

AVISO AO USUÁRIO

A digitalização e submissão deste trabalho monográfico ao *DUCERE: Repositório Institucional da Universidade Federal de Uberlândia* foi realizada no âmbito dos Projetos (Per)cursos da graduação em História: entre a iniciação científica e a conclusão de curso, referente ao EDITAL Nº 002/2017 PROGRAD/DIREN/UFU e *Entre a iniciação científica e a conclusão de curso: a produção monográfica dos Cursos de Graduação em História da UFU*. (PIBIC EM CNPq/UFU 2017-2018). (<https://monografiashistoriaufu.wordpress.com>).

Ambos visam à digitalização, catalogação, disponibilização online e confecção de um catálogo temático das monografias dos discentes do Curso de História da UFU que fazem parte do acervo do Centro de Documentação e Pesquisa em História do Instituto de História da Universidade Federal de Uberlândia (CDHIS/INHIS/UFU).

O conteúdo das obras é de responsabilidade exclusiva dos seus autores, a quem pertencem os direitos autorais. Reserva-se ao autor (ou detentor dos direitos), a prerrogativa de solicitar, a qualquer tempo, a retirada de seu trabalho monográfico do *DUCERE: Repositório Institucional da Universidade Federal de Uberlândia*. Para tanto, o autor deverá entrar em contato com o responsável pelo repositório através do e-mail recursoscontínuos@dirbi.ufu.br.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA

INSTITUTO DE HISTÓRIA

A CRISE DA IDENTIDADE MASCULINA NA ÓTICA DA MÍDIA IMPRESSA
BRASILEIRA

assunto: Identidade / Imprensa
2307

Neguem
S. 8/10/17

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
Centro de Docência e Pesquisa em
História
Campus: 1º - Bloco 1Q (Antigo Mineirão)
Av. Universitária S/Nº
Cep: 38400-902 - Uberlândia - M.G. - Brasil

ROSANA KASUE KUNIYA

ROSANA KASUE KUNIYA

A CRISE DA IDENTIDADE MASCULINA NA ÓTICA DA MÍDIA IMPRESSA
BRASILEIRA

Monografia apresentada no Curso de
Graduação em História, do Instituto de
História da Universidade Federal de
Uberlândia, como exigência parcial para
obtenção do título de Bacharel em
História, sob orientação da Profa. Dra.
Karla Adriana Martins Bessa.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
Centro de Docência e Pesquisa em
História
Campus Sítio Universitário, Bloco 1Q (Antigo Mineirão)
Av. Universitária S/Nº
Cep: 38400-932 Uberlândia - MG - Brasil

Uberlândia, Agosto de 2008.

ROSANA KASUE KUNIYA

A CRISE DA IDENTIDADE MASCULINA NA ÓTICA DA MÍDIA IMPRESSA
BRASILEIRA

BANCA EXAMINADORA

Karla Adriana Martins Bessa – HIST/UFU – (Orientadora)

Dulcina Tereza Bonati Borges – HIST/UFU - Membro

Flávia Teixeira - Membro

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho aos meus avos paternos Tokuo Kuniya (em memória)
e Kimi Kuniya, que sempre me apoiaram no ingresso à universidade.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus por ter me concedido a oportunidade desta conquista e por tudo de bom que já houve em minha vida.

Aos meus pais Katsuo e Sugi, mesmo distantes, trabalhando no Japão, pela motivação em todos os aspectos e por estarem comigo em mais uma conquista.

Ao meu esposo Neiton, pelo amor, carinho e motivação aos estudos que sempre me fortalece.

À orientadora e professora, Prof. Karla Adriana Martins Bessa pela orientação e sugestões para a realização desta monografia.

Ao meu irmão Roberto por estar comigo neste momento.

Aos meus amigos mais queridos, em especial a Rosevane, por ser para mim uma amiga e confidente.

As minhas amigas companheiras do “ônibus universitário” no percurso feito entre Araguari e Uberlândia Luciene e Viviane e também ao Rafael.

As minhas amigas de Araguari, Paula, Vanessa, Gislaine.

Agradeço aos professores, funcionários e colegas do Departamento de História da Universidade Federal de Uberlândia que de alguma forma contribuíram para a realização desse trabalho.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO

CAPÍTULO 1 – A Construção da noção de “crise da identidade masculina”.....	9
--	---

1.1 – A Beleza física de mãos dadas com o consumismo.....	28
---	----

CAPÍTULO 2 – Os novos relacionamentos do homem

2.1 – O homem dentro do conjunto familiar.....	35
--	----

2.2 – Os relacionamentos com o sexo feminino.....	41
---	----

Considerações Finais.....	43
---------------------------	----

Bibliografia.....	45
-------------------	----

INTRODUÇÃO

No mundo contemporâneo, a palavra crise não pertence apenas ao campo econômico, mas também ao campo sentimental e comportamental, somando a isso a palavra Identidade também deixa de ser una e fixa para ser móvel e até mesmo questionada enquanto paradigma para se pensar os modos de subjetividade contemporâneos. Essas mudanças sociais estão relacionadas com outras categorias como raça, classe, etnia e sexuais, que adquirem novos significados a cada maneira com a qual se interagem criando diferentes tramas subjetivas.

O objetivo desta pesquisa foi de analisar textos da mídia, buscando perceber nos discursos ali impressos, as mudanças que são “apresentadas” para o leitor durante o processo histórico da década de 90 e os anos de 2001 a 2004. Sobretudo nossa análise enfoca a questão das relações de Gênero – o jogo de produção das marcas do ser homem e de ser mulher. A revista escolhida para análise mais apurada foi a Revista Veja, na maneira como aborda ao longo da década de 90 a representação da masculinidade. Além disso, procuramos identificar os perfis de homens e os novos elementos importantes agregados à constituição da identidade masculina.

Este trabalho tem como fonte de pesquisa a Revista Veja publicada pela editora Abril desde setembro de 1968 sendo uma revista brasileira semanal de circulação nacional. A Revista aborda diversos temas da sociedade brasileira e mundial como a política, economia, cultura, guerras, tecnologia, ecologia, religião. Sobretudo enfocaremos os temas do cotidiano e do comportamento.

Temas estes que foram de grande valia para este trabalho como o homem dentro do conjunto familiar, o seu relacionamento com a mulher, o consumismo para alcançar a beleza física.

Esta monografia está dividida em dois capítulos, que buscam analisar o discurso da mídia sobre o que consideram ser o comportamento de homens (subentendidos como heterossexuais) relativos às mulheres (também heterossexuais) em diversos momentos do cotidiano durante a década de 90. Direccionamos nossas análises dos textos que tratavam ou sugeriam a existência de uma “crise da identidade masculina”.

No primeiro capítulo analiso os discursos que anunciavam os elementos que influenciaram na (des) construção das características conhecidas como comportamento de Homem, ou seja, o comportamento conhecido como cultura tradicional

características do comportamento masculino antes da década de 60, antes dos movimentos culturais no Brasil. Não esquecendo que o Homem da década de 90 não possui mais o mesmo comportamento da cultura tradicional, pois conforme a educação, o ambiente, a classe onde pertence seu comportamento não é mais o mesmo de seus pais, embora haja movimentos sociais e mudanças durante os anos 60 até 90 “resquícios”, ou seja, conforme a classe social e econômica as heranças da cultura tradicional ainda permanecem fortemente vivenciada na nossa sociedade.

No segundo capítulo nos detemos nos artigos que anunciavam o Homem no seu conjunto social, ou seja, seus relacionamentos com mulheres, filhos, dentro do âmbito familiar, no trabalho. Importante ressaltar que os artigos escolhidos tratam do homem que havia “mudado” o seu modo de pensar e agir, ou seja, aquele que se sentia-sente desconfortável com o novo lugar, assim enfocamos o homem na crise da sua identidade.

CAPÍTULO 1. A construção da noção de “crise da identidade masculina”

Durante a década de 90 e os anos primeiros anos do século XXI o debate sobre o comportamento masculino proporcionou uma publicação de inúmeros artigos levados aos leitores da Revista Veja. O artigo intitulado *O dilema masculino*¹ foi à primeira leitura que encontramos a respeito do assunto, no período a ser analisado, notamos neste um “cuidado” ao apresentar o assunto ao leitor, buscou – se um embasamento “científico” onde o entrevistado é Luiz Cuschinir, professor-supervisor de psicodrama do serviço de Psiquiatria do Hospital de Clínicas da Faculdade de Medicina da Universidade de São Paulo. Cuschinir interessou-se pelo assunto quando participou de um congresso na Holanda, cujo assunto tratava da Crise da Identidade Masculina no final da década de 80.

Nesse sentido os artigos sempre buscaram os psicólogos ou psiquiatras e até mesmo sociólogos para explicar a crise da identidade do homem. A década de 90 é um período onde encontramos vários artigos que enfocam os relacionamentos do homem, a Revista Veja afirmam “(...) nos 90, decretou-se a crise do macho”². Nos artigos localizamos varias entrevistas com homens e mulheres da classe média e média alta onde eles apontam os problemas na crise.

Embora os artigos presentes na Revista Veja anunciem a crise da identidade masculina, na maioria das vezes com temas que apresentam o relacionamento com a esposa e seus filhos, com companheiras independentes financeiramente, a aquisição de novas maneiras de manter a vaidade física, e sobretudo enfocam que a sensibilidade e a emoção como um dos principais elementos que caracteriza este momento de crise, não podemos esquecer que a crise atinge também outros setores masculinos, sobretudo o modo como é imposta a sua condição de homem sempre relacionado à força física e à coragem. Percebemos que os artigos presentes na revista apresentam os relacionamentos da crise, sem o anuncio da violência corriqueira dos jornais, do pai que mata ou do filho

¹ MENDES, Maria Luisa. *O dilema masculino*. Revista Veja. São Paulo, Ano 24, n.10. P. 5-7 março de 1991

² *A metamorfose do macho*. Revista Veja. São Paulo, Ano 37, n. 34. p. 10-13 agosto de 2004, (autor desconhecido).

violento, ou mesmo da mulher violentada, esse contexto que é “esquecido” nos artigos da Revista Veja e bem lembrado por Trevisan:

*“infância de tarefas adultas; pai opressor (por sua vez, vitimado pela irresponsabilidade de seu próprio pai); ataque violento por outros homens; banditismo, ao fazer justiça pelas próprias mãos; prepotência com poder sobre a vida ou morte dos outros; descontrole”.*³

Este cenário de constantes mudanças que a mídia anuncia, é abordado também por Stuart Hall em *A identidade cultural na pós-modernidade*, ao expor que algum tipo de mudança estrutural está transformando as sociedades modernas no final do século XX, fragmentando as paisagens culturais de classe, gênero, sexualidade, etnia, raça e nacionalidade que no passado, eram sólidas localizações como indivíduos sociais. Na análise do autor, a atual “crise de identidade” é consequência de um processo de transição: do sujeito do Iluminismo (centrado, racional, pensante e consciente, definido por Descartes), para o sujeito sociológico (mais integrado na sociedade, condizente com as formações de classe e as maquinarias do estado moderno) e enfim para o sujeito pós-moderno (perturbado e perturbador, sem uma identidade fixa, mas com uma “celebração móvel”, associado ao surgimento dos movimentos estéticos e intelectuais do Modernismo).

Além disso, Stuart Hall faz uma análise em torno do termo de Identidade e afirma:

*Assim, a identidade é realmente algo formado, ao longo do tempo, através de processos inconscientes, e não algo inato, existente na consciência no momento do nascimento. Existe sempre algo “imaginário” ou fantasiado sobre sua unidade. Ela permanece sempre incompleta, está sempre “em processo”, sempre “sendo formada”.*⁴

Ao lado da Identidade, o Gênero foi seu companheiro primordial de análise nesta monografia. Nesse sentido direcionaremos para a análise feita de Joan Scott, inicialmente ela afirma: *A categoria de gênero, usada primeiro para analisar as diferenças entre os sexos, foi estendida à questão das diferenças dentro da diferença*⁵.

³ TREVISAN, João Silvério. *Seis balas num buraco só: a crise do masculino*. Rio de Janeiro: Record, 1998.

⁴ HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*/Stuart Hall; tradução Tomaz Tadeu da Silva, Guaracira Lopes Louro – 4. ed. – Rio de Janeiro: DP&A, 2000.

⁵ BURKE, Peter (org.). *A Escrita da História: novas perspectivas*/ tradução de Magda Lopes. – São Paulo: Editora UNESP 1992.

Exemplificando mais adiante Scott analisa a categoria de gênero no campo das ciências sociais:

A questão das diferenças dentro da diferença trouxe à tona um debate sobre o modo e a conveniência de se articular o gênero como uma categoria de análise. Uma dessas articulações serve-se do trabalho nas ciências sociais sobre os sistemas ou estruturas do gênero; presume uma oposição fixa entre os homens e as mulheres, e identidades (ou papéis) separadas para o sexos, que operam consistentemente em todas as esferas da vida social. Também presume uma correlação direta entre as categorias sociais masculina e feminina e as identidades de sujeito dos homens e das mulheres, e atribui sua variação a outras características sociais estabelecidas, como classe ou raça.⁶

Assim, direcionamos nossa pesquisa enfatizando a questão da masculinidade não esquecendo de evidenciar também os eventos que por sua vez foram importantes na composição e que fazem parte dele bem como as relações sociais por ele estabelecidas durante o processo histórico. Esse processo que é marcado na sociedade e, sobretudo no corpo. Segundo Butler, J:

(...), “o corpo” aparece como um meio passivo sobre o qual uma vontade de apropriação ou interpretação determina o significado cultural por si mesma. Em ambos os casos, o corpo é representado como um mero instrumento ou meio com o qual um conjunto de significados culturais é apenas externamente relacionado. Mas o “corpo” é em si mesmo uma construção, assim como o é a miríade de “corpos” que constitui o domínio dos sujeitos com marcas de gênero.⁷

Nesse sentido buscamos por meio do discurso da mídia evidenciar a crise da identidade masculina buscando perceber as “novas” miríades de corpos que estão sendo agregadas à descrição dos comportamentos, sobretudo dos homens, ou seja, por meio da mídia buscamos analisar o seu discurso a respeito das mudanças anunciadas por elas nas relações estabelecidas entre os homens e a mulheres, é conforme Suely Rolnik, afirma as “paisagens psicossociais”, ou seja, o comportamento social e psicológico também são localizáveis, conforme afirmação abaixo:

Paisagens psicossociais também são cartografáveis. A cartografia, nesse sentido, acompanha e se faz ao mesmo tempo que o desmanchamento de certos mundo – sua perda de sentidos – e a formação de outros: mundos que se criam para expressar afetos contemporâneos, em relação aos quais aos quais os universos vigentes tornaram-se obsoletos.⁸

⁶ BURKE, Peter (org.). *A Escrita da História: novas perspectivas*/ tradução de Magda Lopes. – São Paulo: Editora UNESP 1992.

⁷ BUTLER, Judith P. *Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade*/ Judith Butler; tradução, Renato Aguiar. – Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003

⁸ ROLNIK, Suely. *Cartografia sentimental: transformações contemporâneas do desejo*. São Paulo: Estação Liberdade, 1989.

filhos diminuindo assim a presença da virilidade da infância para a vida adulta. Conseqüentemente este pai tendo pouco tempo com sua família pouco participada do cotidiano de seus membros, assim o sentimento, ou melhor, a emoção torna se um fator ausente da vida do homem.

Neste sentido, a maioria dos artigos que encontramos busca evidenciar a emoção no homem, o comprometimento com a educação no cotidiano com seus filhos, a divisão de tarefas dentro de casa dentre outros. Alguns artigos retratam o cotidiano de alguns casais que buscam este “novo” compartilhar no relacionamento.

A maioria dos artigos aponta as características do homem machista, o individuo “durão” que não chora, ou seja, este modelo já é ultrapassado, pois não expõem os sentimentos, agora ele deve ser o oposto mostrando as suas emoções. E logo em seguida anunciam uma indicação o que o homem deve fazer inicialmente para se tornar um novo homem. Podemos verificar na entrevista de Cuschnir:

O primeiro passo é conseguir superar o preconceito machista de que homem que é homem está imune às crises emocionais. Os homens foram treinados a demonstrar força, acima de qualquer coisa. Quem nunca viu um pai dizer ao filho que “menino não chora?” A maior queixa dos homens que já se arriscam a fazer um auto questionamento é que o pai só lhe ensinou a trabalhar com assuntos concretos: sexo, esporte, profissão, política. Conversar sobre emoções, ou mesmo demonstrá-las, sempre foi considerado um sinal de fraqueza feminina. Acontece que ninguém deixa de sofrer por decreto. O sujeito finge que está inteiro, mas por dentro ele está aos pedaços. E ainda por cima, ensinam-lhe que ele deveria fingir não só perante as mulheres, mas diante de outros homens também. Reconhecer o sentimento de dor é o primeiro passo para a libertação desse colete de força ideológico.¹⁰

Assim como Cuschnir, Guy Corneau aborda este assunto na mesma direção a da emoção em *Paternidade e Masculinidade*:

Ser homem significa ser capaz de cometer violência contra seus próprios sentimentos, contra suas próprias emoções, contra seu próprio corpo – ser capaz de esquecer que se tem um coração e um corpo. Acho que a terrível violência dos homens em nossa sociedade começa por essa primeira violência, a que se pratica sistematicamente contra si mesmo, e todos os homens, inclusive eu, dirigem contra a própria sensibilidade. Quando se trabalha com homens, e eu trabalho muito com homens, damo-nos logo conta de que os homens têm muitas emoções e sentimentos, mas são capazes de bloqueá-los. Acredito que um novo homem deva relacionar bem a sensibilidade com a sensualidade.¹¹

¹⁰ MENDES, Maria Luisa. *O dilema masculino*. Revista Veja. São Paulo, Ano 24, n.10. P. 5-7 março de 1991

¹¹ G. CORNEAU. *Paternidade e masculinidade. A desconstrução do masculino*. Rio de Janeiro. Editora Rocco, 1995.

A emoção, ou seja, o expressar sentimento, seria um dos principais elementos para se afirmar que a sensibilidade seria essencialmente o ponto forte dessa nova identidade masculina, tanto Cuschnir e Corneau compartilham o mesmo pensamento. Por fim, o artigo intitulado *O dilema masculino* afirma que os relacionamentos entre homens e mulheres encontrarão possivelmente maior duração, quando a “troca emocional”, for constantemente compartilhado.

Nesse sentido os relacionamentos tendem a apresentação dos sentimentos antes guardados, sobretudo do homem, que deve compartilhar suas angustias com sua companheira e assim ela também mostrará suas alegrias ou tristezas para ele.

Outro artigo intitulado “*Gravatas queimadas*” com subtítulo “*Com a condenação do modelo machista, o homem se atrapalha para encontrar um novo papel*”¹² o artigo inicia citando exemplos de homens cuja a carreira e o setor financeiro são considerados sólidos, além disso, a fama também é evidenciada pelo que são atores de Hollywood, Fisher Stevens e Jack Nicholson, foram trocados por outro homem ou mesmo “deixados”. Melhor dizendo a autora do artigo quer dizer que estes atores seriam o modelo de um “porto seguro” num contexto do capitalismo avançado. No entanto como afirma Cuschnir, presente novamente neste artigo, o movimento feminino e a independência tornaram as mulheres mais exigentes quanto aos relacionamentos.

Neste mesmo artigo, a socióloga paulista Beth Vargas, do Conselho da Condição Feminina, defende que a crise da identidade masculina não esta diretamente relacionada às mulheres:

*(...), a crise de identidade do homem nasce de uma diferença de perspectivas entre os gêneros. “A mulher, mesmo com a dupla jornada de trabalho, dentro e fora de casa, ficou feliz com as mudanças. O homem reagiu mal à ruína de seu império. Ele perdeu o poder e sabe que o modelo de machão não faz mais o menor sucesso”, acredita a socióloga.*¹³

Ela nos chama a atenção para a mudança do comportamento feminino que ela adquiriu e conquistou nestas ultimas décadas que teve como consequência um novo perfil feminino o qual o homem viu como ameaça do lugar. O homem deve voltar o seu

¹² *Gravatas Queimadas*. Revista Veja. São Paulo, ano: 25, n. 40. p. 60-61 setembro de 1992, (autor desconhecido).

¹³ *Gravatas Queimadas*. Revista Veja. São Paulo, ano: 25, n. 40. p.60-61 setembro de 1992, (autor desconhecido).

olhar para o masculino, ou seja, não vamos colocar a culpa da crise da identidade masculina nas mulheres, temos que evidenciar o modelo do “novo” homem que deve ser reelaborado, melhor dizendo os próprios homens devem fazer uma análise de seu comportamento, e, problematizar o seu papel.

Importante frisar que a crise da identidade masculina não acontece somente em decorrência da “nova” identidade feminina causada pelas transformações culturais das ultimas quatro décadas a evolução Cultural, mas também foi agravada por questões presentes no contexto atual, como a insegurança social, o desemprego, as pressões ecológicas e novas obrigações legais. No artigo “*O macho acorda do nocaute – Abandonados em seu trono, os homens vão à luta em busca da auto-estima perdida*”, descreve rapidamente como era o homem sem preocupação com a vida privada – em casa:

*Tende a sentir que trabalha demais, que perdeu importância em casa e, pior ainda, que já não pode ter aquela segurança antiga no terreno do sexo e do amor. Antigamente era mais fácil. Não havia tanta competição no trabalho (para ser franco, nem tanto emprego disponível) e, em casa se o prazer sexual não era compartilhado, tanto pior para a mulher – e boa noite, benzinho. Tudo se inverteu porque a sociedade mudou, a ecologia do trabalho é outra, a mulher reagiu e o homem, querendo ou não, também vai ter de mudar. O que se capta nesta fase de transição é que há uma pequena nuvem preta sobre a cabeça de um bom número de machos, como aquela que fica em cima do automóvel da família Addams.*¹⁴

Confusos e angustiados procuram se reestruturar a partir de elementos exteriores, que possam compensar suas estruturas internas abaladas. Buscam então saídas divergentes que nas palavras de Badinter, ficam bem claras:

*Há os que se tornam formigas laboriosas, para nunca ter um momento livre. O olhar de admiração dos outros os sustenta, e eles têm tendência a obedecer aos valores coletivo. Os sedutores, por sua vez, estruturam-se tendo numerosos experiências sexuais. Outros, dedicam-se ao *boây buiăng* (“construção do corpo”). Através de uma construção externa, compensam uma falha interna*¹⁵

A autora defende que o homem quanto mais a insegurança e o sentimento de fragilidade for presente, mais ele buscará em troca criar uma carapaça externa que esconda sua fragilidade.

¹⁴ *O macho acorda do nocaute*. Revista Veja. São Paulo, ano 29, n. 4. p. 70-77 janeiro de 1996, (autor desconhecido).

¹⁵ TREVISAN, João Silvério. *Seis balas num buraco só: a crise do masculino*. Rio de Janeiro: Record, 1998

O artigo intitulado “*Homens também choram*” evidencia o quanto a emoção e as relações familiares são importantes para a vida cotidiana de um homem, no entanto muitos não tem tempo, em função da **dedicação para o trabalho**, afim de alcançar o sucesso profissional bem como mantê-la ele precisa como diz Badinter do trabalho obsessivo, conforme o artigo que também aponta este como uma das causas das crises emocionais:

*(...) os homens vão se afastando de elementos essenciais de sua personalidade. Deixam de lado prazeres mais simples, encontros afetivos, amizades mais intimas. Adaptam-se ao que serve para o consumo de sua eficiência profissional. Desempenham o que se espera deles naquele papel, sem grandes questionamentos, indo, muitas vezes, até contra seus preceitos éticos. Na vida afetiva, acabam vivendo uma relação desvitalizada, porque perdem o contato com a mulher e os filhos. É evidente que no meio desse turbilhão de racionalidade os homens se acostumam a uma **distância emocional**, que pode devastar não só seus relacionamentos íntimos, mas também ter um efeito arrasador sobre sua vida.*¹⁶

Assim no decorrer do período estudado os artigos evidenciam que cada vez mais os homens estão buscando ficar mais próximos de sua família, sobretudo quando a meia idade e as doenças cardíacas começam a dar sinal de que algo não está bem.

O mesmo artigo ainda traz algumas entrevistas com homens de meia idade, que expõem as dificuldades que tiveram os quais levaram as fazer uma reflexão sobre sua vida profissional e familiar. Há uma inquietante entrevista do empresário Soly Kamkhagi de 62 anos, empresário em São Paulo, casado, três filhos que diz:

*“No começo do ano passado, ao fazer um check-up, descobri que tinha um câncer no intestino. O estranho é que, quando me vi diante da doença, não tive medo de morrer. Essa possibilidade não me assustava. Olhando para trás, estou convencido de que esse câncer foi consequência dos problemas emocionais que tive na mesma época. Durante dois anos lutei para salvar minha empresa da falência e não consegui. O que me apavorava era deixar minha família desassistida. Sempre fui o provedor. Hoje percebo quanto carreguei sozinho essa crise. Quantas noites passei em claro sem dividir meus medos com minha família para não assustá-la. O mais fantástico e que esses baques me ajudaram a rever minha vida. Em todo esse processo, o que mais me tocou foi o apoio e o carinho que recebi de minha família e de meus amigos, de alguns dos quais eu estava tão afastado. Fiquei menos arrogante, menos exigente. Descobri que não sou infalível. Antes minha vida parecia um filme era como se as coisas passassem na minha frente mas eu não as vivesse realmente. Eu estava preocupado só com o trabalho com o sucesso. Agora estou muito mais preocupado com minhas relações afetivas. Afinal, é isso que importa.”*¹⁷

¹⁶ DIEGUEZ, Consuelo. *Homens também choram*. Revista Veja. São Paulo, ano:34, n. 33.p. 116-123 agosto de 2001

¹⁷ DIEGUEZ, Consuelo. *Homens também choram*. Revista Veja. São Paulo, ano:34, n. 33.p. 116-123 agosto de 2001

O empresário faz sua reflexão da sua experiência profissional e o relacionamento com a sua família afirmando que somente quando a doença e os problemas na empresa tornaram presentes em sua vida é que ele percebeu que ele não estava sozinho, como ele se sentia o provador da casa. No entanto podemos supor que a família esteve sempre junto dele, foi ele quem se distanciou, pois na nossa sociedade o dinheiro e o trabalho são valorizados e isso de alguma maneira justifica o distanciamento dele da família.

Além do trabalho excessivo, outra característica constitutiva do “ser” homem moderno é a prática do body building que seria realizada pelos homens que procuram as academias de ginástica para “uma construção corporal externa”. Ao longo da leitura dos artigos da revista percebemos que este conceito pode ser usado também quando o homem busca pela “construção” de seu corpo por outros meios que não precisa ser necessariamente a partir dos exercícios praticados em uma academia, mas quando a “construção” física é alcançada, por outros meios, conforme podemos notar na entrevista abaixo:

*Na correria do dia-a-dia, a gente acaba deixando de lado os cuidados com a saúde e a beleza. Há uns dois anos voltei a praticar esportes e a me cuidar. Eu tinha 88 quilos. Em seis meses, perdi mais de 20 quilos. Gasto cerca de quarenta minutos todos os dias em cada um de meus dois banhos. Toda manhã faço a barba e passo um esfoliante no rosto. À noite, antes de dormir, faço uma mascarada antirugas, à base de ácidos. No cabelo, uso uma linha especial para nutrição intensiva. No corpo, só passo hidratantes no dia em que faço depilação no abdômen e no peitoral. Dói um pouquinho, sim, mas vale a pena. Os outros pêlos do corpo eu aparo com máquina em casa. Quando não posso pegar sol, faço bronzeamento artificial. Faço também as unhas uma vez por mês. As mulheres me elogiam muito. Elas estavam carentes de homens vaidosos. Por que ir ao salão e receber cuidados deve ser só privilégio da mulher?*¹⁸

A editora Abril além de publicar a Revista Veja semanal eventualmente ela publica também edições especiais com temáticas variadas como é o caso da “*Veja – Edição Especial HOMEM*” de outubro de 2003. Inicialmente na sessão “*Carta ao Leitor*”¹⁹ a Veja descreve os papéis do homem e da mulher, entretanto justifica que em decorrência da independência financeira da mulher, o homem também adquiriu “novas” atribuições e responsabilidades, ou seja, tanto a mulher como o homem teve suas tarefas compartilhadas e também somadas ao mesmo tempo. A mulher conquistou o campo

¹⁸ *A metamorfose do macho*. Revista Veja. São Paulo, ano 37, n. 34. p. 12 agosto de 2004, (autor desconhecido).

¹⁹ *Um mergulho na alma masculina*. Revista Veja. São Paulo, ano: 36. p. 7 outubro de 2003, (autor desconhecido).

público no qual compartilha assim as tarefas e responsabilidades do campo privado com o homem.

Nesse sentido esta edição busca evidenciar o comportamento do homem nos campos do namoro, sexo, fidelidade, filhos, diversão e profissão. Notamos que esta edição é direcionada, sobretudo para o público masculino. Esta edição lembra muito as revistas femininas do final do século XX nas quais apresenta-se de maneira sintetizada um guia para as mulheres se relacionarem com os homens e ainda as famosas dicas de como devem se comportar, no campo público (no trabalho e em sociedade) e no privado (em casa). Além disso, por meio de cartas que as mulheres enviavam para as revistas e entrevistas com mulheres que estão vivenciando a “nova” experiência, as revistas buscavam evidenciar como, elas, se comportam no campo público.

Assim a “*Veja – Edição Especial HOMEM*” de outubro de 2003 aborda assuntos relacionados ao cotidiano, principalmente do homem, melhor dizendo do “*novo homem*”, que é assim denominado na sessão “*Carta ao Leitor*”. Os temas foram divididos em nove sessões como atesta o índice desta revista: Vida de solteiro; Vida a dois; Mulheres; Sexo; Aparência; Saúde; Idosos; Emprego; Boa vida. Estas sessões na sua maioria contextualizam o homem no seu “novo” papel, melhor dizendo, a revista anuncia a somatória de ações que o homem possui ou a inversão dos papéis, no campo privado e no campo público.

Na sessão “*Vida de solteiro*” o título do artigo é “*Prepare-se para o primeiro encontro*” evento este que é preparado pelo homem em seu apartamento e dá dicas para a decoração, o prato, filmes, e música. Outra sessão interessante é “*Vida a dois*” que trás duas reportagens, a primeira na inversão de papéis e a segunda referente aos relacionamentos extra conjugais ou não.

O título do primeiro artigo é “*Quando o dinheiro é da mulher*” cita um exemplo de um casal onde o marido havia perdido o emprego de bancário e a sua esposa com o salário de um terço do que o marido recebia assumiu todo o orçamento da casa, desde então seu esposo passou a dedicar seus dias aos afazeres de casa e ao cuidado dos filhos, além disso, começou a frequentar uma empresa de consultoria onde procurava recuperar sua auto estima e preparar-se para entrevistas de emprego. Tudo isso faz surgir uma nova configuração na família brasileira, sobretudo das classes A e B, essa mudança é descrita da seguinte maneira:

*(...), mas existem sinais de que o casal Amanto é personagem de uma transformação social silenciosa, que esta redesenhando – talvez de forma definitiva – a natureza das relações familiares, a forma como homens e mulheres se relacionam e a própria imagem que cada um tem de si e de seu papel na sociedade.*²⁰

Na inversão de papéis quando o homem ganha menos ou quando está desempregado o artigo descreve como eles se sentem:

- Sentem-se inferiorizados;
- Isolam-se dos amigos por vergonha do desemprego;
- Não sabem o que fazer com o tempo vago;
- Sentem-se mal por não poderem contribuir com as despesas da casa;
- Não sabem lidar com piadinhas de amigos a respeito de sua rotina;
- Sentem-se controlados pela mulher.

Assim esta edição especial procurou de algum modo instruir os homens que tiveram acesso a esta edição, pois além das dicas de comportamento com as mulheres, e buscou-se por meio de entrevistas com homens da classe média mostrar como eles estão vivendo esta nova fase.

Além disso, as propagandas da edição especial em sua maioria são direcionadas para o público masculino. Nesse sentido Borges contextualiza os meios de comunicação e a publicidade como sendo influenciáveis a nós, conforme citação abaixo:

*Da mesma maneira, é um fenômeno urbano, ligado a uma sociedade de consumo, tecnologia, eletrônica, dominada pela informação e pelo vídeo. É nesta perspectiva que um pensador como Baudrillard vê os sistemas de signos e as imagens como centro da organização da vida cotidiana atual, em que as imagens dos meios de comunicação e da publicidade criam desejos através de um tempo extremamente volátil. Baurillard afirma que, na sociedade contemporânea, a própria produção de mercados foi substituída pela produção de signos e de imagens.*²¹

Logo na contra capa da revista a propaganda do gel de limpeza facial “for men” que tem segundo eles tecnologia avançada da marca Nívea com uma foto de um modelo prestes a lavar o rosto, este ainda anuncia e claro os benefícios que ele trás, além disso, uma frase interessante o acompanha “Para o homem que ousa se cuidar”, ou seja incita-o lado corajoso o lado masculino que antes era evidenciado por meio de força

²⁰ *Quando o dinheiro é da mulher.* Revista Veja. São Paulo, ano: 36. p. 7 outubro de 2003, (autor desconhecido).

²¹ BORGES. Dulcina Tereza Bonati. *A cultura “PSI” das revistas femininas: gênero, subjetividade e psicologização (1970-90).* Campinas-SP, 1998

física mas que agora ser corajoso é também assumir as “novas” possibilidades que o contexto de hoje “oferece” para o homem.

Outra propaganda interessante é a do celular que tem a tecnologia direcionada ao tamanho do celular pequeno e compacto com varias funções como agenda, registro de chamadas, músicas entre outros da marca Nokia que alia o tamanho do celular ao tamanho do pênis, como atesta a frase da propaganda, *“poucas coisas conseguem impressionar com esse tamaninho.(Já pensou bobagem, né)”*.

A publicidade da marca Bozzano também oferece uma linha de produtos para o homem que gosta de conquistar varias mulheres tornando-se irresistível por meio da beleza exterior, além disso, a frase lembra que a quantidade de mulher que você vai conquistar vai ser o valor real do que você fala para os seus amigos além do mais esta propaganda lembra que a mulher hoje é uma pessoa exigente, como atesta a frase da publicidade:

*“Saia com o mesmo tanto de mulheres que você conta para os amigos que sai. Chegou Protection, a linha premiun da Bozzano para homens iguais a você, que se preocupam com cuidar da aparência. Com Protection, sua pele fica macia e hidratada, seus cabelos, protegidos. Você sabe: mulher nenhuma resiste a um homem bem-cuidado. Bozzano Protection – A marca do homem.”*²²

As propagandas deste número especial da revista sobre o “novo homem” buscam atender as necessidades da beleza exterior e do conforto com a tecnologia disponível na sociedade do consumo. A beleza aparece associada às características do novo homem bem como novos produtos são formulados para atender este consumidor que descobriu onde gastar. A propaganda do produto do gel Nívea é um exemplo onde à beleza, as tecnologias, são apresentadas como o bem estar com ele mesmo.

²² Revista Veja. São Paulo, ano:36, n.27. p. 40-41 outubro de 2003.

DIGA ADEUS AO SABONETE

NOVO

GEL DE LIMPEZA FACIAL NIVEA FOR MEN
Tecnologia Avançada de Limpeza para o seu Rosto.

- Limpa perfeitamente a pele e remove o excesso de oleosidade sem ressecar.
- Proporciona sensação de frescor e bem-estar.
- Contém Vitaminas B5 e PP.

PARA O HOMEM QUE OUSA SE CUIDAR.

NIVEA
FOR
MEN
FACE CLEANSING
GEL
DE LIMPEZA
COM VITAMINAS B5 E PP
Limpa e refresca a pele
152g

www.NIVEA.com.br - SAC: 0800 14 563

Para a realização da edição *Especial Homem* consta na sessão carta ao leitor que para a realização deste material foi necessária à formação de uma equipe de jornalistas exclusivamente para este trabalho. Além disso, os entrevistados foram pessoas ligadas, melhor dizendo amigos da jornalista Daniela Pinheiro.

Na busca de sintetizar a figura desse *novo homem*, conforme é afirmado na sessão Carta ao Leitor, notamos que a capa da revista mostra evidentemente a vaidade e a força física aliada à saúde.

Baixo, alto, gordo,
magro, musculoso. As roupas
para o seu tipo físico

veja EDIÇÃO ESPECIAL



Abril

Editora ABRIL
Edição Especial nº 27
ano 36 (VEJA 1826)
Outubro de 2003
R\$ 6,50

HOMEM

www.veja.com.br

EXEMPLAR DE
ASSINANTE
VENDA PROIBIDA

Cuidados para impressionar
a mulher no primeiro encontro

Três saradões ensinam
a conquistar um corpo malhado

Qual o tipo predileto das mulheres nos
sites de namoro? Nós fizemos o teste

Depoimento: "Contei a
meus amigos que eu sou gay"

50 coisas
que os homens
não sabem sobre
as mulheres

Matriculamos
dois leigos em
vinho num curso.
Veja o que
aprenderam

COMO O HOMEM ENVELHECE: OS OSSOS, OS MÚSCULOS, A PELE, A PRÓSTATA...

Outra *Veja Edição Especial – Homem* é do mês de agosto de 2004 que anuncia na capa em destaque o tema *O homem em seu novo papel*. Ou seja, esta edição também aborda o novo perfil do homem, mas não mais o homem em crise no seu papel. Esta edição também foi dividida em temas que são: Vaidade; Família; Sexo; Amizade; Hobby; Moda; Nutrição; A guerra dos sexos; A palavra é delas. Para a realização desta edição na sessão Carta ao leitor é descrita que as jornalistas consultaram a opinião de especialistas como psicólogos, urologistas, antropólogos e dermatologistas, além disso, conversaram com homens de diversas faixas etárias, profissões e com visões de mundo. E já adiantando um pouco elas concluíram que o homem se mostra muito à vontade em seu papel atual.

Para isso o editorial da Revista colocou entrevistas evidentemente de homens ou casais que se encontravam desfrutando de um bem estar, ou seja, pessoas “bem” resolvidas pessoalmente e/ou no trabalho. Como é o caso do artigo intitulado “*Depois do divórcio virei um mostro*” onde é retratado um engenheiro de 36 anos que luta na justiça pela guarda do filho, ele diz: “*O juiz não aceitou a justificativa de que havia um acordo verbal entre nós. Hoje luto na justiça pela guarda de Lucas. Tenho uma família linda, uma boa casa e a cabeça no lugar.*”²³

Além disso, esta edição como a do ano anterior continua oferecendo dicas para o homem de como ele deve se comportar, por exemplo, com que roupa ir numa festa, dicas de se alimentar bem mantendo o equilíbrio com exercícios físicos é, sobretudo como deve se relacionar com uma mulher, por exemplo, na sessão *Sexo*, depois de um casal ter passado uma noite juntos a dica é a seguinte, já com a justificativa, o porque deve agir dessa maneira, e não de outra:

*A mulher aprendeu a esperar, e não a procurar, a ser convidada, e não a convidar. E quem é cavalheiro de verdade corresponde às expectativas dela. Mesmo que não esteja interessado em dar continuidade ao relacionamento, convém procurá-la. Primeiro porque é educado. Depois porque ela tem amigas e, no futuro, uma delas pode vir a interessá-lo. Imagine o estrago na reputação quando a “rejeitada” contar sobre a indelicadeza. Há muitas maneiras de dar a entender a uma mulher que aquela noite não passará disso – de uma única noite*²⁴.

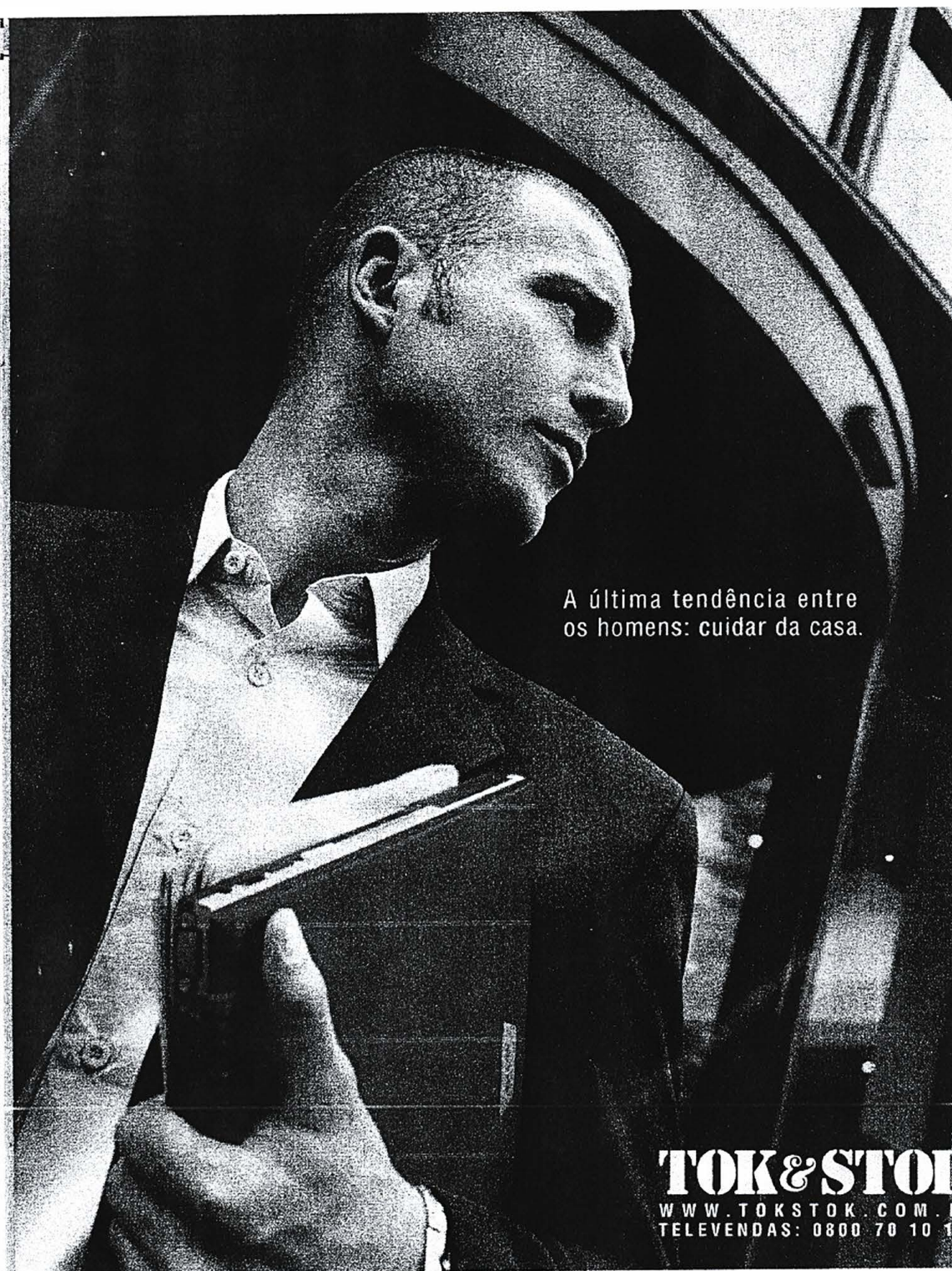
Somando a isso este artigo lembra que o comportamento feminino mudou, que

²³ *Depois do divórcio, virei um mostro*. Revista Veja. São Paulo, ano: 37, n. 34. p. 24-26 agosto de 2004, (autor desconhecido).

²⁴ *Não se esqueça de telefonar*. Revista Veja. São Paulo, ano 37, n. 34. p. 36-38 agosto de 2004, (autor desconhecido).

elas tomam a iniciativa de ligar no outro dia quando interessadas pelo homem, no entanto permanece a dúvida para elas, que pensamento tem o homem nesse caso.

Não muito diferente da outra edição especial de outubro de 2003, esta edição de agosto de 2004, também trás as propagandas direcionadas para os homens como, por exemplo: da cerveja Bohemia, de carro da marca Mitsubishi Motors, do banco Citibank, da câmera digita Hp e também da loja de matérias para a casa “TOK&STOK” com os dizeres: “ *A última tendência entre os homens: cuidar da casa*”



A última tendência entre
os homens: cuidar da casa.

TOK&STOK
WWW.TOKSTOK.COM.BR
TELEVENDAS: 0800 70 10 11



Editora Abril
Edição Especial nº 34
ano 37 (VEJA 1868)
Agosto de 2004
R\$ 6,90

veja EDIÇÃO
ESPECIAL

O que as
mulheres gostariam
que os homens soubessem

HOMEM

www.veja.com.br

EXEMPLO DE
ASSINANTE
VERDADEIRO

SEXO

Até onde o
prazer da mulher
depende do homem

HOBBY

Os pilotos de fogão
e suas máquinas
maravilhosas

ETIQUETA

Como se comportar
no dia seguinte
ao primeiro (e talvez
último) encontro

NUTRIÇÃO

As escolhas mais
saúáveis num
almoço de negócios
e na happy hour

FAMÍLIA

O relacionamento
com os filhos,
a ex-mulher
e as crianças
da namorada

O homem em seu novo papel

MODA

A roupa ideal
para o trabalho —
e para festas, que
ninguém é de ferro

1.1 – A beleza física de mãos dadas com o consumismo

Dentre outros temas que analisamos sobre a crise da identidade masculina a busca pela perfeita apresentação de sua aparência física também é um tema bastante presente na Revista Veja. O tema chamou nos a atenção, pois o Homem sempre se mostrou vaidoso, entretanto o modo como a revista situou sua busca por novidades da beleza, ou seja, pelos instrumentos de construção da beleza, na maioria das vezes de maneira tímida.

O artigo intitulado “*OPERAÇÕES SECRETAS – Os homens se rendem à cirurgia plástica, mas exigem clima de clandestinidade*”²⁵ evidencia que os homens buscam a cirurgia plástica a fim de melhorar a sua aparência física, no entanto ainda não assumem que recorrem à cirurgia plástica, pois isso remete ao pensamento de que quem recorria a isso antes deles eram as mulheres preocupadas com seu corpo, ou seja, a cirurgia plástica é “coisa de mulher”, nesse sentido o homem não querendo ser comparado à mulher busca os instrumentos da cirurgia de modo escondido, conforme afirma o artigo abaixo transcrito:

*(...) os homens morrem de vergonha de recorrer a elas e são capazes de montar estratégias dignas das operações de espionagem dos velhos tempos da Guerra Fria para manter sua prática na mais absoluta clandestinidade. “Eles relutam em marcar a primeira consulta, não gostam de se expor na sala de espera e sempre chegam ao meu consultório com um pretexto diferente de sua verdadeira intenção”, conta o cirurgião paulista Paulo Keiki Matsudo”. (...)*²⁵

E interessante notar que as estatísticas da cirurgia plástica masculina tem aumentado aos após anos conforme dados deste mesmo artigo do cirurgião plástico Paulo Matsudo que mantém duas clínicas em São Paulo a proporção de clientes masculinos cresceu de 15% em 1982 para 40% em 1991. Na clínica dos cirurgiões Ovídio e Fulgêncio Costa Ramos, a procura cresceu de 5%, há quinze anos, para 25%, hoje (1992). Segundo o cirurgião Joacir Carvalho de cada 100 pessoas 40 são homens. Geralmente seus clientes são executivos, empresários e profissionais liberais na faixa de 40 a 50 anos que em decorrência do desgaste físico e do stress no trabalho buscam as técnicas de rejuvenescimento. As cirurgias campeãs de bisturis são as pálpebras, lipoaspiração, nariz, orelhas, rugas, hiperidrose.

²⁵ *Operações secretas*. Revista Veja. São Paulo, ano: 25, n. 14. p.54-55 abril de 1992, (autor desconhecido).

Além da cirurgia plástica o homem também procura outros especialistas como o andrologista, no entanto às escondidas, como atesta o artigo “*O macho acorda no nocaute*” escrito no ano de 1996, com subtítulo “*Tamanho é documento – Uma multidão de homens anda angustiada com a aparência daquilo*”,

O doutor Cristiano A. R. Santana entende de homem por dever de ofício. É andrologista. Com 25 anos de prática, tem diplomas internacionais e um consultório elegante no bairro do Pacaembu, em São Paulo. O que se passa ali nem às paredes confessa. Costuma atender em horas incomuns, até na calada da noite. Suas consultas demoram trinta minutos, mas o intervalo entre elas é de uma hora e meia – para que em nenhuma hipótese, um cliente corra o risco de se encontrar com outro na sala de espera. É que os pacientes, alguns notáveis nas colunas sociais e econômicas dos jornais, não querem ser vistos. Querem melhorar sua performance sexual porque não estão dando conta do recado. “É terrível para o homem um relacionamento em que a mulher exige acima do que ele pode dar”, diz o doutor Cristiano. Alguns clientes chegam tão nervosos que não conseguem dizer o que foram fazer ali.²⁶

Neste mesmo artigo são comparadas a vaidade antiga e a nova, pois os instrumentos e motivos são outros conforme o artigo:

Numa das grandes academias de São Paulo, a Competition, coordenador Val Santos percebeu que os homens estão muito mais vaidosos do que eram. “Antigamente, os homens se ajeitavam com dinheiro e roupa, mas agora querem exhibir outros artefatos para as mulheres e seus patrões”, diz o preparador físico. Patrões? É por que não? Outra área de afirmação do homem, e, portanto de angústia também, é o trabalho. Os homens estão descobrindo que aparência jovem e atlética, especialmente em cargos que pressupõem ambição, torna-se um atributo às vezes mais decisivo do que um diploma na faculdade certa. “As empresas não vetam o recrutamento de um gordo, mas sem dúvida preferem os magros que praticam esporte”, diz Antônio Carlos Martins, diretor da Perfil Consultores. Executivos, do Rio de Janeiro, que contrata bambambãs para bons empregos. Segundo Martins, já não existe mais no mundo real aquela figura do executivo gordo com as calças abaixo da barriga e os botões da camisa estourando. “Esse personagem que contava piadas e era amigo de todo mundo sumiu do mapa”, assegura o consultor.²⁷

Muitos homens ainda com vergonha de assumir a busca da vaidade por meios de instrumentos que a mulher também usa, ele ainda continua “distante” dos consultórios dos médicos para exames de prevenção, sobretudo dos especialistas em urologia. Alguns vão aos consultórios com algum motivo aparente, pois acreditam que podem ser alvo de preconceitos pelos parentes e especialmente pelos amigos, no entanto acabam

²⁶ *O macho acorda do nocaute*. Revista Veja. São Paulo, ano: 29, n. 4. p. 70-77 janeiro de 1996, (autor desconhecido).

²⁷ Idem

motivo a andropausa, ou seja, somente no momento que o homem sente as sensações da andropausa ele procura um médico, no entanto deveria ser como prevenção como as mulheres já se habituaram a fazer – também por efeito de campanhas publicitárias dentre outras.

Tanto o primeiro artigo como o segundo artigo acima já citado nos remete à análise de que neste momento o homem está começando a sair de seu mundo recluso ainda que escondidas e com receios de serem confundidos com o comportamento feminino,- o grande fantasma, que, no fundo revela o quanto nossa sociedade é homofônica ainda que não declaradamente,- como o uso da cirurgia plástica, a procura de médicos especializados urologista e andrologista, os homens procuram esses profissionais para o seu bem estar aparente e mesmo para seu bem estar emocional, estando bem com sua masculinidade.

O artigo *"O TRIUNFO DA VAIDADE MASCULINA – Você acha que homem que é homem não passa creminho? Está na hora, meu amigo, de rever seus conceitos"* anuncia que a indústria de cosméticos está aumentando a sua linha de produtos para a pele, como por exemplo, a alemã Nívea que lançou ao mercado o pacote Nívea for Men que inclui esfoliante facial, gel de limpeza, uma espuma para barba cerrada e outra para refrescar a pele e também loção pos barba para diferentes tipos de pele. Outra marca é a La Prairie da Suíça que tem como produto um calmante da pele para depois da barba, um gel para contorno para os olhos e um gel bronzeador. E a terceira marca é a americana Zirh que tem um corretivo para esconder as marcas no rosto.

O artigo ainda mostra uma estatística da vaidade masculina,

→ Os homens já representam 16% no mercado de cosméticos no Brasil – o dobro do que representavam no início dos anos 90.

→ 30% deles gastam, em média, 30 minutos por dia na frente do espelho.

→ Os produtos que eles mais procuram são:

Hidratante para as mãos	25%
Hidratante para o corpo	19%
Creme anti-rugas	11%
Hidratante para os pés	11%
Máscara facial	5%

→ 10% já fizeram ou costumam fazer algum tipo de tratamento para a pele

→ 66% não descartam recorrer à cirurgia plástica para fins estéticos

Vale ressaltar que este assunto toma uma dimensão financeira da classe social a qual o homem pertence, neste caso a maioria dos entrevistados são empresários, advogados, atores entre outros. A classe média, que possui um poder aquisitivo financeiro que possibilita o acesso à realização do “corpo perfeito”. No entanto não podemos deixar de enfatizar que a vaidade masculina nunca foi um assunto de preocupação para os homens, pelo contrário o homem sempre foi vaidoso.

Em outro artigo intitulado “*O homem em nova pele*” também trás um dado estatístico da vaidade masculina, com o dizer “*Homem que é homem... A preocupação do brasileiro com a aparência*”,

- 82% acham importante ter a pele bem- cuidada
- 80% gastam mais de cinco minutos diários com a aparência
- 78% acham importante ter o corpo esbelto
- 72% se pesam regularmente
- 68% acham certo fazer cirurgia plástica somente por estética
- 25% já fizeram dieta
- 5% já fizeram cirurgia plástica

(fonte revisa veja 1/3/03)

O que ocorre hoje são os inúmeros meios oferecidos pelo setor responsável, a variedade de opções que o homem tem à sua escolha a fim de proporcionar-lhe a beleza física e o rejuvenescimento. Nesse sentido Borges coloca o homem contemporâneo como uma vítima destes meios:

O homem contemporâneo é perseguido pelos ideais de beleza e juventude, de longevidade, quase como uma tortura, da mesma forma que é compelido a falar de sexo e de nele reconhecer sua verdade de sujeito. É em torno de seu corpo, portanto, que se concentram todos os saberes, todos os poderes: é nele que se pode apreender todas as transformações históricas, porque o corpo jamais é estável; é aquilo que muda, cresce, degenera, morre, vibra, oculta-se, ajusta-se, explode no exercício de uma função, como diz Foucault, a função de ser disponível ou não às dobras do poder.³⁰

Encontramos algumas destas características mencionadas por Borges, nos shows de strip-tease, comuns nos Estados Unidos e em países europeus esse espetáculo chegou no Brasil em 1990, os primeiros shows foram realizados em São Paulo, Rio de Janeiro e Belo Horizonte que obteve um grande sucesso, sobretudo para noivas que de alguma

³⁰ BORGES. Dulcina Tereza Bonati. *A cultura “PSI” das revistas femininas: gênero, subjetividade e psicologização (1970-90)*. Campinas-SP, 1998

maneira substitui o tradicional chá de panela pelo strip-tease. Segundo o artigo intitulado “*Os últimos suspiros – Shows de strip-tease masculino ganham público como palco para despedida de solteiro “das mulheres”*”³¹ descreve como se deve comportar um strip-teaser que, além disso, devem se fantasiar de personagens como príncipe, árabe, almirante, índio caubói, agente 007 e rambo e ao ritmo da música tirar peça por peça, até ficar com uma minúscula sunga, para isso um profissional desta área precisa ter as seguintes habilidades, segundo o proprietário da casa noturna Barreto:

*Para ser um strip-tease é preciso ter um bom físico, habilidade para requebrar, além de muita desinibição. Não é só. Durante a apresentação do show – e depois quando alguns modelos dançam com as clientes – eles têm que se manter amáveis, receptivos, mas não podem nunca se insinuar para as frequentadoras. “Eles não podem tomar a iniciativa, só estão autorizados a se aproximar quando são chamados”, diz Barreto*³².

Em um outro artigo “*Uma novidade para machão torcer o nariz*” evidencia-se os ideais de beleza que um strip-tease teve ter:

*São horas de malhação diárias em academias de ginástica, num esforço que é feito de muito bom grado pelos strippers. “A mulher tem o direito de sentir a beleza do homem”, diz Manzano, numa atitude tipicamente narcisista. Vaidade é o que não falta entre os modelos. Dentro ou fora do palco, eles estão convencidos de que são homens bonitos, atraentes e capazes de conquistas relâmpagos*³³.

Os artigos ainda confirmam que o cotidiano é que faz a televisão como as modas do strip-tease foram para as novelas globais como “*Clube das Mulheres, de Gloria Perez, e Despedida de Solteiro, de Walter Negrão,*

Além disso, podemos evidenciar essas perseguições nas novas nomenclaturas que surgem a cada dia para definir o perfil masculino. Que foi citado na Revista Veja Edição Especial de 2004³⁴. Um exemplo significativo é a palavra *metrossexual*, criado pelo jornalista britânico Mark Simpson em 1994 para definir um homem vaidoso ao extremo melhor dizendo é o narcisista dos tempos modernos, que em função da diversidade de serviços e produtos existentes principalmente nas grandes cidades, pode-

³¹ *Os últimos suspiros*. Revista Veja. São Paulo, ano: 24, n. 28. p. – julho de 1991, (autor desconhecido).

³² Idem

³³ Nicolau Roselena. *Uma novidade para machão torcer o nariz*. Revista Veja. São Paulo, ano: 24, n. 30. p. 6-11 julho de 1991

³⁴ *Vaidade*. Revista Veja. São Paulo, ano: 37, n. 34. p. 22 agosto de 2004, (autor desconhecido).

se se preocupar além do habitual nos cuidados com a aparência. O metrossexual não é necessariamente um heterossexual pode ser também um homem homossexual.

Desde então surgiram outras inúmeras definições para conceituar os diversos tipos de homens da contemporaneidade: *o retrossexual, o unbersexual, o patriarca, o sedento por sucesso, o metrogay, o metro-hetero, o emoboy, e o new bloke*. E o termo mais recente é o *sporno* que é uma mistura de sport com pornô, que serve para descrever a estética gay que envolve o mundo do esporte. O termo também foi criado por Simpson, que seria uma estética pós-metrossexual que as indústrias esportivas e da publicidade usam para vender a imagem de um corpo masculino.

Neste cenário de diversidade de definições na procura de localizar as características do homem contemporâneo, o fato é que estas mudanças já podem ser “sentidas” na identidade masculina. Como diz Hall, “começamos a ser confrontados por uma diversidade de diferentes identidades, dentre as quais nos possibilitam a fazer uma escolha, é o que ele chama de Supermercado Cultural.

CAPITULO 2 – Os novos relacionamentos do Homem

2.1 – O homem dentro do conjunto familiar

Na maioria das vezes os artigos buscam evidenciar que a emoção não faz parte da vida cotidiana de um homem em função do trabalho e até mesmo por sua cultura tradicionalista que o homem deve possuir uma racionalização. Entretanto é importante lembrar aqui com breve histórico que o homem nem sempre foi um indivíduo “sem emoções”.

A sociedade industrial configura uma “nova” família em meados do século XIX com novos traços. Ela transforma o cotidiano dos membros da família dependente do ritmo industrial. O homem é obrigado a trabalhar o dia inteiro fora de casa, em minas, escritórios, fábricas etc. Dessa maneira o convívio entre os pais e filhos diminui, assim o pai se torna uma figura distante.

Essa nova organização do trabalho faz ressaltar a divisão sexual do trabalho. Homens e mulheres – marido e esposa que antes trabalhavam juntos na terra ou no comércio com a industrialização a configuração da família se divide em duas esferas, a esfera privada do lar dirigida pela mãe, e a esfera pública reino dos homens. Para o homem se designou a pessoa trabalhador e provedor e por outro lado uma mulher mãe e cuidadora do lar (dona de casa).

No entanto isso começa a mudar é o que a Revista Veja busca retratar isso para os seus leitores por meio de entrevista principalmente com profissionais da área como os psicólogos e psiquiatras. Outra maneira que a Revista Veja buscou foi evidentemente entrevistar os empresários de meia idade. Dentre as entrevistas o artigo “*Homens também choram*” a do empresário Rôni Argalji de 47 anos, empresário carioca, casado, três filhos, pois ele retrata o comportamento de seu pai com ele quando o mesmo começou a trabalhar e o tratamento que Rôni como pai dá ao seu filho:

“Comecei a trabalhar aos 17 anos, na empresa da família. Meu pai quis que eu fizesse estágio em todos os setores da companhia. Todos mesmo. A postura natural do filho homem é ver o pai como um deus. Não o condeno, mas não seria tão rígido com meu filho. Sempre fui muito ansioso e, há quinze anos, faço análise para aprender a lidar com isso. Se não fizesse, com certeza já teria úlcera, gastrite ou algum problema cardíaco. O homem tem de provar o tempo todo que está indo tão bem quanto gostaria. E é difícil separar os problemas de trabalho do resto. Muitas vezes, a gente acaba explodindo com a pessoa errada. Hoje, tento relaxar mais nos fins de semana. Quando posso, faço pescaria oceânica e esqueço do mundo. Também sou mais próximo de meu filho temporão, que está com 11 anos, do que fui de minhas duas filhas mais velhas.”

*É praticamente impossível comandar uma empresa e, ao mesmo tempo, dar uma superatenção a família. Dá uma culpa danada. Às vezes, quero participar mais como pai, mas não sei como. Minha mulher é que sempre fez o papel de supermãe. Mas acho que nunca é tarde para essa aproximação.”.*³⁵

● Outra entrevista no mesmo artigo acima já citado é com o empresário André Paraíso de 40 anos, sócio de restaurante no Rio de Janeiro, ex-executivo de navegação, casado, um filho:

*“Fiquei dezesseis anos trabalhando na área de navegação. Tinha diploma de engenharia, duas pós-graduações e cheguei a ser diretor-geral de um grupo. Do trabalho, ficava monitorando minha família. Eu realmente me preparei para ter uma carreira de sucesso. Há dois anos e meio, minha mulher abriu o restaurante Bazaar com um sócio. Sempre gostei de gastronomia e, com o tempo, meu conhecimento foi se sofisticando. Gostava de dar palpites no restaurante, sempre inventava de dar uma passada lá. Há sete meses resolvi largar tudo e me dedicar com a Cristina ao negócio. O que me fez repensar as escolhas foi o casamento. Agora, posso dar muito mais atenção a minha mulher e a meu filho, Marcos, de 4 anos. Deu e ainda dá angústia por essa mudança, foi difícil no início. Ganho menos, mas estou investindo num novo estilo de vida, tenho a sensação de pôr meu sonho em prática ao lado de minha mulher. Trabalho muito, mas com menos pressão. Hoje, posso ir à praia com meu filho, fazer esportes e ler outras coisas além dos jornais de finanças.”*³⁶

O artigo intitulado “A METAMORFOSE DO MACHO” foi elaborado para uma Veja Edição Especial Homem - no mês de agosto de 2004, inicialmente ela afirma que os anos 90 decretou-se a “crise do macho”, pois foi neste período que os homens, segundo o artigo, buscaram as mudanças no seu comportamento. Hoje depois de mais de uma década passada afirma o artigo:

*O machismo perdeu terreno e, no seu lugar, entrou a delicadeza. Embora o esporte preferido dos homens nunca vá ser discutir a relação, eles hoje estão mais atentos aos movimentos internos de suas companheiras e também se mostram mais participativos na vida familiar. Pais e filhos nunca estiveram tão próximos quanto hoje. O número de homens que assistem ao parto de seus filhos mais que dobrou nos grandes hospitais nos últimos dez anos. Eles agora são uma presença constante em reuniões e festinhas de escola. Várias pesquisas sobre o assunto indicam que os homens desempenham esse papel com gosto. (...), constatou-se que a maioria dos homens, quando cumpre essas atividades, sente-se mais viril. Eles também relatam uma grande melhora na qualidade de vida. O contato mais íntimo com os filhos serviu de trampolim para o que os especialistas consideram a maior transformação. O amor que os homens aprenderam a dar e a receber de seus filhos fez com que eles tomassem contato com seus próprios sentimentos, sufocados durante séculos. Homem agora não só pode chorar, como sentir-se frágil, com medo.”*³⁷

³⁵ DIEGUEZ Consuelo, ROGAR Silva. *Homens também choram*. Revista Veja. São Paulo, ano: 34, n. 33. p. 116- 123 agosto de 2001

³⁶ Idem

³⁷ *A metamorfose do macho*. Revista Veja. São Paulo, ano: 37, n. 34. p. 10-13 agosto de 2004, (autor desconhecido)

O artigo acima colocou uma entrevista com um pai de classe média para evidenciar esta mudança. Neste mesmo artigo há ainda uma entrevista onde o advogado Carlos Eduardo Peixoto Guimarães, 39 anos relata sobre o prazer que tem de estar junto com sua filha e faz uma comparação com o relacionamento que teve com seu pai:

Por enquanto, somos nós três, mas quero ter pelo menos mais três. E quero participar muito da vida deles. Com a Maria Clara comecei desde a gravidez. Procurava chegar cedo em casa só para ter mais tempo para conversar e acariciar a barriga de minha mulher, Melissa. O parto, por exemplo... Nada substitui a emoção do primeiro choro. (...) Brinco com ela, alimento, dou banho e ponho para dormir. O convívio com meu pai era bem diferente do meu com Maria Clara. Ele não participou muito da minha vida. Hoje, qualquer brecha que eu tenho, venho almoçar, ou passo em casa para vê-la³⁸.

Além desse “novo” perfil paterno abordado pela Revista Veja, a mesma trás uma nova configuração familiar “filhos de pais separados que voltam a se casar convivendo com uma notável rede de meio-irmãos, tios, padrastos e madrastas”. O artigo “A vida com os enteados” trouxe a seguinte questão “O namorado da mulher com filhos será uma referência masculina para a criança, quer ele queira que não”. Segundo a diretora do Instituto de Terapia de Família do Rio de Janeiro Rosana Rapizo é inevitável que o namorado da mãe acaba tornando uma referência masculina para seu filho, no entanto é importante ficar atento que a criança tem um pai – mesmo que ausente – e uma mãe que são responsáveis pela educação de seus filhos. O artigo ainda trás uma entrevista com o cineasta carioca Bruno Rego, 28 anos e descreve seu relacionamento da seguinte maneira:

“Penso no que eu gostaria que um estranho fizesse com meu filho. É tênue a linha que separa as coisas. Você deve ir às apresentações da escola se ela convidar, mas não é você que deve colocá-la de castigo”. No começo, Leo oferecia certa resistência. Muitas vezes protagonizava cenas de ciúme, tais como se colocar entre ele e a mãe quando se beijavam. “Eu dei tempo ao tempo para que nós dois nos conhecêssemos melhor”, conta. Pouco a pouco, foi entrando na rotina da menina. Indo a festas, buscando-a na escola e até mesmo a levando para passeios quando a mãe estava ausente.³⁹

Além disso, o mesmo artigo citado traz um quadro das dificuldades que um homem que namora uma mulher com filhos tem de conviver. “Bancando o pai” –

³⁸ A metamorfose do macho. Revista Veja. São Paulo, ano: 37, n. 34. p. 10-13 agosto de 2004, (autor desconhecido)

³⁹ A vida com os enteados. Revista Veja. São Paulo, ano: 36, n. 27. p. 16-17 outubro de 2003, (autor desconhecido)

Namorar uma mulher com filhos é um desafio para a maioria dos homens. O quadro lista alguns dos problemas mais comuns de quem vive essa relação.

- Ter de concordar em dividir a cama quando o filho dela aparece no quarto chorando no meio da noite;
- Ter de lidar com o ciúme da criança;
- Fazer programas infantis em alguns fins de semana;
- Desmarcar uma viagem programadíssima por falta de babá;
- Ter hora para voltar porque a criança pode acordar;
- Submeter-se a uma “cena” porque o filho dela fez birra;
- Ser “convidado” a buscar a criança no colégio porque a mãe vai sair tarde do trabalho.

Outro artigo intitulado *“O padrasto dos meus filhos e os filhos da minha mulher”* nos chama a atenção para a formação familiar, denominando pelos especialistas de “família mosaica” aquela que é composta por *marido da mamãe, os filhos da mulher do papai*. Isso pode parecer natural, no entanto nada tranquilo especialmente para os homens, afirma o artigo,

Para o pai separado, não é nada fácil ver o seu lugar na casa ser ocupado por outro homem (no caso, o namorado ou marido da ex-mulher). Alguém que terá um convívio tão ou mais íntimo com os seus filhos. Do outro lado oposto, para o novo parceiro da mulher (tenha ele ou não sua própria prole), o relacionamento com as crianças dela tende, no início, a ser tenso. Não tem jeito. Por mais que ele se esforce para acolher, educar e dar carinho aos filhos da companheira, para os pequenos ele será visto como um rival. “Tanto num caso como no outro, a pressão que esses homens sofrem é muito grande”, diz a psicanalista Magdalena Ramos, coordenadora do núcleo de casal e família da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. “Essa é uma experiência muito nova não só para eles, mas para a sociedade em geral.”⁴⁰

Entretanto essa nova configuração familiar trás também problemáticas que no sentido dos pais trabalharem fora de casa e serem independentes financeiramente apontam para a preocupação que o artigo “Solidão precoce” nos chama à atenção para o caso de muitas crianças que são deixadas em casa sozinhas enquanto os pais trabalham. Segundo o artigo o número de crianças deixadas em casa enquanto os pais trabalham (...) *cresceu nos últimos anos com a entrada das mulheres no mercado de trabalho e*

⁴⁰ *O padrasto dos meus filhos e os filhos da minha mulher*. Revista Veja. São Paulo, ano: 37 n. 34. p. 28-30 agosto de 2004, (autor desconhecido)

com o aumento dos casos de separação.⁴¹ Outra informação é que no Brasil não existem estimativas que apresentem o número de crianças desacompanhadas. No entanto o artigo afirma que (...) o fenômeno, antes comum entre as camadas mais pobres da população, tem se tornado freqüente também entre a classe média.⁴²

Nesse sentido o artigo “Sociedade limitada” também apresenta uma outra configuração da família brasileira com os seguintes dizeres no subtítulo “A mulher no trabalho e a diminuição do número de filhos criam um novo ambiente doméstico que muda a face da família de classe média”. Somando-se a isso o artigo descreve a nova configuração da família:

*Na porção urbana e rica do Brasil, surge um novo tipo de célula social – a família pequena, que luta para deixar o filho na escola particular, que se vale de creches e babás, que se ressentem com a criação um tanto impessoal das crianças por falta de tempo. Nesse mundo também já é aceitável que as células se rompam pelo divórcio – mas também já se aceita que novamente se reestruturem por um segundo ou terceiro casamento.*⁴³

O artigo ainda trás dados estatísticos que tem como o tema “O peso do trabalho”:

Mulheres que trabalham fora.....	69%
Pais cujas mães trabalham fora.....	15%
Número de horas diárias que a mãe passa com os filhos.....	8
Número de horas diárias que o pai passa com os filhos.....	5
Mães que acham esse tempo insuficiente.....	24%
Pais que acham esse tempo insuficiente.....	52%

Enquanto a mãe trabalha, o filho bebê fica aos cuidados de:

Babá/empregada.....	25%
Avó/familiares.....	24%
Creches/escola.....	10%

Nesse sentido notamos que a mulher sente mais culpa que o homem em passar menos tempo com seus filhos, uma vez que esse movimento das mulheres trabalharem fora de casa ainda é um movimento “recente” no Brasil tem – se aproximadamente

⁴¹ *Solidão precoce*. Revista Veja. São Paulo, ano: 26 n. 12. P. 56-57 março de 1993, (autor desconhecido).

⁴² Idem

⁴³ *Sociedade limitada*. Revista Veja. São Paulo, ano: 24 n. 23. p. 72-77 junho de 1991, (autor desconhecido)

quatro décadas ou mais, no entanto a herança da maternidade ainda é bastante presente na vida da mulher.

2.2 – Os relacionamentos com o sexo feminino

Na capa da Revista Veja do dia 30 de agosto de 2000 é anunciado ao leitor o artigo “Homens e mulheres cada vez mais sozinhos”¹⁰ faz um balanço sobre o casamento por meio de dados estatísticos do IBGE durante a década de 90. A ainda indica que as exigências femininas aumentaram em decorrência da sua independência financeira como também o mercado está presente no cotidiano das pessoas que vivem sozinhas tomando a vida delas mais práticas é confortável. Entretanto o mercado não está conseguindo atender a categoria das mulheres sozinhas. Que segundo a Young & Rubicam uma empresa americana fez uma pesquisa e concluiu as seguintes características delas:

- Possuem muito poder de compra e influência social. Tem grandes oportunidades de ascensão na carreira profissional, larga expectativa de vida e estão se casando e tendo filhos cada vez mais tarde;
- Estão ligadas na Internet, que atende às suas necessidades de pessoas com pouco tempo para resolver problemas. Por isso, fazem compras, investem e se comunicam pela rede. Nos Estados Unidos, as mulheres usam mais a Internet que os homens;
- Adoram carro. Para elas, dirigir é um sinal de independência. Nos Estados Unidos, 75% das mulheres solteiras têm seu próprio carro. No Brasil, 40% das vendas de automóveis novos são feitas para mulheres.

No Brasil também existem mais mulheres chefiando as famílias, mas elas estão concentradas nas camadas populares, no entanto isso vem mudando a renda das mulheres vem aumentando. Segundo a pesquisa no início dos anos 90 elas foram responsáveis por um terço da renda familiar. Hoje esse percentual aumentou para aproximadamente 56% da renda familiar (IBGE).

Segundo a pesquisa do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) os brasileiros que vivem sós aumentou de 1,6 milhões em 1981 para 3,8 milhões em 1998. Com relação ao casamento em 1984 foram emitidos 1 milhão de certidões de casamento no entanto nos dez anos seguintes a população aumentou, mas a estatística do casamento caiu para 750 000 e as separações aumentaram mais de 35%. O artigo ainda traz uma pesquisa realizada pelo Datafolha no Brasil onde 2038 pessoas foram

entrevistadas teve um resultado que a maioria considerava a família importante, no entanto 31% acreditavam no casamento.

O artigo ainda traz uma mensagem para os homens:

*É isso aí, minha gente. Está na hora de os empresários brasileiros caírem em si e olharem, com mais carinho e cuidado, o sexo feminino. Está na hora, também, de os homens perceberem que o mulherio já não compete mais eles. Elas estão empatadas. Portanto, é tempo de relaxar e aproveitar a companhia.*⁴⁴

Na direção em defesa a instituição do casamento é colocando a mulher como um “vigia” o artigo é composto de um sub tema “Sem elas, eles adoecem mais e vivem menos – A constatação agora é científica: por trás de um homem saudável, há sempre uma mulher zelosa. Os solitários tendem a descuidar da própria saúde” afirma:

Estudos sérios têm demonstrado que o casamento (feliz, óbvio) faz um bem danado à saúde. E que os benefícios da vida a dois costumam ser maiores para eles do que para elas. A proteção vem sob a forma do lembrete da consulta médica, da importância de uma dieta equilibrada, do cuidado ao volante...Essa apoquentação é um santo remédio. Outro efeito maior da companhia feminina é baixar a ansiedade no parceiro, deixá-lo mais relaxado, contente e, portanto, saudável.

O relacionamento entre o homem e a mulher no decorrer da década estudada nota-se muitas mudanças que ocasionaram as novas maneiras de relacionamentos. Como também na opção de ficar só, morar sozinho ou estar sozinho e um tema bastante abordado nos artigos da Revista.

⁴⁴ Homens e mulheres cada vez mais sozinhos. Revista Veja. São Paulo. Ano: 33 n. 35 agosto de 2000, (autor desconhecido)

BIBLIOGRAFIA

BADINTER, Elisabeth. *XY: sobre a identidade masculina*/ Elisabeth; tradução Maria Ignez Duque Estrada. – Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1993.

BORGES, Dulcina Tereza Bonati. A cultura “PSI” das revistas femininas: gênero, subjetividade e psicologização (1970-90). Campinas-SP, 1998

BLOCH, Marc Leopold Benjamin. *Apologia da história, ou, O ofício de historiador* /Marc Bloch; prefácio, Jacques Lê Golff; apresentação a edição brasileira, Lilia Moritz Schwarcz; tradução, André Telles. – Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2001.

BURKE, Peter (org.). *A Escrita da História: novas perspectivas*/ tradução de Magda Lopes. – São Paulo: Editora UNESP 1992.

BUTLER, Judith P. *Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade*/ Judith Butler; tradução, Renato Aguiar. – Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003

HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*/Stuart Hall; tradução Tomaz Tadeu da Silva, Guaracira Lopes Louro – 4. ed. – Rio de Janeiro: DP&A, 2000.

R. G. COSTA, *De Clonagem e de Paternidade: As encruzilhadas do Gênero*, Caderno Pagu: Trajetórias do gênero, masculinidades... ; Editora da Unicamp, 1998.

ROLNIK, Suely. *Cartografia sentimental: transformações contemporâneas do desejo*. São Paulo: Estação Liberdade, 1989.

TREVISAN, João Silvério. *Seis balas num buraco só: a crise do masculino*. Rio de Janeiro: Record, 1998.

REVISTAS CONSULTADAS

Revista Veja. Ed. Abril.

Ano 24, número 9, 27 de fevereiro, 1991;

Ano 24, número 23, 5 de junho, 1991;

Ano 24, número 24, 6 de março, 1991;

Ano 24, número 28, 10 de julho 1991;

Ano 24, número 30, 24 de julho 1991;

Ano 24, número 40, 2 de Outubro 1991;

Ano 25, número 14, 1 de abril, 1992;

Ano 25, número 20, 13 de maio, 1992;

Ano 25, número 34, 19 de agosto, 1992;

Ano 25, número 39, 23 de setembro, 1992;

Ano 25, número 40, 30 de setembro, 1992;

Ano 25, número 51, 16 de dezembro, 1992;

Ano 26, número 7, 17 de fevereiro, 1993;

Ano 26, número 12, 24 de março, 1993;

Ano 29, número 4, 24 de janeiro, 1996;

Ano 30, número 21, 28 de maio, 1997;

Ano 34, número 33, 22 de agosto, 2001;

Ano 36, número 23, 11 de junho, 2003;

Ano 36, número 27, outubro, 2003;

Ano 36, número 39, 1 de outubro, 2003;

Ano 37, número 34, agosto, 2004;

Ano 37, número 41, 13 de outubro, 2004;