



Universidade do Estado do Rio de Janeiro

Centro Biomédico

Instituto de Medicina Social

Cláudia Regina Santos Ribeiro

Sexualidade, corpo e saúde masculinos: transformações e permanências nos discursos de homens e da revista *Men's Health*

Rio de Janeiro

2011

Cláudia Regina Santos Ribeiro

**Sexualidade, corpo e saúde masculinos: transformações e permanências nos
discursos de
homens e da revista *Men's Health***

Tese apresentada, como requisito parcial para obtenção do título de Doutor ao Programa de Pós-graduação em Saúde Coletiva, da Universidade Estado do Rio de Janeiro. Área de concentração: Ciências Humanas e Saúde.

Orientadora: Prof.^a Dra. Jane Araujo Russo

Coorientadora : Prof.^a Dra. Fabíola Rohden

Rio de Janeiro

2011

CATALOGAÇÃO NA FONTE
UERJ/REDE SIRIUS/CBC

R484 Ribeiro, Cláudia Regina Santos.
Sexualidade, corpo e saúde masculinos: transformações e permanências nos discursos de homens e da revista Men's Health / Cláudia Regina Santos Ribeiro. – 2011.
322f.

Orientadora: Jane Araujo Russo.

Coorientadora: Fabíola Rohden.

Tese (Doutorado) – Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Instituto de Medicina Social.

1. Masculinidade – Teses. 2. Homens – Saúde e higiene – Teses. 3. Sexo (Psicologia) – Teses. 4. Periódicos para homens – Teses. I. Russo, Jane Araujo. II. Rohden, Fabíola. III. Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Instituto de Medicina Social. IV. Título.

CDU 159.922.1-055.1

Autorizo, apenas para fins acadêmicos e científicos, a reprodução total ou parcial desta tese, desde que citada a fonte.

Assinatura

Data

Cláudia Regina Santos Ribeiro

Sexualidade, corpo e saúde masculinos: transformações e permanências nos discursos de homens e da revista *Men's Health*

Tese apresentada, como requisito parcial para obtenção do título de Doutor ao Programa de Pós-graduação em Saúde Coletiva, da Universidade Estado do Rio de Janeiro. Área de concentração: Ciências Humanas e Saúde.

Aprovada em 12 de maio de 2011.

Banca Examinadora:

Prof.^a Dra. Jane Araujo Russo (Orientadora)
Instituto de Medicina Social – UERJ

Prof.^a Dra. Fabíola Rohden (Coorientadora)
Instituto de Filosofia e Ciências Humanas – UFRGS

Prof.^a Dra. Maria Luiza Heilborn
Instituto de Medicina Social – UERJ

Prof. Dr. Sérgio Carrara
Instituto de Medicina Social – UERJ

Pesquisadora Dra. Fátima Regina Cecchetto
Fundação Oswaldo Cruz – FIOCRUZ

Pesquisador Dr. Romeu Gomes
Fundação Oswaldo Cruz - FIOCRUZ

Rio de Janeiro

2011

DEDICATÓRIA

Para a minha mãe, Cidnea, uma mulher que não poupou esforços para que eu estudasse. Para o meu pai, Edson, um homem nada dominante que, tenho certeza, adoraria ler esta tese. E para a minha irmã Cleise, pelo amor e história compartilhados.

AGRADECIMENTOS

Começo agradecendo de forma especial às minhas duas orientadoras, Fabíola Rohden e Jane Russo. Agradeço a Fabíola por ter aceito orientar-me quando candidatei-me à vaga para o curso, por ter me apoiado, estimulado e orientado na retomada das pesquisas sobre mídia e masculinidades, pelo processo para a bolsa no exterior e pelas trocas que ultrapassaram o âmbito acadêmico. E a Jane por ter generosamente aceito orientar-me na segunda etapa dessa pesquisa, pelo seu bom humor e segurança que me faziam relaxar nos momentos mais tensos.

Agradeço as duas pelas muitas descobertas acadêmicas, pelas orientações competentes, pelas cuidadosas leituras dos meus textos, pela disponibilidade, carinho e paciência que foram fundamentais para realização desta tarefa nada fácil. Espero poder dar continuidade ao que começamos aqui.

Agradeço também ao Miguel Vale de Almeida por aceitar-me como orientanda durante a bolsa no exterior. As conversas com ele foram esclarecedoras, estimulantes e possibilitaram-me repensar e refletir sobre questões importantes da pesquisa. De forma também especial, agradeço aos informantes, homens que tão gentilmente cederam seu tempo e compartilharam comigo suas questões masculinas. Sem eles esta pesquisa não teria sido possível. Agradeço ao Airton Seligman, editor da *Men's Health*, que atendeu prontamente ao meu pedido de entrevista.

Agradeço ao Programa de Pós-Graduação em Saúde Coletiva do Instituto de Medicina Social da UERJ, e às funcionárias da secretaria pela colaboração durante todo o curso e, especialmente, durante o processo de encaminhamento da bolsa sanduíche, e as funcionárias da biblioteca, sempre competentes e disponíveis para ajudar.

À CAPES pela oportunidade de realizar a bolsa no exterior. Uma experiência realmente maravilhosa.

Ao Departamento de Antropologia do Instituto Superior de Ciências do Trabalho e Empresa do Instituto Universitário de Lisboa – ISCTE/IUL, aos funcionários do Departamento, Fernando Gil Ferreira e Maria Paula dos Santos Almeida, e ao professor Felipe Reis por suas indicações bibliográficas.

À Universidade Federal Fluminense pelo licenciamento para estudo. Às funcionárias da PROPPi/UFF, especialmente à Carmem Lúcia G. de Nazaré (Carminha) e Marineuza C. do Espírito Santo, sempre tão carinhosas e competentes. À diretora do Instituto de Arte e Comunicação Social (IACS), Mara Eliane Fonseca Rodrigues, por ter apoiado meu afastamento para a realização desta tese.

Ao Luiz Paulo da Moita Lopes (que colabora com minhas pesquisas desde o mestrado), Kenneth Camargo e Romeu Gomes agradeço pelas ótimas contribuições feitas ao trabalho no exame de qualificação. Ao Sérgio Carrara, Maria Luiza Heilborn, Fátima Cecchetto, Romeu Gomes, Francisco Ortega, Andrea Moraes Alves e Vera Helena Ferraz de Siqueira (a quem agradeço sempre por ter me iniciado nessas discussões) por aceitarem participar da banca titular e suplente dando-me o privilégio de ouvir suas considerações sobre este trabalho.

Ao Tunico Amâncio, professor da UFF, e à Fernanda Alzuguir, aluna do IMS, por terem participado da comissão de seleção de candidatura à bolsa.

Às professoras e professores do IMS, pelas aulas, recomendações de leitura e conversas que também muito contribuíram para este trabalho. Gostaria de lembrar e agradecer especialmente à professora Marcia Arán, com quem compartilhei um semestre inteiro de discussões e que, lamentavelmente, partiu sem saber que seu trabalho é uma referência importante nesta tese.

Às “meninas” e ao “menino” do CLAM – Andrea Barreto, Islei Belsof, Jaqueline Costa, Leila Araújo, Livi Faro, Paola Dantas, Aline Duque e Fábio Pereira, pelo apoio, afeto, torcida e muitos risos.

Agradeço a Paola Dantas, a Livi Faro e a Mariana Torós pelo auxílio durante a realização dos grupos focais. À Cleise Lúcia S. Ribeiro (minha irmã) por ter organizado um dos eventos de grupo focal e ao professor Marcelo Sperle, do curso de Mestrado em Engenharia /UERJ, por ter cedido uma das suas aulas para a realização de outro desses eventos.

Às amigas e aos amigos pela paciência com as minhas reclamações sobre a trajetória acadêmica e pelos momentos de descontração e de carinho, principalmente a/ao, Geraldo Pereira, Cecília Araújo, Maria Aparecida Hidalgo, Marco José Duarte, Eugênio Rocha, Raquel Finco, Denise Cordeiro e Rozeli Porto. Às amigas do IMS, Bianca Alfano, Fernanda Alzuguir, Maria Mostafa e Míriam Mariano pelas trocas acadêmicas e afetivas. A Maria Manuel Marques (Miucha) que recebeu-me, apoiou-me e acompanhou-me em Lisboa. Ao Frederico Canuto e a Susana Abrantes, com quem compartilhei questões de pesquisa e a experiência de ser estrangeira. E, especialmente, a Mara Lúcia Correia, pelas pesquisas bibliográficas, pelos anos de amizade e pelas muitas trocas, inclusive sobre questões masculinas.

Vejam só todas as coisas que podem dar errado para um homem. Há o problema de nada- acontecer, o problema de coisa-demais-acontecer-cedo-demais, o problema de desalento desolador-pós-começo-promissor; há o problema de tamanho-não-importa-a-não-ser-no-seu caso, o problema-de não-dar-conta-do-recado...e com o que as mulheres têm que se preocupar? Um punhado de celulites? Bem-vindas ao clube. Um pequeno surto de qual-a-minha-avaliação? Idem.

Eu tenho prazer de ser homem, acho, mas às vezes não tenho prazer de ser homem na segunda metade do século vinte. Às vezes eu preferiria ser o meu pai. Ele nunca teve que se preocupar em dar conta do recado, porque nunca soube que havia qualquer recado a ser dado; nunca teve que se preocupar com sua avaliação na lista dos cem mais fogosos de todos os tempos da minha mãe, porque era o primeiro e o único da lista.

Não seria ótimo se vocês pudessem conversar sobre este tipo de coisa com os seus pais? Um dia, talvez, eu tente: “Pai, você alguma vez já teve que se preocupar com o orgasmo feminino, seja em sua forma clitoriana seja em sua (possível mítica) forma vaginal?”

Você sabe, na verdade, o que é o orgasmo feminino? E o ponto G? O que significa “bom de cama” em 1955, se é que significava alguma coisa? Quando o sexo oral foi importado para a Grã-Bretanha? Você inveja a minha vida sexual, ou tudo parece terrivelmente trabalhoso para você? Você alguma vez ficou ansioso a respeito do tempo que demorava, ou não pensava nesse tipo de coisa na época? Você não fica feliz de nunca ter precisado comprar livros de culinária vegetariana como um primeiro e pequeno passo na direção de fazer alguém baixar a calcinha? Não fica feliz de nunca ter tido uma conversa do tipo “Você pode ser politicamente correto, mas você limpa a privada?” Não fica feliz de ter sido poupado dos perigos do parto que todo homem moderno tem que enfrentar? (E o que ele diria, eu me pergunto, se não ficasse emudecido por sua classe, seu sexo e seu acanhamento? Provavelmente algo como “Filho, pare de se lamentar. A trepada boa não havia sido nem *inventada* no meu tempo, e não importa quantas privadas vocês limpem, nem quantas receitas vegetarianas tenham que ler, ainda assim vocês se divertem mais do que nos foi jamais permitido.” E ele teria razão, também.)

Nick Hornby (Alta Fidelidade)

RESUMO

RIBEIRO, Cláudia Regina Santos. *Sexualidade, corpo e saúde masculinos: transformações e permanências nos discursos de homens e da revista Men's Health*. 2011. 322 f. Tese (Doutorado em Saúde Coletiva) – Instituto de Medicina Social, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2011.

O estudo analisa os discursos de homens e da revista *Men's Health* acerca do corpo, saúde e sexualidade. Para a construção dos discursos dos homens, realizamos entrevistas semi-estruturadas com 19 homens leitores e nove não leitores. E dois eventos de grupos focais que reuniram 11 homens no total. Foi entrevistado também o editor da revista. Os principais conceitos norteadores deste trabalho foram os de gênero, sexualidade, poder e masculinidades hegemônicas e subalternas. Evidenciou-se que a revista está fortemente atrelada à sociedade de consumo ao estimular a inserção dos homens em um mercado de produtos e serviços até então estranhos a esse gênero. E que suas concepções sobre saúde estão relacionadas a de bem-estar e de individualização que se articulam com os discursos hegemônicos que vêm dando sentido às concepções de saúde e doença atualmente. A publicação investe fortemente na idéia de um corpo musculoso que proporcionará ganhos sociais, sexuais e profissionais aos sujeitos, nem sempre atrelado às questões de saúde. Ela ratifica a heterossexualidade do leitor projetado, expondo o corpo feminino e o sexo heterossexual e silenciando sobre outras formas de sexualidade. Por isso consideramos que a revista se vincula a uma concepção tradicional da masculinidade. Seus discursos, no entanto, não são monolíticos ou isentos de contradição, e também manifestam nuances relativas a um modelo mais contemporâneo de masculinidade, como quando apresenta a idéia de uma nova pedagogia da sexualidade e a valorização dos cuidados estéticos e de saúde com o corpo, aspectos considerados pouco próximos da masculinidade tradicional. Com relação aos discursos dos homens, evidenciou-se que a classe social e a geração são as variáveis mais importantes nas suas concepções sobre corpo, saúde e sexualidade masculina. Que, entre os não leitores, de modo geral, há evidências mais fortes de flexibilização com relação aos padrões mais tradicionais entre os homens mais jovens e/ou de classes mais altas. Enquanto os homens com idade acima dos 30 anos e das classes populares estão mais atrelados às concepções tradicionais. Entre os leitores, observou-se uma grande reflexividade com relação aos discursos da revista demonstrando que eles vêm se apropriando de forma importante dos discursos da revista e ressignificando suas concepções e práticas sobre os três temas da pesquisa a partir desses discursos. E, assim como os discursos da revista, os discursos dos homens, leitores ou não, também apresentaram aspectos contraditórios, ora demonstrando mais afiliação a um novo modelo de masculinidade, ora ao modelo mais tradicional.

Palavras-chave: Masculinidades. Sexualidade. Corpo. Saúde. Revista *Men's Health*.

ABSTRACT

The study examines the discourses of men's and Men's Health magazine about the body, health and sexuality. For the construction of discourses of men, we conducted semistructured interviews with 19 male players and nine non-readers. And two events in focus groups that met 11 men in total. He was interviewed the editor of the magazine. The main concepts guiding this study were gender, sexuality, power and hegemonic masculinity and subordinate. It was evident that the magazine is strongly tied to the consumer society by encouraging the inclusion of men in a market of products and services hitherto strangers to this genre. In addition, what are his views on health-related welfare and individualization that articulate with the hegemonic discourses that have been giving way to notions of health and illness today. The publication is heavily invested in the idea of a muscular body that will provide social benefits, subject to sexual and professional, not always linked to health issues. It reaffirms heterosexuality reader designed to expose the female body and sex and heterosexual silences about other forms of sexuality. We therefore think that the magazine is linked to a traditional conception of masculinity. Their speeches, however, are not monolithic or free of contradiction, and also express nuances related to a more contemporary model of masculinity, like when he presents the idea of a new pedagogy of sexuality and the enhancement of health and beauty treatments for the body, aspects considered fairly close to traditional masculinity. With regard to the resources of men, it became clear that social class and generation are the most important variables in their conceptions of body, health and male sexuality. That among non-readers in general, there is stronger evidence of flexibility with respect to more traditional patterns among younger men and / or upper classes. While men over the age of 30 years and the poor are more tied to traditional conceptions. Among the readers, there was a great reflexivity with regard to the resources of the magazine showing that they have been appropriating an important speeches of the magazine and giving new meaning to their views and practices on the three topics of research from these speeches. In addition, as the speeches of the journal, the discourses of men, readers or not, also had contradictory aspects, sometimes showing more affiliation to a new model of masculinity, sometimes the more traditional model.

Keywords: Masculinities. Sexuality. Body. Health. Magazine *Men's Health*.

SUMÁRIO

	INTRODUÇÃO.....	11
1	CONTEXTUALIZANDO OS TEMAS DA PESQUISA.....	22
1.1	Corpo e Saúde.....	25
1.1.1	<u>Corpo e sexo sob o regime disciplinar.....</u>	28
1.1.2	<u>Novas verdades acerca do corpo e da saúde.....</u>	31
1.2	Masculinidades: construções e reconstruções.....	35
1.2.1	<u>Construção da hegemonia e da subalternidade.....</u>	40
1.2.1.1	Masculinidades para o século XXI.....	44
1.2.2	<u>Construções e reconstruções corporais.....</u>	47
1.2.3	<u>Reconstruções na saúde e na sexualidade.....</u>	53
1.2.4	<u>A mais recente reconstrução: o “novo homem”.....</u>	59
1.3	Sociedade de consumo, mídia e as masculinidades.....	65
1.3.1	<u>Quatro olhares sobre o consumo.....</u>	66
1.3.2	<u>Homens, consumo e moda.....</u>	77
2	ANÁLISE DOS DADOS.....	85
2.1	Metodologias de construção e análise dos dados.....	85
2.1.1	<u>Primeiros passos e construção dos dados.....</u>	87
2.1.1.1	Realização dos grupos focais.....	90
2.1.1.2	Realização das entrevistas.....	91
2.1.1.3	A leitura crítica dos editoriais e das revistas.....	95
2.1.2	<u>Metodologia de análise dos dados.....</u>	98

2.1.3	<u>Um novo lugar para o/a receptor/a</u>	100
2.2	Cartas do editor: negociando com os homens	102
2.2.1	<u>Cartas de 2008</u>	105
2.2.2	<u>Cartas de 2009</u>	117
2.3	O que os homens e a Men's Health dizem sobre sexo e sexualidade	123
2.3.1	<u>A "orientação sexual" da revista</u>	133
2.3.2	<u>Uma nova pedagogia da sexualidade</u>	144
2.3.3	<u>As ancoragens, fronteiras e mudanças nas formas de ser masculino</u>	162
2.4	Viver melhor é fácil? Corpo e saúde nos discursos dos homens e da Men'sHealth	181
2.4.1	<u>Corpo, estética e moda na Men's Health</u>	181
2.4.2	<u>Os discursos dos homens sobre corpo e músculos</u>	193
2.4.3	<u>Vaidades masculinas: investimentos além dos músculos</u>	207
2.4.4	<u>Outras masculinidades</u>	219
2.4.5	<u>Saúde e bem-estar na Men's Health</u>	226
2.4.6	<u>Falando de sexualidade e saúde</u>	231
2.4.7	<u>Outras conversas sobre saúde</u>	239
3	CONSIDERAÇÕES FINAIS	250
	REFERÊNCIAS	261
	APÊNDICE A - Perfil dos informantes.....	272
	APÊNDICE B - Roteiros das entrevistas.....	275
	APÊNDICE C - Formulário de identificação dos participantes dos grupos focais.....	281
	ANEXO A - Editoriais.....	282
	ANEXO B - Algumas seções da revista.....	299

ANEXO C - Algumas capas do ano de 2009.....	313
ANEXO D -Termos de consentimento informado, livre e esclarecido.....	321

INTRODUÇÃO

Este trabalho analisa os discursos da revista *Men's Health* de homens, leitores e não leitores desta revista, acerca da sexualidade, do corpo e da saúde masculinos. A pesquisa surgiu a partir de duas premissas: a de que os homens e o universo masculino vêm mudando nas últimas décadas em decorrência das transformações nas relações de gênero e de trabalho impulsionados, sobretudo, pelos movimentos feministas e LGBT e pelas transformações econômicas e sociais trazidas pelos avanços do capitalismo (CONNELL, 1995, 2005; KIMMEL, KAUFMAN, 1995; NOLASCO, 1993 – entre outros/as). Mais especificamente nos interessam os reflexos das referidas mudanças nas concepções e comportamentos dos homens acerca da sexualidade, corpo e saúde.

Consideramos que essas mudanças, que se refletem na cultura, têm a mídia como principal catalizadora e propagadora. Essa questão diz respeito a nossa segunda premissa: a de que a revista *Men's Health*, lançada no Brasil em 2006 e que podemos considerar também, como reflexo dessas transformações, vem buscando construir novas verdades acerca da masculinidade que podemos chamar de dominante em nossa cultura.

Essas premissas engendraram duas curiosidades ou desejos de saber: como os homens estão compreendendo, assimilando ou rechaçando as mudanças a que vêm sendo convidados a realizar no que diz respeito à sexualidade, saúde e ao corpo, sobretudo. E como se constitui e se constrói o modelo de masculinidade presente e valorizado na revista. Para satisfazer essas curiosidades, ouvimos homens, leitores e não leitores da revista, durante eventos de grupos focais e entrevistas. E realizamos leituras críticas de diversas edições da *Men's Health*.

Também nos estimulou na realização deste trabalho a constatação de que esta revista ainda era desconhecida por muitos homens e mulheres quando começamos esta pesquisa. E que, apesar dos vários estudos sobre revistas masculinas que encontramos em nossas investigações, não achamos um que tivesse se dirigido ao público alvo dessas publicações – os homens – para investigar suas impressões sobre elas.

Entre os conceitos que atravessarão este trabalho é importante destacar o de gênero como sendo fundamental. Esse conceito foi construído nas lutas feministas da década de 1960, com o objetivo de distinguir os imperativos sociais, culturais e históricos da ideia de determinação biológica implícita no uso dos termos como sexo e diferença sexual até então utilizadas (SCOTT, 1995). Diz respeito, portanto, “às qualidades fundamentalmente sociais das distinções baseadas no sexo”, que se constroem de forma relacional e que variam em cada

momento histórico, sociedade e cultura (SCOTT, 1995)¹. As relações de gênero não dizem respeito somente às relações entre mulheres e homens, mas “incluem relações entre os homens, relações de dominação, marginalização e cumplicidade.” (CONNELL, 1995, p. 189). Aspectos fundamentais para nossas reflexões sobre os discursos dos informantes e da revista *Men's Health*.

No que diz respeito mais especificamente aos homens, foi nos anos de 1970/80 que estudiosos norte-americanos os/as e ingleses/as das ciências sociais começaram a se debruçar de forma sistemática sobre as questões do gênero masculino, construindo com suas pesquisas o que passou a ser chamado de *Men's Studies*. Pode-se dizer que esses estudos, que tem como pesquisadores relevantes Raewyn Connell² e Michael Kimmel, são um desdobramento dos movimentos feministas e homossexuais iniciados nas décadas 1960 e 1970, respectivamente. Movimentos que tiveram, e ainda têm, como proposta trazer os homens, o universo masculino e a construção histórica e cultural das masculinidades para a arena das discussões de gênero, problematizando o androcentrismo e a dominação masculina, até então protegidos de questionamentos (ALMEIDA, 2000; BADINTER, 2010; HEILBORN; CARRARA, 1998). Parafraseando Joan Scott (1995), gênero passa a ser sinônimo também para homem.

No contexto nacional, desde a década de 1990 os homens e as masculinidades passaram a ser objetos de pesquisa em vários campos de estudo, como afirmam Maria Luiza Heilborn e Sérgio Carrara (1998) e Mara Viveiros Vigoya (2000)³ São muitos/as os/as pesquisadores/as que têm se debruçado sobre esses temas a partir de diversos aspectos: violência, trabalho, família, paternidade, saúde e sexualidade, sobretudo. E relacionando as masculinidades com algumas categorias como raça, etnia e classe social (CECCHETTO, 2004, 2009; GOMES, 2008; GOMES; NASCIMENTO, 2006; HEILBORN; CARRARA, 1998; HEILBORN; GOUVEIA, 1999; LYRA, 2008; MEDRADO, 1998, 2000; NOLASCO, 1993, 2001 – entre outros/as). Alguns/as, inclusive, tomam as relações entre a mídia e masculinidades como focos de investigação, como Marko Monteiro (2000), Benedito Medrado (1997, 1998) e Luiz Paulo da Moita Lopes (2006, 2009).

Em se tratando da relação entre masculinidades, saúde e sexualidade, destaca-se o trabalho de Sérgio Carrara (1996) que tratou das lutas que o Estado e a Medicina travaram

¹ Devemos lembrar que na década de 1930, a antropóloga Margaret Mead, ao estudar três tribos da Papua Nova Guiné, trouxe esse tipo de reflexão quando percebeu que a masculinidade e a feminilidade típicas naquelas tribos eram condicionadas socialmente, apresentando-se de forma diferente em cada uma delas. E que seria possível afirmar que as diferenças de personalidade entre os sexos são “criações culturais às quais cada geração, masculina e feminina, é treinada a conformar-se” (MEAD, 1969, p. 268-269).

² Desde 2007, após uma cirurgia de mudança de sexo, o sociólogo Robert Connell assina seus trabalhos como Raewyn Connell. No entanto, os artigos citados foram assinados com o nome Robert Connell, e assim estarão nas referências.

³ Porém, antes mesmo dos estudos especificamente sobre masculinidades, os homens já vinham sendo questionados em suas posições sociais pelos/as pesquisadores/as que se debruçavam sobre os estudos de família, como afirmou Maria Luiza Heilborn em suas contribuições durante a defesa de tese.

contra a sífilis no começo do século XX. E de Romeu Gomes (2008) que vem se debruçando sobre a abordagem desses temas na contemporaneidade. No entanto, deve-se dizer que, como efeito da hierarquia de gênero e de concepções que resguardavam o corpo e a sexualidade masculina, historicamente os homens e as masculinidades “escapavam” e não eram implicados nas investigações das ciências sociais e médicas quando se tratava de articular o tema corpo com saúde e sexualidade. Até que nos anos de 1980, devido à epidemia de HIV que acometeu inicialmente mais homens do que mulheres, esses temas foram articulados, tornando-se assuntos de estudos acadêmicos das Ciências Sociais. Mais recentemente, a partir das novas perspectivas de medicalização da sexualidade masculina, outros/as estudiosos/a vêm se atendo a esses temas. Entre eles/as, Rogério Azize (2004), Estela Aquino (2005) e Fabíola Rohden (2009).

São inúmeros os trabalhos que vêm sendo desenvolvidos no Brasil sobre o corpo, nos campos das Ciências Sociais e Humanas. Trabalhos que em sua maioria tomam mais frequentemente a ideia de um corpo genérico, sem a distinção de gênero, ou o corpo feminino. Alguns destes estudos relacionam as questões do corpo com outros importantes temas contemporâneos: sistema capitalista e consumo, novas conformações identitárias, novos padrões estéticos e envelhecimento, violência, gênero e mídia (BELELI, 2007; CECCHETTO, 2004, 2009; COUTO, 2007; FONTES, 2007; GOELLNER, 2008; NOLASCO, 2001; NUNES; GOELLNER, 2007; SILVA, 2001). Com relação especificamente ao corpo masculino, destacamos os trabalhos da antropóloga Fátima Cecchetto que vêm articulando as dimensões do corpo, masculinidade e violência a partir de estudos de grupos específicos, como os lutadores de Jiu-jítsu no Rio de Janeiro.

Ao elegermos a revista *Men's Health* como objeto de nossa análise torna-se fundamental falar de mídia. Tomamos a mídia como sendo um “sistema cultural complexo que possui uma dimensão simbólica, que compreende a (re) construção, o armazenamento, reprodução e circulação de produtos repletos de sentidos, tanto para quem os produz como para os que consome” (MEDRADO, 2000, p. 244). Não é possível ignorar que a mídia exerce um forte poder na formação dos sujeitos no sentido de construir e desconstruir olhares, gostos, formas de ser e de se apresentar no mundo, constituindo-se como um poderoso aparato disciplinador. É notória, nos últimos tempos, a sua atuação como divulgadora de novas verdades sobre ser mulher, homem, criança, idoso/a, saudável, bonito/a etc. Aspectos que dizem respeito especialmente a este trabalho.

A importância da mídia nos dias atuais também vem sendo percebida e analisada por alguns autores dos Estudos Culturais como Anthony Giddens (1993) e Stuart Hall (1997,

2002). Para eles, na contemporaneidade, a mídia vem fornecendo a matéria bruta que seus/as leitores/as e espectadores/as usam para enfrentar as ambivalências de sua posição social e construir suas identidades a partir da infinidade de discursos que ela oferta. Aspecto que confere à mídia uma nova significação social, e que nos auxilia, também, a pensar nas mudanças que os homens vêm vivenciando ou sendo convocados a vivenciar.

Para Hall (2002), as marcas centrais deste nosso tempo são as rupturas com a tradição e a instabilidade de estruturas sociais importantes que davam apoio à construção das identidades como o trabalho, a classe social e a família. Associa-se a essa instabilidade a alta reflexividade que nos impulsiona a medir e avaliar, a todo o momento, nossos atos e maneiras de ser a partir de transformações e mudanças que não cessam, e são apresentadas sobretudo pela mídia, tornando as identidades fluidas e instáveis. O resultado é que os indivíduos têm agora a responsabilidade de construir sua própria biografia apoiados/as nos atos individuais e nos discursos dos quais se apropriam, inclusive da mídia⁴.

Discursos que dizem respeito ao gênero e à sexualidade são recorrentes na mídia (FISCHER, 2006). E, ultimamente, os que dizem respeito às transformações nos modos de ser masculino se tornaram bastante frequentes, “convidando” os homens a vivenciar sua masculinidade de forma mais flexível, permitindo-se adotar hábitos até então classificados como femininos e a abrir mão de crenças e práticas mais tradicionais. Agindo assim eles tornam-se mais coerentes com as transformações que marcam a contemporaneidade e que vêm sendo positivadas pela mídia.

John Thompson, teórico da mídia, ao falar das mudanças contemporâneas nas formas de se informar e formar, chama nossa atenção para aspectos aos quais também se referem os autores citados e que são também importantes aqui. Para o autor, das interações face a face que prevaleciam anteriormente, temos na contemporaneidade as relações mediadas que provocam o fenômeno interessante de levar os indivíduos a preferirem cada vez mais, “buscar informações e conteúdo simbólico em outras fontes (referindo-se à mídia) do que nas pessoas com quem interagem diretamente no dia a dia” (THOMPSON, 2002, p. 82). Para o autor, os indivíduos, embora nem sempre reconheçam ou percebam, apoderam-se de mensagens midiáticas e as incorporam à própria vida, construindo uma compreensão de si mesmo a partir delas. A esse fenômeno Thompson chamou de “apropriação”. “Apropriar-se de uma mensagem é apoderar-se de um conteúdo significativo e torná-lo próprio [...] é adaptar a mensagem à nossa própria vida e aos contextos e circunstâncias em que vivemos”

⁴ Stuart Hall (2002) nos lembra, no entanto, que a fixidez das identidades não passou de uma ideia criada pela modernidade. Uma ideia que deu sustentação àquele momento histórico e que os sujeitos da contemporaneidade não vivenciam mais. É interessante frisar que o autor elege ainda os movimentos feministas como um dos fatores de “descentramento” das identidades, que caracteriza o século XX.

(THOMPSON, 2002, p. 45). O processo de apropriação e de construção de uma compreensão de si a partir dessas mensagens não se efetuam de forma rápida, mas acontecem lentamente, imperceptivelmente, dia após dia. É um processo pelo qual algumas mensagens são retidas e outras são esquecidas, algumas se tornam fundamento de ação e de reflexão, enquanto outras deslizam pelo dreno da memória e se perdem no fluxo de imagens e ideias.

Entretanto, apesar da influência das mensagens midiáticas sobre os sujeitos, eles não são passivos diante dela, mas interagem com seus discursos a partir de seus saberes, sua cultura e valores, negociando e produzindo novos sentidos, assimilando ou recusando suas mensagens a partir de diversas mediações: classe social, gênero, raça/etnia, localidade etc. Esse aspecto vem sendo evidenciado pelos/as teóricos/as dos Estudos de Recepção, como Jesús Martín-Barbero (1995, 2000, 2003) que também afirma que a recepção não é o ponto chegada das mensagens dos produtores, mas o lugar a partir do qual o processo de comunicação pode ser entendido. O fundamental, portanto, é perceber que a mídia e o/a receptor/a compartilham a mesma cultura, não sendo possível perder de vista a ideia de negociação de sentidos e de interação entre essas duas esferas e a sociedade. Essa visão nos afasta do unilateralismo característico da noção estruturalista da mídia, que coloca os sujeitos como passivos diante do poder midiático e nos aproxima do conceito de poder em Michel Foucault (1997), fundamental neste trabalho.

Relacionando masculinidades e mídia, no final da década de 1990 e de forma mais significativa no começo dos anos 2000, desponta na mídia nacional a figura do “novo homem”. Um modelo que nasceu, entre outros aspectos, da crise do masculino dos anos de 1980 (KIMMEL; KAUFMAN, 1995; NOLASCO, 1993). Diferente do *metrosexual*, modelo que surgiu também naquela época e que se caracterizava (caracteriza) como um homem urbano que se preocupava muito com a aparência (RIBEIRO; SIQUEIRA, 2007), o “novo homem” se projeta como um avanço com relação às mudanças em certos valores e crenças que ancoram a masculinidade dominante. Mas naquele momento foi mais exposto a partir da sua face relacionada aos cuidados corporais, à maior liberdade estética, à vaidade e, conseqüentemente, ao consumo, assimilando-se ao *metrosexual*. Isso fica claro quando se percebe que para um “antigo” homem se transformar em “novo homem” as inúmeras matérias recebiam uma fórmula simples: adotar padrões de comportamento mais próximos aos considerados próprios das mulheres, sobretudo no que dizia respeito à estética: cuidados com a pele, cabelos, vestuário, e afrouxar o estilo “machão”. Tudo isso sem se aproximar da homossexualidade, aspecto fundamental para a aceitação e adesão a essas mudanças. É verdade que a ideia de que os homens deveriam também empreender mudanças de

comportamento no universo doméstico e familiar foi ventilada na mídia, mas não com a mesma força.

Acreditamos que os anúncios acerca do *metrossexual* e do “novo homem”, no final dos anos de 1990, têm relação com as demandas sociais, inclusive masculinas por mudanças no modelo hegemônico de masculinidade; com os deslocamentos identitários e culturais que vêm influenciando a vida cotidiana das pessoas no nível do microcosmo, e também guarda uma estreita relação com a sociedade de consumo. E, não podemos negar, estando esses aspectos estéticos historicamente relacionados às mulheres e aos homossexuais, esses anúncios e apelos trouxeram discussões e questões mais profundas com relação ao gênero e à sexualidade (RIBEIRO; SIQUEIRA, 2007).

Em se tratando da sociedade de consumo, alguns/as autores/as vêm apontando a mídia também como elemento fundamental dessa sociedade que se estabeleceu a partir dos anos 1970. Entre suas características as que mais nos importa neste trabalho são a promoção do consumo como forma de distinção e/ou associação a pessoas e grupos (DOUGLAS; ISHERWOOD, 2009) e como fonte de felicidade (BAUMAN, 2008). A mídia e a publicidade tornaram-se marcas desta sociedade ao cumprirem o papel de anunciar as novidades e associá-las aos grupos e pessoas, imputando valor às mercadorias que estão muito além do econômico, e estimular o consumo (BAUDRILLARD, 1976; BAUMAN, 2005; DOUGLAS; ISHERWOOD, 2009; NIXON, 1992; 2003).

Mas, se na mídia brasileira há até pouco tempo o corpo/estética, saúde e a sexualidade masculinos estavam restritos a alguns artigos e encartes especiais de revistas e jornais, agora os brasileiros podem contar com uma publicação mensal inteiramente voltada para o propósito de informá-los sobre esses aspectos: a revista *Men's Health*. Lançada no Brasil em maio de 2006 e tendo se tornado um dos destaques da editora Abril, a revista segue a linha editorial traçada na editora matriz. Ela se distingue das demais revistas para o público masculino heterossexual ao se aproximar das publicações destinadas às mulheres em seu formato, temas e abordagens⁵.

A *Men's Health* tem como público alvo homens heterossexuais das classes médias e alta urbanas, um público “altamente qualificado, extremamente bem informado, de alto nível socioeconômico”, como descreveu seu editor, o jornalista Airton Seligman, entrevistado para esta pesquisa. O título em inglês é uma imposição da editora norte-americana Rodale Press, que criou a revista em 1987. Um aspecto que deve ser levado em conta quando se pensa no

⁵ A editora *Rodale Press* produz revistas voltadas apenas para os temas da saúde e dos exercícios físicos. A *Men's Health* publicada nos outros países segue determinações dessa editora.

público alvo, pois o/a possível leitor/a precisará traduzir o título da revista para saber qual é o seu tema central. Seligman diz ainda que a revista se apóia em cinco pilares compreendidos como fundamentais para que os homens tenham uma vida saudável: *fitness* condicionamento físico; sexo/relacionamento; nutrição; saúde; carreira e estilo, na ordem ditada por ele durante entrevista. A revista, que tem como subtítulo o slogan “Viver melhor é fácil”, é “basicamente um manual de instrução para o bem-estar, para uma qualidade de vida melhor” e tem por objetivo “transformar a vida do leitor que busca mais qualidade de vida”. Diferentemente do que aponta o título, a revista não é de “saúde, mas de bem-estar. Mas, para ele alcançar o bem-estar tem que tomar algumas providências também sobre saúde”, explicou o editor. É classificada como uma revista de serviços e não de entretenimento, como é o caso de publicações como *Playboy* e *Vip*, revistas que falam de nudez, carros, futebol, cerveja, trazem entrevistas e reportagens investigativas, mas não se encaixam no filão de serviço. “Revistas de serviço são as quem dão dicas de transformação da sua vida, um universo muito tradicional das revistas femininas, que não existia nas revistas masculinas”, afirmou o editor. A *Men’s Health* é a revista que mais cresce em números de vendas na Editora Abril⁶.

As referências transcritas acima e que nos foram dadas pelo editor precisam estar claras, pois são fundamentais para a construção das matérias e também para posicionar a revista no mercado editorial, pois são elas que sinalizarão para os/as publicitários/as se esta é ou não a publicação ideal para um certo produto. E sem publicidade nenhuma revista comercial se mantém no mercado. Uma ideia de segmentação do público alvo que vai além dos fatos estatísticos e avança sobre aspectos como visões de mundo, atitudes e subjetividades dos/as possíveis leitores/as, como aponta Monteiro (2000). Diante da crescente concorrência que o mercado de revistas vem enfrentando, a segmentação em relação ao público e a especialização com relação aos temas, vêm sendo uma saída para o mercado.

Então, se compararmos com publicações tradicionais voltadas para o público masculino – *Playboy*, *Quatro Rodas* ou *Placar* – e com os artigos publicados no começo da década de 2000 que apresentavam o “novo homem”, podemos dizer que a *Men’s Health* amplia o leque de temas compreendidos como de interesse para esse público. E vai além, inclusive, dos temas apresentados pela revista *VIP Exame*, uma publicação da Abril voltada para o mesmo segmento e que já apresentava uma tendência menos fechada no que diz respeito aos temas mais tradicionais considerados de interesse desse público (MONTEIRO, 2000). No entanto, ainda é o corpo e a estética que estão em destaque, como mostraremos

⁶ O sucesso da revista parece se comprovar nos números de venda e também com o lançamento de outras publicações semelhantes pela mesma editora. Em 2009 foi lançada a *Woman’s Health*, e em 2010 a masculina Alfa, que se aproxima da *Men’s Health*, mas é voltada para homens na faixa dos 35 anos.

neste trabalho.

E, como já foi referido, não se pode enveredar na análise da revista e dos novos modelos de masculinidade sem tocar na questão do consumo e de criação de novos/as consumidores/as. Se até então cosméticos, alimentos dietéticos, moda, produtos para higiene pessoal e embelezamento da casa faziam parte da cesta de compras e do repertório de preocupações femininas, a *Men's Health* inova lançando essas preocupações aos homens. O uso de produtos e hábitos que antes eram impróprios para os homens, sob pena de colocar em dúvida sua masculinidade, torna-se agora legitimador da masculinidade que está sendo valorizada. Os homens são convidados a aderir ao mercado de beleza e estética, do culto do corpo jovem e saudável, um fenômeno novo e altamente rentável.

Podemos juntar às informações trazidas pelo editor, o texto de apresentação da revista transcrito abaixo e disponível no site da editora, que nos dá a dimensão da potencialidade da revista de falar aos homens e mulheres de mais de 40 países (eram 43 em 2010).

Presente em mais de 40 países, com 37 edições e 18 milhões de leitores, a Men's Health é a maior revista masculina do mundo. É o instrumento fundamental para o homem que busca qualidade de vida e equilíbrio entre trabalho e vida pessoal. Men's Health é uma revista de estilo de vida, que trata de forma prática e objetiva dos temas para o bem-estar do homem moderno como: saúde, fitness, nutrição, relacionamento, sexo, estilo e carreira.⁷

Em termos de números, estamos falando da maior editora do Brasil, a Editora Abril, que tem sob a sua marca 46 publicações, entre elas a *Men's Health*. São Paulo é o estado que mais compra a revista, ficando com 40% das vendas avulsas, seguido pelo Rio de Janeiro que compra 15% das edições. Com relação aos/às leitores/as da revista, além desses dados, o site da Editora revela outros que consideramos relevantes para esta pesquisa.

Em um *site* direcionado aos/às publicitários/as, encontramos dados mais específicos sobre a *Men's Health*⁸. Com relação à circulação, são 129.089 exemplares mensais, sendo 62.207 assinaturas e 66.882 vendidas avulso. O número total de leitores é de 369.000, uma vez que estima-se que mais de duas pessoas lêem cada edição da revista. Entre esses/as leitores/as, 58% estão na região Sudeste, 15% na região Sul, 14% na Nordeste, 9% na Centro-oeste e 5% na Norte. Quanto à classe social, 55% pertence à classe B, 28% à classe A, 17% à

⁷ O texto foi extraído do site da revista, onde também podem ser lidos todos os editoriais, ou "Carta do Editor". Disponível em: <http://menshealth.abril.com.br>. Acesso em: 17 maio 2009.

⁸ Trata-se de um site da Editora que informa sobre dados gerais das revistas e é de interesse dos/as publicitários/as. Uma melhor percepção desses dados é possível se compararmos com os dados das três maior revistas masculinas do país. A *Playboy* tem circulação mensal de 162.723 exemplares; 92.374 assinantes; 70.349 vendas avulsas e 2.038.00 leitores, contabilizando os/as não compradores/as e custa R\$12,00. A *Quatro Rodas* tem circulação líquida de 203.456 revistas mensais; 138.501 assinantes, vende mais 64.955 revistas na banca, tem 1.800 leitores/as e R\$10,00. A *MH* fica na frente da tradicional *Placar*; revista também mensal que tem circulação de 73.3655 exemplares, 53.256 assinantes, que vende 20.109 revistas na banca, 1.634.000 leitores/as e custa R\$10,00. Disponível em: <http://www.publiabril.com.br>. Acesso em 08 abril 2011.

classe C, 1% à classe D e o site não revela o número de leitores/as da classe E. Dados que correspondem claramente aos da concentração de renda e desenvolvimento humano do país e que têm relação com o poder de consumo. Quanto ao sexo, 77% dos leitores são homens e 23% mulheres. Com relação à faixa etária, 35% dos/as leitores/as têm entre 25-34 anos; em seguida, os/as que têm entre 20-24 anos, que são 23%; 35-44, que são 17%; 15-19 anos que contam 16%, 45-49 anos com 5% e 10-14 anos, com 2% de leitores.⁹ Em 2010, a revista custava R\$10,00 nas bancas.

Diante do que foi dito, é interessante lembramos Norbert Elias (1990) e sua concepção de que os indivíduos não existem isoladamente na sociedade, se for possível flexibilizar suas ideias e adaptá-las ao caso específico da revista e do novo modelo de masculinidade. Para o autor, as pessoas se relacionam com a sociedade e com o outro a partir de funções que desempenhamos, por mais que isso não seja perceptível no primeiro momento. Funções que só existem, ganham sentido e se mantêm se estiverem articuladas com outras funções que lhes garantam sentido, sustentem-nas e as reproduzam em meio às pressões para se manter. Então, não é possível compreender a revista e o modelo por ela projetado sem compreender a sociedade em que foram criados e as funções que vêm exercendo nela. Assim como não é possível compreender os leitores da revista sem perceber a relação indissociável que mantêm com a sociedade atual.

Após a Introdução, dividimos este trabalho em três capítulos. O primeiro intitulado “Contextualizando os temas da pesquisa”, é composto por: Seção 1: Corpo e Saúde. Seção 2: Masculinidades: construções e reconstruções. E Seção 3: A sociedade de consumo e as masculinidades. Iniciamos a primeira parte com uma curta retrospectiva da história recente das revistas para o público masculino no Brasil. Nas três seções, buscamos, a partir dos trabalhos de alguns/as autores/as, apresentar um leque de discussões e conceitos referentes aos temas das Masculinidades, Corpo, Saúde, Sexualidade, Mídia e Sociedade de Consumo, que nortearão a análise dos dados.

O capítulo 2, intitulado “Análise dos dados”, foi dividida em quatro seções. Na seção 1: “Metodologias de construção e análise dos dados”, apresentamos as metodologias que utilizamos para construir e analisar os dados. Referimo-nos às entrevistas semi-estruturadas e aos grupos focais como técnicas de construção de dados, e à Análise de Discurso como metodologia de análise dos mesmos. Esta metodologia – AD – preconiza que os discursos são construídos por sujeitos sociais e a partir de uma série de contingências às quais estão

⁹ Segundo o editor, a Marplan, um instituto de pesquisa, verificou que, no primeiro ano da revista, a faixa etária de cerca de 60% dos leitores era de 18 e 34 anos.

submetidos. Discursos que compõem uma certa formação discursiva e que só puderam ser construídos em um momento histórico.

Na seção 2, “*Cartas do editor: negociando com os homens*”, apresentamos nossa leitura crítica de alguns editoriais dos anos de 2008 e 2009. Os editoriais nos apontam, através da incidência de certas marcas discursivas, os aspectos do “antigo” homem que a revista vem elegendo para sua crítica e as qualidades que ela vem destacando como fundamentais para serem adotadas pelos homens para se afiliarem ao modelo por ela proposto. Na seção 3, “O que os homens e a *Men’s Health* dizem sobre sexo e sexualidade”, apresentamos nossa leitura crítica das edições de 2009, atendo-nos de forma mais importante às capas e às matérias que dizem respeito aos temas sexualidade e sexo e a análise dos discursos dos informantes construídos sobre esses mesmos temas. E, na seção 4, “Viver melhor é fácil? Corpo e saúde nos discursos dos homens e da *Men’s Health*”, apresentamos nossa análise sobre corpo, estética e saúde a partir das mesmas edições da revista e dos discursos dos homens sobre os temas. Após a análise dos dados, apresentamos no capítulo 4 as conclusões a que chegamos depois do longo caminho percorrido na investigação da *Men’s Health* e dos discursos dos nossos informantes.

Nesse capítulo de análise muitos/as autores/as, discussões e conceitos serão trazidos para nos ajudar nas reflexões. Mas, de modo especial, são os conceitos de disciplina e de poder de Michel Foucault, que nortearão de forma geral nossas análises. Além dos conceitos e discussões sobre masculinidades hegemônica e subalterna formalizadas por Raewyn Connell (1997) e Michael Kimell (1997; 1998). São importantes também as concepções de George Mosse (1996) acerca dos estereótipos da masculinidade moderna. De Luc Boltanski, a relação entre classe social e os usos sociais do corpo. E ainda as reflexões sobre a sociedade de consumo desenvolvidas por Zygmunt Bauman (2008) e Mary Douglas e Baron Isherwood (2009), sobretudo. Ao relacionarmos as discussões acerca dessa sociedade e as masculinidades, tomaremos algumas discussões que vêm sendo trazidas por Frank Mort (1996) e Sean Nixon (1992, 2003).

Nos apêndices apresentamos um quadro referente ao perfil dos informantes; os roteiros das entrevistas e o modelo de formulário que os participantes dos grupos focais preencheram. E nos anexos os editoriais analisados; alguns exemplos de capas e de seções das edições de 2009; e os Termos de Consentimento Livre e Esclarecido, utilizados nesta pesquisa.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, Miguel Vale de. *Senhores de si*: uma interpretação antropológica da masculinidade. 2. ed. Lisboa: Fim de Século, 2000.
- AQUINO, Estela Maria Leão de. Saúde do homem: uma nova etapa da medicalização da sexualidade? *Ciência e Saúde Coletiva*, v. 10 ,n. 1,p. 18-34, 2005.
- ARÁN, Márcia. *O avesso do avesso*. feminilidade e novas formas de subjetivação. Rio de Janeiro: Garamond, 2006.
- AZIZE, Rogério Lopes. Masculinidade, Viagra e saúde: um olhar antropológico. In: RIAL, Carmen; TONELI, Maria Juracy Filgueiras. (Org.). *Genealogias do silêncio*. Florianópolis: Ed. das Mulheres, 2004.
- _____.; ARAÚJO, Emanuelle Silva. A pílula azul: uma análise de representações sobre a masculinidade em face do Viagra. *Antropolítica: Revista Contemporânea de Antropologia e Ciência Política*, Niterói, n. 14, p. 133-151, 2003.
- BADINTER, Élisabeth. *XX: de l'identité masculine*. O. Jacob, 2010.
- BASTOS, Cristina. *Ciência, poder, acção*. as respostas SIDA. Lisboa: Imprensa de Ciências Sociais: Instituto de Ciências Sociais/Universidade de Lisboa, 2002.
- BAUDRILLARD, Jean. *A sociedade de consumo*. Lisboa: Edições 70, 1976.
- BAUMAN, Zygmund. *Vida para o consumo*. a transformação das pessoas em mercadoria. Rio de Janeiro: J. Zahar, 2008.
- BELELI, Iara. Corpo e identidade na propaganda. *Revista Estudos Feministas*, v. 15, n. 1, p. 193-215, 2007.
- BOLTANSKI, Luc. *As classes sociais e o corpo*. 2. ed. Rio de Janeiro: Graal, 1984.
- BONI, Federico. Framing media masculinity: men's lifestyle magazines and the biopolitics of the male body. *European Journal of Communication*, n. 27, p. 465-478, Aug. 2009
- BOURDIEU, Pierre. *A dominação masculina*. 3. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003.
- BRANDÃO, Helena H. Nagamine. *Introdução à análise do discurso*. 2. ed. Campinas: Ed. Unicamp, 2004.
- BRASIL. Secretaria de Atenção à Saúde. Departamento de Ações Programáticas Estratégicas. *Política Nacional de Atenção Integral à Saúde do Homem*. Brasília, 2008.
- BRITTOS, Valério Cruz. *Comunicação e cultura*. o processo de recepção. Universidade do Vale dos Sinos, 1999. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/esp/autor.php?codautor=84>. Acesso em 30 janeiro 2005.

BUSS, Paulo Marchiori. Promoção da saúde e qualidade de vida. *Revista Ciência e Saúde Coletiva*, v. 5, n. 1, p. 163-177, 2000.

CAMPBELL, Colin. *A ética romântica e o espírito do consumismo moderno*. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.

CANCLINI, Nestor Garcia. *Culturas híbridas*: estratégias para entrar e sair da Modernidade. São Paulo: Ed. Universidade de São Paulo, 1997.

CANO, Inácio; FERREIRA, C. E. Homicídios e evolução demográfica no Brasil: impacto da evolução demográfica na futura taxa de homicídios e a incidência dos homicídios na pirâmide populacional. In: HASENBALG, Carlos; SILVA, Nelson do Valle (Org.). *Origens e destinos*: desigualdades sociais ao longo da vida. Rio de Janeiro: Topbooks, p. 281-358, 2003.

CASTRO, Ana Lúcia de. *Culto ao corpo e sociedade*: mídia, estilo de vida e cultura de consumo. 2. ed. São Paulo: Annablume: Fapesp, 2007.

CASTRO, Edgardo. *Vocabulário de Foucault*: um percurso pelos seus temas, conceitos e autores. Trad. Alfredo Veiga Neto e Walter Omar Kohan. Belo Horizonte: Autêntica, 2009.

CARRARA, Sérgio. *Tributo a Venus*: a luta contra a sífilis no Brasil, da passagem do século aos anos 40. Rio de Janeiro: Fiocruz, 1996.

_____.; RUSSO, Jane A; FARO, Livi. A política de atenção à saúde do homem no Brasil: os paradoxos da medicalização do corpo masculino. *Physis – Revista de Saúde Coletiva*, v. 19, n. 3, p. 658-677, 2009.

CECCHETTO, Fátima. A sina de ser forte: corpo, sexualidade e saúde entre lutadores de jiu-jítsu no Rio de Janeiro. In: HEILBORN, Maria Luiza et al. *Sexualidade, reprodução e saúde*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2009.

_____. *Violência e estilos de masculinidade*: violência, cultura e poder. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 2004.

CONNELL, Robert W. La organización social de la masculinidad. In: VALDÉZ, Teresa; OLIVARRÍA, José (Ed.). *Masculinidad/es*: poder y crisis. Santiago: FLACSO/Isis: Ed. de las Mujeres, 1997. p. 31-48.

_____. Globalization, imperialism, and masculinities. In: KIMMEL, M.; HEARN, J.; CONNELL, R. W. *Handbook of studies on men & masculinities*. California: Sage, 2005. p. 71-90.

_____. Políticas da masculinidade. *Revista Educação e Realidade*, Porto Alegre, v. 20, n. 2, jul./dez., p. 185-206, 1995.

COURTENAY, Will H. Constructions of masculinity and their influence on men's well-being: a theory of gender and health. *Social Science & Medicine*, n. 50, p. 1385-1401, 2000.

COUTO, Edvaldo Souza. Uma estética para corpos mutantes. In: _____.; GOELLNER, Silvana Vilodre (Org.). *Corpos mutantes*: ensaios sobre novas (d)eficiências corporais. Porto Alegre: Ed. da UFRGS, 2007.

DaMATTA, Roberto. Tem pente aí?: Reflexões sobre a identidade masculina. *Revista Enfoques. Revista Semestral Eletrônica dos Alunos do Programa de Pós-graduação em Sociologia e Antropologia da UFRJ*, Rio de Janeiro, v. 9, n. 1, p. 130-151, ago. 2010. Disponível em: <<http://www.enfoques.ifics.ufrj.br>>. Acesso em: 20 março 2011.

DEPPE, Lara. *A (efi)ciência da beleza*. análise da presença do discurso científico na revista Nova. 2001. Dissertação (Mestrado em Saúde Coletiva) - Instituto de Medicina Social, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2001.

DOUGLAS, Mary. O mundo dos bens, 20 anos depois. *Horizontes Antropológicos*, Porto Alegre, v. 13, n. 28, jul./dez. 2007. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid>. Acesso em: 10 dezembro 2010.

_____.; ISHERWOOD, Baron. *O mundo dos bens*. para uma antropologia do consume. Rio de Janeiro. Ed. UFRJ, 2009.

DREYFUS, Herbert L. *Michel Foucault, uma trajetória filosófica*. para além do estruturalismo e da hermenêutica. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1995.

DUARTE, Luiz Fernando Dias. *Da via nervosa nas classes trabalhadoras urbanas*. Rio de Janeiro, Zahar, 1986.

ELIAS, Norbert. *O processo civilizador*: uma história dos costumes. Rio de Janeiro: Zahar, 1990.

FAUSTO-STERLING, Anne. *Sexing the body*. gender politics and the construction of sexuality. New York: Basic Books, 2000.

FIGUEIRA, Márcia Luiza Machado. A revista Capricho e a produção de corpos adolescentes. In: LOURO, Guacira Lopes; FELIPE, Jane; GOELLNER, Silvana Viodre (Org.). *Corpo, gênero e sexualidade*. um debate contemporâneo na educação. Petrópolis: Vozes, 2007.

FISCHER, Rosa Maria Bueno. *Televisão e educação: fruir e pesar a tv*. 3. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2006.

FONTES, Malu. Os percursos do corpo na cultura contemporânea. In: COUTO, Edvaldo Souza; GOELLNER, Silvana Vilodre (Org.). *Corpos mutantes*: ensaios sobre novas (d) eficiências corporais. PortoAlegre: Ed. UFRGS, 2007.

FOUCAULT, Michel. *A arqueologia do saber*. 7. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007

_____. Os corpos dóceis. In: _____. *Vigiar e punir*. nascimento da prisão. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2009.

_____. *História da sexualidade I*. a vontade de saber. Rio de Janeiro: Graal, 1997.

_____. *História da sexualidade II*. o uso dos prazeres. Rio de Janeiro: Graal, 1985.

FOUCAULT, Michel. Poder-corpo. In: _____. *Microfísica do poder*. Rio de Janeiro: Graal, 1993.

FRAGA, Alex Branco. A boa forma de João e o estilo de vida de Fernanda. In: LOURO, Guacira Lopes; FELIPE, Jane; GOELLNER, Silvana Viodre (Org.). *Corpo, gênero e sexualidade*. um debate contemporâneo na educação. Petrópolis: Vozes, 2007.

_____. *Exercício da informação*. governo dos corpos no mercado da vida ativa. 2005. Tese (doutorado) - Faculdade de Educação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2005.

FRASER, Márcia Tourinho Dantas; GONDIM, Sônia Guedes. Da fala do outro ao texto negociado: discussões sobre a entrevista na pesquisa qualitativa. *Revista Paideia*, v. 14, n. 28, p. 139-152, 2004.

FRY, Peter. *Para inglês ver*: identidade e política na cultura brasileira. Rio de Janeiro: Zahar, 1982.

GANETZ, H. The shop, the home and feminity as a masquerade. In: FORNAS, J.; BOLIN, G. (Ed.). *Youth culture a late modernity*. Londres: Sage, 1995.

GIAMI, Alain. Da impotência à disfunção erétil: destinos da medicalização da sexualidade. *Physis – Revista de Saúde Coletiva*, Rio de Janeiro, v. 19, n. 3, p. 637-657, 2009.

_____. Sexual health: the emergence, development, and diversity of a concept. *Annual Review of Sex Research*, v. 13, p. 1-36, 2002.

GIDDENS, A. *A transformação da intimidade*. sexualidade, amor & erotismo nas sociedades modernas. São Paulo: Ed. Unesp, 1993.

GILL, Rosalind. Análise do discurso. In: BAUER, Martin; GASKELL, George (Ed.). *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som*. um manual prático. Petrópolis: Vozes, 2002.

GOELLNER, Silvana Vilodre. A cultura *fitness* e a estética do comedimento: as mulheres, seus corpos e aparências. In: STEVENS, Cristina Maria Teixeira. *A construção dos corpos*. perspectivas feministas. Florianópolis: Ed. Mulheres, p. 245-260, 2008.

GOFFMAN, Erving. *Estigma*. notas sobre a manipulação da identidade deteriorada. 4. ed. Rio de Janeiro: LTC, 1988.

GOLDENBERG, Mirian. *De perto ninguém é normal*. 2. ed. Rio de Janeiro: Record, 2005.

_____.; RAMOS, Marcelo Silva. A civilização das formas: o corpo como valor. In: _____. (Org.). *Nu e vestido*. dez antropólogos revelam a cultura do corpo carioca. Rio de Janeiro: Record, 2002.

GOMES, Romeu. *Sexualidade masculina, gênero e saúde*. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2008a.

_____. et al. As arranhaduras da masculinidade: uma discussão sobre o toque retal como medida de prevenção do câncer de próstata. *Ciência e Saúde Coletiva*, v. 13, n. 6, nov./dez, 2008b.

GOMES, Romeu; NASCIMENTO, Elaine Ferreira do. A produção do conhecimento da saúde pública sobre a relação homem-saúde: uma revisão bibliográfica. *Cadernos de Saúde Pública*, Rio de Janeiro, v. 22, n. 5, p. 901-911, maio 2006.

_____.; SCHARAIBER, Lília Blima; COUTO, Márcia Thereza. O homem como foco da Saúde Pública. *Ciência e Saúde Coletiva*, v. 10, n. 1, jan./mar., 2005.

GUTMAN, Matthew C.; VIGOYA, Mara Viveros. Masculinities in Latin America. In: KIMMEL, M.; HEARN, J.; CONNELL, R. W. *Handbook of studies on men & masculinities*. California: Sage, p. 71-90, 2005.

HALL, Stuart. A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções de nosso tempo”. *Educação & Realidade*, v. 22, n. 2, p. 15-46, jul./dez. 1997.

_____. *A identidade cultural na pós-modernidade*. 7. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2002.

HEILBORN, Maria Luiza; Entre as tramas da sexualidade brasileira. *Revista Estudos Feministas*, Florianópolis, v. 14, n. 1, p. 336, jan./abr., p. 43-59, 2006.

_____.; CABRAL, Cristiane; BOZON, Michel. Gênero e carreiras sexuais e reprodutivas de jovens brasileiros. Trabalho apresentado no XV *Encontro Nacional de Estudos Populacionais*, realizado em Caxambú, MG, set. 2006.

_____.; CARRARA, Sérgio. Em cena, os homens. *Revista Estudos Feministas*, v. 6, p. 370-374, 1998.

_____.; GOUVEIA, Patrícia Fernanda. “Marido é tudo igual”: mulheres populares e sexualidade no contexto da Aids. In: PARKER, Richard; BARBOSA, Regina. *Sexualidades pelo avesso. direitos, identidades e poder*. Rio de Janeiro: IMS/UERJ; São Paulo: Ed. 34, 1999. p. 175-198.

HORNBY, Nick. *Alta fidelidade*. Rio de Janeiro: Rocco, 1998. p. 104.

HULL, Gloria; SCOTT, Patricia Bell; SMITH, Barbara. *All the women are white, all the blacks are men, but some of Us are brave*. black women’s studies. Old Westbury, NY, Feminist Press, 1982.

KAUFMAN, Michel. Las experiencias contradictorias del poder entre los hombres. In: VALDÉS, Teresa; OLIVARIA, José (Ed.). *Masculinidade/s: poder y crisis*. Santiago: FLACSO/Isis: Ed. de las Mujeres, 1997. p. 49-62.

KELLNER, Douglas. Lendo imagens criticamente: em direção a uma pedagogia pós-moderna. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (Org.). *Alienígenas em sala de aula*. uma introdução aos estudos culturais na educação. Petrópolis: Vozes, 1995.

KIMMEL, Michael. Homofobia, temor, vergüenza y silencio en la identidad masculina. In: VALDÉS, Teresa; OLIVARIA, José (Ed.). *Masculinidade/s: poder y crisis*. Santiago: FLACSO/Isis: Ed. de las Mujeres, 1997. p. 49-62

KIMMEL, Michael; KAUFMAN, Michael. Weekend Warriors: the new men's movement. In: _____. (Ed.). *The politics of manhood*. profeminist men respond to the mythopoetic men's movement (and the mythopoetic leaders answer). Philadelphia: Temple University Press, 1995.

_____. A produção simultânea de masculinidades hegemônicas e subalternas. *Horizontes Antropológicos: Corpo, Doença e Saúde*, v. 4, n. 9, p. 103-117, out. 1998.

LAQUEUR, Thomas. *Inventando o sexo*. corpo e gênero dos gregos a Freud. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2001.

LE BRETON, David. *Antropolgia del cuerpo y modernidad*. 1. ed. Buenos Aires: Nueva Visión, 2002.

_____. *A sociologia do corpo*. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2007.

LERVOLINO, Solange Abrocesi; PELICIONI, Maria Cecília Focesi. A utilização do grupo focal como metodologia qualitativa na promoção da saúde. *Revista da Escola de Enfermagem da USP*, v. 35, n. 2, p. 115-121, 2001.

LIPOVETSKY, Gilles. *O império do efêmero*. a moda e seu destino nas sociedades modernas. Lisboa: Dom Quixote, 1989.

LOE, Meika. Fixing broken masculinity: Viagra as a technology for the production of gender and sexuality. *Sexuality and Culture*, v. 5, n. 3, p. 97-125, 2001.

LOURO, Guacira Lopes. *Um corpo estranho*. ensaios sobre sexualidade e teoria queer. Belo Horizonte: Autêntica, 2004.

_____. *Gênero, sexualidade e educação*. uma perspectiva pós-estruturalista. Petrópolis: Vozes, 2003.

LUTZ, Catherine A.; COLLINS, Jane L. The color of sex: postwar photographic histories of race and gender. In: ASKEW, Kelly; WILK, Richard. *The anthropology of media*. a reader. Oxford: Blackwell, 2005. p. 92-116.

LYRA, Jorge. *Homens, feminismo e direitos reprodutivos no Brasil*. uma análise de gênero no campo das políticas públicas (2003-2006). 2008. Tese (Doutorado em Saúde Pública) - Centro de Pesquisas Aggeu Magalhães, Fundação Oswaldo Cruz, Recife, 2008.

MARSHALL, B. The new virility: Viagra, male aging and sexual function. *Sexualities*, v. 9, n. 3, p. 345-362, 2006.

_____.; KATZ, S. Forever functional: sexual fitness and the ageing male body. *Body and Society*, v. 8, n. 43, p. 43-70, 2007.

MARTIN-BARBERO, Jesús. América Latina e os anos recentes: o estudo da recepção em comunicação social. In: SOUSA, Mauro Wilson de (Org.). *Sujeito, o lado oculto do receptor*. São Paulo: USP: Brasiliense, 1995. p. 39-68.

MARTIN-BARBERO, Jesús. Desafios culturais da comunicação à educação. *Comunicação & Educação*, São Paulo, v. 18, p. 51-61, maio/ago. 2000. Disponível em: <<http://usp.br/comueduc/indez.ptp>>. Acesso em: 3 de março 2008.

_____. *Dos meios às mediações*. comunicação, cultura e hegemonia. 2. ed. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2003.

MAUSS, Marcel. *Sociologia e antropologia*. São Paulo: Cosac & Naif, 2003.

MEAD, Margaret. *Sexo e temperamento*. São Paulo: Editora Perspectiva, 1969. (Coleção Debates Antropologia).

MEDRADO, Benedito. Homens na arena do cuidado infantil: imagens veiculadas pela mídia. In: ARILHA, Margareth; RIDENTI, Sandra G. Unbehau; MEDRADO, Benedito (Org.). *Homens e masculinidades*. outras palavras. São Paulo: ECOS/Editora 34, 1998. p. 145-162.

_____. *O masculino na mídia*. repertórios sobre masculinidade na propaganda televisiva brasileira. 1997. Dissertação (Mestrado) - Pontifícia Universidade Católica, São Paulo, 1997

_____. Textos em cena: a mídia como prática discursiva. In: SPINK, Mary Jane (Org.). *Práticas discursivas e produção de sentidos no cotidiano*. aproximações teóricas e metodológicas. 2. ed. São Paulo: Cortez, 2000. p.243-251.

MINAYO, Maria Cecília. *O desafio do conhecimento*. pesquisa qualitativa em saúde. 6. ed. São Paulo: HUCITEC; Rio de Janeiro: Abrasco, 1999.

MIRA, Maria Celeste. *O leitor e a banca de revistas*. o caso da Editora Abril. 1997. Tese (Doutorado) - Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Estadual de Campinas, 1997.

_____. O masculino e o feminino nas narrativas da cultura de massas ou o deslocamento do olhar. *Cadernos Pagu*, n. 21, p. 3-38, 2003.

MOITA LOPES, Luiz Paulo da. Falta homem até pra homem: a construção da masculinidade hegemônica no discurso midiático. In: HEBERLE, Viviane Maria; OSTERMANN, Ana Cristina; FIGUEIREDO, Débora de Carvalho. (Org.). *Linguagem e gênero no trabalho, na mídia e em outros contextos*. Florianópolis: Ed. UFSC, 2006. p. 131-157.

_____. A performance narrativa do jogador Ronaldo como fenômeno sexual em um jornal carioca: multimodalidade, posicionamento e iconicidade. *Revista da Anpoll*, v. 2, n. 27, p. 128-157, 2009.

MONTEIRO, Marko. Corpo, biologia e masculinidade. In: ELAINE, Romeo; PEREIRA, Giuseppe B. (Org.). *O universo do corpo*. masculinidades e feminilidades. Rio de Janeiro: Shape, 2008.

_____. *Masculinidades em revista*. um estudo da VIP Exame, Sui Generis e Homens. 2000. Dissertação (Mestrado em Antropologia) - Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Estadual de Campinas, 2000.

MORT, Frank. *Cultures of consumption*. masculinities and social space in late twentieth-century Britain. London: Routledge, 1996.

_____. The politics of consumption. In: HALL, S.; JACQUES, M. (Ed.). *New Times*: the changing face of politics in the 1990s. London: Lawrence & Wishart, 1989. p. 160-172.

MOSSE, George L. *The image of man*. the creation of modern masculinity. New York: Oxford Univ. Press, 1996.

MOUTINHO, Laura. *Razão, "cor" e desejo*. uma análise comparativa sobre relacionamentos afetivos-sexuais "inter-raciais" no Brasil e na África do Sul. São Paulo: Unesp, 2004.

NEVES, Delma Pessanha. Alcoolismo: acusação ou diagnóstico? *Cad. Saúde Pública*, v. 20, n. 1, jan./fev. 2004.

NIXON, Sean. Have you got the look? Masculinities and shopping spectacle. In: SHIELDS, Rob (Org.). *Lifestyle shopping*: the subject of consumption. London: Routledge, 1992.

_____. *Hard looks*: masculinities, spectatorship and contemporary consumption. London: Routledge, 2003.

NOLASCO, Sócrates Alveres. *De Tarzan a Homer Simpson*. banalização e violência masculina em sociedades contemporâneas ocidentais. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.

_____. *O mito da masculinidade*. Rio de Janeiro: Rocco, 1993.

NUNES, Cláudio Ricardo Freitas; GOELLNER, Silvana Vilodre. O espetáculo do ringue: o esporte e a potencialização de eficiente corporais. In: COUTO, Edvaldo Souza; GOELLNER, Silvana Volore (Org.). *Corpos mutantes*: ensaios sobre novas (d)eficiências corporais. Porto Alegre: Ed. UFRGS, 2007.

OLIVARDIA, Roberto. Adonis complex. In: KIMMEL, Michael; ARONSON, Amy (Ed.). *Men and masculinities*: a social, cultural and historical encyclopedia. Santa Barbara: ABC-CLIO, 2004.

OLIVARRIA, José. Desejos, prazeres e poder: questões em torno da masculinidade heterossexual. In: PARKER, Richard; BARBOSA, Regina. *Sexualidades pelo avesso*. *direitos, identidades e poder*. Rio de Janeiro: IMS/UERJ; São Paulo: Ed. 34, 1999.

PAIVA, Vera. Sexualidades adolescentes: escolaridade, gênero e sujeito sexual. In: PARKER, Richard; BARBOSA, Regina (Org.). *Sexualidades brasileiras*. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 1996.

PALACIOS, Annamaria da Rocha Jatobá. Velhice, palavras quase proibida; terceira idade, expressão quase hegemônica. In: COUTO, Edvaldo Souza; GOELLNER, Silvana Vilodre (Org.). *Corpos mutantes*: ensaios sobre novas (d) eficiências corporais. PortoAlegre: Ed. UFRGS, 2007.

PALMA, Alexandre. Atividade física, processo saúde-doença e condições sócio-econômicas: uma revisão da literatura. *Revista Paulista de Educação Física*, São Paulo, v. 14, n. 1, p. 97-106, jan./jun. 2000.

_____. Exercício físico e saúde; sedentarismo e doença: epidemia, causalidade e moralidade. *Motriz - Revista de Educação Física*, Rio Claro, v. 15, n. 1, p. 185-191, jan./mar. 2009.

_____; ESTEVÃO, Adriana; BAGRICHEVSKY, Marcos. Considerações teóricas acerca das questões relacionadas à promoção da saúde. In: BAGRICHEVSKY, Marcos; PALMA, Alexandre. *A saúde em debate na educação física*. Blumenau: Edibes, 2003. p. 15-32.

PARKER, Richard. Hacia una economía política del cuerpo: construcción de la masculinidad y la homosexualidad masculina en Brasil. In: VALDÉS, Teresa; OLIVARÌA, José (Ed.). *Masculinidades y equidad de género en América Latina*. Santiago: FLACSO, 1998. p. 106-127.

PINTO, Milton José. *Comunicação e discurso*. introdução à análise do discurso. 2. ed. São Paulo:Hacker, 2002.

PORTINARI, Denise; COUTINHO, Fernanda Ribeiro. A roupa faz o homem: a moda como questão. In: ALMEIDA, Maria Isabel Mendes de; EUGENIO, Fernanda (Org.). *Culturas jovens*. novos mapas do afeto. Rio de Janeiro: J. Zahar, 2006.

RAMOS, Jair de Souza. Dilemas da masculinidade em comunidades de leitores da revista Men's Health. *Sexualidad, Salud y Sociedad - Revista Latinoamericana*, n.7, p.9-43, abr. 2011. Disponível em: www.sexualidadsaludysociedad.org

RESSEL, Lúcia Beatriz et al. O uso do grupo focal em pesquisa qualitativa. *Texto e Contexto - Enfermagem*, Florianópolis, v. 17, n. 4, out./dez. p. 2-9, 2008.

RIBEIRO, Cláudia Regina; ROHDEN, Fabíola. A ciência na mídia e as estratégias de reafirmação da bipolaridade entre os gêneros: o caso do Globo Repórter. *Cadernos Pagu*, n. 32, p. 267-299, jan./jun. 2009.

_____; SIQUEIRA, Vera Helena Ferraz de. O novo homem na mídia: ressignificações por homens docentes. *Estudos Feministas*, v. 15, n. 1, p. 131-151, 2007.

ROHDEN, Fabíola. *Uma ciência da diferença*. sexo e gênero na medicina da mulher. Rio de Janeiro: FIOCRUZ, 2001. (Coleção Antropologia e Saúde).

_____. A construção da diferença sexual na Medicina. *Cadernos de Saúde Pública*, Rio de Janeiro, v. 19, n. 2, p. 201-212, 2003.

_____. Diferenças de gênero e medicalização da sexualidade na criação do diagnóstico das disfunções sexuais. *Revista Estudos Feministas*, v. 17, n. 1, jan./abr., 2009.

SCHRAIBER, Lília Blima; GOMES, Romeu; COUTO, Mácia Thereza. Homens e saúde na pauta da saúde coletiva. *Ciência & Saúde Coletiva*, v. 10, n. 1, p. 7-17, 2005.

SCOTT, Joan. Gênero: uma categoria útil de análise histórica. *Educação e Realidade*, v. 20 n. 2, jul./dez. 1995.

SEGRE, Marco; FERRAZ, Flávio Carvalho. O conceito de saúde. *Revista de Saúde Pública*, v. 31, n. 5, p. 538-542, out. 1997.

SILVA, Ana Maria. *Corpo, ciência e mercado*. reflexões acerca da gestação de um novo arquétipo da felicidade. Campinas: Autores Associados; Florianópolis: Ed. UFSC, 2001.

SILVA, Leonardo Cruz da. *Playboy, a revista para ser lida com uma só mão*. produção ou apropriação de sentido da identidade masculina? 2004. Dissertação (Mestrado) - Instituto de Psicologia, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2004.

SILVA, Paulo Vinícius Baptista; ROSENBERG, Fúlvia. Brasil: lugares de negros e brancos na mídia. In: DIJK, Teun A. van (Org.). *Racismo e discurso na América Latina*. São Paulo: Contexto, 2008. p. 73-118.

SOUSA, Mauro Wilson de. Comunicação e contexto sócio-cultural. *Revista Integração*, São Paulo, v. 1, n. 7, p. 8-9, 1997.

_____. Recepção e comunicação: a busca do sujeito. In: SOUSA, Mauro Wilson de (Org.). *Sujeito, o lado oculto do receptor*. São Paulo: USP: Brasiliense, 1995. p. 13-38.

SPINK, Mary Jane et al. Sobre palavras que vendem coisas: o glossário do risco em anúncios de revistas. *Estudo de Psicologia*, v. 12, n. 1, p. 13-21, 2007.

STEVENS, Cristina Maria Teixeira (Org.). *A construção dos corpos*: perspectivas feministas. Florianópolis: Ed. Mulheres, 2008.

STIBBE, Arran. Health and the social construction of masculinity in Men's Health magazine. *Men and Masculinities*, v. 7, n. 1, p. 31-51, July 2004. Disponível em: <<http://jmm.sagepub.com/content/7/1/31.abstract>>. Acesso em: 12 outubro 2009.

THOMPSON, John B. *A mídia e a modernidade*. uma teoria social da mídia. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

VELHO, Gilberto. Observando o familiar. In: NUNES, E. (Org.). *A aventura sociológica*. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

VERISSIMO, Jorge. *O corpo na publicidade*. Lisboa: Colibri: Instituto Politécnico de Lisboa, 2008.

_____. A mulher "objecto" na publicidade. CONGRESSO DA ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 4., Aveiro, 2005. *Livro de Actas...* Lisboa: *Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação*, 2005. p. 1701-1721.

VIGOYA, Mara Viveros. Perspectivas latinoamericanas actuales sobre la masculinidad. In: ROJAS, Patricia Tovas (Ed.). *Familia, género y antropología*. desafíos y transformaciones. Bogotá: Instituto Colombiano de Antropología e Historia, 2000. p. 82-129.

WEEKS, Jeffrey. O corpo e a sexualidade. In: LOURO, Guacira Lopes (Org.). *O corpo*

educado. pedagogias da sexualidade. Belo horizonte: Autêntica, 1999.

WERKMEISTER, Meike. *Media, gender and identity*. men's magazine in Germany. Sept. 2003. Disponível em: <<http://www.theoryhead.com/gender/germany.htm>>. Acesso em 12 outubro 2009.