

---

## **Por um jornalismo com perspectiva de gênero: uma análise das matérias sobre masculinidade veiculadas na publicação online das revistas *Claudia* e *GQ Brasil*<sup>1</sup>**

Mayara MAIER<sup>2</sup>

Ariane Carla PEREIRA<sup>3</sup>

Universidade Estadual do Centro-Oeste, Guarapuava, PR

### **RESUMO**

O presente artigo é resultado da pesquisa desenvolvida como Trabalho de Conclusão de Curso e buscou entender como os veículos de comunicação discursivizam a masculinidade, além de compreender se, ao falar dela, não acabam por reforçar estereótipos de gênero e o conflito existente entre masculino e feminino. Foram analisadas publicações online das revistas *Claudia* e *GQ Brasil*, a partir de teorias que reforçam o papel social do jornalismo e a importância de um jornalismo com perspectiva de gênero. Seguindo Michel Foucault, deslocamos o olhar para ver aquilo que está tão próximo a nós que, por esse motivo, deixamos de ver. Foi possível constatar que, com o passar do tempo, a forma de fazer jornalismo, nas duas revistas, foi se modificando e uma nova linguagem foi sendo adotada. Percebemos uma evolução que, apesar de ainda não ser a ideal, mostra-se promissora.

**PALAVRAS-CHAVE:** Masculinidade; Jornalismo; Gênero; Equidade; Diagnóstico do presente.

### **Introdução**

Em 2018, o Dicionário Oxford escolheu “tóxico” como a palavra do ano e as discussões para a escolha giraram em torno de “masculinidade tóxica”, a opção pelo adjetivo “tóxico” se deu pela sua abrangência. Mas o que seria a masculinidade tóxica, termo que ganhou notoriedade nos últimos anos e vêm ganhando mais espaço nas discussões? Essa terminologia surgiu como uma crítica aos comportamentos desnecessários e nocivos da masculinidade, como a agressividade e a violência.

Tentamos entender se é positivo usar esse termo ou ele apenas reforça as desigualdades de gênero já existentes e em que medida o discurso jornalístico, reproduzindo essas discussões, acaba por alimentar essas desigualdades e a reprodução

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na IJ06 – Interfaces Comunicacionais, da Intercom Júnior – XVII Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Recém-graduada no Curso de Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo, da Universidade Estadual do Centro-Oeste (Unicentro), e-mail: [mayara-maier@hotmail.com](mailto:mayara-maier@hotmail.com).

<sup>3</sup> Orientadora do trabalho. Professora do Departamento de Comunicação Social da Universidade Estadual do Centro-Oeste (Unicentro), e-mail: [ariane\\_carla@uol.com.br](mailto:ariane_carla@uol.com.br).

das violências contra a mulher. Buscamos, então, entender como os veículos de comunicação discursivizam a masculinidade, se eles a chamam de tóxica e o que estão propagando como “masculinidade tóxica”. A questão norteadora deste estudo é compreender se ao falar de masculinidades, esses veículos não acabam por reforçar os estereótipos já existentes de gênero e o conflito existente entre masculino e feminino. Visamos, também, discutir, se ao noticiar os acontecimentos, os meios de comunicação utilizam um jornalismo com perspectiva de gênero.

### **O método: diagnosticando o presente**

Este trabalho analisa os termos “masculinidade” e “masculinidade tóxica” nas revistas Claudia e GQ Brasil que, respectivamente, publicam conteúdo para o público feminino e masculino. Utilizamos o “diagnóstico do presente” proposto por Michel Foucault, evidenciando as implicações do discurso jornalístico na sociedade, considerando que os discursos comunicacionais não nos fazem descobrir o que está oculto, mas a eles compete “fazer aparecer o que está tão perto, o que é tão imediato, o que está tão intimamente ligado a nós mesmos que exatamente por isso não o percebemos” (FOUCAULT *apud* ARTIÈRES, 2004, p. 15).

Para Foucault, não se procura buscar poder por trás do discurso, mas “tenta-se encontrar, a partir do discurso, quais são as intencionalidades do sujeito falante” (2006, p. 254). É dessa maneira que analisamos as revistas, buscando, a partir de seus discursos jornalísticos, quais são as vontades de verdade em circulação. Os estudos foucaultianos apontam que é possível “diagnosticar o presente” e, assim, mostrar para a sociedade que há caminhos possíveis, há formas de mudar e exercer resistência às masculinidades e deixar de lado comportamentos agressivos. “As relações de poder suscitam necessariamente, apela a cada instante, abrem a possibilidade a uma resistência” (FOUCAULT, 2006, p. 232).

### **O corpus: Claudia versus GQ Brasil**

O corpus do trabalho é formado pelas matérias das versões digitais das revistas Claudia e GQ Brasil, a escolha dessas revistas se deu por elas serem referências em seus segmentos. Claudia como revista feminina e a GQ, masculina. O objeto dessa pesquisa é formado por 67 publicações, 30 de Cláudia e 37 da GQ Brasil.

<b>Claudia = 30 publicações</b>
<b>22 de outubro de 2008:</b> “Fale sacanagens e es quente o clima”.
<b>21 de março de 2011:</b> “O que se passa na cabeça dos homens”.
<b>13 de agosto de 2011:</b> “O que afeta o desejo do homem”.
<b>20 de setembro de 2011:</b> “7 atitudes que fazem o relacionamento do casal dar certo”.
<b>19 de janeiro de 2012:</b> “Fras es picantes para melhorar o sexo”.
<b>23 de janeiro de 2012:</b> “5 lições masculinas para você ser (ainda) melhor de cama”.
<b>19 de setembro de 2013:</b> “Como as conquistas femininas estão mudando o comportamento dos homens”.
<b>11 de março de 2015:</b> “Cate Blanchett: ‘As mulheres precisam se preocupar menos com o que os outros vão pensar’”.
<b>2 de julho de 2015:</b> “Coisas de homem que eu não sei fazer”.
<b>13 de agosto de 2015:</b> “Homens veem mulheres líderes como ameaça à masculinidade, diz estudo”.
<b>2 de setembro de 2015:</b> “Com quantos paus se constrói um estuprador-universitário”.
<b>17 de dezembro de 2015:</b> “Caso Fabíola e o machismo de todos os dias”.
<b>5 de fevereiro de 2016:</b> “Conferência internacional de grupo pró-estupro é cancelada por falta de segurança”.
<b>10 de junho de 2016:</b> “Josh Levs: ‘A licença para cuidar dos bebês deveria estar disponível para ambos os pais’”.
<b>24 de julho de 2016:</b> “Escola cria projeto para educar meninos contra o machismo”.
<b>31 de outubro de 2016:</b> “Documentário convida homens a lutarem por igualdade de gênero”.
<b>25 de novembro de 2016:</b> “O que vimos nas reuniões de homens que agridem mulheres”.
<b>25 de abril de 2017:</b> “Em 75% dos casos de estupro, o autor do crime é próximo à vítima”.
<b>2 de maio de 2017:</b> “A reforma que as mulheres querem na Educação”.
<b>2 de maio de 2017:</b> “A reforma que as mulheres querem no Combate à Violência”.
<b>22 de setembro de 2017:</b> “Não se nasce homem, torna-se”.
<b>4 de dezembro 2017:</b> “A vez do feminino”.
<b>29 de junho de 2018:</b> “Maioria dos casos de violência sexual entre crianças ocorre em casa”.
<b>12 de agosto de 2018:</b> “Falar em Dia dos Pais era lembrar do que todos tinham, menos eu”.
<b>26 de novembro de 2018:</b> “Seis mulheres são vítimas de feminicídio a cada hora, revela ONU”.
<b>1 de junho de 2019:</b> “Fundador do Papo de Homem traz novo olhar sobre a questão de gênero”.
<b>5 de novembro de 2019:</b> “Juliano Cazarré diz que masculinidade deixa o mundo mais seguro”.
<b>8 de novembro de 2019:</b> “O que é masculinidade tóxica e como ela influencia crianças desde o berço”.
<b>6 de março de 2020:</b> “Qual é o futuro do gênero?”.
<b>20 de abril de 2020:</b> “Como Babu, do BBB 20, reacendeu o debate sobre masculinidade tóxica”.
<b>GQ Brasil = 37 publicações</b>
<b>11 de julho de 2013:</b> “Desconstruindo o couro”.
<b>9 de outubro de 2013:</b> “Uma bunda exemplar”.
<b>13 de outubro de 2013:</b> “Os filmes que definiram o que é ser homem”.
<b>23 de outubro de 2013:</b> “Pela raiz: veja formas de se livrar dos pelos”.
<b>06 de fevereiro de 2014:</b> “Conheça cinco das barbearias mais clássicas espalhadas pelo mundo”.
<b>11 de maio de 2014:</b> “Perfumes: um guia sobre como e quando usá-los”.
<b>9 de julho de 2014:</b> “O poder das barbas”.
<b>10 de agosto de 2014:</b> “Zagueiro sensível, pode?”.
<b>15 de setembro de 2014:</b> “Elas são generosas”.
<b>15 de março de 2015:</b> “Peça de resistência”.
<b>23 de abril de 2017:</b> “Respeite o seu bigode”.
<b>24 de abril de 2017:</b> “Liso da cabeça aos pés”.
<b>16 de junho de 2017:</b> “No mundo masculino de verdade, não há DR”.
<b>7 de maio de 2018:</b> “Cueca bege (ou marrom, amarela) agora é cool”.
<b>23 de junho de 2018:</b> “2018: os estereótipos masculinos estão mudando em todo o mundo”.
<b>29 de junho de 2018:</b> “A nova masculinidade em números - e opiniões”.
<b>18 de julho de 2018:</b> “Paternidade está redefinindo a masculinidade, diz estudo”.
<b>12 de agosto de 2018:</b> “Nove homens GQ discutem os padrões da paternidade contemporânea, sem fórmula e sem medo de errar”.
<b>23 de novembro de 2018:</b> “Os livros, filmes, séries, documentários e quadrinhos que todo pai deve conhecer agora”.
<b>14 de janeiro de 2019:</b> “Está na hora do pai 'assumir o papel de quem dá carinho’”.

<b>16 de janeiro de 2019:</b> “Quando chega a hora do ‘temido’ exame de próstata”.
<b>22 de março de 2019:</b> ““O bullying deve ser enfrentado com diálogo e educação”, diz psiquiatra”.
<b>25 de março de 2019:</b> ““O feminismo liberta os homens’, acredita Gabriel Godoy”.
<b>27 de abril de 2019:</b> “Alejandro Claveaux dispara: ‘Estamos vivendo a crise da masculinidade’”.
<b>12 de junho de 2019:</b> “10 produtos para roubar do armário da namorada”.
<b>17 de julho de 2019:</b> “Você já disse ‘eu te amo’ hoje?”.
<b>13 de agosto de 2019:</b> ““É difícil pensar no homem fora do padrão. Mas vejo rupturas’, explica Mário Queiroz”.
<b>28 de agosto de 2019:</b> “Em ensaio, o estúdio paulistano MOOC debate masculinidade negra”.
<b>13 de novembro de 2019:</b> ““A masculinidade tóxica precisa ser discutida por quem efetua a opressão’, diz David Junior”.
<b>8 de dezembro de 2019:</b> “Explicamos: o que é ser homem hoje?”.
<b>06 de janeiro de 2020:</b> “Biblioteca do estilo: em novo livro, Mário Queiroz discute moda masculina e disrupção”.
<b>14 de janeiro de 2020:</b> “Gucci crítica a masculinidade tóxica em desfile na Semana de Moda de Milão”.
<b>17 de janeiro de 2020:</b> “Coisa de menina? Pintar as unhas é tendência na moda masculina”.
<b>27 de janeiro de 2020:</b> “Robert Pattinson está sexy e dançante na campanha da nova fragrância Dior Homme”.
<b>04 de março de 2020:</b> “Semana de moda masculina: brilhos, romantismo e o declínio do streetwear”.
<b>09 de abril de 2020:</b> “Após ‘sumir’ por um ano, Tiago Iorc retoma carreira e revela o motivo do autoexílio: ‘estava muito cansado’”.
<b>14 de abril de 2020:</b> “Clare Waight Keller deixa a Givenchy: veja criações icônicas da designer para a marca”.

### **Jornalismo com perspectiva de gênero**

Este trabalho, como dito, busca analisar se o jornalismo contribui para a equidade entre homens e mulheres, ou seja, se ao noticiar os acontecimentos utilizam um jornalismo com perspectiva de gênero em suas publicações. Portanto, nosso procedimento de análise partiu das teorias advindas das pesquisas sobre essa forma de fazer jornalismo. Mas o que seria essa perspectiva de gênero? Como colocá-la em prática?

Fazer esse tipo de jornalismo é questionar-se o tempo todo. Se o desejamos fazer, temos que agregar a dimensão de gênero a todos os valores já conhecidos do jornalismo e nos perguntarmos: “como esse fato afeta homens e mulheres? Quais são as diferenças e especificidades? Onde estavam as mulheres enquanto aos homens acontecia isso e vice-versa? O que se passa aos homens comparado ao que acontece a suas parceiras?” (SANTORO, 2007, p. 137, *tradução nossa*).

Esse enfoque transversal dado por esse tipo de jornalismo pode ser aplicado tanto em notas quanto em reportagens de todos os temas, desde as culturais às internacionais. Sandra Chaher (2007, p. 130) afirma que o que queremos (as jornalistas mulheres) é falar de nós mesmas e dos homens e da relação deles com as mulheres para trazer luz aos aspectos que nos unem e nos diferenciam, contribuindo assim para a equidade.

---

## **Masculinidade e sexualidade em *Claudia***

A revista *Claudia*, publicada pela editora abril desde 1961, inovou por trazer uma proposta feminista em suas matérias. Apesar de surgir com essa proposta diferente, publicava conteúdos que, naquele momento, diziam respeito à mulher: profissão, vida em família, casa, moda e cozinha. Seus conteúdos, voltados para mulheres de classe média, então, tinham um tom conservador que mostrava às mulheres formas de manter seu bom desempenho em casa, como esposas e mães.

Quando a publicação migrou para a internet, mais de quatro décadas depois, os assuntos estavam mais ousados, mas a premissa é a mesma: o que a mulher pode fazer para melhorar o relacionamento e para agradar ao outro, o homem. De outubro de 2008 a janeiro de 2012, todas as matérias que citavam a masculinidade na revista *Claudia* - seis no total -, tinham um assunto em comum: a sexualidade nos relacionamentos. E, mais do que isso, essas matérias focaram no que as mulheres deveriam fazer para aumentar o desejo masculino. Na matéria “Fale sacanagens e es quente o clima”, de outubro de 2008, a redação da *Claudia* explica o que as mulheres devem, ou não, falar na hora do sexo para deixar o parceiro mais à vontade. E ainda afirmam que elas devem apostar nos “elogios sutis à virilidade e masculinidade,” mas “nada de diminutivos!”.

Na matéria “O que se passa na cabeça dos homens”, de março de 2011, logo na linha-fina, a redação questiona “Será que os homens aprovam as mulheres que vão para cama no primeiro encontro?”. Assim como nas anteriores, as publicações “O que afeta o desejo do homem”, da edição de agosto de 2011; “Frases picantes para melhorar o sexo” e “5 lições masculinas para você ser (ainda) melhor de cama”, ambas publicadas em janeiro de 2012, elencam atitudes que as mulheres devem tomar para deixar o parceiro satisfeito no relacionamento. Em contrapartida, “7 atitudes que fazem o relacionamento do casal dar certo”, da edição de setembro de 2011, traz uma nova perspectiva falando sobre a mudança que a masculinidade vem sofrendo e como a mulher pode aproveitar essa “onda de mudança” nos homens para construir um relacionamento melhor.

Uma das premissas do jornalismo com perspectiva de gênero é a de perguntar-se, se o tema afeta da mesma forma homens e mulheres e se o que se passa aos homens acontece da mesma maneira com as mulheres. Nas matérias em questão, a redação de *Claudia* não se preocupou com essas questões, colocando na mulher todo o peso da solução de problemas dentro de um relacionamento. As indagações que surgem nessas matérias provam que não houve o exercício de perguntar-se, se a mesma afirmação seria

feita sobre ou a um homem, não há uma preocupação, por exemplo, com o fato de que “o homem deve estar sempre lindo”, como acontece com mulheres. Tampouco, há um questionamento, direcionado a mulheres, se elas “aprovam homens que vão para a cama no primeiro encontro”, como aconteceu nos textos.

### **Estereótipos de masculinidade**

Das 37 matérias da revista *GQ Brasil* estudadas, nove relacionavam a masculinidade à aparência física, cinco à barbas e pêlos e duas a associavam a certas fragrâncias de perfumes. "Desconstruindo o couro", de 11 de julho de 2013, apresenta o estilo selvagem do couro como um legítimo representante da masculinidade. Como se a roupa ou o estilo de roupa pudesse definir algo como mais masculino ou mais feminino.

Que as barbas são a preocupação de muitos homens é de conhecimento de todos, mas por que isso acontece? Qual é a mensagem que os homens buscam passar através das barbas? Na reportagem “Conheça cinco das barbearias mais clássicas espalhadas pelo mundo”, de 06 de fevereiro de 2014, a *GQ* trouxe exemplos de barbearias que retomam um costume antigo, por muitos abolido, que é o de aparar a barba com lâmina em salões destinados somente a isso. Essas barbearias clássicas, ou à "moda antiga", prometem não só cuidar da aparência dos homens, mas ajudá-los a “exercitar sua masculinidade como se deve”. Porque, como afirma a reportagem, “um homem não pode ser considerado, de fato, um homem, se não estiver também com os cabelos e a barba impecáveis”.

Já o texto “O poder das barbas”, de 9 de julho de 2014, discorre sobre a história e a volta do uso das barbas como afirmação de uma nova masculinidade. Pois há muitos apelos por trás de uma barba: “honra, masculinidade, independência, poder, sofisticação”. Assim como as barbas, os bigodes também têm grande apelo entre os homens. Em “Respeite o seu bigode”, de 23 de abril de 2017, a revista coloca barba e bigode como símbolos de masculinidade e virilidade.

A associação de características físicas ao gênero faz com que muitas pessoas não se sintam pertencentes àquele grupo e, pior, muitas vezes são justificativas de preconceitos àqueles que não se encaixam no padrão. Como afirma Scott (1995), essas associações ficam no inconsciente do indivíduo, como nos meninos que ficam nervosos para ver o crescimento da sua barba porque aquela é uma das características que o definirá como homem. “Os desejos reprimidos estão presentes no inconsciente e constituem uma ameaça permanente para a estabilidade da identificação de gênero, negando sua unidade, subvertendo sua necessidade de segurança” (SCOTT, 1995, p.82).

---

As matérias “Pela raiz: veja formas de se livrar dos pelos” e “Liso da cabeça aos pés”, buscam trazer uma outra perspectiva para o assunto. A primeira é de 2013 e foi escrita por uma jornalista que afirma que “nenhum homem precisa de uma selva no corpo para provar sua masculinidade”. A segunda, de 2017, diz que, “culturalmente, os pelos estavam associados à masculinidade e à virilidade”, mas esse “padrão estético mudou e hoje muitos homens procuram clínicas de depilação”. A forma de encarar esse fato, mudou de acordo com o jornalista que escreveu a publicação e com o avanço do tempo e, sobretudo, da disseminação e popularização das discussões de gênero, feminismo e masculinidade.

A publicação “Perfumes: um guia sobre como e quando usá-los”, de maio de 2014, associa fragrâncias amadeiradas à masculinidade porque “dão uma sensação sombria de poder e sedução ao mesmo tempo em que são confiáveis e fortes”. Quando associamos características como poder e confiança a um único gênero, excluimos a possibilidade do outro de tê-las. Essas afirmações reforçam estereótipos de gênero que associam poder, força e confiabilidade aos homens, indo na contramão da busca pela equidade.

“Uma bunda exemplar”, publicada no dia 9 de outubro de 2013, fala da objetificação do homem no cinema, uma pauta importante e pouco discutida. O problema é a maneira como o tema é tratado. Ao discutir o problema da objetificação, a matéria trata isso como sendo algo negativo, mas a justificativa é de que é preciso resistir na “defesa do que realmente significa ser homem”. Ou seja, o homem não pode ser objetificado porque isso é errado, mas porque não é “nada masculino”, é uma “versão minimalista da masculinidade”.

Como Foucault, tentamos “encontrar, a partir do discurso, quais são as intencionalidades do sujeito falante” (2006, p. 254). Portanto, acreditamos que ao noticiar esses assuntos, esses jornalistas estão tratando problemas importantes da sociedade de forma rasa. As mulheres sofrem com a objetificação dos seus corpos todos os dias e não apenas pelo cinema. Isso é um problema concreto. Tratá-lo dessa forma esvazia uma discussão necessária. O mesmo não seria feito numa reportagem que fala sobre a objetificação do corpo feminino, pois ninguém associa esse tipo de desrespeito a uma característica que não é “nada feminina”. O título “Os filmes que definiram o que é ser homem”, de uma matéria de 13 de outubro de 2013, afirma que há filmes que definem o que é ser homem.

---

“Se ainda existe um símbolo da masculinidade neste mundo em transformação, trata-se da alavanca de câmbio, com um pedido antecipado de desculpas pelo sexismo tacanho”. É com essa frase que o jornalista Chico Barbosa iniciou a matéria “Peça de resistência”, que compara a alavanca de câmbio de um carro a um símbolo de masculinidade. Podemos ver, nessa matéria, como a masculinidade tóxica se infiltra na mente das pessoas e se torna natural falar “me desculpa pelo sexismo” e continuar falando coisas que há muito deveriam ter sido abolidas: que há coisas que são de mulheres e coisas que são de homens. Como afirmou Sinay, “é um paradigma que infecta o pensamento social em seu conjunto, as relações humanas em sua totalidade” (SINAY, 2006, p. 25, *tradução nossa*) e se torna difícil se desvincular desses padrões impostos.

A revista *Claudia* também fala sobre alguns estereótipos de masculinidade. Nos dois casos que isso acontece, quem reafirma estereótipos são homens. Em “Coisas de homem que eu não sei fazer”, de junho de 2015, o jornalista Adriano Silva afirma que os “homens de boa fé” estão perdendo elementos que os fazem ser homem, como assobiar, puxar a cadeira e abrir a porta do carro. Na matéria “Juliano Cazarré diz que masculinidade deixa o mundo mais seguro”, publicada em novembro de 2019, o ator afirma que a masculinidade tem a função de “prover e proteger” e que não é uma construção social, é natural.

Para Connell e Messerschmidt (2013, p. 252), a masculinidade é, sim, uma construção social baseada em “modelos de conduta masculina admirável, que são exaltados pelas igrejas, narrados pela mídia de massa ou celebrados pelo Estado”. Para esses autores, ela pode ser construída, “de forma que não correspondam verdadeiramente à vida de nenhum homem real. Mesmo assim esses modelos expressam, em vários sentidos, ideais, fantasias e desejos muito difundidos” (2013, p. 253). Ou seja, o homem não precisa “prover e proteger” para ser homem, mas se ele quiser ser assim, ele pode. Mas isso não é algo natural.

### **Masculinidade e violências na revista *Claudia***

Um tema bastante presente em *Claudia* foi a relação da violência com a masculinidade. Connell (1995) explica que a masculinidade é “uma configuração de prática em torno da posição dos homens na estrutura das relações de gênero”, ou seja, como eles são e como devem ser. Um dos pontos que ele destaca é como isso acontece na “prática” que é “a ação que tem uma racionalidade e um significado histórico”. A ação não é pensada racionalmente, mas tem propósito e objetivo claro: a demonstração de

---

poder. A violência sexual é um exemplo do uso da masculinidade com uma finalidade de dominação (Connell, 1995, p.188).

Em “Com quantos paus se constrói um estuprador-universitário”, da edição de setembro de 2015, que fala sobre estupros cometidos por universitários e como eles fazem isso para provar sua masculinidade, fica claro essa questão de fazer algo para demonstrar poder. A Cultura do estupro é tão enraizada em nossa sociedade que a matéria “Conferência internacional de grupo pró-estupro é cancelada por falta de segurança”, de fevereiro de 2016, aborda uma conferência organizada por um grupo de homens que acredita/defende que o estupro deveria ser legalizado. Ou seja, que o abuso sexual de mulheres não deveria ser crime.

Outras matérias da revista que refletiam sobre a violência são “Maioria dos casos de violência sexual entre crianças ocorre em casa”, de junho de 2018; “Caso Fabíola e o machismo de todos os dias”, publicada em dezembro de 2015; “O que vimos nas reuniões de homens que agredem mulheres”, de novembro de 2016; “Em 75% dos casos de estupro, o autor do crime é próximo à vítima”, de abril de 2017; “A reforma que as mulheres querem no Combate à Violência - em mais um dossiê”, de maio de 2017; e “Seis mulheres são vítimas de feminicídio a cada hora, revela ONU”, de novembro de 2018.

### **Homens e a expressão de sentimentos**

Depois de David Luiz, zagueiro da Seleção Brasileira de Futebol em 2014, chorar em campo durante um jogo, a revista *GQ* afirmou que “há outras maneiras de ser homem” e que o jogador provou isso quando demonstrou seus sentimentos em público. A demonstração de sentimentos por parte dos homens foi, e ainda é, tabu na nossa sociedade, como se sentir fosse algo destinado ao sexo feminino. O que acontece é que esses homens acabam tendo dificuldades em manter um relacionamento saudável, pois a maneira que encontram de expressar seus sentimentos é através da violência (Connell, 1995). Por isso, discussões como essa da matéria anterior se tornam tão importantes.

Na matéria “No mundo masculino de verdade, não há DR”, de junho de 2017, o jornalista Ivan Martins fala sobre a dificuldade dos homens de conversarem com amigos sobre sentimentos, coisa que com mulheres é algo natural. O texto soa como um desabafo e termina com a comparação de que é tão fácil haver uma conversa assim entre homens, como “é possível saltar de paraquedas com um automóvel”. Rebecca Solnit (2017) afirma que “o patriarcado exige que primeiramente os homens silenciem a si mesmos” e eles

---

silenciam “não só perante os outros, mas também perante a si mesmo, sobre aspectos da vida e da sua identidade interior” (p. 39).

E esse medo de demonstrar fragilidade não prejudica apenas os relacionamentos deles, mas pode também prejudicar a saúde. A reportagem “Quando chega a hora do ‘temido’ exame de próstata”, de janeiro de 2019, afirma que o toque retal “é cercado de preconceito e motivo de piadinhas sem graça”. Isso por conta de que homens acham que a sua masculinidade estará em risco por fazer o exame.

A revista *GQ*, atualmente, busca trazer essas discussões à tona. Na matéria “Você já disse ‘eu te amo’ hoje?”, de julho de 2019, sobre a campanha a #HomemPra da Natura Homem, afirma que uma mudança de comportamento é urgente e capaz de mudar o homem que era “até então aprisionado em seus sentimentos e num modelo de masculinidade tóxica”. Isso irá melhorar as relações dele com outras pessoas.

### **Paternidade e masculinidade**

Das 38 matérias da Revista *GQ* analisadas, 24 falavam de uma nova forma de exercer a masculinidade, livrando-se da masculinidade tóxica. Tornou-se um lugar-comum na nossa sociedade designar certos papéis e características aos homens e outros às mulheres. Mas tem um papel masculino que é inegável: o da paternidade. Dessas 24 matérias, quatro falavam sobre paternidade. Uma discussão que é atual, pois por muito tempo o cuidado era cobrado apenas das mães.

A reportagem “Paternidade está redefinindo a masculinidade, diz estudo”, de julho de 2018, diz que a nova masculinidade está mudando a forma como os pais se relacionam com os filhos. A matéria termina com uma frase que deveria virar mantra da paternidade e da nova masculinidade em voga: “É possível (e necessário) saber trocar pneus e fraldas”.

Na mesma linha, a reportagem “Nove homens *GQ* discutem os padrões da paternidade contemporânea, sem fórmula e sem medo de errar”, de agosto de 2018, discute sobre os novos modelos de família com diversos homens questionando os padrões atuais da masculinidade. Já “Os livros, filmes, séries, documentários e quadrinhos que todo pai deve conhecer agora”, de novembro de 2018, traz dicas para papais de primeira viagem ou aqueles que já estão nesta caminhada. A publicação “Está na hora do pai 'assumir o papel de quem dá carinho’”, de janeiro de 2019, traz dois palestrantes para falar sobre atitudes “que podem transformar para melhor os pais em um futuro próximo”.

Foucault (2006, p. 254) afirma que o “poder é alguma coisa que opera através do discurso, já que o próprio discurso é um elemento em um dispositivo estratégico de

relações de poder”. Portanto, acreditamos que o discurso jornalístico pode, ou não, ajudar na equidade entre os gêneros. No caso das matérias sobre paternidade e masculinidade, ele contribui na mudança de pensamento dos homens que leem as matérias da revista *GQ* e podem, então, buscar uma relação mais direta com seus filhos.

Na revista *Claudia* duas matérias, das analisadas, falavam sobre paternidade “Josh Levs: ‘A licença para cuidar dos bebês deveria estar disponível para ambos os pais’”, de junho de 2016, e “Falar em Dia dos Pais era lembrar do que todos tinham, menos eu”, publicada em agosto de 2018. Enquanto uma discute novas versões de paternidade com pai presente e atuante, a outra discute os efeitos da ausência paterna na infância e na vida adulta.

### **Os ventos da mudança: a nova masculinidade**

A educação é um fator decisivo na mudança social. É a partir de uma educação libertadora de meninos que a masculinidade tóxica vai dar lugar a novas masculinidades mais saudáveis e abertas ao diálogo. Na matéria, “‘O bullying deve ser enfrentado com diálogo e educação’, diz psiquiatra”, de março de 2019, a revista *GQ* fala sobre ambientes que desencadeiam comportamentos violentos e a importância da educação para mudar essa realidade.

A revista *Claudia* trouxe várias discussões pertinentes relacionadas ao efeito da educação no combate à violência e ao machismo e no surgimento de uma nova masculinidade. “Escola cria projeto para educar meninos contra o machismo”, de julho de 2016, e “Cate Blanchett: ‘As mulheres precisam se preocupar menos com o que os outros vão pensar’”, publicada em março de 2015, falam sobre a educação de meninos e a importância de falar com eles sobre assuntos referentes ao combate a violência de gênero e sexual. A revista preparou, também, um dossiê que aponta o que é preciso mudar no país para que as mulheres tenham cidadania plena. Entre os assuntos está a discussão da masculinidade.

Não só a educação familiar e escolar são importantes para mudar essa realidade. A mídia tem uma importância muito grande na disseminação de conteúdos que busquem a equidade. Em “Documentário convida homens a lutarem por igualdade de gênero”, datada de outubro de 2016, a revista fala da necessidade de conversar com homens sobre esse assunto. Em “O que é masculinidade tóxica e como ela influencia crianças desde o berço”, publicada em novembro de 2019, *Claudia* faz uma discussão pertinente sobre a masculinidade tóxica e a influência dela nas crianças. As matérias dos últimos anos da

---

revista *GQ* vem apresentando possibilidades de mudanças de atitudes e mostrando que é possível uma nova versão de masculinidade, como afirmaram Connell e Messerschmidt (2013), “aberta à igualdade com as mulheres” (p. 272).

A partir do ano de 2018, as publicações que falam sobre moda, beleza e masculinidade diferem dos anos anteriores (analisados anteriormente). São mais focadas nas novas formas de agir e como a roupa está refletindo a forma de os homens serem e estarem no mundo. São elas: “Cueca bege (ou marrom, amarela) agora é cool”, de maio de 2018, que desconstrói os estereótipos de masculinidade nas propagandas de cueca; “10 produtos para roubar do armário da namorada”, publicada em agosto de 2019, que fala sobre cuidados com a pele masculina; “‘É difícil pensar no homem fora do padrão. Mas vejo rupturas’, explica Mário Queiroz”, de agosto de 2019, com o estilista falando sobre um evento que dialoga com as desconstruções da masculinidade; “Biblioteca do estilo: em novo livro, Mário Queiroz discute moda masculina e disrupção”, de janeiro de 2020 assim como as três seguintes; “Gucci crítica a masculinidade tóxica em desfile na Semana de Moda de Milão”; “Coisa de menina? Pintar as unhas é tendência na moda masculina”; “Robert Pattinson está sexy e dançante na campanha da nova fragrância Dior Homme”, que discute novo filme de divulgação de perfume em que “os diretores quiseram manter a estética de abranger uma nova forma de masculinidade”; “Semana de moda masculina: brilhos, romantismo e o declínio do streetwear”, de março de 2020, afirmando que havia nas passarelas uma “masculinidade não afetada por estar mais aberta e flexível”; e “Clare Waight Keller deixa a Givenchy: veja criações icônicas da designer para a marca”, de abril de 2020, sobre o estilo de Keller na criação de moda masculina com uma versão mais evoluída da masculinidade.

As mulheres “são centrais em muitos dos processos de construção das masculinidades – como mães, colegas de classe, namoradas, parceiras sexuais e esposas; como trabalhadoras na divisão sexual do trabalho, e assim por diante” (CONNELL; MESSERSCHMIDT, 2013, p. 266). As publicações que citam mulheres e feminismo para falar sobre masculinidade foram poucas, apenas três. Na matéria “Elas são generosas”, de setembro de 2014, o jornalista Ivan Martins explora o fato de as mulheres não serem exigentes quanto aos padrões de masculinidade. A maioria delas não está procurando aquele estereótipo de virilidade ou um “macho-alfa”.

Algumas coisas na matéria em questão ainda incomodam, como a afirmação de que as mulheres estão “procurando” um homem. Mas considerando o ano de publicação

---

(2014) e analisando as matérias subsequentes, entendemos que tanto essa, como as outras, são resultados de um processo histórico. O jornalismo também exibe “verdades universais” em seus discursos e essa era a “vontade de verdade” que circulava na época e, ainda hoje, em alguns casos. O fato é que estamos evoluindo.

No dia 25 de março de 2019, a revista *GQ* publicou uma entrevista com o ator Gabriel Godoy falando, entre outras coisas, que o feminismo também liberta os homens. Já em “‘Homem não tem que ter medo de mulher de atitude’, diz Raphael Logam”, de novembro de 2019, a entrevista é com outro ator que, assim como Gabriel Godoy, atuou na série “Homens?”, da Amazon Prime Video, que desconstrói a masculinidade. Assim como a revista *GQ*, *Cláudia* apresenta novas possibilidades de masculinidade nas suas matérias. Em “Não se nasce homem, torna-se”, de setembro de 2017, e “A vez do feminino”, publicada em dezembro de 2017, discute-se o papel do homem no feminismo, os mitos sobre a masculinidade e como mudar a sociedade, tradicionalmente masculina.

As sete reportagens restantes da revista *GQ* trazem essa nova perspectiva de masculinidade e possibilidades de mudança. São elas: “2018: os estereótipos masculinos estão mudando em todo o mundo”, de junho de 2018; “A nova masculinidade em números - e opiniões”, também de junho de 2019; “Alejandro Claveaux dispara: ‘Estamos vivendo a crise da masculinidade’”, publicada em abril de 2019; “Em ensaio, o estúdio paulistano MOOC debate masculinidade negra”, datada de agosto de 2019; “‘A masculinidade tóxica precisa ser discutida por quem efetua a opressão’, diz David Junior”, de novembro do mesmo ano; “Explicamos: o que é ser homem hoje?”, de dezembro de 2019; “Após ‘sumir’ por um ano, Tiago Iorc retoma carreira e revela o motivo do autoexílio: ‘estava muito cansado’”, publicada em abril de 2020.

Os debates acerca dos novos padrões de masculinidade (ou a ausência deles) na revista *Cláudia* não só analisam o momento em que estamos vivendo, como propõem formas de mudar a realidade. Alguns exemplos: “Como as conquistas femininas estão mudando o comportamento dos homens”, publicada em setembro de 2013; “Fundador do Papo de Homem traz novo olhar sobre a questão de gênero”, de junho de 2019; “Qual é o futuro do gênero?”, datada de março de 2020; e - “Como Babu, do BBB20, reacendeu o debate sobre masculinidade tóxica”, publicada em abril de 2020.

### **Conclusões da pesquisa**

A análise das matérias evidenciou uma evolução nas duas revistas analisadas. Mas a dualidade feminino/masculino permanece na forma como as revistas noticiam os temas.

---

*Claudia* publicando para o público feminino e *GQ* para masculino. As matérias da primeira mostram-se mais propositivas, fazendo discussões necessárias.

Na *GQ*, nenhuma matéria citava sexualidade, sexo ou relação sexual. Enquanto em *Claudia*, cinco, das 30 matérias, falavam sobre isso. E todas diziam/recomendavam como a mulher deveria se comportar e o que fazer. Não há como negar a inovação que *Claudia* trouxe ao discutir sexualidade em uma revista destinada ao público feminino, apesar da maneira como isso foi tratado nas primeiras matérias analisadas (2008 a 2012), entendemos que fizemos um recorte desse período, analisando apenas as que citavam a masculinidade. Nesse caso, é importante fazer essa comparação.

Enquanto a *GQ*, que é uma revista destinada ao público masculino, não fala sobre o tema, a revista *Claudia* que é destinada ao público feminino, o discute de uma forma que dá a entender que a mulher é quem deve tornar a relação sexual melhor. Não só preocupando-se com o prazer masculino, mas, também, em não “ofender” a masculinidade do homem, usando palavras no diminutivo. A mesma coisa não acontece no sentido contrário. Nessas matérias, não se fala sobre o prazer feminino. Portanto, o jornalismo com perspectiva de gênero não foi utilizado nelas. A revista *Claudia* trouxe várias matérias que falavam sobre a relação da masculinidade e a violência de gênero, o tema não foi abordado na revista *GQ*. Se o tema foi discutido na *GQ*, isso aconteceu sem citar a masculinidade.

Concluimos, então, que a utilização do termo masculinidade tóxica não é tão comum para citar os efeitos nocivos da masculinidade e que há possibilidades de exercer uma masculinidade completamente saudável. Portanto, a utilização tanto desse termo como da expressão masculinidade hegemônica não reforça as desigualdades entre os gêneros, desde que não seja afirmado que as características atribuídas à masculinidade sejam, naturalmente, apenas dos homens.

A revista *Claudia* evoluiu seu discurso e hoje consegue fazer um jornalismo que não é o ideal, mas se aproxima do jornalismo com perspectiva de gênero. Já as matérias da revista *GQ* são feitas por e para homens. A forma como *GQ* trata do assunto da masculinidade abre margem para acreditar que basta os homens passarem esmaltes e usarem roupas mais justas que eles estarão se afastando da masculinidade tóxica e do patriarcado. Mas isso não acontece. Mesmo que os homens mudem posturas em relação a eles mesmos, a outros homens, como os homossexuais, e aos seus filhos, a dominação

em relação às mulheres continua a mesma. O discurso jornalístico, reproduzindo essas questões, acaba por alimentar a superioridade dos homens sobre as mulheres.

Em diversos momentos, os jornalistas da revista *GQ* reforçaram estereótipos, colocando o homem como símbolo de força e imponência. E a revista *Claudia*, apesar de ter evoluído nessa questão, no início das publicações fez o mesmo, colocando a mulher como única responsável pelo bem estar e prazer masculino.

Não basta apenas mudar o discurso é preciso lutar pela equidade de forma clara. Não é porque agora os homens pintam as unhas, usam vestidos, dançam, choram e expressam seus sentimentos, que eles vão deixar de exercer domínio sobre as mulheres e a violência de gênero vai acabar. Mas, apesar disso, entendemos que a mudança social é um processo lento e que a equidade, de fato, ainda está longe de acontecer, mas estamos caminhando para ela.

### Referências

ARTIÈRES, Philippe. Dizer a atualidade - O trabalho de diagnóstico em Foucault. *In*: GROS, Frédéric (org.). **Foucault - A coragem da verdade**. São Paulo: Parábola Editorial, 2004.

CHAHER, Sandra. Transversalización del enfoque de género. *In*: CHAHER, Sandra; SANTORO, Sonia. **Las palabras tienen sexo: introducción a un periodismo con perspectiva de género**. 1ª ed. Buenos Aires: Artemisa Comunicación Ediciones, 2007.

CONNELL, Robert W.; MESSERSCHMIDT, James W. Masculinidade hegemônica: repensando o conceito repensando o conceito. **Estudos Feministas**: Florianópolis, 21(1): 424, janeiro-abril/2013.

CONNELL, Robert W. Políticas da masculinidade. **Educação & Realidade**: Porto Alegre, v.20, n.2, p. 185-206. jul./dez., 1995.

FOUCAULT, Michel. **Ditos & Escritos - vol. IV - Estratégia, poder-saber**. 2. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2006.

SANTORO, Sonia. A práctica del periodismo de género. *In*: CHAHER, Sandra; SANTORO, Sonia. **Las palabras tienen sexo: introducción a un periodismo con perspectiva de género**. Buenos Aires: Artemisa Comunicación Ediciones, 2007.

SCOTT, Joan. Gênero: uma categoria útil de análise histórica. **Educação & Realidade**. v. 20, n.2, p. 71-99 jul./dez., 1995.

SINAY, Sergio. **La masculinidad tóxica: un paradigma que enferma a la sociedad y amenaza a las personas**. Buenos Aires: Ediciones B, 2006.

SOLNIT, Rebecca. **A mãe de todas as perguntas: reflexões sobre os novos feminismos**. São Paulo: Companhia das Letras, 2017.