



A Representação do Homem Contemporâneo na Revista Alfa¹

Danilo Moisés de Moraes REBOUÇAS²

Marcília Luzia Gomes da Costa MENDES³

Universidade do Estado do Rio Grande do Norte, Mossoró, RN

RESUMO

Este trabalho apresenta como tema central a construção do homem contemporâneo abordada em três edições da revista Alfa. As matérias foram veiculadas dentro da sessão Estilo da publicação e são intituladas “O que é ser homem hoje”, “As novas regras da masculinidade” e “O novo guia essencial”. Essas edições foram selecionadas por fugirem do óbvio quando o assunto tratado é uma revista voltada para o público masculino. Através de uma pesquisa qualitativa, realizada através do Estudo de Recepção, e a aplicação de uma técnica de coleta de dados – questionário fechado – a pesquisa esboça o perfil do homem contemporâneo através da ressignificação das matérias exibidas pela sessão Estilo.

PALAVRAS-CHAVE: homem contemporâneo; recepção; revista alfa.

INTRODUÇÃO

O homem como ser social foi embutido de muitos prestígios e privilégios durante décadas e mais décadas no lado Ocidental do mundo. Chegaram até a ser comparados e igualados aos deuses, como representantes da sabedoria, do dinheiro e da força. Por que tanto privilégio dado aos homens, enquanto as mulheres e outros atores sociais eram renegados a um mundo considerado à parte do masculino? Da onde e quem era que atribuía esses privilégios?

A resposta é simples: foram os próprios homens e as mulheres que atribuíram todo esse poder ao sexo masculino. Como atores de uma cultura enraizada de costumes e crenças, os povos foram perpetuando as tradições dos seus antepassados.

¹ Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 12 a 14 de junho de 2013.

² Graduado do Curso de Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo da UERN-RN, email: danielmoisesmr@gmail.com

³ Orientadora do trabalho, professora doutora do curso de Comunicação Social da UERN-RN, email: maria.santo@gmail.com



A partir do incômodo provocado em alguns atores sociais, os padrões foram questionados e a partir da inquietude das pessoas vistas como à margem dos privilégios, foram suscitadas algumas transformações sociais. Certos paradigmas foram quebrados; privilégios foram partilhados e o direito da paridade foi (e está sendo) atribuído com igualdade entre as diferenças.

A partir dessas transformações e dos questionamentos sociais, surge o homem contemporâneo. O que esse homem tem de diferente dos seus antepassados? Quem é ele? Quais são seus comportamentos e opiniões em relação aos temas do cotidiano?

Essas e outras mais perguntas serão elucidadas nesse artigo através de um Estudo de Recepção realizado com quatro leitores da Revista Alfa. O trabalho é resultado da análise das respostas adquiridas através da aplicação de um questionário fechado, que abordou temas circunscritos ao cotidiano masculino e que eram desconhecidos, talvez, até pelos próprios homens. O projeto apresenta um caráter qualitativo, pois questiona a subjetividade humana, onde números e estatísticas não seriam suficientes como objetos de resposta.

A masculinidade é um dado biológico ou uma construção social? A partir da fecundação dos óvulos no útero da mãe, a diferenciação dos sexos masculino e feminino é existente, nessa primeira fase são os cromossomos que definem o sexo do bebê. Mas, será que essa diferenciação genética é suficiente para diferenciar o homem da mulher?

De acordo com Badinter, o tornar-se masculino “envolve fatores psicológicos, sociais e culturais que nada têm a ver com a genética, mas desempenham papel não menos determinante, talvez mais, do que ela” (BADINTER,1993,p. 1). A posse do cromossomo “Y” no DNA masculino e a presença de órgãos sexuais, não são suficientes para definir o macho humano. Ou seja, não é suficiente uma diferenciação genética, é preciso uma construção social do que é ser masculino. Portanto,

os homens utilizaram diferentes métodos para conseguir fazer do jovem, por sua vez, um homem de verdade. Que se trate dos ritos de iniciação, da pedagogia homossexual ou do confronto com seus pares, todas estas instituições provam que a identidade masculina é adquirida ao preço de grandes dificuldades (BADINTER,1993,p.69).

Se a masculinidade se conquista e se constrói, não há dúvidas de que ela pode mudar. E um dos “métodos” que marcam essa construção do masculino são os ritos de iniciação, que variam de sociedade para sociedade e de tempos em tempos, como forma



de marcar a transformação do menino em homem. Considerando a masculinidade como um dado não natural, os homens com “H” maiúsculo de décadas passadas tinham como questão de honra provar para a sociedade e para si mesmos que possuem essa característica; se impunham a provas físicas dolorosas, como chicoteadas, circuncisão e subincisão do pênis ou até mesmo serem iniciados sexualmente por outro homem já adulto.

Os meninos descobriam que, para ser um homem viril, era preciso sofrer, mostrar força e coragem diante de provas tão humilhantes e que geralmente eram realizadas em público. Aceitar chicoteadas e serem surrados com varas faziam dos meninos, “verdadeiros” homens, prontos para enfrentarem os desafios impostos pela vida dali por diante.

Nessa conjuntura, o sexo feminino era dominado coletiva e individualmente pelos homens e a opressão se dava por um sistema dinâmico no qual as desigualdades vividas pelas mulheres eram consequências das vantagens ofertadas aos homens. Para o homem tudo era possível de acordo com as suas necessidades e interesses, para as mulheres, cabia o dever de esperar as definições do “seu chefe”, o homem da casa. O mundo feminino era submetido ao mundo masculino, marcado por imposições e a falta de privilégios no campo social, político e econômico.

1 Crises da Masculinidade: algumas transformações sociais

O patriarcado ordenou socialmente o mundo por décadas, mas o desenvolvimento comercial de alguns países nos séculos XVI e XVII acarretou a implementação da mecanização industrial no século XVIII. O êxodo rural e a industrialização, uma das consequências da industrialização, provocaram mudanças no quadro social, econômico e político da época. A relação entre os sexos também foi atingida onde foi promovida a quebra de conceitos patriarcais e a formulação de novas convenções sociais.

Com a mecanização do trabalho, o homem – o único provedor financeiro e chefe de família - teve que passar mais tempo no trabalho do que na sua própria casa; com a ausência do marido e do pai dos seus filhos dentro das residências, as mulheres assumiram o controle do lar.

O século XIX é um dos marcos da crise da masculinidade, onde o homem vê reduzir o tempo de contato com os filhos e a perda da identificação como a única figura a ser seguida.



A sociedade industrial, afastando pai e filho, corroeu o poder patriarcal. É o fim do patriarca todo poderoso, que dita a lei para a mulher e os filhos. [...] A força física e a honra são substituídas pelo sucesso, o dinheiro e um trabalho valorizado, que justificam o distanciamento do pai (BADINTER,1993,p. 9).

A figura do homem com “H” maiúsculo modifica-se, sai antigas definições e aparecem novos conceitos. A força física utilizada como modo de coerção e método de ensino dos bons costumes, aos poucos, foi substituída pelo sucesso profissional e financeiro. O homem grosseiro, violento e dominador perde espaço para um homem mais social, que empenha esforços no trabalho e tenta estabelecer uma ligação mais sentimental com o seu seio familiar. Há uma quebra na figura paterna do homem no século XIX, ele não é mais um espelho de um pai de décadas passadas. O novo homem demonstra sentimentos com o(s) seu(s) filho(s) e sua esposa, métodos coercitivos são relegados para o estabelecimento de diálogos familiares, ele não é mais a única figura importante dentro de casa. No lugar do medo e da violência, o homem impõe respeito aos seus dependentes, é a configuração da nova família.

Antigas convenções familiares – submissão do(s) filho(s) e da esposa ao homem, violência doméstica - foram justapostas por novos valores considerados fundamentais,

a coesão familiar, a importância das figuras parentais (tanto o homem como a mulher) para o bom desenvolvimento da prole, o da organização doméstica, o da preservação da dignidade e da autonomia da família são compartilhados pelos cônjuges e funcionam como ordenadores da nova vida familiar (SIQUEIRA,1997,p.5) .

No século XX, eclode uma nova crise da masculinidade, diferente da vivida no século XIX, pois essa não se restringiu apenas as classes mais favorecidas. O mundo vê surgir na década de 1950, o movimento da anti-cultura, formado por um grupo de norte-americanos, que contestaram convenções sociais e bradaram por uma sociedade mais igualitária no tratamento dos gêneros sexuais.

1.1 Movimentos contestadores da dominação masculina

O dualismo entre homem (dominante) e a mulher (dominada) é estilhaçado pelo surgimento do movimento feminista no ano de 1960 e do movimento e dos estudos sobre os *gays*. Os jovens rebeldes da anti-cultura, as mulheres feministas, os estudos e os movimentos homossexuais lutam pela quebra da hegemonia das ideologias binárias,



da supremacia masculina. Os privilégios e o “poderio” atribuídos aos homens são alvos de ataques ideológicos e morais, agora a dominação masculina é contestada pelo próprio sistema que o engrandeceu.

O movimento feminista surge como forma de luta por direitos iguais entre os sexos, pelo direito de ter ou não filhos, punição aos assassinos de mulheres, abortos, sexualidade e violência doméstica, bem como empreenderam também uma luta pela anistia e abertura democrática no período ao qual o Brasil passava pelo Regime Militar. As mulheres lutavam para a obtenção de uma identidade própria e particular, que de acordo com Siqueira (1997), “está inscrita nas trajetórias singulares destes sujeitos, ancora-se nas significações construídas por elas, imersas nos conteúdos simbólicos”, ou seja, a identidade se forma de um agrupamento de representações e sentidos agregados pelo sujeito diante do contexto em que está inserido.

No final da década de 1970, a hegemonia masculina encontrou mais um movimento de contestação além do feminismo, era o movimento *gay*. Os homossexuais lutavam por visibilidade, pela construção de novas formas de conhecimento, de cidadania plena e por direitos civis. A década de 70 foi marcada pela proliferação da AIDS, que foi batizada na época, do “câncer gay”, devido à maior incidência de casos da doença nos homossexuais.

Se por um lado a AIDS estigmatizou por algum tempo os homossexuais, por outro, o movimento viu surgir inúmeros trabalhos abordando-os, onde permitiu uma maior publicização e uma expansão dos estudos sobre a homossexualidade. Os *gays* começaram a construir identidades mais positivas, embasadas na autoestima, autoimagem e do autoconceito, desvencilhando os papéis de passivos, submissos e marginalizados socialmente.

O papel tradicional (masculino) privilegia comportamentos ligados à agressividade, assertividade, potência, virilidade, ação, dominação, imposição, decisão, poder, autonomia, controle emocional, racionalidade, frieza, homofobia, coragem, força. Assim, o cumprimento desse papel traria consequências negativas para os homens, como a impossibilidade de demonstrar seus sentimentos, a cobrança contínua de ter que se mostrar sempre forte, capaz e corajoso; de ter que viver quase que exclusivamente em campos competitivos [...] (COSTA,1998,p.191).

O modelo de comportamento violento, marca da virilidade masculina, vê-se contestada pelo surgimento do “novo homem” e pelo questionamento público do



movimento *gay*. A partir do século XIX tornou-se comum uma conceituação dos sexos não mais através e somente de um dado fisiológico, mas de uma categoria psicológica que é o desejo sexual, que impôs aos homens heterossexuais, uma forma natural de sexualidade. A heteronormatividade, um conceito desenvolvido pelo psicanalista Guy Corneau, marca a orientação sexual “hétero” como a sexualidade “normal”. Mas, o movimento *gay*, já era algo notório e representativo. O binarismo entre homem/mulher perdia espaço para uma luta social e simbólica entre homens: héteros x homossexuais.

As crises da masculinidade dos séculos XIX e XX, assim denominadas de “crises”, por terem marcado uma ruptura em antigas convenções sociais atribuídas ao homem vê a mulher sendo inserida no mercado de trabalho, o movimento *gay* ganhando espaço e respeito, o homem heterossexual que por tanto tempo viu sua hegemonia como indestrutível e racional, se vê em um mundo de questionamentos. A partir do momento em que uma identidade é questionada, é perceptível um incômodo social, uma redefinição do seu papel.

A crise da masculinidade gerada pelos questionamentos dos próprios sujeitos masculinos evidenciou um desconforto dos papéis sociais atribuídos ao universo masculino. Ao se colocar na posição do outro (da mulher, do *gay*, do negro etc), ele se coloca em uma situação de subordinação, em um papel que outrora não lhe cabia representar; os homens denunciam os problemas enfrentados pela expectativa social.

A paisagem social do homem mudou. É certo que existem homens que são responsáveis pelo trabalho doméstico, enquanto a (o) sua (seu) parceira (o) trabalha fora, que cuida dos filhos e do jardim e tentam um entendimento igualitário com as mulheres. Discutir a relação amorosa pode ser um momento tenso na vida à dois, e se antigamente era somente ela que chamava para conversar, agora eles estão dispostos a concertar o que está ruim e aperfeiçoar o que vai bem. Hoje, homens possuem amizades com mulheres (sem serem suas esposas ou pretendentes) e acabam esbarrando em desejos comuns.

Com isso, toma-se importante a definição de gênero, tomada por Giddens como:

as diferenças psicológicas, sociais e culturais entre indivíduos do sexo masculino e do sexo feminino. O gênero está associado a noções socialmente construídas de masculinidade e feminilidade; não é necessariamente um produto direto do sexo biológico de um indivíduo (GIDDENS,2004,p.109).



O ser humano reproduz desde o tom de voz aos seus gestos e comportamento através da observação do contexto social. O gênero é tudo aquilo que não vem de “fábrica”, é o que se absorve da convivência e vivência cotidiana, é que o ser humano quer agregar ao seu perfil. O significado de gênero era sinônimo para a palavra sexo em épocas que não haviam discussões sobre os papéis sexuais, em que o binarismo entre homem e mulher se dava por normas rígidas e até então intransponíveis. Por sexo se entende “às diferenças anatômicas e fisiológicas que definem o corpo masculino e o corpo feminino” (GIDDENS,2004,p.109). Há diferenças entre o homem e a mulher no sentido biológico, mas com o avanço da medicina e da tecnologia, o homem já pode retirar seu órgão sexual e através de medicamentos e intervenções cirúrgicas, obter fisionomia feminina, ou vice versa.

2 Alfa - uma publicação masculina para diferentes vozes masculinas

Marcada pela transitoriedade e a interconectividade entre povos e nações, como o homem contemporâneo se comporta diante de questões como a vaidade e a moda masculina? Que homem contemporâneo é esse? Diante dessas indagações o projeto realizará um estudo de recepção com quatro leitores da Revista Alfa. Uma publicação mensal da Editora Abril, que teve o seu primeiro exemplar nas bancas no mês de setembro do ano de 2010. Com pouco mais de dois anos no mercado, a revista Alfa foi campeã do 25º Prêmio Veículos de Comunicação, na categoria publicação masculina, desbancando outras revistas que há anos atua no mercado brasileiro. A revista aborda diversos temas que circundam o mundo masculino e o homem contemporâneo, mas diferentemente das outras publicações não expõem mulheres seminuas (ou nuas) em suas capas e matérias, e não apelam para chamadas com sentidos pejorativos.

A Alfa tem como público alvo, leitores de 20 a 34 anos, de acordo com a Publiabril (Portal de Publicidade da Abril) e pela opinião da editora de Estilo da revista, Kika Brandão, a revista pretende com uma abordagem simples e clara tratar de assuntos do cotidiano do homem contemporâneo. A revista desde a sua primeira publicação possui cinco sessões fixas – *Playground*, *Confissões*, *Estilo*, *Pulso* e *Perfil*, onde nessas categorias a revista discorre sobre gastronomia, sexo, moda, cuidados pessoais, mulheres, tecnologia, política, carros, bebidas e carreira. A maioria dos “modelos” que ilustram as matérias da publicação, são homens reais, com profissões das mais diversas áreas que representam os diversos leitores da Alfa. O uso de atores, personalidades políticas e celebridades, são bastante explorados nas capas da publicação, utilizado



como uma forma de chamar atenção do público e garantir a sua comercialização/vendagem.

3 Recepção: um processo de muitas vias

Para a elaboração desse projeto é utilizado a metodologia do Estudo de Recepção, processo pelo qual o receptor decodifica a mensagem produzida por um emissor. Nem sempre esse processo é concluído sem a ausência de ruídos (falhas), pois o receptor pode ressignificar a mensagem com um sentido diferente da projetada pelo emissor.

A comunicação é uma das formas pelas quais os homens se relacionam entre si. É a forma de interação humana realizada através do signo (representação da coisa, constituído pelo significante e o significado), e essa comunicação só existe se houver compreensão. Dois sujeitos A e B podem perceber da mesma maneira uma mensagem? Não, é improvável que A e B percebam a realidade exatamente da mesma maneira, porque a dinâmica mental de A e B consta de repertórios diferentes de experiências, conhecimentos, crenças, valores e atitudes. A e B possuem, também, um arcabouço diferentes de signos, que são fundamentais para a recontextualização da mensagem.

O receptor atribui significado a mensagem, e essa interpretação pode não partilhar da mesma intenção do emissor. Esse processo de recepção, uma espécie de triagem e digestão interna da informação, resulta no significado pessoal que o receptor atribui ao percebido, nesse projeto, as matérias veiculadas na Revista Alfa.

A interpretação realizada por cada leitor da publicação gera um significado diferente das matérias de um para outro receptor, e essa diferença, faz com que cada um recorram aos seus repertórios de signos e estabeleçam uma comunicação. Os novos significados entram em interação com os significados iniciais emitidos pelos autores das matérias na Alfa, podendo assim, modificar ou não, os significados iniciais. Essa convergência de significados é um começo de comunicação, que pode ser perceptível através de críticas, elogios e a interação através das redes sociais, entre o leitor e o autor das matérias. Essa troca de significados permite a publicação destinar melhor as suas matérias para o público alvo, é o *feedback*, retorno da informação com novos significados interpretados pelo receptor. Esse processo do *feedback*, envolve um ponto de vista, onde tendo a fonte como ponto de partida da informação, está pode vir acoplada de novos significados, podendo somar pontos ou diminuir na credibilidade do autor da matéria.



O acréscimo da confiança do receptor para com o autor depende dos vários pontos de vista que analisam a matéria e da pluralidade de conceitos; um lado negativo nesse de retorno da informação, é a interpretação “errônea” do decodificador para a intenção do autor. Quando a mensagem não é entendida pelo receptor, a comunicação não ocorre perfeitamente e o *feedback* pode se transformar numa crítica, com envolvimento dos sentimentos pessoais do decodificador.

3.1 Análises - quatro entrevistados, múltiplas visões!

Baseado nesses estudos da audiência (conjunto de pessoas que, em dado momento, são receptoras de uma mensagem transmitida por determinado meio de comunicação), o projeto analisará a recepção da Sessão Estilo da Revista Alfa por um grupo de quatro leitores da publicação. Os leitores foram escolhidos pela relação que possuem com a Alfa, através de uma triagem que buscou homens maiores de 18 anos e que fossem leitores assíduos e/ou assinantes da revista. Os sujeitos são fontes de informações relevantes para o tema da pesquisa, pois possuem conhecimento sobre a Alfa e são provedores de informações úteis para a análise do tema proposto.

A seleção dos entrevistados foi intencional pelo quesito da proximidade geográfica, conhecimento do assunto e a disponibilidade e disposição em falar e cooperar com o projeto apresentado. As quatro fontes foram suficientes para responder às questões da pesquisa, onde apresentaram relatos diversificados sobre os mesmos fatos, endossando as análises.

O levantamento de dados se deu por meio do questionário, que foi aplicado com o objetivo de tomar conhecimento do perfil geral do grupo de leitores, e que aplicado individualmente, já foi utilizado como ambiente propício para análises, através da observação do interesse, atenção e comentários dos sujeitos.

O início do processo de elaboração do questionário é a compilação dos dados disponíveis sobre o assunto a partir do escopo da pesquisa. Muitas vezes estes dados não estão disponíveis ou não foram ainda coletados [...] nesse caso, a melhor maneira de suprir tal falta é a realização de estudo preliminar sobre o tema a partir do ponto de vista dos entrevistados (BARROS;DUARTE,2005,p.168).

O questionário foi construído baseado em três eixos temáticos: o cotidiano masculino, as perguntas da subjetividade e a história de vida cultural. A elaboração das perguntas foi baseada em alguns dados publicados nas matérias “O que é ser homem hoje”, “Novas regras da masculinidade” e “O novo guia essencial” publicadas pela Alfa.



Os dados publicados nas matérias foram oriundas de uma pesquisa realizada com cinco mil leitores brasileiros da publicação e diante desse universo, o projeto realizará análises do processo de recepção com quatro leitores que moram no município de Mossoró/RN.

O universo da pesquisa, que é o conjunto de pessoas que possuem características comuns e detêm algum grau de informação sobre o tema a ser explorado, é nesse projeto, os leitores da revista Alfa. Composto por 30 perguntas, o questionário foi iniciado com um pequeno texto introdutório esclarecendo aos entrevistados quais são os propósitos do projeto e a busca pela cooperação deles nas respostas.

As perguntas foram elaboradas e ordenadas em uma sequência de encadeamento lógico, partindo de questões mais abrangentes, para não desestimular o entrevistado, chegando às perguntas mais específicas, ligadas ao tema da pesquisa. As questões que compõe o questionário são do tipo fechadas, pois apresentam uma lista de opções de respostas, pois são mais indicadas para o momento de comparação e análise dos dados.

A Sessão Estilo da Revista Alfa foi escolhida como base na elaboração das perguntas para a coleta de dados por abordar temas que rompem com os estereótipos masculinos, como as crendices que o “homem não tem preocupação com a estética”, “homem que é homem não usa rosa” e “homem que trabalha com moda/estilo é *gay*”.

Com mais de 24 exemplares produzidos, o projeto debruçou sobre três publicações da Alfa, pois estas estão mais dirigidas ao interesse da pesquisa retratando o comportamento e a opinião do sexo masculino referentes a assuntos como moda e estilo. A primeira publicação que foi utilizada como base para a coleta de dados desse projeto data do mês de setembro do ano de 2010, que publicou um autorretrato do homem contemporâneo com dados obtidos através da pesquisa realizada com cinco mil leitores da publicação. As respostas dos entrevistados ajudaram na elaboração da primeira parte do questionário, que é composto por perguntas mais abrangentes, como forma de estimular os sujeitos para responder as questões propostas e tentar construir um perfil dos leitores.

O grupo de entrevistados para essa pesquisa é composto por homens, na faixa etária dos 20 a 30 anos, onde apresentam grau de escolaridade e renda próximos. Os sujeitos foram identificados através de letras, ordenados da letra A ao D, pois foi garantido o anonimato desses durante as análises das respostas obtidas na coleta dos dados. Dos quatro entrevistados, o sujeito C possui especialização, o D já concluiu o nível superior e o A e o B estão em andamento com seus cursos de formação. No



quesito renda, os salários variam de um a dez salários mínimos, sendo o entrevistado especialista o que possui a maior renda.

As questões iniciais do questionário abordam a subjetividade masculina, com indagações sobre seus posicionamentos sociais, medos e objetivos. O primeiro questionamento é direto e objetivo ao abordar sobre a satisfação em ser homem, onde todos os quatro entrevistados afirmaram que sim, sentem satisfação e não escolheria nascer mulher, se assim pudessem escolher. No quesito qualidade de vida, foram ofertadas seis alternativas (saúde, estabilidade financeira, prática de exercícios, vida sexual com qualidade e quantidade, habitação adequada e felicidade), aparecendo só uma alternativa em comum entre os entrevistados: saúde. Os entrevistados A e C ainda optaram pela estabilidade financeira como caminho para uma boa vida.

Essa importância dada à vida financeira permite estabelecer correlação entre o trabalho e a necessidade masculina de ser bem sucedido em suas profissões, como forma de garantir o seu provento e da sua família. O espaço a ser conquistado e o sucesso profissional significa a superação dos concorrentes, isso demonstra como os sujeitos A e C possuem valores socioculturais que exigem do homem a força e a racionalidade como fatores para a definição da sua identidade de gênero.

Na realização das tarefas domésticas, os quatro entrevistados afirmaram que ajudam na organização domiciliar, seja lavando a louça ou arrumando o quarto. As respostas quebram uma convenção social de que apenas as mulheres são destinadas aos afazeres domésticos. No século XIX, as atividades do lar eram designadas como atribuições femininas, pois eram atividades que não exigiam esforço físico e mental, características que não condizem com o dever masculino, desonrando o homem, caso ele fizesse. Seguindo esta direção, a mulher deveria estar sempre pronta para sacrificar-se pela família e sua casa, caminho inverso demonstrado pelos sujeitos ao realizarem atividades domésticas.

Os sentimentos masculinos também foram abordados no questionário; ao perguntar se choram, todos os quatro entrevistados afirmaram que sim e desses apenas o B, não demonstra seus sentimentos em ambiente público. Baseado no tripé (subjetividade, cotidiano e vida cultural), a segunda parte do questionário contempla o cotidiano masculino, como os costumes e o comportamento na vida familiar e conjugal.

Dos quatro sujeitos, o A e o D não estão em um relacionamento; o B e o C afirmaram que estão namorando e se sentem satisfeitos com as (os) suas (seus) companheiras (os), e que dialogam com elas/eles sobre o dia a dia. Todos os quatros



afirmaram serem a favor do casamento, e desses, apenas o C, não manteria um relacionamento se a (o) companheira (o) fosse a (o) provedora (o) financeira (o) na relação. Os entrevistados A, B e D manteriam um relacionamento onde suas atividades se concentrassem nas atividades do lar e no cuidado com os filhos, enquanto a (o) parceira (o) fosse responsável pela vida monetária do casal. Questionados sobre as qualidades essenciais de um homem, todos marcaram as opções honestidade e responsabilidade, o C e o D optaram também pela lealdade aos amigos e o cuidado com os pais.

Na terceira e última etapa do questionário, as histórias da vida cultural masculina vem à tona, com assuntos ligados a moda e estilo. Os quatro sujeitos mostraram uma preocupação com a aparência, apontando que no dia a dia necessitam de produtos estéticos como gel e pomadas para cabelos, hidratantes, perfumes, *primer e lip balm*. Esses dois últimos itens foram surpresas, pois não constavam nas alternativas ofertadas no questionário, e os sujeitos A e B, citaram esses produtos como essenciais para o cotidiano. Todos os entrevistados afirmaram que praticam exercícios físicos, e indagados sobre a parte do corpo que os incomodam, apenas o A, não marcou a alternativa barriga, mostrando um incômodo com a sua pele. E quando os cabelos brancos aparecerem? Novamente, o sujeito A foi o único que marcou a alternativa diferente dos outros três entrevistados, ao assumir que pintaria e os demais irão assumir os cabelos brancos. Os quatro assinalaram que prestam atenção nas roupas que usam e que também utilizam acessórios, como relógio, anel, carteira de cédulas e bolsa.

Nas horas vagas todos os quatro entrevistados afirmaram que ocupam o tempo com cinema e na leitura de livros e revistas. Os sujeitos A e B assinalaram também que curtem viajar, frequentar bares, restaurantes e baladas, além da ocupação com o uso da internet. O entrevistado C se revelou como o mais eclético na hora de ocupar as horas vagas, marcando todas as opções ofertadas pela pergunta: jogar e/ou assistir uma partida de futebol, cinema, viajar, bares e restaurantes, baladas, internet, ler livros e revistas, assistir novelas e seriados e revelou um lado romântico, pois foi o único que marcou a opção de cozinhar e preparar uma noite para dois. Nessa última opção, vale ressaltar que o B, assim como o C, está em um relacionamento amoroso, mas não marcou a alternativa do preparo para uma noite a sós com a (o) companheira (o).



CONSIDERAÇÕES FINAIS

Sem o diálogo com a cultura, os costumes e as crenças dos leitores, era possível que a revista Alfa emitisse opiniões que não condizem com a realidade de seus receptores, não gerando uma aproximação com o seu público alvo. Cada discurso, cada diálogo é uma manifestação dos mais diversos gêneros e compreende uma etapa do processo de recepção. A recepção como já mencionada, está relacionada com o cotidiano do sujeito receptor, com suas práticas culturais, com as marcas que influenciam seu modo de ver e praticar essa realidade, e são elas que sustentam a relação entre o emissor-canal-receptor.

Não existe um processo de comunicação sem o entendimento do significado da mensagem, e é essa compreensão que faz a sociedade se transformar, o homem se adequar a novas práticas sociais. São os receptores que revestem de significado as mensagens, possibilitando novas releituras e o rompimento de caminhos pré-estabelecidos socialmente. O homem contemporâneo, retratado pelo quatro leitores aqui analisados, tem seus interesses próprios, o desejo de conquistar a liberdade na realização de suas necessidades, que pode ter importância para sociedade ou não.

O novo homem está no processo de criação e de adaptação a um novo ambiente, um espaço mais justo e menos preconceituoso entre os gêneros. A sexualidade que antes envolvia rituais, linguagens, fantasias e representações sociais, hoje é estilizada pelo gênero, através das relações sociais, que rompem com a natureza e a biologia, ao questionar o que é um dado natural ou adquirido.

O homem contemporâneo vê representações sociais do comportamento masculino sendo abolidas, como a exposição dos seus sentimentos, fraquezas e angústias. O macho que só acordava no nocaute, atualmente, frequenta salões de beleza e centros estéticos, ler romances e assiste novela junto com a (o) sua (seu) companheira (o). A vivência de uma nova economia sexual, diferentemente de tudo o que até então havia dominado a sexualidade, vê casais do mesmo sexo conseguir os mesmos direitos que os casais heterossexuais adquirem perante a justiça e ao Direito.

O ser masculino como integrante da sociedade também apresenta suas contradições, mas entre os seus desejos, manias e comportamentos, foi possível constatar uma mudança no perfil dos marmanjos, se comparado com o de décadas passadas. O homem atual brada por uma economia sexual mais livre, é mais aberto nas suas relações sociais e pessoais, é amigo e parceiro do sexo oposto ou de pessoas do mesmo sexo, sem haver um vínculo conjugal. Na atualidade, o sexo alfa, denota tempo



para o cuidado com a sua aparência, frequenta salões estéticos, utiliza roupas na cor rosa, bolsas e acessórios. Assim como os diferentes setores da sociedade que fizeram revoluções e questionaram as convenções, o homem contemporâneo quer partilhar de um desejo universal: o de ser feliz.

REFERÊNCIAS

BADINTER, Elisabeth. **XY**: sobre a identidade masculina. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1993.

BARROS, Antonio; DUARTE, Jorge (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Altas, 2005.

COSTA, Rosely Gomes. De clonagem e de paternidades: as encruzilhadas do gênero. **Cadernos Pagu**. n 11, p.157-199, 1998. Disponível em: [http://www.ieg.ufsc.br/admin/downloads/artigos/Pagu/1998\(11\)/G_Costa.pdf](http://www.ieg.ufsc.br/admin/downloads/artigos/Pagu/1998(11)/G_Costa.pdf). Acesso em: 2 agosto.2012.

GIDDENS, Anthony. **Sociologia**. 4 ed. rev. at. Lisboa: Polity Press e Blackwell Publishers, 2004.

SIQUEIRA, Maria Juracy Toneli. A constituição da identidade masculina: alguns pontos para discussão. **Revista Psicologia USP**. São Paulo, 1997, v. 8, n. 1. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S010365641997000100007&script=sci_arttext&lng=es. Acesso em: 12 agosto.2012.