



## **Quais os gêneros jornalísticos apresentados pela revista Playboy brasileira durante a análise de um semestre?<sup>1</sup>**

Caroline de Campos BASSETTO

Laura Buoro CORTIZO<sup>2</sup>

Rosemary Bars MENDES<sup>3</sup>

Pontifícia Universidade Católica de Campinas, Campinas, SP

**RESUMO** - A presente pesquisa realizada tem como objeto de estudo a revista brasileira Playboy, com o propósito de mostrar que esta revista masculina, com apelo erótico, não é apenas um meio de entretenimento e diversão, apenas fotos de mulheres nuas, mas um veículo de informação. O propósito da investigação era mostrar que o jornalismo com seus gêneros estavam dispostos na revista. Para uma análise e estudo dos gêneros jornalísticos foi utilizado o autor José Marques de Melo (2003) e, para uma fundamentação teórica, foram utilizadas duas teorias, a Indústria Cultural e a teoria Gnóstica. Para realização da pesquisa, foram analisadas seis edições representando seis meses. A amostragem selecionada foi aleatória compreendendo os meses de setembro de 2008 a fevereiro de 2009.

**PALAVRAS-CHAVE:** revista masculina; Playboy; gêneros jornalísticos.

### **Introdução**

A escolha para se realizar este projeto de pesquisa foi feita a partir de experiências do dia-a-dia. É muito comum ouvir alguém dizendo que as entrevistas da revista Playboy são ótimas. Várias pessoas compram ou assinam a revista por suas matérias e entrevistas, e não só pelas mulheres nuas. O público feminino da revista também vem aumentando, por causa de matérias e entrevistas.

Apesar de ser uma revista segmentada ela apresenta temas globais de interesses gerais, como política, esporte e economia.

A hipótese que sustenta este trabalho leva em conta que a revista masculina não trata somente da sensualidade e nudez feminina, mas também traz informações, notícias e acontecimentos sobre o Brasil e o mundo.

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na Divisão Temática Jornalismo, da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

<sup>2</sup> Estudantes de Graduação 5º. Semestre do Curso de Jornalismo da PUCCAMP, email: [carolinebassetto@gmail.com](mailto:carolinebassetto@gmail.com) e [laura\\_cortizzo@hotmail.com](mailto:laura_cortizzo@hotmail.com). A pesquisa foi realizada em sala de aula também pelas alunas Ana Gabriela Prado, Diana Siquelero, Fernanda Rodriguez e Patrícia Paixão

<sup>3</sup> Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Jornalismo da PUCCAMP, email: [rosebars@uol.com.br](mailto:rosebars@uol.com.br)



Dessa forma pode-se encontrar matérias, artigos, entrevistas e reportagens, pois o leitor não busca somente o prazer, mas também informações e notícias.

Assim a pesquisa está voltada a descobrir os gêneros jornalísticos, que podem ser encontrados na revista Playboy brasileira, que tem como seu público alvo homens acima de 25 anos e que buscam a informação. A revista masculina não apresenta a informação como seu objetivo principal, e sim o prazer e entretenimento, porém ela apresenta formatos informativos, apresentados em diferentes gêneros.

A Playboy brasileira tem circulação mensal, e para análise foram selecionadas seis revistas, referentes aos meses de setembro, outubro, novembro e dezembro de 2008 e janeiro e fevereiro de 2009.

**Contextualização** - O jornalismo surgiu no final do século XV com o objetivo de suprir as necessidades de comunicação da sociedade. A informação, em geral, era vista como primordial. Para Nelson Werneck Sodré (1966), o surgimento do jornalismo teve fatores técnicos diretamente ligados às condições políticas, econômicas e culturais vivenciados no século XVI. Para o autor, a história da imprensa vai de encontro às lutas políticas e às necessidades de divulgação das cotações de mercado e, principalmente, nas contestações da realeza e do clero, numa luta pelo rompimento do monopólio cultural.

O jornalismo em si é definido por Clóvis Rossi como,

“independentemente de qualquer definição acadêmica, é uma fascinante batalha pela conquista das mentes e corações de seus alvos: leitores, telespectadores e ouvintes. Uma batalha geralmente sutil e que usa uma arma de aparência extremamente inofensiva: a palavra. Mas uma batalha nem por isso menos importante do ponto de vista político e social, o que justifica e explica as imensas verbas canalizadas por governos, partidos, empresários e entidades diversas para o que se convencionou chamar veículos de comunicação de massa” (ROSSI, 2006, p. 07).

A história das revistas no Brasil, como a história da imprensa, confunde-se com a história econômica e da indústria do país. “As revistas surgiram no Brasil no início do século XIX, junto com a corte portuguesa. Quer dizer, chegaram junto com o assunto que iriam tratar. Antes disso, proibida por Portugal, não havia imprensa no Brasil” (SCALZO, 2003, p.27).



No final do século XIX e início do século XX, nasceu um novo tipo de revista, as chamadas galantes, que foram criadas para o público masculino com notas políticas e sociais, piadas e contos picantes, caricaturas, desenhos e fotos eróticas. “As revistas eróticas, chamadas “galantes”, que fizeram tanto sucesso no começo do século XX, desaparecem nos anos 30 por conta da censura e da moral conservadora da época. Só voltam ao cenário na década de 1960, com a liberalização dos costumes” (SCALZO, p. 35).

Na década de 1960, surgiram as revistas masculinas que, além de publicar fotos de mulheres nuas, se preocupavam em oferecer um conteúdo editorial de qualidade.

O jornalismo de revista ao longo dos anos sofreu inúmeras mudanças, desde a primeira revista publicada em 1663, na Alemanha até os dias de hoje onde a concorrência esta cada vez mais acirrada, como afirma Marília Scalzo (2008).

As revistas tornaram-se o encontro do editor e do leitor, que o trata de você, fala diretamente, estabelece um contato íntimo, um fio invisível que une grupos e cria identificações, tornaram-se objetos queridos, fáceis de carregar, de guardar, de colocar numa estante e colecionar, “tornou-se prático ao leitor, que a leva para onde quiser e a lê no lugar que bem entender” (SCALZO, 2008).

O jornalismo especializado surgiu em 1980. Havia a tendência na Europa e nos Estados Unidos para o lançamento de revistas segmentadas (científicas, lazer, entre outras), principalmente as destinadas ao público masculino. Nessa nova tendência, autores como Sérgio Vilas Boas (1996), esperam dos produtores de revistas especializadas que estes cobrem de seus jornalistas textos cada vez mais atrativos e elegantes. Essa reestruturação das revistas deixou claro que esse tipo de mídia precisava de uma mudança na forma de se comunicar com seus leitores. Com essa característica moderna, que trouxe aos editores de revistas uma nova concepção, e com base nas necessidades do homem moderno, foram lançadas revistas especializadas, que surgem para segmentar os assuntos que mais interessam ao público.

No que diz respeito aos conteúdos ligados a sexualidade, “a linha que separa as revistas mais caras das mais populares tem sido traçada pela diferença entre erotismo e pornografia” (MIRA, 2001, p.113). As revistas mais bem produzidas são as eróticas e, por isso, as mais caras. As pornográficas, além de mais baratas, têm uma conotação mais obscena. Estas revistas contém fotos de sexo e geralmente são acompanhadas por aspectos humorísticos. Para Maria Celeste Mira (2001), “é exatamente essa característica, que dá o caráter popular e cômico tão mal visto pela maioria da população”. É necessário deixar claro que nas revistas denominadas eróticas, ou seja,



nas mais sofisticadas, também é possível identificar aspectos lúdicos, porém, mais estilizados para o seu público que é mais refinado. Em revistas eróticas, como Playboy, a nudez é considerada trabalho artístico e são protegidas por direitos autorais, o que não acontece em revistas pornográficas, afirma a autora.

**Gêneros jornalísticos** - Preocupar-se com os gêneros jornalísticos faz parte do esforço de compreensão daquilo que forma um ponto de partida seguro para descrever as características únicas da mensagem e permitir avanços na análise das relações socioculturais e político-econômicas que permeiam a totalidade do jornalismo, afirma José Marques de Melo (2003, p. 41). “O maior desafio do jornalismo como campo do conhecimento é sem dúvida a configuração da sua identidade enquanto objeto científico”.

Segundo o autor, os gêneros jornalísticos referentes às classificações brasileiras só foi sistematicamente pesquisado por Luiz Beltrão, tomado como parâmetro para classificação dos gêneros jornalísticos no Brasil.

“Beltrão sugere uma separação dos gêneros segundo as funções que desempenham junto ao público leitor: informar, explicar e orientar. Nesse sentido, categoriza de acordo com as tendências que marcaram o movimento peculiar da atividade jornalística, acompanhando mutações tecnológicas e socioculturais que marcam a sociedade” (Marques de Melo, 2003, p.60)

O autor José Marques de Melo apresenta duas categorias jornalísticas, o informativo e o opinativo. O informativo apresenta os seguintes gêneros: nota, notícia, reportagem e entrevista. A categoria opinativa é formada pelos gêneros: resenha, coluna, artigo, humor, editorial e cartas ao leitor.

**O objeto** - A revista Playboy, lançada na década de 1950 por Hugh Hefner, surgiu da necessidade de criação de um veículo que afrontasse os valores morais norte-americanos da época. De acordo com Mira (2001), na primeira metade do século passado, sociedade falso-puritana que era rejeitada por Hefner, foi o ponto de partida para o lançamento de Playboy. Hefner queria um veículo que afrontasse a hipocrisia da sociedade nas atitudes em relação ao sexo.

Assim foram lançados, em novembro de 1953 nos Estados Unidos, os primeiros exemplares da revista Playboy. A capa trazia a então mundialmente desejada Marilyn



Monroe. O sucesso da revista foi imediato, sendo que, em dez anos, já distribuía cerca de um milhão e meio de exemplares em todo o país. De acordo com Mira (2001), aquela revista que questionava o puritanismo norte-americano e a censura a que os meios de comunicação eram submetidos, rapidamente se espalhou por todos os continentes, passando a ser editada em diversos países, dentre eles o Brasil. Este rompimento de fronteiras fez da Playboy a maior revista masculina do mundo.

Dados oficiais cedidos pela Editora Abril, divulgados em um encarte publicitário coletado em uma visita à editora em maio de 2007, revelam que a missão da Playboy é uma celebração da vida e dos seus prazeres, trazendo mensalmente ensaios fotográficos com mulheres, além do jornalismo premiado por sua inteligência, sofisticação e bom humor.

O perfil do leitor traçado pela editora representa 85% homens, 64% deles têm entre 18 e 39 anos e 49% pertencem às classes AB. São no total 2.858.000 leitores em todo o Brasil, segundo encarte informativo cedido em visita feita à Editora Abril.

**Metodologia** - Para haver a análise das edições foram adotados os seguintes procedimentos metodológicos: pesquisas bibliográficas, e a análise documental, realizada por amostragem sistemática, a partir da seleção de seis edições da revista, de setembro de 2008 a fevereiro de 2009.

A amostragem sistemática é definida por Maria de Andrade Marconi e Eva Maria Lakatos (2008) como “uma variação da precedente. A população, ou a relação de seus componentes deve ser ordenada, de forma tal que cada elemento seja identificado, univocamente, pela posição” (MARCONI e LAKATOS, 2008, p. 30).

Este trabalho é classificado como análise qualitativa, com base no método de estudo de caso. Para o autor William Goode (1960), “o estudo de caso é definido como um conjunto de técnicas de pesquisa úteis como o uso de documentos pessoais para obtenção de dados aprofundados na vida do indivíduo” (GOODE, 1960, p.423). Na presente pesquisa o uso de documentos pessoais foi substituído pelo uso do objeto de estudo, neste caso a revista Playboy brasileira, pois “o uso destas técnicas podem ser usadas em qualquer tipo de pesquisa social” (GOODE, 1960, p.423).

Esta pesquisa tem como suporte as teorias indústria cultural e gnóstica. O termo indústria cultural, que foi utilizado pela primeira vez pelos autores Horkheimer e Adorno, segundo o autor Mauro Wolf (2006) é a expressão referida a empresas e instituições que trabalham com a produção de projetos, canais, jornais, rádios, revistas e



outras formas de entretenimento, baseadas na cultura, visando o lucro. Para o autor, sua origem se deu através da sociedade capitalista que transformou a cultura num produto comercializado.

O autor Felipe Pena (2002) define a teoria gnóstica como um tipo de conhecimento esotérico e que se transmite mediante ritos de iniciação. Poucos têm acesso a tal conhecimento, pois ele deve mesmo estar restrito ao grupo de iniciados. Para o autor, a identidade da comunidade jornalística “é formada por uma estrutura gnóstica. Não no sentido religioso, mas sim no caráter fáustico e restritivo de seus costumes, vocabulário e ritos de iniciação” (PENA, 2002, p. 139).

Esses conhecimentos restritos ao grupo são uma espécie de manuais de práticas específicas, cujos segredos são passados aos iniciantes pelos veteranos, completa o autor.

**Análise qualitativa** - A revista Playboy brasileira segue a classificação dos gêneros jornalísticos apresentadas por José Marques de Melo (2003), dividindo-se entre os gêneros informativos e a opinativos. Essa pesquisa foi dividida em dez formatos: entrevistas, reportagens, artigos, colunas, humor, notas, notícia, resenha, editorial e cartas ao leitor. Esses gêneros e formatos serão pesquisados nas edições de Playboy: N.º 400, 401, 402, 403, 404, 405, de setembro de 2008 a fevereiro de 2009.

A edição 400, referente ao mês de setembro de 2008, possui 200 páginas, sendo 73 páginas (36,5%) de publicidade, 40 páginas (20%) de ensaios fotográficos e 87 páginas (43,5%) de jornalismo. Nas páginas destinadas às informações jornalísticas foram encontrados:

| <b>Gênero opinativo</b> | <b>%</b>   | <b>Gênero informativo</b> | <b>%</b>   |
|-------------------------|------------|---------------------------|------------|
| Resenha                 | 41,9       | Nota                      | 17,8       |
| Coluna                  | 19,35      | Notícia                   | 10,7       |
| Artigo                  | 13         | Reportagem                | 51,7       |
| Humor                   | 6,5        | Entrevista                | 19,6       |
| Editorial               | 3,2        |                           |            |
| Cartas ao leitor        | 16         |                           |            |
| <b>TOTAL</b>            | <b>100</b> | <b>TOTAL</b>              | <b>100</b> |

A edição 401, referente ao mês de outubro de 2008, possui 196 páginas, sendo 82 páginas (42,8%) de publicidade, 43 páginas (21,9%) de ensaios fotográficos e 69 páginas (35,3%) de jornalismo. Nas páginas destinadas às informações jornalísticas foram encontrados:



| <b>Gênero opinativo</b> | <b>%</b>   | <b>Gênero informativo</b> | <b>%</b>   |
|-------------------------|------------|---------------------------|------------|
| Resenha                 | 29,7       | Nota                      | 25         |
| Coluna                  | 45,9       | Notícia                   | 6,25       |
| Artigo                  | 8,1        | Reportagem                | 37,5       |
| Humor                   | 2,7        | Entrevista                | 34,3       |
| Editorial               | 5,4        |                           |            |
| Cartas ao leitor        | 8,1        |                           |            |
| <b>TOTAL</b>            | <b>100</b> | <b>TOTAL</b>              | <b>100</b> |

A edição 402, referente ao mês de novembro de 2008, possui 198 páginas, sendo 81 páginas (41,5%) de publicidade, 35 páginas (17,1%) de ensaios fotográficos e 82 páginas (41,5%) de jornalismo. Nas páginas destinadas às informações jornalísticas foram encontrados:

| <b>Gênero opinativo</b> | <b>%</b>   | <b>Gênero informativo</b> | <b>%</b>   |
|-------------------------|------------|---------------------------|------------|
| Resenha                 | 50         | Nota                      | 16,6       |
| Coluna                  | 13,6       | Notícia                   | 1,6        |
| Artigo                  | 9          | Reportagem                | 63,3       |
| Humor                   | 9          | Entrevista                | 18,3       |
| Editorial               | 4,5        |                           |            |
| Cartas ao leitor        | 13,6       |                           |            |
| <b>TOTAL</b>            | <b>100</b> | <b>TOTAL</b>              | <b>100</b> |

A edição 403, referente ao mês de dezembro de 2008, possui 190 páginas, sendo 72 páginas (48,4%) de publicidade, 39 páginas (20,5%) de ensaios fotográficos e 59 páginas (31,1%) de jornalismo. Nas páginas destinadas às informações jornalísticas foram encontrados:

| <b>Gênero opinativo</b> | <b>%</b>   | <b>Gênero informativo</b> | <b>%</b>   |
|-------------------------|------------|---------------------------|------------|
| Resenha                 | 50         | Nota                      | 16,32      |
| Coluna                  | 5,5        | Notícia                   | 4          |
| Artigo                  | 16,6       | Reportagem                | 57,14      |
| Humor                   | 11,1       | Entrevista                | 22,44      |
| Editorial               | 5,5        |                           |            |
| Cartas ao leitor        | 16,6       |                           |            |
| <b>TOTAL</b>            | <b>100</b> | <b>TOTAL</b>              | <b>100</b> |

A edição 404, referente ao mês de janeiro de 2009, possui 130 páginas, sendo 31 páginas (23,8%) de publicidade, 33 páginas (26,9%) de ensaios fotográficos e 66 páginas (50,7%) de jornalismo. Nas páginas destinadas às informações jornalísticas foram encontrados:



| <b>Gênero opinativo</b> | <b>%</b>   | <b>Gênero informativo</b> | <b>%</b>   |
|-------------------------|------------|---------------------------|------------|
| Resenha                 | 42,8       | Nota                      | 21,7       |
| Coluna                  | 19,8       | Notícia                   | 6,3        |
| Artigo                  | 10,95      | Reportagem                | 50         |
| Humor                   | 8,55       | Entrevista                | 22         |
| Editorial               | 5,9        |                           |            |
| Cartas ao leitor        | 12         |                           |            |
| <b>TOTAL</b>            | <b>100</b> | <b>TOTAL</b>              | <b>100</b> |

A edição 405, referente ao mês de fevereiro de 2009, possui 130 páginas, sendo 26 páginas (20%) de publicidade, 42 páginas (32,3%) de ensaios fotográficos e 62 páginas (47,7%) de jornalismo. Nas páginas destinadas às informações jornalísticas foram encontrados:

| <b>Gênero opinativo</b> | <b>%</b>   | <b>Gênero informativo</b> | <b>%</b>   |
|-------------------------|------------|---------------------------|------------|
| Resenha                 | 47,6       | Nota                      | 17,7       |
| Coluna                  | 9,5        | Notícia                   | 15,5       |
| Artigo                  | 19         | Reportagem                | 46,6       |
| Humor                   | 9,5        | Entrevista                | 20         |
| Editorial               | 4,7        |                           |            |
| Cartas ao leitor        | 9,5        |                           |            |
| <b>TOTAL</b>            | <b>100</b> | <b>TOTAL</b>              | <b>100</b> |

Com a amostragem analisada, referente há um semestre, pode-se concluir que 37% do espaço são dedicados às propagandas, 21% das páginas são destinadas aos ensaios fotográficos e 41,25% são páginas informativas. Nesse universo jornalístico estão:

| <b>Gênero opinativo</b> | <b>%</b>   | <b>Gênero informativo</b> | <b>%</b>   |
|-------------------------|------------|---------------------------|------------|
| Resenha                 | 37,5       | Nota                      | 36,9       |
| Coluna                  | 25         | Notícia                   | 0          |
| Artigo                  | 0          | Reportagem                | 41,3       |
| Humor                   | 12,5       | Entrevista                | 19,5       |
| Editorial               | 12,5       |                           |            |
| Cartas ao leitor        | 12,5       |                           |            |
| <b>TOTAL</b>            | <b>100</b> | <b>TOTAL</b>              | <b>100</b> |

Analisando a revista, nota-se, que a coluna e a reportagem são os gêneros que mais ocupam espaço na revista, com 19,8% e 50% respectivamente. A entrevista, que é um dos destaques das edições mensais, ocupa apenas 22% do espaço jornalístico, seguido de notas informativas com 21,7% e notícias com apenas 6,3%.





Como base nas revistas pesquisada, nota-se, que a revista *playboy* publica, geralmente, duas entrevistas por edição. A revista dá prioridade a temas ligados à política, cultura e sexualidade. O último tema é usado como prioridade na sustentação do interesse do leitor.

Nas reportagens analisadas, nota-se que, os assuntos são pensados de forma a suprir as necessidades de informação do leitor. A maioria dos temas abordados está relacionado a comportamento.

Entre os gêneros opinativos a resenha tem mais destaque com 42,8% do espaço. Os artigos, com 10,95%, tratam de temas relacionados à política, ao comportamento, economia e cultura. As seções *Happy hour e Estilo* (dicas de comportamento) e *Neurônios* (dicas culturais – cinema, jogos, música, entre outros), por terem textos curtos e sempre ligados a um tema, foram aqui caracterizados como colunas e resenhas.

### **Considerações finais**

A presente pesquisa confirmou a hipótese proposta que a revista *Playboy* é informativa, de acordo com os critérios de análise dos gêneros jornalísticos, levando em conta os formatos expostos anteriormente por José Marques de Melo (2003).

A revista dedica, em média, 37% de seu espaço para a publicidade, voltadas para o público-alvo do segmento: os homens, com anúncios de roupas e relógios.

Em relação ao jornalismo é disposta na revista a média de 41,5%, restando aproximadamente 21,5% do espaço para os ensaios fotográficos. Pode-se assim concluir que apesar de ser uma revista masculina, que tem um apelo erótico, os ensaios fotográficos de mulheres nuas, representam menos de um quarto da revista. Revela ainda que o espaço voltado para a informação está dividido em dois gêneros jornalísticos, opinativo e informativo, subdivididos em formatos.

No gênero informativo foram encontrados predominância de reportagens, que ocupam em média 50% do espaço editorial, seguido pelas entrevistas publicadas em todas as edições, que de acordo com o número de páginas, gera uma média de 22%.

No gênero opinativo houve uma surpresa em relação ao espaço disposto para as resenhas, que correspondem a um espaço médio de 48% do gênero, ou seja, quase metade do espaço disposto para o jornalismo opinativo. São análises e dicas de restaurantes, filmes, livros, jogos, teatro e baladas, todos voltados para o público masculino.



Enfim, pode-se confirmar a hipótese inicial, ou seja, que na revista Playboy encontra-se os gêneros jornalísticos e que não se trata apenas de entretenimento e diversão, mas também de informação.



## REFERÊNCIAS

BRAIT, Beth - O texto irônico: fundamentos teóricos para leitura e interpretação. In: Letras, Proposta de Estudos Avançados em Linguística e Literatura. Santa Maria. Editora UFSM, 1998.

GOODE, William J. – Métodos em pesquisa social, São Paulo, Companhia Editora Nacional, 1960.

FRANKLIN, Jonathan - Caçadores de traficantes, Playboy, edição 399, agosto 2008, pg. 146

LAGE, Nilson - A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística, Rio de Janeiro, Record, 2005.

LAKATOS E MARCONI, Eva Maria e Marina de Andrade – Técnicas de pesquisa, São Paulo, Atlas, 2008.

LUSTOSA, Isabel – O nascimento da imprensa brasileira, Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editor, 2004.

MACHADO, A.C.C.A.M. – Identidade e Estilos de Vida nas Revistas Masculinas: Uma questão de gênero. In: Congresso Brasileiro de Ciências da comunicação, 28, 2005, Rio de Janeiro, Anais, 2005.

MARCONDES FILHO, Ciro – A saga dos cães perdidos, São Paulo, Hacker, 2002.

MELO, José Marques de – Jornalismo opinativo: Gêneros opinativos no jornalismo brasileiro, Campos do Jordão, Mantiqueira, 2003.

MELO, José Marques de - A opinião no jornalismo brasileiro, Petrópolis, Vozes, 2003.

MIRA, Maria Celeste – O leitor e a banca de revista, São Paulo, Olho D'água, 2001.

MORIN, Edgar - Cultura de massa no século XX: neurose, Rio de Janeiro, Forense Universitária, 1997.



NEGREIROS, Adriana: Carlos Minc, Playboy, Edição 405, fev. 2009, pg. 42.

PENA, Felipe – Teoria do jornalismo, São Paulo, Contexto, 2002

ROSSI, Clóvis – O que é jornalismo, São Paulo, Brasiliense, 2006.

RUBIM, A. A. C.. Espetáculo, Política e Mídia, In: Vera França; Maria Helena Weber; Raquel Paiva; Liv Sovik. (Org.), Estudos de Comunicação, Porto Alegre, Sulina, 2003, v. 1, p. 85-1.

SCALZO, Marília – Jornalismo de Revista, São Paulo, Contexto, 2008.

SEBBA, Jardel - Braço Mello, Playboy, Edição 405, fev. 2009, pg. 123.

SODRÉ, Nelson Werneck – História da imprensa no Brasil, Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 1966.

VILAS BOAS, Sérgio – O estilo magazine: o texto em revista, São Paulo, Summus, 1996.

WOLF, Mauro – Teorias da comunicação, Lisboa – Portugal, Presença, 2006.

ZYLBERSZTAJN, Felipe - Como ganhar o pão e comer a carne, Playboy, Edição 401, out. 2008, pg. 105.

<http://intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/R1178-1.pdf>