

8

Referências bibliográficas

ALEXANDRE, Robert. S. Some aspects of sex differences in relation to marketing. **Journal of Marketing**, v. 12, n. 2, p. 158-72, out. 1947.

ANGELETTI, Norberto & OLIVA, Alberto. In VOGUE. New York: Rizzoli, 2006.

APPADURAI, Arjun. Soberania sem territorialidade: notas para uma geografia pós-colonial. **Novos Estudos CEBRAP**, v. 49, p. 33-46, 1997.

_____. **Dimensões Culturais da Globalização**: a modernidade sem peias. Lisboa: Teorema, 2004.

BACCEGA, Maria. A. (Org.). **Comunicação e culturas de consumo**. São Paulo: Atlas, 2008.

BATALLA, Guillermo B. Implicaciones éticas del sistema de control cultural. In: Olivé, León. (org.). **Ética y Diversidad Cultural**. Bogotá: Fondo de Cultura Económica, pp. 195 – 204, 1997.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. São Paulo: Almedina Brasil, 2011 [1977].

BARTHES, Roland. **A câmera clara**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.

_____. A retórica da imagem, In: **O óbvio e o obtuso**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1990.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 2004.

BEAUVOIR, Simone de. **O segundo sexo**. V. 2. Tradução de Sérgio Milliet. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1980 [1949].

BECKER, Howard S. **Outsiders**: estudos de sociologia de desvio. Tradução de Maria Luiza X. de Borges. Rio de Janeiro: Zahar, 2008 [1963].

BERGER, Peter L., & LUCKMANN, Thomas A. **A construção social da realidade**: tratado de sociologia do conhecimento. Rio de Janeiro: Vozes, 2002.

BEZERRA, Giovani F., A cultura em debate: (des)encontros entre o marxismo e os estudos culturais. **Caderno e Sociedade**, v. 30, n. 46, p. 21-34. Jun/2017.

BLEGER, José. **Simbiose e ambiguidade**. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1977.

BOAVENTURA, Alberto. **A cultura** - arboventura.files.wordpress.com. São Paulo, 2012.

- BOURDIEU, Pierre. **Razões práticas**: sobre a teoria da ação. Campinas: Papirus, 1996.
- _____. **A distinção**: crítica social do julgamento. Porto Alegre: Zouk, 2015 [1979].
- _____. **A dominação masculina**. Rio de Janeiro: BCD União de Editoras, 1999.
- BRUSCHINI, Cristina. **Gênero e Trabalho no Brasil**. São Paulo: s./editora, 1985.
- BUTLER, Judith. **Problemas de gênero**: feminismo e subversão da identidade. Tradução: Renato Aguiar. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2014 [1990].
- CANCLINI, Néstor G. **Consumidores e cidadãos**: conflitos multiculturais da globalização. Rio de Janeiro: UFRJ, 1995.
- _____. Contrasting perspectives: cultural studies in Latin América and the United States - a conversation with Néstor García Canclini. **Cultural Studies**, v. 1, nº 11, p. 78-88. Interview and translation by Patrick D. Murphy, 1997.
- _____. **Diferentes, Desiguais e desconectados**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2005.
- _____. **Culturas híbridas**: estratégias para entrar e sair da modernidade. São Paulo: Ed. USP, 2006.
- CASTELLS, Manuel. **A poder da identidade**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- CONNELL, Robert W. Masculinidade hegemônica: repensando o conceito. **Revista Feministas**. Florianópolis: n. 21, v. 1, jan-abr/2013.
- CORRÊA, Sílvia B. e DUBEUX, Veranise J. C. Comprando “roupa de brechó”: uma análise sobre o consumo de vestuário de segunda mão entre jovens na cidade do Rio de Janeiro. **Comunicação, mídia e consumo**, São Paulo, v. 12, n. 33, p. 34-56, jan./abr. 2015
- COUTINHO, Iluska. Leitura e análise da imagem. In: DUARTE & BARROS (org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2009.
- DAMATTA, Roberto. **Carnavais, malandros e heróis**. Rio de Janeiro, Zahar, 1978.
- _____. **Relativizando**: uma introdução à antropologia social. Petrópolis, Vozes, 1981.
- _____. Vendendo Totens. Prefácio prazeroso para Everardo Rocha. In: ROCHA, Everardo. **Magia e capitalismo**: um estudo antropológico da publicidade. São Paulo: Brasiliense, 1990.

_____. **A casa e a rua: espaço, cidadania, mulher e morte no Brasil.** Rio de Janeiro: Campus, 2002.

_____. **Tem pente aí?** Reflexões sobre a Identidade Masculina. Enfoques, Rio de Janeiro, v. 9, n. 1, 2010.

DAVIS, Fred. **Fashion, culture and identity.** Chicago: The University of Chicago Press, 1992.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo: comentários sobre a sociedade do espetáculo.** Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DOUGLAS, Mary. **Pureza e Perigo.** São Paulo: Editora Perspectiva, 1976 [1966].

DOUGLAS, Mary & ISHERWOOD, Baron. **O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo.** 2ª Edição. Rio de Janeiro: UFRJ, 2013 [1979].

DU GAY, Paul. **Production of culture/cultures of production.** London: Sage, 1997.

DURKHEIM, Émile. **As formas elementares da vida religiosa: o sistema totêmico na Austrália.** São Paulo: Paulinas, 1989 [1912].

_____. **As regras do método sociológico.** 13 ed., São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1987.

ECOSTEGUY, Ana C. D. **Cartografias dos Estudos Culturais: uma versão latino-americana.** Belo Horizonte: Ed. Autêntica, 2001.

EL JINETE INSOMNE. Disponível em:

<http://eljineteinsomne2.blogspot.com.br/2015/11/>. Acessado em: 22/04/2018.

EPSTEIN, Isaac. Ciência, poder e comunicação. In: DUARTE & BARROS (org.).

Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. São Paulo: Atlas, 2009.

FALANDO EM LITERATURA. Disponível em:

<https://falandoemliteratura.com/2016/07/29/resenha-orlando-de-virginia-woolf/>.

Acessado em: 21/05/2018.

FONSECA JÚNIOR, Wilson C. Análise de conteúdo. In: DUARTE & BARROS (org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação.** São Paulo: Atlas, 2009.

FRANÇA, Eduardo. A representação social da androginia na publicidade da moda.

Revista Entremeios. Rio de Janeiro: PUC Rio, 2016.

FRANCHETTO, Bruna; CAVALCANTI, Maria Laura V. C.; REILBORN, Maria Luiza. Antropologia e Feminismo, In: **Perspectivas Antropológicas da Mulher.** Rio de Janeiro: Zahar, p. 11 – 47, 1980.

- FREUD, Sigmund. Totem e tabu. In: **Edição standard das obras psicológicas completas de S. Freud**. Vol. XIII, p. 13-163. Rio de Janeiro: Imago, 1996a.
- _____. Futuro de uma ilusão. In: **Edição standard das obras psicológicas completas de Sigmund Freud**. Vol. XXI, p. 13-65. Rio de Janeiro: Imago, 1996b.
- _____. Mal-estar na civilização. In: **Edição standard das obras psicológicas completas de S. Freud**. Vol. XXI, p. 66-148. Rio de Janeiro: Imago, 1996c.
- FREYRE, Gilberto. **Modos de homem & modas de mulher**. 2ª Edição. São Paulo: Global, 2009.
- FROW, John & MORRIS, Meaghan. Australian cultural studies. In: STOREY, John, (org.). **What is cultural studies? A reader**. London: Arnold, 1997.
- FURNHAM, Adrian & MAK, Twiggy. Sex-roles stereotyping in television commercials: a review and comparison of fourteen studies done on five continents over 25 years. **Sex Roles**, Germany, v. 41, n. 5/6, p. 413-37, 1999.
- GADE, Christiane. **Psicologia do consumidor e da propaganda**. São Paulo: EPU, 1998.
- GARBOGGINI, Flailda B., **O homem na publicidade na última década. Uma cultura em mutação?** Revista Educar, n. 26, p. 99-114. Editora UFPR: Curitiba, 2005.
- GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: Guanabara Koogan. 1989.
- GENDER ADS. Disponível em: <http://www.genderads.com/styled-12/photos-55/>. Acessado em: 22/04/2018.
- GIDDENS, Anthony. **As consequências da modernidade**. São Paulo: UNESP, 1991.
- _____. **Em defesa da sociologia: ensaios, interpretações e réplicas**. São Paulo: UNESP, 2001.
- _____. **Modernidade e Identidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.
- _____. **A constituição da sociedade**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.
- GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida cotidiana**. Petrópolis: Vozes, 1975.
- _____. **Estigma: notas sobre a manipulação da identidade deteriorada**, 4.ª Edição. Rio de Janeiro: LTC Editora, 2008.

GOMES, Marcelo B. A Cultura como dupla mediação social e a tese das três mudanças estruturais na sociedade contemporânea. **Revista Contrapontos**. Itajaí (SC), v. 5, n. 1, p. 109-124, 2005.

HALL, Stuart. Cultural studies and its theoretical legacies. In: MORLEY, D.; KUAN-HSING, Chen. **Stuart Hall – critical dialogues in cultural studies**. London; New York: Routledge, 1996.

_____. **A centralidade da cultura**: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo. Educação e Realidade, Porto Alegre, vol. 22, nº 2, pp. 15- 46, jul/dez 1997.

_____. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 1999.

_____. Quem precisa da identidade? In: SILVA, Tomaz Tadeu da. **Identidade e diferença**: a perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.

_____. A questão multiculturalista. In: **Da Diáspora**: identidades e mediações culturais. Belo Horizonte: UFMG, 2006.

_____. O Ocidente e o Resto: Discurso e Poder. **Projeto História: Revista do Programa de Estudos Pós-Graduados de História**, [S.l.], v. 56, out. 2016. ISSN 2176-2767. Disponível em:

<<http://revistas.pucsp.br/index.php/revph/article/view/30023/20834>>. Acesso em: 22 set. 2018.

HELLER, Eva. **A psicologia das cores**: como as cores afetam a emoção e a razão. São Paulo: Gustavo Gili, 2017.

HOFF, Tânia. Preconceitos e estereótipos na propaganda. In: BACCEGA, M. A. (Org.). **Comunicação e culturas do consumo**. São Paulo: Atlas, 2008.

HOFF, Tânia & GABRIELLI, Lourdes. **Redação publicitária**: para cursos de comunicação, publicidade e propaganda. Rio de Janeiro: Campus, 2004.

HOGGART, Richard. **The Uses of Literacy**. Aspects of working-class life, London: Penguin Books, 1992 [1957].

JACKOBSON, Roman. **Linguística e comunicação**. Traduzido por Izidoro Blinkstein e José P. Paes. São Paulo: Cultrix, 1971.

JACKS, Nilda. A publicidade vista pela academia: tendências dos anos 90. In: RAMOS, Roberto (org.). **Mídia, Textos e Contextos**. Porto Alegre: PUCRS, 2001, p 205-219.

JOHNSON, Richard. O que é, afinal, estudos culturais? In: SILVA, Tomaz T. da, (org.). **O que é, afinal, estudos culturais**. Belo Horizonte: Autêntica, 1999.

KAPPLER, Claude. **Monstros, Demônios e Encantamentos no Fim da Idade Média**. São Paulo: Martins Fontes, 1994.

KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia: estudos culturais, identidade e política entre o moderno e o pós-moderno**. Bauru: EDUSC, 2001.

KOSS, Monika. V. **Feminino + masculino: uma nova coreografia para a eterna dança das polaridades**. São Paulo: Escrituras, 2000.

LADY HOLLYWOOD. Disponível em:

<http://www.ladyhollywood.com.br/2017/04/a-volta-por-cima-de-julie-andrews-em.html> . Acessado em 22/06/2018.

LÉVI-STRAUSS, Claude. **Antropologia Estrutural I**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1967.

_____. **Antropologia Estrutural II**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1976.

LIEBLER, Carol M. & SMITH, Susan J. Tracking gender differences: a comparative analysis of network correspondences and their sources. **Journal of Broadcasting and Electron Media**, Washington, v. 41, p. 58-63, 1997.

LIPOVETSKY, Gilles. **A terceira mulher: permanência e revolução do feminino**, Maria Lucia Machado (trad.), São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

_____. **Os tempos hipermodernos**. São Paulo: Ed. Barcarolla, 2004.

_____. **O império do efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas**. Tradução de Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

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

LÜDKE, Menga. **Pesquisa em educação: abordagens qualitativas**. São Paulo: EPU, 1986.

LYSARDO-DIAS, Dylia. A construção e desconstrução de estereótipos pela publicidade brasileira. In: **Passando dos limites? Mídia e transgressão – Casos brasileiros**. Stockholm Review of Latin American Studies, Sweden, nº 2, p.25-35, 2007.

MAFFESOLI, Michel. **No fundo das aparências**. Rio de Janeiro: Vozes, 1999.

MARACECK, Jeanne. et al. Women as TV experts: the voices of authority. **Journal of Communications**, Washington, v. 28, p. 159-68, 1978.

MARTIN, Carmem. **Vestido preto e androginia são as chaves do estilo Coco Chanel**. Disponível em:

<http://estilo.uol.com.br/moda/noticias/efe/2012/01/12/vestido-preto-e-androginia-sao-as-chaves-do-estilo-de-coco-chanel.htm>. Acessado em: 16/11/2016.

MARTÍN-BARBERO, Jesús & REY, German. **Os exercícios de ver: hegemonia audiovisual e ficção televisiva**. São Paulo: Senac, 2001.

_____. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Tradução de Ronald Polito e Sérgio Alcides. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2001.

MARX, Karl & ENGELS, Friedrich. **A Ideologia Alemã**. 5. ed. São Paulo: Hucitec, 1986.

_____. **O Manifesto Comunista**. São Paulo: Martin Claret, 2004.

MAUS, Stephan. **Androginia e suas vertentes**. In: 9º Colóquio de Moda, 2013, Fortaleza. Disponível em: [http://www.coloquiomoda.com.br/anais/anais/9-Coloquio-deModa_2013/POSTER/EIXO-3-](http://www.coloquiomoda.com.br/anais/anais/9-Coloquio-deModa_2013/POSTER/EIXO-3-CULTURA%20_POSTER/Androginia-e-suas-Vertentes.pdf)

[CULTURA%20_POSTER/Androginia-e-suas-Vertentes.pdf](http://www.coloquiomoda.com.br/anais/anais/9-Coloquio-deModa_2013/POSTER/EIXO-3-CULTURA%20_POSTER/Androginia-e-suas-Vertentes.pdf). Acessado em 24/07/2017.

MCARTHUR, Leslie Z. & RESKO, Beth G. The portrayal of men and women in American television commercials, **Journal of Social Psychology**, Oxon, v. 6, n. 4, p. 209-20, 1975.

MCLAREN, Peter. **Multiculturalismo crítico**. São Paulo: Cortez Instituto Paulo Freire, 2003.

MEIO & MENSAGEM. VOGUE Brasil conta 42 anos de história a partir de cem capas. Disponível em:

<http://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2015/05/12/vogue-brasil-celebra-40-anos-e-mira-no-digital.html>. Acessado em 17/09/2018.

_____. VOGUE Brasil celebra 40 anos e mira no digital. Disponível em:

<http://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2015/05/12/vogue-brasil-celebra-40-anos-e-mira-no-digital.html>. Acessado em 17/09/2018.

MELO, José M. de. Metodologia da pesquisa em comunicação: itinerário brasileiro. In: DUARTE & BARROS (org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2009.

MILES, Rosalind. **The women's history of the world**. Londres: Paladin, 1990.

MODA DE SUBCULTURAS. Disponível em:

<http://www.modadesubculturas.com.br/>. Acessado em 24/07/2017.

MOLINA, Anelise. W. **O andrógino na fotografia de moda: corpo, gênero e indefinições**. 2015. 230 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Faculdade de Comunicação, Universidade de Brasília, Brasília. 20015.

MOSCOVICI, Serge. **A representação social da psicanálise**. Rio de Janeiro: Zahar, 1972.

NOLASCO, Sócrates, A desconstrução do masculino: uma contribuição crítica à análise de gênero. In: NOLASCO, S. (Org.). **A desconstrução do masculino**. Rio de Janeiro: Rocco, 1995.

O'DONNELL, William J. & O'DONNELL, Karen J. Update: gender role message in TV commercials. **Journal of Communications**, Washington, v. 28, p. 156-8, 1978.

O GLOBO. VOGUE Brasil conta 42 anos de história a partir de cem capas. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/ela/moda/vogue-brasil-conta-42-anos-de-historia-partir-de-cem-capas-21773421>. Acessado em 17/09/2018.

PARKER, Richard. G. **Bodies, Pleasures and Passions: Sexual Culture in Contemporary Brazil**, Boston, Beacon Press, 1991, p. 37

PERROT, Michelle. **As mulheres e as suas imagens: ou o olhar das mulheres**. 1988.

PEREIRA, Cláudia. S. **Juventude como conceito estratégico para a publicidade**. Comunicação, Mídia e Consumo. São Paulo. v.7 n.18 p.37-54, Março, 2010.

_____. Os *wannabees* e suas tribos: adolescência e distinção na *Internet*. **Revistas Estudos Feministas**, Florianópolis, 15(2): 240, mai/ago, 2007.

PISA, Lícia F. & SOUZA, Ronivaldo M. **A representação do Ethos andrógino na revista Caras**. XXVI Encontro Anual da Compós, Faculdade Cásper Líbero, São Paulo - SP, 06 a 09 de junho de 2017.

PLATÃO. **O Banquete**. Seleção de textos de José Américo Motta Pessanha. Tradução e notas de José Cavalcante de Souza, Jorge Paleika e João Cruz Costa. Coleção Os pensadores. 5. ed. Nova Cultural: 1991.

PROPAGANDAS HISTÓRICAS. Disponível em:

<https://www.propagandashistoricas.com.br/2013/05/gravatas-van-heusen-anos-50.html> . Acessado em: 21/05/2018.

ROCHA, Everardo. **Magia e capitalismo: um estudo antropológico da publicidade**. São Paulo: Brasiliense, 1990.

_____. **O que é mito**. São Paulo: Brasiliense, 1996.

_____. Os bens como cultura: Mary Douglas e a antropologia do consumo. Prefácio à primeira edição brasileira. In: DOUGLAS, Mary & ISHERWOOD, Baron. **O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo**. 2ª Edição. Rio de Janeiro: UFRJ, 2013 [1979].

ROCHA, R. de M.; CASTRO, G. G. S. **Cultura da mídia, cultura do consumo: imagem e espetáculo no discurso pós-moderno. Tecnologias de comunicação e subjetividade**, Ano 16, 2009.

_____. Políticas de visibilidade, juventude e culturas de consumo: um caso (de imagem) nacional. In: LUSOCOM, 8., 2009, Portugal. Anais eletrônicos... Disponível em: <
<http://conferencias.ulusofona.pt/index.php/lusocom/index/about>>. Acesso em: 29 set. 2014.

RODRIGUES, José C. **Tabu do corpo**. Rio de Janeiro: Achiamé, 1983.

_____. **O corpo na história**. Rio de Janeiro: Ed. Fiocruz, 1999.

SCHNEIDER, Kenneth C. & SCHNEIDER, Sharon B. Trends in sex roles in television commercials. **Journal of marketing**, Chicago, v. 43, p, 79-84, 1979.

SCOTT, Joan W. **Gênero: uma categoria útil para análise histórica**. SOS Corpo. Recife, 1991.

SEBASTIÃO, Sônia. **Sujeito pós-moderno: de andrógino a pós-humano**. Revista Comunicação e Cultura, nº. 9, Lisboa: BonD, 2010.

SICILIANO, Tatiana O. “Você faz o que te faz feliz? ” Então, “abra a felicidade”: as semelhanças entre as narrativas publicitárias e os relatos sobre trajetória profissional. COMUNICOM, Faculdade ESPM, São Paulo, 08 a 10 de outubro de 2014.

SIMMEL, Georg. **Questões fundamentais da sociologia: indivíduo e sociedade**. Rio de Janeiro: Zahar, 2006.

_____. A moda. **IARA: Revista de moda, cultura e arte**. v.1, n. 1, p. 163-188, 2008. Disponível em: http://www1.sp.senac.br/hotsites/blogs/revistaiara/wp-content/uploads/2015/01/07_IARA_Simmel_versao-final.pdf. Acessado em: 03/08/2018.

SINGER, June. **Androginia: rumo a uma nova teoria da sexualidade**. São Paulo: Cultrix, 1990 [1976].

STRAUSS, Anselm L. **Espelhos e máscaras**. São Paulo: Edusp, 1999.

SUASSURE, Ferdinand de. **Curso de Linguística Geral**. São Paulo: Cultrix, 1980.

TAYLOR, Charles. A política de reconhecimento. In: TAYLOR, Charles et al. **Multiculturalismo: Examinando a política de reconhecimento**. Lisboa: Instituto Piaget, 1998.

THOMPSON, Edward P. **A formação da classe operária inglesa**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987.

TUDO COM MODA. Disponível em: <https://tudocommoda.com/fantasia/roupas-anos-70/>. Acessado em 24/06/2018.

TUDO FASHION. Disponível em:

<https://tudofashionoficial.wordpress.com/2012/04/26/androginia-esta-na-moda/>.

Acessado em 22/04/2018.

VEBLÉN, Thorstein. **A teoria da classe ociosa**: um estudo econômico das instituições. São Paulo: Abril Cultural, 1983 [1899].

VESTEGAARD, Torben & SCHRODER, Kim C. **A linguagem da propaganda**. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

VOGUE, Mídia Kit (2017). Disponível em:

http://editora.globo.com/midiakit/vg/midiakit_vg.pdf . Acessado em: 30/04/2018.

VOGUE BRASIL, São Paulo: Carta Editorial, n. 1, ano 1, capa e p. 144 - 145, maio/1975.

_____. São Paulo: Carta Editorial, n. 8, ano 2, p. 36-38, janeiro/1976.

_____. São Paulo: Carta Editorial, n. 8, ano 2, p. 34-36, abril/1976.

_____. São Paulo: Carta Editorial, n. 23, ano 2, p. 132-133, abril/1977.

_____. São Paulo: Carta Editorial, n. 24, ano 3, p. 12, maio/1977.

_____. São Paulo: Carta Editorial, n. 37, ano 5, p. 83, julho/1978.

_____. São Paulo: Carta Editorial, n. 38, ano 5, p. 112-113, agosto/1978.

_____. São Paulo: Carta Editorial, n. 41, ano 5, p. 138-139, novembro/1978.

_____. São Paulo: Carta Editorial, n. 60, ano 7, p. 14-15, junho/1980.

_____. São Paulo: Carta Editorial, n. 63, ano 7, p. 97, setembro/1980.

_____. São Paulo: Carta Editorial, n. 65, ano 7, p. 100-101, novembro/1980.

_____. São Paulo: Carta Editorial, n. 66, ano 7, p. 42, dezembro/1980.

_____. São Paulo: Carta Editorial, n. 86, ano 9, p. 108-109, agosto/1982.

_____. São Paulo: Carta Editorial, n. 38, ano 3, p. 112-113, agosto/1978.

_____. São Paulo: Carta Editorial, n. 237, ano 23, p. 130-133, agosto/1997.

_____. São Paulo: Carta Editorial, n. 238, ano 23, p. 12 e 39, setembro/1997.

_____. São Paulo: Carta Editorial, n. 245, ano 23, p. 2, abril/1998.

- _____. São Paulo: Carta Editorial, n. 273, ano 26, p. 12-13, fevereiro/2001.
- _____. São Paulo: Carta Editorial, n. 277, ano 27, p. 80, julho/2001.
- _____. São Paulo: Carta Editorial, n. 282, ano 27, p. 77, novembro/2001.
- _____. São Paulo: Carta Editorial, n. 342, ano 32, capa, fevereiro/2007.
- _____. São Paulo: Carta Editorial, n. 343, ano 32, p. 92-95, março/2007.
- _____. São Paulo: Carta Editorial, n. 362, ano 34, p. 244-245, outubro/2008.
- _____. São Paulo: Globo Condé Nast, n. 441, ano 41, capa, maio/2015.
- _____. São Paulo: Globo Condé Nast, n. 444, ano 41, p. 37-38, agosto/2015.
- _____. São Paulo: Globo Condé Nast, n. 446, ano 41, p. 24-25; 150-151, outubro/2015.
- _____. São Paulo: Globo Condé Nast, n. 476, ano 43, p. 82-83, abril/2018.
- _____. São Paulo: Globo Condé Nast, n. 477, ano 44, p. 16-17, maio/2018.
- _____. São Paulo: Globo Condé Nast, n. 479, ano 44, p. 4-5, julho/2018.
- WILLIAMS, Raymond. **Cultura e sociedade**. Petrópolis: Editora Vozes, 1987.
- _____. **Cultura**. Rio de Janeiro: Paz e terra, 1992.
- _____. Advertising: the magic system. In: DURING, Simon (org.). **The Culture Studies Reader**. London: Routledge, 1995, p.320-336.
- _____. Representações do consumo: estudo sobre a narrativa publicitária. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.
- WOODWARD, Kathryn. Identidade e diferença: uma introdução teórica conceitual. In: SILVA, Tomaz. T. (org.) **Identidade e diferença: a perspectiva dos Estudos Culturais**. Petrópolis: Vozes, p. 7 – 72, 2000.
- WOOLF, Virginia. **Orlando**, Coleção Grandes Romances. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1978.