

Cláudia Regina Ribeiro  
Universidade Federal do Rio de Janeiro

Vera Helena Ferraz de Siqueira  
Universidade Federal do Rio de Janeiro

# O novo homem na mídia: ressignificações por homens docentes

**Resumo:** *Com base nos estudos culturais em diálogo com noções advindas dos estudos de gênero, focalizamos neste artigo ressignificações feitas por uma comunidade específica de docentes em relação a uma matéria midiática anunciando o surgimento de um “novo homem”. Discutimos o importante papel da mídia em deslocamentos que nos últimos tempos se efetuam nas relações sociais, ao representar e ampliar o sentido de mudanças em curso. A partir da caracterização da masculinidade como construto histórico-cultural, analisamos como, em uma negociação permanente que tem por cenário o cotidiano desses sujeitos, novos repertórios de comportamento e hábitos são ensaiados e reforçados.*

**Palavras-chave:** *mídia; educação; gênero; masculinidades.*

Copyright © 2007 by Revista  
Estudos Feministas.

## Introdução

“O novo homem” está na ordem do dia. São palavras da moda, repetidas à exaustão e reiteradamente reforçadas em revistas, jornais e televisão que apresentam ‘evidências’ dessa mudança e suscitam reflexões. O “novo” homem surge no lugar do homem “antigo”, ou seja, um indivíduo que se comportava dentro dos padrões esperados para um macho tradicional. Diminui-se assim a distância entre os homens e as mulheres, ainda mais quando também é anunciada uma “nova mulher” que busca sucesso na vida profissional e “sabe o que quer”, aproximando-se do que era esperado desse macho. O que se entende por “ser homem” ou “ser mulher” no sentido mais tradicional da expressão tem relação direta com o

momento histórico e com os valores de uma dada sociedade. E na contemporaneidade esses padrões, ou lugares sociais, parecem estar mudando também impulsionados pela mídia.

Referimo-nos a uma mídia que ganhou uma nova significação social e amplificou seu poder na sociedade. Ela nos oferta uma infinidade de discursos com os quais interagimos, veiculados em programas dos mais diversos formatos, que contribuem sobremaneira no reforço de novos temas, atores e interpretações sociais e culturais, o que tem impacto na conformação identitária dos indivíduos.<sup>1</sup> Nas palavras de Zygmunt Bauman,<sup>2</sup> a mídia tornou-se uma fonte de matéria bruta que os leitores/espectadores usam para enfrentar a ambivalência de suas posições sociais. Um bom exemplo disso são os programas, cada vez mais frequentes, dedicados à exposição da intimidade, terapias e manuais de auto-ajuda, ofertados para servirem de modelo, fórmula ou exemplo de vida a ser seguida, como coloca Anthony Giddens.<sup>3</sup> No caso do “novo homem”, a mídia faz uso de uma retórica bastante apoiada na estética e no consumo. Michel Foucault<sup>4</sup> nos mostrou que é sobre o corpo que nas sociedades modernas se concentra o foco do poder disciplinar. Seguindo seu pensamento, é possível entender preocupações com a aparência, dietas e exercícios físicos como “tecnologias” modernas de construção da auto-identidade. Um questionamento que pode surgir é até que ponto a mídia está sendo fiel às mudanças que estão ocorrendo na sociedade. Por outro lado, se comungarmos a idéia de que o homem e a mulher são seres formados na e pela cultura, outras questões aparecem: Que leituras estes homens e mulheres estão fazendo destas representações que incidem sobre o seu corpo? Até que ponto essas interpelações conformam novas identidades e reforçam mudanças nos papéis de gênero? Que novos significados surgem na interação dos sujeitos com essas mensagens?

Não é possível ignorar que a mídia exerce um forte poder na formação dos indivíduos. Entretanto, estes não são passivos; interagem com ela a partir de seus saberes, sua cultura e valores, negociando e produzindo novos sentidos, como vem sendo evidenciado por autores como Jesús Martin-Barbero, Nestor Garcia Canclini, John Thompson e Ana Carolina Escosteguy e Nilda Jacks.<sup>5</sup> Essa visão nos afasta da visão estruturalista da mídia, que coloca o indivíduo como passivo diante das mensagens todopoderosas.

É também na contemporaneidade que, segundo Stuart Hall,<sup>6</sup> se dá um rompimento com as noções essencialistas de uma identidade fixa e coloca-se como

<sup>1</sup> Jesús MARTIN-BARBERO, 1995; John THOMPSON, 1998; Anthony GIDDENS, 1993; e Rosa Maria Bueno FISCHER, 2002.

<sup>2</sup> BAUMAN, 2005.

<sup>3</sup> GIDDENS, 1993.

<sup>4</sup> FOUCAULT, 1997.

<sup>5</sup> MARTIN-BARBERO, 1995 e 2003; CANCLINI, 1997; THOMPSON, 1998; e ESCOSTEGUY e JACKS, 2005.

<sup>6</sup> HALL, 1997.

questão central o caráter cambiante das identidades, marcadas por múltiplos deslocamentos em relação a tempos e tradições específicas. Para Hall,

'Nossas identidades' poderiam provavelmente ser melhor conceituadas como as sedimentações através do tempo daquelas diferentes identificações ou posições que adotamos e procuramos 'viver', como se viessem de dentro, mas que, sem dúvida, são ocasionadas por um conjunto especial de circunstâncias, sentimentos, histórias e experiências única e peculiarmente nossas, como sujeitos individuais. Nossas identidades são, em resumo, formadas culturalmente.<sup>7</sup>

<sup>7</sup> HALL, 1997, p. 26.

O anúncio do surgimento de um "novo" homem traz consigo essa idéia de identidades fluidas e moldadas culturalmente. Ao se deslocar o homem e a mulher dos papéis tradicionais que cumpriam, ambos ganham uma identidade mais coerente com as transformações que marcam a contemporaneidade.

Hoje não é mais possível deixar as experiências dos indivíduos com a mídia para fora das instâncias de educação formal. Em um mundo marcado por relações fluidas e pela alta reflexividade das identidades e das relações com os/as outros/as, a subjetividade vai se tecendo influenciada por representações simbólicas: Quem sou eu? Como posso me relacionar com o/a outro/a? Que papéis devo assumir na sociedade? Como e em que posso me modificar? São questões para as quais ao longo da vida os indivíduos buscam respostas, muitas vezes oferecidas pela mídia, e que, queiramos ou não, influem nas vivências e aprendizagens escolares.

Podemos observar avanços feitos nos últimos anos por pesquisadores da área Educação e Comunicação Social<sup>8</sup> para entender as intrincadas relações entre mídia e pedagogia, buscando romper com a tensão histórica que ocorre, tanto na prática como na teoria, entre essas esferas. No entanto, ainda é muito recente o reconhecimento de que ensinamentos e valores são transmitidos não apenas pelas instâncias formais educativas, mas também, de forma importante, pela mídia.

<sup>8</sup> FISCHER, 2001a, 2001b e 2002; MARTIN-BARBERO, 1995 e 2003; e Rosália Duarte, 2005.

<sup>9</sup> A disciplina "Mídia, identidades e gênero" é oferecida como eletiva no Programa de Pós Graduação em Tecnologia Educacional para a Saúde (NUTES/UFRJ). É ministrada pela co-autora deste artigo que, no semestre em que se realizou este estudo, teve como assistente a autora, então sua orientanda no curso de mestrado.

Com base nos estudos culturais e em diálogo com noções dos estudos de gênero, focalizamos neste artigo ressignificações feitas por um grupo de docentes, em uma disciplina de pós-graduação, a partir de discussões sobre uma matéria veiculada pela revista *Veja* anunciando o surgimento de um "novo homem". No decorrer do desenvolvimento dessa disciplina,<sup>9</sup> chamou nossa atenção entre os alunos do sexo masculino a tendência a falar, dentro e fora da sala de aula, das mudanças que vinham

experimentando na vida familiar e no modo de perceber certos comportamentos de homens e mulheres. É importante mencionar que foi um dos alunos que trouxe a matéria, relacionando-a com a disciplina e propondo uma discussão sobre o assunto. Esse grupo mostrou-se especialmente interessante por tratar-se de professores, a maioria do ensino médio e fundamental, profissionais historicamente implicados na construção social dos indivíduos. Investigar as suas impressões sobre as mudanças no universo masculino como apresentadas na matéria, e sobre a mídia que veicula essas mudanças, ia ao encontro de recentes trabalhos desenvolvidos nos campos da Educação, Comunicação e Gênero<sup>10</sup> e das discussões desenvolvidas na disciplina em questão. Ao mesmo tempo, percebemos que estavam sendo publicadas outras matérias sobre o tema, as quais eram constantemente comentadas pelos alunos.

<sup>10</sup> Sandra dos Santos ANDRADE, 2003; Benedito MEDRADO, 1998 e 2000; FISCHER, 2001a e 2001b; e Luiz Paulo MOITA LOPES, 2002.

Assim foi que nos propusemos a investigar a interação desses alunos com as informações da mídia sobre uma “nova identidade” masculina. De forma mais específica, interessava-nos averiguar as ressignificações construídas por esses sujeitos a partir dessas matérias; as relações que estabeleciam com suas experiências de vida; e se a identificação com esses novos repertórios poderia influenciar possíveis alterações acerca de algumas concepções tradicionais sobre o universo masculino. Mais diretamente em relação ao campo da Educação, importava-nos investigar se esses docentes estavam atentos ao caráter pedagógico da mídia, conforme vem sendo apresentado por alguns autores citados.

No que se segue, iniciamos por discutir o papel central cumprido pelas mídias em transformações que nos últimos tempos ocorrem nas relações sociais, ao representar e ampliar o sentido de algumas mudanças em curso e, em especial, ao veicular o surgimento desse “novo homem”. A seguir evidenciamos que os discursos de nossos sujeitos mesclam representações veiculadas pela mídia com aprendizagens advindas de suas experiências como docentes, pais e filhos, marcadas por tensões em relação às representações tradicionais sobre o masculino. Nessa trama de significados, efetiva-se uma ampliação dos repertórios desses homens docentes, sobretudo no que diz respeito aos novos comportamentos, com ênfase em questões relacionadas à estética do corpo e às relações familiares.

## A mídia impressa e as representações do “novo homem”

A origem da ingerência da mídia sobre a configuração social e individual situa-se ainda no século XV quando da invenção da imprensa. A circulação de impressos constitui um marco na ampliação da circulação de idéias, podendo ser caracterizada, como o faz John Thompson,<sup>11</sup> como a gênese da mídia. Juntamente com a secularização do sistema de conhecimento e o desenvolvimento das ciências, antes monopólio da Igreja e do Estado, o advento da imprensa forneceu instrumentos para que o poder simbólico se deslocasse e reorganizasse nos primeiros tempos do que chamaríamos depois de Idade Moderna. Não é possível desqualificar, portanto, o poder da mídia ao longo dos últimos séculos, manifestando-se com bastante vigor nos dias atuais.

<sup>11</sup> THOMPSON, 1998.

A mídia, esse “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 consomem”,<sup>12</sup> ganha novas dimensões nos tempos atuais a partir das novas tecnologias da comunicação e informação, aumentando as possibilidades de circulação de discursos de toda ordem. Temos que entender seu papel hoje tendo em vista o que é denominado por Hall como a *centralidade* da cultura, “a enorme expansão de tudo que está associado a ela, na segunda metade do século XX, e o seu papel constitutivo, hoje, em todos os aspectos da vida social”.<sup>13</sup> A cultura penetra em cada recanto da vida social contemporânea, mediando tudo: está presente nas vozes e imagens que nos interpelam das telas, das revistas, dos outdoors, etc. Segundo o autor, a importância das revoluções culturais dessa época está situada em sua escala e escopo globais, na amplitude de seu impacto, em seu caráter democrático e popular.

<sup>12</sup> MEDRADO, 2000, p. 244.

<sup>13</sup> HALL, 1997, p. 17-18.

Não é de hoje que se vem tentando um entendimento, através de estudos embasados em diferentes paradigmas, das influências da mídia nas relações sociais. Do lado do emissor, não se pode negar que transformações na cultura são captadas, reforçadas e geradas por esses meios. Tampouco é possível negar a existência de uma intencionalidade, assim como a idéia de que os significados produzidos não são neutros: a mídia lida com idéias, objetivos e interesses; acompanha mudanças, introduz temáticas, busca vender produtos. Entretanto, como bem lembrado por Mauro Wilton Souza,<sup>14</sup> há de se ir além dessa visão do significado apocalíptico da mídia: “se de um lado

<sup>14</sup> SOUZA, 1997.

<sup>15</sup> SOUZA, 1997, p. 51.

não se inocenta a emissão, nem tampouco os compromissos ideológicos e mercadológicos presentes em sua ação, busca-se um outro olhar, um outro ângulo do mesmo processo; busca-se o receptor em suas circunstâncias, sob o olhar das práticas sociais onde se insere”.<sup>15</sup>

<sup>16</sup> CONNELL, 1997, p. 39.

Em relação às questões de gênero e sexualidade, nota-se nos últimos anos uma tendência nas mídias de introdução de representações mais flexíveis dos papéis sociais das mulheres e, mais recentemente, dos masculinos. As representações masculinas na mídia, até poucos anos, relacionavam-se predominantemente ao padrão da masculinidade hegemônica definida por Robert Connell como “a configuração de prática genérica que encarna a resposta correntemente aceita ao problema da legitimidade do patriarcado, a que garante (ou se toma para garantir) a posição dominante dos homens e a subordinação das mulheres”.<sup>16</sup> Entretanto, atualmente, novos modelos e papéis masculinos passam a integrar de forma significativa o repertório da mídia, e uma profusão de enunciados sobre o surgimento de um “novo homem” pode ser encontrado nas páginas de revistas e jornais, ao lado de representações da masculinidade hegemônica, como tipificada acima. Podemos dizer que esses enunciados associam-se ao que vem sendo chamado de masculinidades subalternas, ou seja, indivíduos do sexo masculino que se mostram pouco vinculados às práticas e discursos considerados próprios aos homens de uma dada sociedade.<sup>17</sup>

<sup>17</sup> Michael KIMMEL, 1997 e 1998; e CONNELL, 1997.

<sup>18</sup> KIMMEL, 1997 e 1998; e CONNELL, 1997.

A idéia de masculinidade hegemônica não deve ser tomada como algo fixo. Autores como Michael Kimmel e Robert Connell<sup>18</sup> vêm apontando para o caráter contextual dos significados da masculinidade, inclusive a hegemônica. Segundo Kimmel, deve-se compreender que a masculinidade

<sup>19</sup> KIMMEL, 1998, p. 105.

não é uma propriedade de algum tipo de essência eterna, nem mítica, tampouco biológica. Pressuponho que masculinidades (1) variam de cultura a cultura, (2) variam em qualquer cultura no transcorrer de um certo período de tempo, (3) variam em qualquer cultura através de um conjunto de outras variáveis, ou lugares potenciais de identidade e (4) variam no decorrer da vida de qualquer homem individual.<sup>19</sup>

No contexto brasileiro, matérias impressas em jornais e revistas sem dúvida encontram-se entre as fontes mais profícuas das enunciações sobre um “novo homem”, como podemos verificar no que foi elencado abaixo:

- “Tá na cara – o passo a passo do *make up* masculino do verão” (*O Globo/Ela*, dez. 2003);
- “Quando os galãs choram” (*Jornal do Brasil/Segundo Caderno*, fev. 2004);
- “Para ele usar – do xampu ao creme para os olhos, são cada vez mais numerosos os itens para a vaidade masculina” (*O Globo/Ela*, abr. 2004);
- “O novo galã – atores de aparência frágil, como Tobey Maguire, Jake Gyllenhaal e Orlando Bloom, levam a nocaute os velhos astros de ação” (*O Globo/Segundo Caderno*, jun. 2004);
- “O homem em seu novo papel” (*Veja* Edição Especial, ago. 2004);
- “Peito aberto para assumir a vaidade” (*O Globo/Niterói*, ago. 2004);
- “Caras pintados. Homens descobrem o poder da maquiagem” (*Jornal do Brasil/Revista Domingo*, n. 1535, out. 2005).

Os títulos e temas dessas matérias publicadas nos últimos três anos revelam algumas facetas de como se vem estruturando a dimensão simbólica da associação do masculino, a partir da tese de que esse novo “macho”, com características de gostos, valores e atitudes tradicionalmente atribuídas à mulher, é o homem do século XXI. As matérias usam uma retórica que lança mão da combinação de imagens e linguagem verbal advindas de diversos discursos – da publicidade, da ciência, das artes e do mundo da moda, entre outros – com uma centralidade de enunciados sobre a estética do corpo, em um jogo de associação entre transformações estéticas e identitárias. O corpo masculino passa a ser depositário de diferentes tecnologias e recursos que contribuem para a conformação de corpos belos e que, como os femininos, podem expressar mais livremente sentimentos e afetividade.

Debruçamo-nos a seguir sobre a matéria mencionada, paradigmática dessas representações, trazida pela revista *Veja* na edição de 1º de outubro de 2003, tendo como manchete “O novo homem”. A descrição dessa matéria visa à melhor compreensão do estudo empírico por nós empreendido.

Como subtítulo de “O novo homem” lê-se: “Ele desenvolveu a sensibilidade, interessa-se mais pelos filhos, assume e exhibe emoções, preocupa-se com a aparência,

aprecia culinária e apurou seu senso estético. É forte, mas tem estilo. Está nascendo o macho do século 21". Na foto da capa temos um homem branco nu, sentado de pernas cruzadas na frente do tronco e de cabeça baixa.

A matéria especial de dez páginas fartamente ilustradas chama-se "O homem em nova pele". Trata das assim chamadas "mudanças" por que vem passando o homem desde o final do século XX e que, segundo o/a jornalista (seu nome não aparece), serão os traços marcantes do homem do século XXI.

A foto da matéria, em folha dupla, é uma montagem da famosa obra de Michelangelo *A criação de Adão*, numa alusão óbvia ao nascimento de um novo homem. No lugar de Adão aparece um homem branco, cabelos curtos e desalinhados, afinado com os padrões atuais da moda. Os textos, fotos, entrevistas e depoimentos apontam as diversas mudanças no comportamento masculino, dando destaque às mudanças estéticas e à possibilidade de o homem ser mais vaidoso, trazendo assim para o "centro" comportamentos que tradicionalmente são considerados excêntricos em relação ao universo masculino heterossexual.

O jogador de futebol britânico David Beckham e o ator norte-americano Brad Pitt (em fotos grandes) são destacados como "novos homens", ou "metrossexuais", termo criado para designar o heterossexual urbano preocupado com a aparência, lazer, etc. Dentro do desenho de um espelho há informações estatísticas sobre brasileiros que já se submeteram ou pretendem se submeter a cuidados estéticos. Não há informação sobre a data de realização do levantamento e nem de quais classes ou profissões são esses homens.

O primeiro-ministro inglês, Tony Blair, aparece de mãos dadas com a esposa, vestindo uma bata, e é destacado por ser, segundo a matéria, um pai presente e gostar de ir para a cozinha. Porém, logo após essas informações, o texto volta-se para estética e consumo ao se referir ao "grandalhão" Arnold Schwarzenegger, que, segundo a matéria, é mais um dos homens preocupados com a aparência.

A matéria conta ainda com uma entrevista com um geneticista britânico que estuda o cromossomo "y" intitulada: "A importância de ser homem". O texto busca mostrar que os homens estão em extinção, mas que isso não será relevante para a espécie humana, visto serem necessários dois homens para fecundar todas as mulheres do mundo. Temos ainda a foto de uma modelo caracterizada de amazona, mulheres lendárias que prescindiam dos homens. Na outra página vemos uma

mulher branca escalando uma montanha. Na legenda lê-se: "Universo masculino. Emancipadas, as mulheres se igualaram aos homens e até os superaram nos esportes radicais e nas tarefas que exigem força: 'Podemos caçar um coelho, mas não sabemos mais cozinhá-lo'". Esta frase é de Sheerly Avini, norte-americana, redatora da revista da internet *Salon.com*. O nome é toda a informação que temos sobre essa revista. A redatora completa dizendo que no "pós-feminismo" o homem faz tudo melhor que a mulher e ainda tem a vantagem da força física.

As três últimas páginas são dedicadas a uma entrevista intitulada "O sexo oprimido", com um historiador israelense que defende a idéia de que foram os homens os grandes oprimidos da história. A matéria traz uma única e curta fala de Luiz Cushnir, psiquiatra paulista estudioso da psicologia masculina. Com essa exceção, as opiniões, assim como as fotos dos astros, são de estrangeiros.

Verifica-se uma primazia das imagens/fotos sobre o texto escrito, o que não é uma característica dessa matéria, mas das revistas semanais em geral a partir dos anos 80.

## Interagindo com a mídia impressa

Na pesquisa, balizada por uma metodologia qualitativa, os dados foram coletados a partir de observações que ocorreram ao longo da disciplina de 45 horas/aula e de um evento de grupo focal que teve como sujeitos cinco alunos/docentes no segundo semestre de 2003. Como estímulo foi feita uma leitura prévia da matéria jornalística acima descrita. Apenas um dos alunos matriculados na disciplina não participou, por estar ausente na ocasião. Durante o grupo focal estavam presentes as alunas da disciplina, que só puderam se manifestar ao final do trabalho, quando foram trocadas impressões sobre os posicionamentos dos sujeitos. A transcrição das falas desses sujeitos constituiu-se o *corpus* em relação ao qual se deu a análise dos dados.

Os sujeitos da pesquisa são professores dos níveis fundamental, médio e superior e têm idade entre 39 e 53 anos. Dois deles, João<sup>20</sup> (45 anos) e Pedro (48 anos), lecionam Educação Física, disciplina extremamente marcada pelas questões de gênero.<sup>21</sup> Ambos são treinadores em uma mesma universidade privada, João de Judô e Pedro de Atletismo. João leciona também no ensino fundamental, característica interessante visto que nesse nível há uma maioria de professoras.<sup>22</sup> Carlos (44 anos) e Flávio (53 anos) são diretores de escola. Carlos leciona também na área de Pedagogia no ensino superior. Marcelo (39 anos) é professor de Biologia dos ensinos fundamental e médio.

<sup>20</sup> Os nomes utilizados para nos referirmos aos sujeitos da pesquisa são fictícios.

<sup>21</sup> Eustáquia de SOUZA e Helena ALTMANN, 1999; e Guacira Lopes LOURO, 2003.

<sup>22</sup> Marlucy PARAISO, 1997.

Devemos lembrar que as reações dos sujeitos à matéria da revista foram emitidas em um contexto de sala de aula, marcado por convenções específicas, que certamente influenciaram as falas. Além disso, trata-se de uma comunidade específica, cujos membros docentes compartilham certas características, todos com interesse nas temáticas de comunicação e gênero abordadas na disciplina.

Apesar de a matéria jornalística valorizar a questão estética, várias falas se concentraram em outras mudanças percebidas nas atitudes e valores masculinos, principalmente nas relações familiares (papel do pai, esposo e filho) e no exercício docente, como se evidenciará a seguir. As interpretações em relação ao “novo homem” se efetivaram em grande parte com ancoragem em memórias de experiências de vida e exemplos da vida cotidiana. Os sujeitos mostraram-se durante o grupo focal, e em outras ocasiões, extremamente entusiasmados em relação à mídia, freqüentemente referindo-se a esta como instância que representa mudanças sociais e amplia os repertórios.

Um dos informantes, Carlos, verbaliza com veemência que ele próprio é este novo homem, centralizando sua fala no ponto de vista da estética. Deixou claro estar atento ao aparecimento de matérias sobre o mesmo tema em outras publicações, como na seguinte fala: “*saiu também no Globo e na Veja em caderno especial*”.

*Acho que a mudança é em todos os setores [...] Eu estou todinho aqui. Acho que eu escrevi isso [...] ano passado me deu vontade de fazer ‘lipo’ mas eu tava gordo [...] eu faço implante de cabelo. Antigamente você ia na clínica só tinha artista, hoje tá cheia [...] os meios de comunicação, também a televisão, ajudaram muito nisso. [...] Essa geração que a gente trabalha hoje nas escolas já tá com a cabeça feita também. Já é metrosssexual (Carlos).*

Devemos atentar para a não-neutralidade da mídia. Como todas as instituições sociais, ela tem uma intencionalidade – lida com interesses, idéias e objetivos e em última análise tem como propósito a divulgação e venda de idéias e produtos. Carlos incluiu em seu vocabulário o termo *metrosssexual*, relativamente novo em nosso contexto, utilizando-o freqüentemente no decorrer do curso e do grupo focal. Foi esse o informante que mais se arriscou em mostrar-se um “novo homem”, sobretudo no que diz respeito ao cuidado estético com o corpo.

O papel sedutor da mídia está implícito na fala desse professor. Para além de induzir ao consumo, a mídia constitui

<sup>23</sup> Apud SOUZA, 1997.

um espaço onde se negociam necessidades e desejos, onde se encontra respaldo para decisões que ainda podem ser conflituosas, como a de um homem se dar ao direito de se submeter a procedimentos cirúrgicos visando à estética. Néstor Canclini<sup>23</sup> analisa essa questão ao identificar o consumo não mais como impulso para a propriedade de bens, mas como indicativo de diferenciação social, de satisfação de desejos, de participação no sistema de troca de sentidos na vida social.

<sup>24</sup> THOMPSON, 1998.

Como nos mostra Thompson,<sup>24</sup> ao romper com os limites da interação face a face, a mídia disponibiliza uma diversidade cada vez maior de comportamentos, atitudes e modos de viver, os quais são mostrados e discutidos cotidianamente na televisão, em revistas, jornais e em *sites* acessados através da internet. Através dela temos acesso a uma infinidade de modos de ser e estar no mundo que podem alterar nossas formas de ser e estar no mundo. A esse processo ele vem chamando 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”.<sup>25</sup> Para o autor, o processo de apropriação e de construção de uma compreensão de si não se efetua de forma rápida, mas

<sup>25</sup> THOMPSON, 2004, p. 45.

acontece lentamente, imperceptivelmente, dia após dia, ano após ano. É um processo no qual algumas mensagens são retidas e outras são esquecidas, no qual algumas se tornam fundamento de ação e de reflexão, tópico de conversação, entre amigos, enquanto outras deslizam pelo dreno da memória e se perdem no fluxo de imagens e idéias.<sup>26</sup>

<sup>26</sup> THOMPSON, 1998, p. 46.

Essa fala vai ao encontro também do que coloca Benedito Medrado sobre o papel fundamental da mídia hoje, ou seja, que sua importância já não está apenas na circulação de repertórios, “mas principalmente na ampliação dos repertórios disponíveis às pessoas em seu cotidiano, permitindo a desfamiliarização progressiva de alguns sentidos e construção de outros”.<sup>27</sup>

<sup>27</sup> MEDRADO, 2000, p. 263.

Na fala de Carlos, é também interessante notar que para sustentar seus argumentos sobre o “novo homem” são introduzidos novos personagens que integram seu cotidiano como professor, ou seja, seus alunos pertencentes a um universo bem diferente daquele retratado na revista, em relação aos quais vem percebendo transformações em gostos e comportamentos.

A historicidade e caráter social dos discursos sobre gênero se consubstanciam de forma importante através das normas e limites impostos pela instituição familiar e

escolar. Pedro, professor de Educação Física, ao longo da disciplina evidenciou, sempre sob a crítica dos demais alunos e alunas, alinhamento com uma postura mais tradicional a respeito de gênero, a qual relaciona à sua história de vida. Seu colega de trabalho, João, não raramente chamava sua atenção sobre a “rigidez” de seus conceitos sobre os papéis feminino e masculino, criação dos filhos e relação com a esposa, fosse citando suas experiências de mudança, fosse recorrendo, como no grupo focal, aos repertórios da mídia. Esse sujeito parece reforçar a idéia de que, apesar das transformações nas concepções sobre gênero e sexualidade que temos experimentado nas últimas décadas, há grupos que se colocam à margem das mudanças e tentam resistir a elas.<sup>28</sup>

<sup>28</sup> GIDDENS, 1993.

*Fui criado de uma forma muito rígida. A hora de chorar é a hora da porrada, ou a hora que vai tomar... [...] No final da adolescência fiquei seis anos como militar, pára-quedista, tem que encarar!... Fiz um esporte de machismo, que é o atletismo, você a todo o momento tem que chamar para si que você foi treinado, foi determinado para aquilo. E quando perde não tem choro [...] A própria educação que eu dei aos meus filhos, e também introduzi essa parte do machismo [referindo-se à questão dos meninos não poderem chorar], porque aí vem envolvendo uma série de histórias e de conceitos que eu criei entre o homossexual masculino e feminino. Aí eu dava duro mesmo nos meus filhos (Pedro).*

Mas, buscando relativizar sua fala, constrói o discurso abaixo:

*Eu sempre achei que o homem dentro do seio da família tem que ser a figura forte mesmo, alguém tem que dar porrada, gente. Eu sempre tive isso aí, até para fortalecer os outros, mas nada de muito machismo (Pedro).*

Aparece no discurso um medo da homossexualidade, tanto masculina quanto feminina, e a idéia de que aos pais cabia/cabe o dever de zelar pela heterossexualidade dos filhos a partir de ensinamentos que incluíam/incluem a força e restrições como ao choro, no caso dos meninos. O medo da homossexualidade e a homofobia são elementos importantes na construção da masculinidade heterossexual e hegemônica,<sup>29</sup> e a fala de Pedro revela que esse aspecto teve especial destaque em sua educação e na que deu aos seus filhos. Revela ainda que, apesar da distância temporal entre sua criação, a dos seus filhos e o momento dessa discussão, esses temas ainda permaneciam bastante inflexíveis.

<sup>29</sup> KIMMEL, 1997 e 1998; e CONNELL, 1997.

Apesar de a matéria estar centralizada em questões referentes à estética e ao consumo, um outro informante, João, introduz ressignificações concernentes às mudanças de comportamento no seu cotidiano familiar.

*Essas mudanças já estão acontecendo há muito tempo. A mulher saiu para trabalhar porque ela precisa se sentir importante economicamente também. E o homem tem que assumir alguns papéis [...] Essa matéria tem muito a ver com minha pessoa. Tive que mudar, me moldar, me adaptar a esse novo homem e estou me adaptando [...] achei muito interessante [...] Me identifiquei todo, consumo também. Eu sou esse novo homem (João).*

Importa aqui revisitar o conceito de recepção, tomado por Souza como

contexto de práticas sociais e culturais onde se inserem as pessoas, donde suas relações com outras instituições e processos, tanto quanto com a mídia [...] o que significa um deslocamento mais do que da emissão para a recepção, mas um deslocar a análise do eixo da ideologia para o que se subentende nas práticas sociais da vida cotidiana, a cultura.<sup>30</sup>

<sup>30</sup> SOUZA, 1997, p. 52-53.

E, para um conceito em que cultura “não é apenas o mundo dos símbolos, nem só as vivências acumuladas, simbólica e materialmente, mas o mundo mesmo das práticas cotidianas”.<sup>31</sup> É a esse espaço das práticas culturais que João e Pedro se referem, na esfera da vida familiar, onde se produzem significados e se ressignificam os papéis aos quais referem estar se adaptando, uma vez que estes ainda não fazem parte dos repertórios dos comportamentos amplamente aceitos em sua cultura, mas estão sendo introduzidos, tornando familiar o estranho, dando sentido a uma nova “cultura do masculino”.

<sup>31</sup> SOUZA, 1997, p. 53.

<sup>32</sup> Segundo Mara Viveros VIGOYA, 2000, nos anos 70 alguns estudos sobre masculinidade emergiram no cenário internacional, principalmente nos países anglo-saxões. Mas foi na década de 1980 que essa perspectiva de estudos tomou fôlego, inclusive na América Latina, onde o trabalho do brasileiro Sócrates NOLASCO, 1995, destaca-se como um dos primeiros nesse campo.

<sup>33</sup> NOLASCO, 1995 e 2001; MOITA LOPES, 2002; Fátima CECCHETTO, 2004; Maria Luiza HEILBORN e Sérgio CARRARA, 1998; e MEDRADO, 1998 e 2000.

<sup>34</sup> HALL, 1997.

A partir dos anos 80<sup>32</sup> o mundo masculino e a construção das masculinidades passaram a ser objeto dos estudos de gênero no contexto brasileiro, e hoje são inúmeros os trabalhos, em vários campos de estudo, que vêm lançando luz sobre o tema.<sup>33</sup> Par a par com a atenção dada pelas ciências humanas e sociais às questões de gênero e, nesse caso específico, às masculinidades, uma revolução cultural também ocorre na vida local e cotidiana das pessoas no nível do microcosmo: mudanças nas culturas do trabalho, no tamanho das famílias, na responsabilidade e autoridade dos pais, a diversificação dos arranjos familiares, a mudança dos padrões morais e sociais tradicionais. E, muito importante, como frisado por Hall,<sup>34</sup> essas mudanças são associadas não apenas a situações de classe, mas também a situações sociais e geográficas.

A escola, outra instituição que integra o cotidiano dos sujeitos, foi apontada como fundamental na construção das identidades de gênero de alguns dos informantes, como João, que localiza no professor um contraponto aos ensinamentos do pai. Se retomarmos o discurso de Pedro anteriormente transcrito, notaremos um contraponto em relação à fala de João abaixo citada, que critica o método utilizado pelo pai para introduzi-lo ao “mundo masculino”, oferecendo-lhe cigarro e bebida, enquanto elogia o professor de Educação Física pelos “ensinamentos”, à medida que estaria mais empenhado em lhe transmitir outros valores. Ele refere-se ao professor como um homem menos preocupado com os sinais específicos da masculinidade tradicional.

*Eu conversava mais com o meu professor [do que com o pai]. Com 17 anos eu tava tomando cerveja, então ele [o professor] viu e não deixou mais eu competir [...] Então com 16 anos, pai, me dá uma cerveja, me dá um cigarro, eu era atleta, não fumava. Ele dizia: cigarro não é uma coisa muito boa não, mas, se você quer, tá aqui!. Experimentei, não gostei de cigarro, ou seja, é uma coisa de homem. Mas eu não bebia um copo de cerveja com o professor (João).*

<sup>35</sup> FOUCAULT, 1997.

Foucault<sup>35</sup> demonstra a multiplicidade de correlações de força através das quais as instituições escolar e familiar, ao lado das médicas e jurídicas, vêm desde o século XVIII exercendo seu papel controlador e disciplinador sobre as crianças, tendo como foco de investimento político seu corpo e sexualidade. As falas desses sujeitos revelam estarem cientes da influência dessas instituições – sobretudo dos professores e práticas escolares – na produção das identidades de gênero. Para Moita Lopes, a criança quando chega à escola, por volta dos seis anos, já traz da família os ensinamentos que a construíram como menino ou menina e, provavelmente, como heterossexual. “No entanto, é a escola, como primeiro contexto social do qual a criança participa fora da família, que vai ter a função de legitimar ou recusar essas identidades, entre outros significados construídos previamente.”<sup>36</sup>

<sup>36</sup> MOITA LOPES, 2002, p. 204.

No entanto, a instituição escolar se mostrou mais presente nas representações sobre a experiência concreta com o trabalho docente do que em lembranças como alunos. Esses homens demonstram consciência do papel do/a docente nas reformulações de idéias socialmente aceitas sobre gênero. Segundo eles, é papel dos professores não apenas transmitir ensinamentos, mas servirem também como exemplo na desconstrução dos

padrões “machistas” e, por ser essa uma profissão caracteristicamente voltada para a mudança, esse papel seria inerente à docência.

*A responsabilidade que nós temos é muito grande. As crianças acham que dar a mão é coisa de bicha. Ai eu falei, é, deixa então eu dar a mão aqui pra você ver. Eu sou bicha por acaso? Não, você é tio. E tio é diferente? A nossa responsabilidade [...] é de ir mudando a cabecinha dessas crianças, desses meninos que têm perfil de macho (João).*

*Foram uns quatro meninos e umas três meninas da terceira série [referindo-se a uma visita das crianças a sua sala de diretor do ensino fundamental] me darem um abraço. As meninas vieram, me abraçaram, os meninos esticaram a mão. Ai eu puxei, vem cá rapaz, me dá um abraço! (Flávio).*

*[...] nós cinco somos do meio da Educação [referindo-se aos participantes do grupo], somos um ser mutável e também fazemos a cabeça para mudar. Eu acho, eu... a gente está pronto para isso. [...] a nossa profissão veio de quê? Da maternidade, ser professor. Então se torna um negócio [mudar] mais fácil (Carlos).*

É importante aqui uma referência à prática docente no Brasil, profundamente atravessada por questões de gênero. Essas questões se evidenciam, entre outros aspectos, através de práticas curriculares em cursos de formação de professores, que entre outras coisas ocultam a experiência feminina;<sup>37</sup> da prática docente, haja vista que o currículo em ação é impregnado por questões com implicações diretas na construção das identidades de gênero; e da presença maciça de mulheres docentes principalmente na pré-escola e nas séries iniciais do ensino fundamental. Nesses níveis de ensino essas características têm íntima relação com a idéia que relaciona afetividade, paciência e maternidade à docência, com repercussões importantes na formação e prática docentes.<sup>38</sup> Uma interlocução com esses discursos aparece claramente nas falas acima, que validam a presença dos atributos carinho, afetividade e choro para ambos os sexos, com consciência de que se está rompendo com a norma.

A visão de um papel docente a ser cumprido aparece permeada por questões de gênero. Existe um compromisso do professor em transmitir valores e visões de mundo, entre as quais estaria a desconstrução de atitudes “machistas”. O cumprimento desse papel é percebido como reforço para transformações nas atitudes e visões assumidas, papel que o professor pode cumprir porque essa

<sup>37</sup> PARAÍSO, 1997.

<sup>38</sup> Jucélia RIBEIRO, 2003; e PARAÍSO, 1997.

profissão teria como característica a facilidade e até o desejo de mudança.

São diversificados os espaços a partir dos quais se produzem os significados sobre as identidades masculinas. João se refere a uma realidade sócio-cultural da comunidade onde trabalha, no bairro de São Cristóvão, RJ, que ele identifica como "machista":

*Entrei nessa turma [referindo-se à turma do primeiro segmento do ensino fundamental da qual é professor] em comunidade carente, que fica delineado ali um machismo que predomina muito nessas comunidades, principalmente onde trabalho – Benfica, Barreira do Vasco, Favela do Arará, aqui, pertinho da gente [...] isso tá muito presente, eu vejo, é bem nítido [...].* (João).

Nesse contexto, João entra em contato com delimitações bem definidas dos papéis de gênero, que vêm ao encontro das noções produzidas sobre o masculino e o feminino na modernidade, respaldadas principalmente pelas ciências médicas, reduzindo seres sociais a biológicos num movimento de naturalização e hierarquização das diferenças. Ao que parece, os alunos de João pertencem às classes trabalhadoras urbanas, ou grupos populares, como colocam Maria Luiza Heilborn e Patrícia Gouveia<sup>39</sup> a partir da definição de Luiz Fernando Duarte,<sup>40</sup> em que prevalece uma relação hierárquica entre os sexos. Assim, João parece usar a palavra "machismo" como sinônimo de um padrão de comportamento masculino que supervaloriza o homem em detrimento da mulher e prima pela delimitação clara dos papéis sociais ao colocar o homem como o dominador e a mulher como a dominada em inúmeras instâncias, aproximando-se da definição de Connell<sup>41</sup> para a masculinidade hegemônica citada anteriormente.

Ao mesmo tempo que João é confrontado com realidades como a que descreve de seu local de trabalho e grupo de alunos, está sendo interpelado por uma multiplicidade de discursos, como os da mídia, em relação aos quais vem resignificando sua identidade, incorporando novos comportamentos e hábitos e tendo afetada sua compreensão do mundo. Em sua análise da mídia, Thompson sinaliza para as mudanças contemporâneas nas formas de se informar e formar. Das interações face a face que prevaleciam anteriormente, temos na contemporaneidade as relações mediadas que, segundo ele, 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".<sup>42</sup> Esse

<sup>39</sup> Maria Luiza HEILBORN e Patrícia GOUVEIA, 1999.

<sup>40</sup> DUARTE, 1986.

<sup>41</sup> CONNELL, 1997.

<sup>42</sup> THOMPSON, 2004, p. 82.

autor considera ainda que uma nova e maior arena foi criada para o processo de autoformação, que se caracteriza por ser livre das limitações espaço-temporais da interação face a face. E, embora nem sempre reconhecida ou percebida, o indivíduo se apodera de mensagens midiáticas e as incorpora à própria vida, “implicitamente construindo uma compreensão de si mesmo, uma consciência daquilo que ele é e de onde ele está situado no tempo e no espaço”.<sup>43</sup>

<sup>43</sup> THOMPSON, 1998, p. 46.

Tanto Pedro, que se mostrou bastante preso às representações hegemônicas, como João, que várias vezes explicitou estar passando por uma fase de transformações em suas visões de mundo, se formaram e atuam em uma área que, conforme já mencionado, é fortemente marcada pelas questões de gênero. Como relatado por Carmem Lúcia Soares,<sup>44</sup> as relações pedagógicas com o corpo na Educação Física nasceram fortemente influenciadas pela Medicina Higienista do século XIX, com objetivos pautados no desenvolvimento e aprimoramento da aptidão física. Na trilha dessas origens, uma perspectiva utilitária e a-histórica do corpo com ênfase no “corpo biológico” prevalece ainda. Apesar de movimentos de alteração curricular recentes, com tentativas meritórias de mudanças paradigmáticas, de forma geral a formação profissional inicial e continuada na Educação Física, calcada em ideais femininos e masculinos heterossexuais, pouco ou nada contribui para diminuir os preconceitos e mitos que, conforme vem sendo apontado por estudiosos/as como Guacira Louro e Eustáquia Souza e Helena Altmann,<sup>45</sup> povoam as visões daqueles/as que atuam na área.

<sup>44</sup> Apud Martha COPOLILLO, 2002.

<sup>45</sup> LOURO, 2003; e SOUZA e ALTMANN, 1999.

Retomando as falas de Pedro, podemos dizer que, ao mesmo tempo que reforça uma visão tradicional do papel masculino, acha “natural” as mudanças apontadas na matéria.

*Estou vendo de uma forma muito natural [referindo-se ao conteúdo da matéria], é a forma de evolução natural. Mas eu acho que o homem sempre vai ser homem, independente de estar pintando unha, pintar o pé (Pedro).*

Ao que parece, as falas de Pedro foram marcadas pela contradição provocada pela situacionalidade. Se o grupo se posiciona alinhado com as transformações dos papéis masculinos, esse sujeito demonstra não incorporar às suas representações tradicionais sobre a masculinidade novas concepções sobre um “novo homem”, insistindo na idéia de papéis distintos para homens – ligados à força e liderança – e mulheres. Porém, diferentemente de João, Carlos e Flávio, esse mesmo sujeito ensaia uma crítica sobre

as representações estéticas trazidas na matéria, mostrando-se atento ao lado comercial da publicação.

*Ele é muito bem tratado [referindo-se a David Beckham], tem uma aparência feminina, deixa a barba para quebrar essa característica. Agora é fácil, com dinheiro é mole. [...] Eles andam maltratados [referindo-se aos artistas da Rede Globo], com uma aparência lindíssima, mas, na minha concepção, mal-arrumados [...] Se eu for me vestir assim... (Pedro).*

Já ao final da dinâmica um participante, Marcelo, professor de Biologia, refere-se de forma mais direta ao que considera o caráter mercadológico da matéria e chama atenção para os receptores desse tipo de mensagens, ou seja, as classes média e alta. Dizendo-se há muito um "novo homem", mas tomando uma vertente bastante diferente da de Carlos, que também assim se considerava, frisa que o discurso da mídia não traz novidade para ele. Ele reafirma a posição flexível que durante toda a disciplina procurou demonstrar com relação aos papéis sociais de homens e mulheres.

*Em minha casa, o pai era nordestino e comunista, não dava papo para filho nenhum. Ele gostava de dois filhos, o primeiro e o último, o resto ajudava... Eu era o quinto, excluído. Por conta disso eu era muito chorão, era chafariz. Então, chorar ou não, não era problema e cresci nessa facilidade de chorar. [...] É muito difícil dissociar a forma como fomos criados, o discurso... a criação que a gente teve, a sociedade, nossos pais e avós, da nossa prática [...] quando a criança nasce ela dá beijo e abraço sem o menor problema, depois que começa a crescer que botam isso nele, que homem não pode chorar (Marcelo).*

Ou ainda: *Quando eu me separei eu queria ficar com minhas filhas, tenho duas, mas a mãe não deixou.*

E com relação à matéria da revista:

*Esse negócio de estética é comércio [...] Isso se dá no nosso meio [magistério], nas outras profissões é mais difícil [...] a matéria fala de uma classe [...] eu acho que nas camadas populares não mudou, não. O modelo ainda é o machão que chega em casa, quer a comida na mesa [...] Fazer comida, arrumar casa, trocar móveis de lugar, isso tudo é comigo [...] em questão de estética passo creme, passo argila no rosto, faço o pé sem problema. Esse tema dessa matéria, achei tudo muito comum (Marcelo).*

<sup>46</sup> GIDDENS, 1993.

Giddens<sup>46</sup> sinaliza que hoje, nas sociedades ocidentais, existe uma liberdade maior para os indivíduos exercerem formas diferentes de ser: uma maior tolerância

à homossexualidade, e a comportamentos masculinos e femininos que divergem dos tradicionalmente aceitos. A "revolução sexual" das últimas décadas envolve como elemento básico a revolução da autonomia sexual feminina, com profundas conseqüências para a sexualidade masculina e para o exercício de seu papel social. Entretanto, se por um lado nossos sujeitos mostram uma abertura para novos comportamentos masculinos que estão resignificando a noção de "masculino", por outro não extrapolaram esses posicionamentos para uma maior aceitação em relação à homossexualidade, por exemplo.

Os textos que comentam e informam sobre os papéis cambiantes do homem e da mulher na contemporaneidade são histórica e culturalmente situados nesse contexto atual de transformações. Podemos afirmar que esses textos tornam-se recursos através dos quais os sujeitos se engajam em processos auto-reflexivos e se transformam, seus conteúdos integrando-se às formas de ação por eles adotadas.

Na perspectiva que aqui tomamos, de que o poder dos discursos não incide monoliticamente sobre os sujeitos, mas é também produtivo, é interessante a noção referente à possibilidade trazida pela mídia de ampliação dos repertórios de comportamentos dos indivíduos,<sup>47</sup> inclusive em relação às questões de sexualidade e gênero.<sup>48</sup> Os discursos se constituem práticas sociais determinadas pelo contexto sócio-histórico e que influem, de forma complexa, na constituição da identidade do sujeito.

A fala de João, quando afirma que "*essas mudanças estão acontecendo há muito tempo*", e a de Marcelo, quando diz que "*esse tema dessa matéria, achei tudo muito comum*", suscitam reflexão: até que ponto a mídia contribui para a construção dessas novas concepções de masculinidade ou elas já estavam presentes e coube à mídia apenas colocá-las em circulação? Ao assumirmos que não existe uma identidade única, imutável, anterior às descrições que dela fazemos, passamos a aceitar a centralidade da linguagem na constituição das formas de ser homem e de ser mulher. A mídia não apenas descreve mudanças que estão ocorrendo na sociedade, mas também as constitui, oferece descrições e faz interpelações, modelando práticas sociais e pondo novas práticas em funcionamento: não tenha vergonha de se preocupar com a aparência! Seja vaidoso! Compre! Preocupe-se com as roupas que usa! Seja um homem moderno, vá para a cozinha! Com isso não se quer afirmar que não exista nada fora da cultura e do discurso e que mudanças nos papéis de gênero não tenham repercussões concretas nos arranjos familiares, nas relações de trabalho e daí por diante.

<sup>47</sup> THOMPSON, 1998.

<sup>48</sup> MEDRADO, 1998 e 2000; MOITA LOPES, 2004; e FISCHER, 2001a e 2001b.

Entretanto, é através da linguagem e de esquemas interpretativos que nos referimos a essas mudanças e ao mesmo tempo as constituímos. Temos aí uma relação dialética, em que as mudanças nas práticas sociais e as representações delas feitas se influenciam mutuamente.

Certamente, para além do “novo homem” outras imagens contrastantes de masculinidades também aparecem recorrentemente nos textos midiáticos. Como indicado por Hall<sup>49</sup> em relação à constituição identitária, não é pertinente perguntar qual é a “verdadeira” imagem – a do homem “tradicional”, do “*metrossexual*” ou outra qualquer – à medida que cada uma delas representa elementos que estão e/ou estiveram presentes nessas construções. Mesmo que a pessoa não se identifique completamente com uma delas, sentir-se-á mais atraída por uma que por outra e, ao adotar a posição do sujeito, está se tornando mais esse tipo de sujeito do que o outro. Ao que parece, nossos sujeitos estão ganhando aval através desses textos para assumirem certos comportamentos mais próximos aos que podemos apontar como tradicionalmente mais “femininos”, como, por exemplo, serem vaidosos sem culpa, conservando sua identidade heterossexual. Claramente, neste último caso, o sujeito representado, e ao qual se endereçam essas mensagens, é o homem com poder de consumo, que é também geralmente o leitor dessas publicações.

<sup>49</sup> HALL, 1997.

## Considerações finais

Os significados produzidos sobre o “novo homem” na mídia integram a multiplicidade de significados gerados na contemporaneidade em relação às transformações nos papéis sociais de homens e mulheres. Além da mídia, é na interação com as instituições de trabalho, com a família e a escola que se definem os limites entre o que é “aceitável” e o que é “inaceitável” em relação aos papéis de gênero exercidos. Esses significados são utilizados para reforçar gostos, atitudes e transformações nas experiências relacionadas ao gênero nos contextos múltiplos de performance dos informantes. Segundo Moita Lopes, os significados produzidos nos processos sócio-culturais estabelecem parâmetros para as identidades públicas e privadas, fornecendo possíveis respostas a perguntas sobre as identidades do sujeito e construindo contextos em que as pessoas podem se posicionar espacial e verbalmente.<sup>50</sup> Essas redefinições são estabelecidas pelos diversos espaços sociais onde se constroem os significados que definem nossas vidas e referenciam nossos saberes e desejos, tal como a família, a igreja, a escola e a mídia.

<sup>50</sup> MOITA LOPES, 2002.

Para alguns homens, romper com os parâmetros tradicionais no exercício de seus papéis de gênero ainda se constitui um ensaio. Nossas ações cotidianas são guiadas por normas e conhecimentos culturais que estão muito sedimentados naquilo que em nossa cultura é “tido como certo” para homens e mulheres. Mas, para a maioria dos nossos sujeitos, a matéria parece ter vindo ao encontro das mudanças que relataram estar atravessando, e era nítido o prazer de se verem quase que “traduzidos” nas páginas da revista. A mídia parece conferir legitimidade às transformações que experimentam, à medida que deixam de se sentir sozinhos, podendo se expor mais livremente. Essa atitude provavelmente tem sua raiz, pelo menos em parte, na crença de que o que é veiculado pela mídia é verdade. Entretanto, ao mesmo tempo que reafirmaram certas mudanças, atreladas aos temas abordados diretamente pela matéria, silenciaram sobre temáticas candentes para a discussão de transformações em valores e crenças referentes à masculinidade tradicional, como posicionamentos em relação à homossexualidade ou a quaisquer outras identidades que se coloquem às margens. Apenas um dos sujeitos tocou no tema da homossexualidade, mas em tom de crítica e referindo-se ao medo com relação a essa sexualidade. Por outro lado, é interessante dizer que para os sujeitos o “novo homem” não guarda relação com a homossexualidade, apesar de alguns estereótipos vinculados à homossexualidade masculina estarem presentes nas imagens e idéias veiculadas pela mídia sobre o “novo homem”.

É preciso dizer, entretanto, que esses docentes não se mostraram atentos à forte influência que a mídia pode exercer nas transformações de padrões de comportamento e significação de diversos temas, demonstrando perceber apenas o movimento oposto. Apesar de essa relação ter sido discutida durante a disciplina, o tema do “novo homem” parece ter arrebatado os sujeitos, dificultando uma avaliação do papel pedagógico da mídia. Alguns demonstraram, entretanto, perceber o caráter comercial da matéria e da mídia em geral, mas não foram além em suas considerações. Esse fato revela-se importante por tratar-se de um grupo de educadores.

Observamos que esses homens vêm acompanhando atentamente as representações feitas pela mídia sobre novas formas de relacionamento, transformações nos papéis de gênero e aberturas para o sujeito expressar-se fugindo dos cânones tradicionais. Giddens<sup>51</sup> nos ajuda a entender essa tendência, atestada pela crescente oferta e demanda por essas revistas, manuais de auto-ajuda e

<sup>51</sup> GIDDENS, 1993.

certos programas televisivos, quando situa o mundo atual como marcado por relações fluidas, onde as identidades e conexões pessoais têm que ser negociadas e trabalhadas, e onde nós continuamente temos que fazer escolhas sobre quem somos, como vamos nos apresentar e com quem queremos nos associar. A seu ver, a mídia hoje, até certo ponto, desafia idéias tradicionais: no caso dos homens, representando-os dotados de maior sensibilidade, com maior atenção para as necessidades da parceira, fugindo assim de "receitas herdadas".

Ficou claro que é uma relação de negociação que marca os processos de comunicação. Certamente, não podemos ignorar que ocorre uma tensão entre os sentidos colocados, carregados de intencionalidade, e a construção dos significados pelo receptor. Nesses processos, nunca unilaterais, estão sempre envolvidas acomodação e resistência. Os homens aqui estudados produziram e produzem idéias e significados a partir de uma multiplicidade de interpelações, dentre as quais as da mídia têm lugar de destaque. Novas classificações estão sendo introduzidas em sua cultura que lhes permitem avaliar os papéis de gênero sob outros parâmetros. E, embora nem sempre reconhecidas ou percebidas, os indivíduos se apoderam de mensagens midiáticas e as incorporam à própria vida, como sinaliza Thompson.<sup>52</sup>

<sup>52</sup> THOMPSON, 1998.

O sentido dado ao texto vai se constituindo na situação de grupo, à medida que ocorrem as diversas mediações. É nesse momento, através de uma narrativa construída tendo em vista os/as outros/as, que os significados são reelaborados, ganhando outros sentidos. Podemos notar que as subjetividades dos alunos iam se conformando à medida que se davam as interações, ou seja, não apenas no ato da leitura do texto, mas também quando seus significados começaram a circular no grupo.

Hoje as mídias constituem um lugar de referência importante na conformação das identidades; seus significados impregnam o cotidiano dos indivíduos e alimentam os seus sentidos. Devemos frisar a importância de se introduzir na formação profissional inicial e continuada dos/as professores/as o entendimento desses novos espaços sociais como instâncias essenciais de formação identitária. Esse trabalho, ao aproximar mídia e educação em um contexto acadêmico de educação continuada de docentes, constitui-se um esforço nesse sentido.

## Referências bibliográficas

ANDRADE, Sandra dos Santos. "Mídia impressa e educação de corpos femininos". In: LOURO, Guacira Lopes; NECKEL,

- Jane Felipe; GOELLNER, Silvana Vilodre (Orgs.). *Corpo, gênero e sexualidade: um debate contemporâneo na Educação*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2003. p. 108-123.
- BAUMAN, Zygmunt. *Identidade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2005.
- CECCHETTO, Fátima Regina. *Violência e estilo de masculinidade*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2004.
- CANCLINI, Nestor Garcia. *Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da Modernidade*. São Paulo: Editora da USP, 1997.
- CONNELL, Robert W. "La organización social de la masculinidad". In: VALDÉZ, Teresa; OLIVARRÍA, José (eds.). *Masculinidad/es: poder y crisis*. Santiago, Chile: Isis Ediciones de las Mujeres/FLACSO, 1997. n. 24, p. 31-48.
- COPOLILLO, Martha. *Tecendo significados: leituras de professores(as) de Educação Física acerca das concepções de corpo na mídia televisiva*. 2002. Dissertação (Mestrado em Tecnologia Educacional para a Saúde) – Núcleo de Tecnologia Educacional para a Saúde, Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2002.
- DUARTE, Luiz Fernando Dias. *Da vida nervosa nas classes trabalhadoras urbanas*. Rio de Janeiro: Zahar, 1986.
- DUARTE, Rosália. "Do ato de espetatura ao museu de imagens: produção de significados nas experiência com o cinema". *Revista Educação e Realidade*, v. 30, n. 1, p. 83-102, 2005.
- ESCOSTEGUY, Ana Carolina; JACKS, Nilda. *Comunicação e recepção*. São Paulo: Hacker Editores, 2005.
- GIDDENS, Anthony. *A transformação da intimidade: sexualidade, amor & erotismo nas sociedades modernas*. Tradução de Magda Lopes. São Paulo: Editora da Unesp, 1993.
- FISCHER, Rosa Maria Bueno. *Televisão e Educação: fruir e pensar a TV*. Belo Horizonte: Autêntica, 2001a.
- \_\_\_\_\_. "Mídia e Educação da mulher: uma discussão teórica sobre modos de enunciar o feminino na TV". *Revista Estudos Feministas*, v. 9, n. 2, p. 586-599, 2001b.
- \_\_\_\_\_. "O dispositivo pedagógico da mídia: modos de educar na (e pela) TV". *Revista Educação e Pesquisa*, São Paulo, v. 28, n. 1, p. 151-162, 2002.
- FOUCAULT, Michel. *História da sexualidade I: a vontade de saber*. Rio de Janeiro: Graal, 1997.
- HALL, Stuart. "A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções de nosso tempo". *Educação & Realidade*, v. 22, n. 2, p. 15-46, 1997.
- HEILBORN, Maria Luiza; CARRARA, Sérgio. "Em cena, os homens...". *Revista Estudos Feministas*, IFCS/UFRJ, v. 6, n. 2, p. 370-374, 1998.

- HEILBORN, Maria Luiza; GOUVEIA, Patrícia Fernanda. "Marido é tudo igual: mulheres populares e sexualidade no contexto da Aids". In: PARKER, Richard; BARBOSA, Regina (Orgs.). *Sexualidades pelo avesso: direitos, identidades e poder*. Rio de Janeiro: IMS/UERJ; São Paulo: Ed. 34, 1999. p. 177-198.
- KIMMEL, Michael S. "Homofobia, temor, vergüenza y silencio en la identidad masculina". In: VALDÉS, Teresa; OLIVARIA, José (eds.). *Masculinidade/s: poder y crisis*. Santiago, Chile: Isis Ediciones de las mujeres/FRACSO, 1997. n. 24, p. 49-62.
- \_\_\_\_\_. "A produção simultânea de masculinidades hegemônicas e subalternas". *Horizontes Antropológicos – Corpo, Doença e Saúde*, Publicação do Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social da UFRGS, n. 9, p. 103-117, 1998.
- LOURO, Guacira Lopes. *Gênero, sexualidade e educação: uma perspectiva pós-estruturalista*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2003.
- MARTIN-BARBERO, Jesús. "América Latina e os anos recentes: o estudo da recepção em comunicação social". In: SOUZA, Mauro Wilton (Org.). *Sujeito, o lado oculto do receptor*. São Paulo: Brasiliense, 1995. p. 39-68.
- \_\_\_\_\_. *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. 2. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2003.
- MEDRADO, Benedito. "Homens na arena do cuidado infantil: imagens veiculadas pela mídia". In: ARILHA, Margareth; RIDENTI, Sandra G. Unbehau; MEDRADO, Benedito (Orgs.). *Homens e masculinidades: outras palavras*. São Paulo: ECOS/Editora 34, 1998. p. 145-162.
- \_\_\_\_\_. "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. 243-271.
- MOITA LOPES, Luiz Paulo. *Identidades fragmentadas: a construção discursiva de raça, gênero e sexualidade em sala de aula*. Campinas, SP: Mercado de Letras, 2002.
- \_\_\_\_\_. *"Falta homem até para homem": a construção da masculinidade hegemônica no discurso midiático*. Mimeo, 2004.
- NOLASCO, Sócrates Alvares. *O mito da masculinidade*. Rio de Janeiro: Rocco, 1995.
- \_\_\_\_\_. *De Tarzan a Homer Simpson: banalização e violência masculina em sociedades contemporâneas ocidentais*. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.

- PARAÍSO, Marlucy Alves. "Gênero na formação docente: campo de silêncio no currículo". *Cadernos de Pesquisa*, São Paulo: Cortez/Fundação Carlos Chagas, n. 102, p. 23-45, 1997.
- RIBEIRO, Jucélia Santos Bispo. "'Brincar de osadia': sexualidade e socialização infanto-juvenil no universo de classes populares". *Cad. Saúde Pública*, v. 19, sup. 2, p. 345-353, 2003.
- SOUZA, Eustáquia Salvadora de; ALTMANN, Helena. "Meninos e meninas: expectativas corporais e implicações na educação física escolar". *Cad. Cedes*, Campinas, SP, v. 19, n. 48, 1999.
- SOUZA, Mauro Wilton. "Juventude e os novos espaços sociais de construção e negociação dos sentidos". *Educação & Realidade*, v. 22, n. 2, p. 47-58, 1997.
- THOMPSON, John B. *A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.
- VIGOYA, Mara Viveros. "Perspectivas latinoamericanas actuales sobre la masculinidad". In: ROJAS, Patricia Továs (ed.). *Familia, género y antropología: desafíos y transformaciones*. Bogotá, Colombia: Instituto Colombiano de Antropología e Historia (ICANH), 2000. p. 82-129.

[Recebido em janeiro de 2006  
e aceito para publicação em novembro de 2006]

### ***The Printed Media and the New Man: Resignifications by Male Teachers***

**Abstract:** *Based on cultural studies and employing some notions derived from gender studies, this article focuses on the resignification carried out by a specific community of male teachers in relation to a magazine article announcing the emergence of a "new man". We discuss the media's important role in shifts that have recently taken place in social relationships, as it represents and amplifies the meaning of these changes under way, with a high level of interest in issues related with masculinities. Based upon a characterization of masculinity as a cultural historical construct we analyze how, in a permanent negotiation set in the day to day lives of the subjects, new repertoires of behaviors and habits are rehearsed and reinforced.*

**Key Words:** *Media; Education; Gender; Masculinities.*