 pasos para dominar la forma de ser de ella; Ten sexo como una estrella del rock: trucos calientes de Slash y compañía; Sexo en siete pasos: el mapa de la ruta; triunfar en la segunda cita; Seduce en la net; Sedúcela sin error: descifra la charla de ella y ve directo al punto.

En esta perspectiva, es importante tener en cuenta la diferencia con que las revistas tratan a mujeres y hombres, con base en estereotipos del sentido común, en los cuales las mujeres se relacionan priorizando las expectativas de su pareja, mientras que para los hombres la cuestión del deseo sexual y de la conquista es más valorado.

El énfasis en la publicación para mujeres está puesto en complacer a los varones, y ser más atractiva sexualmente, mientras que en la publicación masculina, el acento está puesto en la potencia sexual, en su capacidad para conquistar y obtener placer, y en potenciar su virilidad. En ambos casos, totalmente apegados a los estereotipos tradicionales.

Acerca de estas diferencias, Winck (2008) discute que en la sociedad contemporánea, hay algunos roles asignados a hombres y mujeres, productos de un largo proceso de construcción socio-histórica. A las mujeres se les enseñan, desde niñas, los valores femeninos, y a los hombres, los valores masculinos, todos socialmente constituidos y aprobados por el sentido común en las diferentes culturas.

En las sociedades occidentales, por ejemplo, es común difundir enseñanzas como: “los hombres no lloran”, “sea un hombre”, “está con tanto miedo que parece una mujercita”,

mostrando estereotipos que diseñan a un hombre macho, fuerte e insensible y sin espacio para la manifestación de sus sentimientos y debilidades. Es el refuerzo de los valores sexistas y patriarcales que establecen un sexo fuerte (masculino) en contraposición a un sexo débil (femenino).

Tabla 3

Categoría: Vestimenta y Moda

Women´s health	Men´s health
Looks, accesorios, barras de labios - qué va a ser atractivo en el verano de 2012; Verano - "Make" para el día y para la noche; Pantalones vaqueros: para trabajo, paseo y disco; Looks deportivos ganan las calles; Chaquetas versión de día y de noche; 36 bikinis: elige el modelo de acuerdo con tu cuerpo; Vamos a la disco: Triunfe en las fiestas con un look increíble.	Discoteca y trabajo, la ropa blanca que te da up; Los mejores pantalones para cualquier ambiente de trabajo; La ropa cómoda que es de gran estilo; Guía de estilo de invierno: 124 ideas prácticas para crear un look imbatible; Cuero: catorce piezas que protegen sin perder el estilo; El invierno y el verano en el mismo "look"; El "look" (casi) hippie que es fenomenal; La ropa adecuada para diversos tipos de fiesta; 125 ideas para un "look top"; "Look top" para el Año Nuevo.

Se observa que en todas las revistas masculinas el tema de la moda y de la estética está vinculado a los manuales de aprendizaje, mientras que en la revistas femeninas este tema aparece vinculado a distintos aspectos de la vida, cómo la alimentación o la salud. Esto invita a discutir si estas cuestiones no se consideran inherentes a la feminidad de las mujeres, a diferencia de los hombres que necesitan que se les enseñe, se les capacite, a través de una especie de manual, guía, ya que se podría suponer que el sentido estético no es natural en ellos

Las llamadas de las portadas necesitan ser consideradas a partir del concepto de estereotipo de género que separa los modelos para varones y los modelos para las mujeres, creando relaciones desiguales. Para la superación de esas dicotomías es necesario la aportación de una mirada crítica que muestre las diferencias en cuanto creación ideológica y no tendencias naturales.

Acerca de estas construcciones de las diferencias de género, Strey (2012); Strey, Botton, Cadoná y Palma (2012) discuten que este concepto puede estar relacionado con las diferencias de sexo, pero no estrictamente relacionado con las diferencias fisiológicas. Esto depende de la percepción social del proceso que convierte hembras en mujeres y machos en hombres.

Tabla 4

Categoría: Consejos de Belleza

Women´s health	Men´s health
Pelos después de la playa - peinados fáciles para ponerse guapa sin tener que ir a casa; Dieta de la energía: una guía para adelgazar en 24 horas; Piel increíble: con acupuntura, masaje, dieta y homeopatía; 215 trucos estupendos de belleza comprobados y aprobados; Beauty Bonos: Rescata el volumen de la boca, cara o pelo; Secado perfecto: cómo tener cualquier pelo liso, ligero y suelto; Labios protegidos, pelos sedosos, piel hidratada: Protege tu belleza contra el cambio climático perjudicial; Beauty bonos: tus principales dudas de belleza contestadas + las mejores opciones de "make" (maquillaje) en crema; Clase de "make": paso a paso con los colores de la temporada; ¿Liso o rizado?: soluciones que dejan los pelos hermosos ahora; Bonos: tú más guapa en cada década; Pelo y "make" llenos de luz.	Estilo: domina tus pelos y destácate en la playa; Cera, pelo en la nariz, ronquidos y calvicie: fortalece tu salud y ponte más seductor; 152 trucos para ser más atractivo; La forma más fácil de ser guapo: consejos para el pelo, la piel, la barba y los ojos; Asegura una sonrisa y una cara de ganador; "Kit" Nota diez: garantiza la mejor presentación; Ejercicios de media hora que dejan tu cuerpo más seductor; Cuidados personales: 126 soluciones para ponerte más atractivo; No dejes el calor de verano estropear tu apariencia.

En las frases que dan consejos de belleza, la revista femenina valora adjetivos asociados a la belleza como hermosa, increíble, sexy y poderosa, como ejemplo "labios protegidos, pelos sedosos, piel hidratada" y "peinados fáciles para ponerse guapa". Mientras que para el hombre estos consejos son en un lenguaje más directivo, como "pelo en la nariz, ronquidos y calvicie". Se percibe, también, que para las mujeres la posibilidad de la aparición de marcas que indicarían el paso del tiempo es condenada y evitada energicamente, denotando una gran pelea en contra de lo natural, de la mujer real.

Se observa, en el análisis de las revistas masculinas, una guía que contraría las normativas, valorando además de los músculos el uso de cosméticos y fragancias y cuidado de la piel, la barba, el pelo y la nutrición. Este punto presenta la imagen del hombre contemporáneo que tal vez sea más valorado en las revistas a partir de ahora.

García (2004) señala un nuevo tipo de hombre - llamado metrosexual - que se presenta en la contemporaneidad, preocupado con la apariencia, que se da cuenta de que uno no tiene que ser descuidado con la estética para ser considerado varonil. Esta transformación cumple con los cambios actuales en la sociedad, que muestran una mo-

deración de los roles masculinos y femeninos, así como la búsqueda entre ambos sexos del cuerpo idealizado.

Tabla 5

Categoría: Atemporalidad

Women's health	Men's health
Nuevo año, nuevo cuerpo; Trasero a prueba de gravedad; Haz que las hormonas actúen a tu favor; Ejercicios y dieta para ponerte sexy a cualquier edad; Feliz nuevo cuerpo.	Testosterona: larga vida a la hormona del rock'n'roll.

Se nota, en la revista femenina, una característica muy presente que trae el tema de la atemporalidad, lo que indica la importancia de la permanencia de ciertos atributos y adjetivos, ignorando el paso del tiempo. Se debe estar delgada, hermosa y joven por siempre, utilizando los distintos recursos para esto, conforme indican los reportajes. El hecho más curioso es que en las 12 portadas de la revista masculina, este punto aparece una sola vez, por lo que refleja que para el hombre contemporáneo, el paso del tiempo no es considerado un problema o una preocupación.

En este sentido, Moreno (2008) afirma que no son los efectos del tiempo que descalifican a las mujeres, sino la sociedad que las discrimina mientras su edad avanza. La autora afirma que, hoy en día, la belleza está siempre relacionada con la juventud, y como ser bella es un elemento esencial para asegurar la aceptación, nadie quiere envejecer.

Tabla 6

Categoría: Inmediatez

Women's health	Men's health
Una serie de treinta minutos para quemar grasa, tonificar el cuerpo y reducir medidas; Serie poderosa de quince minutos; Boxeo: cuerpo delgado y definido ahora; Plan de treinta minutos: el abdomen definido, brazos definidos y piernas fuertes; - 1000 calorías por día : cambiando solamente dos alimentos de tu dieta; Trasero más empinado con ejercicio de quince minutos; 14 trucos que derriten la grasa y tonifican rápido; Brazo definido con ejercicio de 15 minutos; Lista para el bikini en noventa días; Quema toneladas de calorías con un ejercicio; Serie de 15 minutos para hacer en la playa y en el hotel.	El plan de los once pasos para crecer tus músculos rápidamente; Gana un abdomen definido en un mes con cinco ejercicios y ejercicios para hacer antes de la discoteca: cinco maneras de crecer tus músculos rápidamente; Musculoso en 28 días de ejercicios y un menú fácil de definir tu cuerpo; Espaldas anchas en un mes; El plan de seis pasos para definir tu cuerpo en un mes; Reduce 5 kilos en un mes; Nueva forma en 28 días; Abdomen musculoso en un mes; Mantente fuerte ahora y ejercicios y menú para ponerte musculoso en treinta días.

Un tema característico de lo contemporáneo es la inmediatez, que aparece de forma recurrente en las dos modalidades de la revista y de una manera muy incisiva. Los logros relacionados con la apariencia deben ser inmediatos y no requerir demasiado esfuerzo.

El sociólogo Bauman (2004), citado por Garcia Pallares-Burke (2004) analiza este fenómeno, que revela que "(...) todos los aspectos de la vida humana son afectados cuando se vive cada momento sin que la perspectiva a largo plazo tenga más sentido" (p.322). La fluidez y la inmediatez son los frutos de una sociedad que considera el cuerpo como un objeto de consumo y de obtención de admiración.

Tabla 7

Categoría: Salud

Women's health	Men's health
Retos de Vacaciones: Rutas de viajes para perder peso y relajarse; Es bomba: producto de moda en los gimnasios es un riesgo para tu salud; 106 nuevos alimentos aprobados por los nutricionistas; Alerta de salud: ¿cómo está tu corazón?; Alerta de salud: el enemigo número uno de las mujeres que hacen ejercicios; Adiós resfriado: cinco maneras efectivas de proteger tu salud; Alerta de salud: tu cerebro puede estar en peligro; Dieta de la alegría: adelgaza y mejora la salud y el estado de ánimo; Alerta de Salud: errores que incluso buenos médicos cometen; Alerta de Salud: verdades sorprendentes sobre las enfermedades de transmisión sexual.	Corazón de acero en seis pasos; No caigas con mala salud en 2012; Refuerza la salud y ponte más seductor; Seis trucos para dormir como una piedra; ¡Estofado ahora! 5 platos sencillos que dan músculos, salud y Especial adiós dolor: ninguna lesión en el ejercicio; Evita remedio inútil; 100 maneras de vivir con salud; ¿Cáncer? ¿Diabetes? ¿Corazón? Sin grasa abdominal y vive bien; Guía MH de carrera: acelera y adelgaza sin lesiones; ¿Bebida alcohólica como medicina? Sin mezclas nocivas; Recarga tu batería: sin enfermedades que terminan con tu energía; Protege tu corazón y vive bien.

Una sección presente en las dos categorías de las revistas femenina y masculina trae el tema de la salud y la vida sana, aunque algunas diferencias son notables en la forma de tratar la temática. En la revista femenina, el tema fue llevado junto con otros temas, pero se observa que a lo largo de las ediciones, ganó una sesión específica y más prominente. Este punto permite reflexionar sobre la importancia que la mujer contemporánea está dando a su salud, separándola, tal vez, de la imagen de la "delgada y sexy" ya que ahora tiene una sesión específica.

En las revistas masculinas se señalan varios reportajes sobre el cuidado del corazón y la prevención de ataques cardíacos, además de los que abordan temas más genera-

les: la salud (de modo general), los dolores y la alimentación como importantes y complementarios para una buena salud. Con respecto a esto, Castro (2007) dice que la búsqueda de un cuerpo sano es un factor de motivación para buscar el culto al cuerpo. Para las mujeres no hay vergüenza en tener este comportamiento, por otro lado, se sienten orgullosas de divulgar este discurso sano, de quien cree que está cuidándose.

Sin embargo, para la autora, esto se debe a que algunas mujeres se avergüenzan de poner la belleza física como la única motivación para el cuidado de la salud y por eso, asocian el discurso médico con sus justificaciones. De esa forma, ella cree que las mujeres no son totalmente verdaderas cuando justifican la ida al gimnasio solamente por la salud, y explica que, enmascaradamente, está el peso de la estética corporal.

Tabla 8

Categoría: Un tiempo fuera del gimnasio

Women´s health	Men´s health
Un brindis a la cerveza; Antidepresivos que hay en su plato; Temporada de quesos: come sin culpa; ¿Adicta al azúcar? Tenemos la cura; ¿Quieres ser una reina Burger? Tenemos las recetas; Bonos especial: cuidados personales, Sexo, bebida y comida: la hormona que despierta el placer y la adicción; Baila para ser más feliz, inteligente y sana.	Asado “top”; Playa sin diarrea: diez reglas para beber sabiamente; Carrera: repensar los hábitos y ascender; 9 mejores maneras de vender tus ideas para tu jefe; Moto: relájate y reflexiona en el camino; Guía MH del buen tomador de cerveza: la dosis ideal de placer; Merienda “top” después de la discoteca: para acabar con el hambre; ¡Especial vivir bien! 100 ideas para dar “up” en tu hogar; 8 maneras simples de comer bien; Bebe cerveza de la mejor manera - con placer y salud; Guía: 104 ideas que facilitan tu vida.

Se observa, en la revista masculina, una variedad de temas relacionados con los diferentes ámbitos de la vida masculina, como fiestas, hogar, automóvil, viajes, bienestar y carrera, no lleva cualquier asunto en exceso y por lo tanto no los desarrollan. Este aspecto puede mostrar un punto consonante al estereotipo masculino de la objetividad, de la impaciencia con el diálogo y del permiso de la práctica de los diferentes roles social, sin que se considere negativo.

En la revista femenina, estos temas poco frecuente están relacionados con el tiempo libre de las mujeres, en que ellas no necesitan preocuparse con la belleza y las formas físicas, siendo permitido percibirse como una mujer real. Lo que llamó la atención fue el hecho de que las mujeres están vinculadas con las palabras cerveza y sexo, como

fuentes de placer, que hasta ahora eran solo asociadas con el universo masculino.

En la temática de las relaciones laborales, que fue objeto de muchos logros de las luchas feministas, no aparece en la revista femenina, como si el tema no hiciera parte de esta realidad. Por otro lado, en la revista masculina, además del tema tener una sesión específica, es muy explícito y relacionado con la competencia, el enriquecimiento, el poder, señalando ser parte del cotidiano masculino.

Como se ha mencionado, el género sirve para cuestionar y teorizar acerca de los roles sociales ocupados por mujeres y hombres. Con la identidad de género, el proceso no es diferente: las niñas y los niños aprenden desde la primera infancia lo que es aprobado socialmente para ser, comportarse, hablar y vestirse, de acuerdo con su sexo.

Son designadas a seguir ciertos modelos sociales juzgados como ideales, por corresponder a las normas sociales construidas y aceptadas culturalmente. Por lo tanto, dejando de lado comportamientos que no cumplan con los requisitos que espera lo social, al mismo tiempo en que se identifican con lo que es naturalizado como femenino y masculino (Bueno, 2006; Colling, 2004; Rodrigues, 2008).

Consideraciones Finales

En el presente estudio, se evidencia lo mucho que los medios de información –en este caso, las revistas– son mantenedores de los estereotipos de género. Cuando esos discursos circulan socialmente hay una tendencia a considerarlos legítimos, listos a ser copiados y seguidos por hombres y mujeres.

Ese proceso de naturalización de las vivencias cotidianas refuerza y propaga las representaciones sociales sobre el masculino e el femenino. En consecuencia endosa la ideología que da sustentación a esos procesos. Los titulares de las portadas de las revistas que dictan modos de ser para varones y mujeres y sus relaciones, son dispositivos de información que crean y/o refuerzan las representaciones para ambos los sexos y refuerzan las dicotomías.

Cuando frases apuntan formas de comportamiento “indicados” para una mujer, como, por ejemplo, estar magra y sin celulitis para ser considerada sexy, refuerzan las representaciones sociales sobre lo femenino en la sociedad, y su socialización desde la infancia y que los niños son entrenados a buscar. De la misma forma, la publicación de cuerpos masculinos perfectos y envidiables que además son más musculosos y ágiles refuerzan esas enseñanzas cotidianas que terminan por adquirir valoración ideológica.

Es necesario recordar el carácter educativo que las representaciones sociales adquieren en el día a día. Cómo se

trata de un conjunto de saberes y prácticas constituyentes de los espacios en que los sujetos circulan, aportan de manera automática aspectos de la cultura y de las creencias contemporáneas. Tales representaciones pueden cargar aspectos ideológicos de una población en el tiempo que auxilian en su manutención (Ávila & Guareschi, 2009).

De la misma forma, una ideología no puede ser percibida ingenuamente. Es una estrategia social que crea y mantiene a los sujetos en posición de desigualdad, en virtud de las relaciones de dominación que sustenta. Coloca, así los involucrados en asimetría y, contemporáneamente, aun en desigualdad a hombres y mujeres (Ávila & Guareschi, 2009).

Al buscar sobre la manera estereotipada con que el discurso informativo se refiere a hombres y mujeres, se encuentra representaciones sociales muy fuertes, revelando y confirmando la diferencia que hay entre los sexos, que se basa principalmente en cuestiones biológicas. En esta perspectiva, es desconsiderado todo el aparato capaz de caracterizar a un sujeto en su totalidad, que los estudios de género indican como esenciales.

Se cree que, como consecuencia, son reforzadas las relaciones de dominación entre hombres y mujeres y esta relación dominante/dominada ya no puede más ser aceptada desde una perspectiva social contemporánea, dada la flexibilidad con que ocurren en estos días. Luego, vemos la presencia de ideología en las representaciones sociales relacionadas con hombres y mujeres contemporáneos, en el momento que estas representaciones sirven para mantener o crear relaciones desiguales, de dominación.

Es por medio de estereotipos de género, reforzados, en este caso, por los titulares de las portadas de las revistas, que hombres y mujeres van construyendo sus conocimientos del sentido común sobre lo que es ser hombre y mujer, para integrarse a los grupos que participan. Cómo visto, los discursos de las portadas sirven para reforzar la disparidad entre los sexos, para reforzar las relaciones de dominación y, por consecuencia, la ideología da la existencia del opresor – en este caso, los hombres – y de la oprimida – en este caso, las mujeres, reproduciendo lo que se vive en la actualidad.

Este estudio hizo énfasis en los discursos de las revistas distribuidas en Brasil, sin embargo, la realidad de cómo los medios de comunicación inciden en los cuerpos y en su subjetividad, es una realidad mundial. La sociedad contemporánea tiene los roles destinados a hombres y mujeres, productos de un largo proceso de construcción socio-histórica que se mantiene y que construye maneras de ser y de vivir.

Estas marcas estereotipadas en las revistas evitan que los cuerpos sean libres de los patrones patriarcales y queden

presos en los patrones de comportamiento, que supuestamente deberían tratar de la salud y del bienestar. Los conceptos de una vida saludable son distorsionados y convertidos en cuerpos robotizados, impuestos por los medios de comunicación, en función de un consumo de cuerpos.

Es necesario estar atento a las cadenas invisibles que sostienen los cuerpos en formatos específicos y a la ideología que está por detrás de las representaciones sociales que reiteran los patrones patriarcales. Los cuerpos entonces son receptáculos de una subjetividad derivada de esos patrones patriarcales, que dictan normas y reglas en una dirección única de vida.

Otras formas de vivir son posibles, pero tienen que ser reinventadas, más allá de una sociedad de consumo del cuerpo con estándares predefinidos de belleza que sobrepasan lo real. Para eso es necesario que se amplíe la concepción crítica de individuo y su relación con la sociedad, que sirva como un dispositivo social de escape de los esquemas de la llamada “dictadura de la belleza”.

Referencias

- Andrade, T. F., & Santos, M. A. (2009). A experiência corporal de um adolescente com transtorno alimentar. *Revista Latino americana de Psicopatologia Fundamental*, 12 (3), 454-468.
- Arruda, A. (2002). Teoria das representações sociais e de gênero. *Cadernos de Pesquisa*, 17, 27-147.
- Ávila, E. G., & Guareschi, P. A. (2009). Fotos de família: a representação social da família através do estudo da fotografia. Em H. Possamai, & P. Guareschi (Orgs.). *Territórios de exclusão: investigações em representações sociais* (pp. 9-22). Porto Alegre: ABRAPSO – Sul.
- Balestrin, V. G., & Strey, M. N. (agosto, 2006). As contradições do ter e do ser: cartografando modos de subjetivação capitalístico. *Anais do Fazendo Gênero 7, Florianópolis. Simpósio Temático 43, Florianópolis, SC, Brasil*.
- Bardin, L. (2004). *Análise de conteúdo* (3ª. ed.). Portugal: Edições 70.
- Beiras, A., Lodetti, A., Cabral, A. G., Toneli, M. J. F., & Raimundo, P. (2007). Gênero e super-heróis: o traçado do corpo masculino pela norma. *Psicologia e Sociedade. Florianópolis*, 19(3), 62-67.
- Bueno, C. (2006). O papel das representações sociais e da educação para o desenvolvimento da identidade de gênero. *Revista Brasileira de Crescimento e Desenvolvimento Humano*, 16(3), 92-103.
- Castro, A. L. (2007). *Culto ao corpo e sociedade: Mídia, estilos de vida e cultura de consumo* (2ª. ed. ampl.). São Paulo: Annablume.
- Colling, A. M. (2004). A construção histórica do feminino e do masculino. Em M. N. Strey, S. Lisboa Cabeda, & D. Rodrigues Prehn (Orgs.). *Gênero e cultura: questões contemporâneas* (pp.13-38). Porto Alegre: EDIPUCRS.

- Facchini, M. (2006). La imagem corporal em la adolescência ¿es um tema de varones? *Archivos argentinos de pedia- tría*, 104(2), 177-184.
- Fischer, R. M. (2000). Mídia e produção do sujeito: o priva- do em praça pública. Em T. M. Fonseca, & D. J. Francis- co (Orgs.). *Formas de ser e habitar a contemporaneidade* (pp. 109-120). Porto Alegre: Ed. Universidade/UFRGS.
- Garcia, W. (2004). O corpo contemporâneo: a imagem do metrosssexual no Brasil. *Mneme – Revista Virtual de Hu- manidades*, 5(11), 1-15.
- Garcia Pallares-Burke, M. L. (2004). Entrevista com Zigmunt Bauman. *Tempo Social*, 16(1), 301-325.
- Hennigen, I. (2004). Modos de ser homem e ser pai na mí- dia. Em M. N. Strey, S. Lisboa Cabeda, & D. Rodrigues Prehn (Orgs.). *Gênero e cultura: questões contemporâ- neas* (pp. 101-128). Porto Alegre: EDIPUCRS.
- Jovchelovitch, S. (2008). *Os contextos do saber: represen- tações, comunidade e cultura*. Trad. Pedrinho A. Guareschi. Rio de Janeiro: Vozes.
- Lipovetsky, G. (1997). *A terceira mulher: permanência e re- volução do feminino*. Lisboa: Editions Gallimard.
- Moreno, R. (2008). *A beleza impossível: mulher, mídia e con- sumo*. São Paulo: Agora.
- Novaes, J V. (2006). *O intolerável peso da feiúra: sobre as mulheres e seus corpos*. Rio de Janeiro: Ed PUC – Rio: Garamonde.
- Oliveira, F., & Werba, G. (1998). Representações sociais. Em M. G. Correa Jacques, M. N. Strey, N. M. Guazzelly Bernardes, P. A. Guareschi, S. A. Carlos, & T. M. Galli Fonseca. *Psicologia social contemporânea* (pp. 104-117). Rio de Janeiro: Vozes.
- Paechter, C. (2009). Meninos e meninas: aprendendo sobre masculinidades e feminilidades. Trad. Rita Terezinha Schmidt. Porto Alegre: Artmed.
- Peixoto Junior, C. A. (2005). Sexualidades em devir e sub- versão das identidades. *Revista ETHICA*, 12 (1 - 2), 131- 155.
- Perrot, M. (2005). *As mulheres e os silêncios da história*. Trad. Viviane Ribeiro. Bauru, SP: EDUSC.
- Piason, A. S., Palma, Y. A., Von Mühlen, B. K., & Strey, M. N. (2012). Heterosexuality as captivity: when desire is imprisoned. *Gay and Lesbian Issues and Psychology Re- view*, 8(1), 45-51.
- Rodrigues, M. F. (2008). *Do corpo falado ao corpo falante: interseções entre a cultura e a clínica psicanalítica*. (Dis- sertação de Mestrado em Psicologia Social). Faculdade de Psicologia, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, CE, Brasil.
- Scalzo, M. (2003). *Jornalismo de Revista*. São Paulo: Con- texto.
- Scott, J. (1995). Gênero: uma categoria útil de análise histó- rica. *Educação & Realidade*, 20 (2), 71-99.
- Scott, J. (2002). Fantasy echo: História e a construção da identidade. *Labrys: Estudos Feministas*, (1-2).
- Strey, M. N. (2011). Vida de Mulher – Isso dá muitas histó- rias. Em M. N. Strey, A. S. Piason, & A. L. S. Júlio (Orgs.). *Vida de Mulher: Gênero, Sexualidade e Etnia* (pp. 15-34). Porto Alegre: EDIPUCRS.
- Strey, M. N. (2012). Gênero. Em M. G. Correa Jacques, M. N. Strey; N. M. Guazzelly Bernardes, P. A. Guareschi, S. A. Carlos, & T. M. Galli Fonseca (Orgs.). *Psicologia so- cial contemporânea: livro texto* (pp.181-198). Petrópolis: Vozes.
- Strey, M. N., Botton, A., Cadoná, E., & Palma, Y. A. (2012). *Gênero e Ciclos Vitais: desafios, problematizações e pers- pectivas*. Porto Alegre: EDIPUCRS.
- Strey, M. N., Nogueira, C., & Ruwer de Azambuja, M. (Orgs.). (2010). *Gênero e Saúde: diálogos ibero-america- nos*. Porto Alegre: EDIPUCRS.
- Strey, M. N., Wilke, M. E., Rodrigues, R. A., & Balestrin, V. G. (Orgs.).(2008). *Encenando gênero:cultura, arte e comuni- cação*. Porto Alegre: EDIPUCRS.
- Strey, M. N., Silva-Neto, J. A., & Horta, R. L. (Orgs.). (2007). *Família e Gênero*. Porto Alegre: EDIPUCRS.
- Strey, M. N., Lisboa Cabeda, S., & Rodrigues Prehn, D. (Orgs.).(2004) . *Gênero e cultura: questões contemporâ- neas*. Porto Alegre: EDIPUCRS.
- Strey, M. N., Ruwer de Azambuja, M. P., & Pires Jaeger, F. (Orgs.) (2004). *Violência, gênero e políticas públicas*. Porto Alegre: EDIPUCRS.
- Strey, M. N., & Lisboa Cabeda, S. (Orgs.). (2004). *Corpos e subjetividades em exercício interdisciplinar*. Porto Alegre: EDIPUCRS.
- Therborn, G. (2006). *Sexo e poder: A família no mundo (1900-2000)*. Trad. Elisabete Dória Bilac. São Paulo: Con- texto.
- Thompson, J. (2007). *Ideologia e cultura moderna: teoria so- cial crítica na era dos meios de comunicação de massa* (8ª. ed.). Rio de Janeiro: Vozes.
- Winck, G. E. (2008). Saindo da mídia para entrar na média: masculinidade e relações de gênero nos discursos mi- diáticos. Em M. N. Strey, M. E. Wilke, R. A. Rodrigues, & V. G. Balestrin (Orgs.). *Encenando gênero: cultura, arte e comunicação* (pp. 289-305). Porto Alegre: EDIPUCRS.