



## **Precisamos conversar sobre os meninos: um estudo cultural sobre o gênero masculino no início da revista *Recreio*<sup>1</sup>**

Carlos Gabriel Ferreira da SILVA<sup>2</sup>

Ingrid GOMES<sup>3</sup>

Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, MG

### **RESUMO**

O presente artigo analisa como o menino é representado na revista infantil brasileira *Recreio*<sup>4</sup>, da Editora Abril, em um de seus primeiros exemplares – número 21, de 3 de agosto de 2000. Para tanto, o estudo buscou refletir acerca dos conceitos de virilidade (CORBIN; COURTINE; VIGARELLO, 2013), infância (POSTMAN, 1999) e mídia (KELLNER, 2001; BROWN; LAMB; TAPPAN, 2009) apresentados na reportagem de capa do exemplar selecionado. Como resultados, o artigo considera a representação do menino com marcas da masculinidade hegemônica por meio de construções patriarcais.

**PALAVRAS-CHAVE:** gênero; masculino; infância; revista; *Recreio*.

### **1 INTRODUÇÃO**

O gênero é uma construção social. Uma edificação de alteridades, de oposição ao outro, de interferências biológicas. A arquitetura da subjetividade individual se entrelaça nesta inconstante mudança de potencialidades em um vasto horizonte cultural, em que todo corpo é uma situação mirabolante de diferenças antropológicas historicamente fundamentadas. É uma loucura enxergar o alheio através de representações socioculturais do mundo, mas o que se leva consigo nas edificações identitárias são os filmes que se assiste, os livros que se adora e os diálogos que se criam. As experiências dos novos caminhos modelam este modelo vivo andante, que, adiante, torna-se resultado próprio de um universo excepcionalmente único.

São diversos os movimentos que arquitetam o *modus operandi* da sociedade. Os veículos de comunicação, enquanto suportes de expressões informacionais, apresentam condições, padrões e formulações através de uma cultura própria. A cultura da mídia é a cultura dominante atualmente, segundo Douglas Kellner (2001).

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no IJ Interfaces Comunicacionais do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 19 a 21 de junho de 2015.

<sup>2</sup> Aluno recém-graduado em Comunicação Social: Habilitação em Jornalismo na Universidade Federal de Uberlândia (UFU), email: ferreircarlosgabriel@gmail.com.

<sup>3</sup> Orientadora do trabalho. Professora do curso de em Comunicação Social: Habilitação em Jornalismo na Universidade Federal de Uberlândia (UFU), email: ingridgomessp@yahoo.com.br.

<sup>4</sup> Este artigo é um recorte de análise do trabalho de conclusão de curso do estudante, sob o título “Precisamos conversar sobre os meninos: um estudo cultural sobre o gênero masculino na revista *Recreio*”, em Comunicação Social Jornalismo, na Universidade Federal de Uberlândia, em fevereiro de 2015.



Ao voltar o olhar para o masculino, contudo, mais especificamente para a representação dos homens nos veículos de comunicação, há algo que se trama ao olho nu dos espectadores. Na televisão, rádio e filmes, há um papel sendo disposto e fomentado através de nuances sólidas de um típico comportamento ideal. Constroem-se na mídia hegemônica estes homens que exprimem experiências, trajetórias e discursos, escoltados por um público que, fielmente, os adaptam como exemplos para a sua própria órbita. Estes atores sociais, realisticamente desenhados, arquitetam que tipo de representação? Quem eles representam? Como as crianças se relacionam neste meio? Há algo que precisamos conversar.

## **2 A HISTÓRICA VIRILIDADE**

O início do século XX inaugura um homem de vontade latente pela potência no volume de sua voz, na presença muscular, na quantidade de pelos pelo corpo e no tamanho de seu sexo, em uma espécie de cultura baseada na “hipermasculinidade hormonal” (CAROL, 2013, p. 42). Foram diversos os fatores que subsidiaram a criação de métodos contraceptivos à impotência masculina até chegar na conhecida Viagra; e muitos outros fatores que levaram os homens a combater a ausência de determinado ar viril em si próprio e em outrem. Do alvorecer do século XX à inauguração do XXI, a constante transformação na identidade masculina (FORTH, 2013) ocorre de forma voraz. É aqui que mergulhamos.

Como disse Florence Tamagne, mestre de conferências na Universidade de Lille III, “a própria noção de masculinidade não para de ser redefinida por hidridismos sucessivos” (TAMAGNE, 2013, p. 453). A ideia de “macho” alterou-se ao longo dos 14 anos do século XXI e tornou-se ambígua em sua norma popular latino-americana. Para alguns, a palavra designa covardia, violência, irresponsabilidade, desrespeito, egoísmo: aquele que tenta, a todo o momento, reafirmar a sua virilidade a fim de esconder a falta de personalidade positiva em si; enquanto para outros, o termo relaciona-se com a compreensão de coragem, responsabilidade, respeito, altruísmo, proteção: aquele que enxerga o relacionamento com seu companheiro em um grau democrático de igualdade. Enquanto a primeira oração designa uma visão machista do termo, relacionada ao patriarcado e à obsessão com poder e dominação, a segunda descreve um líder com compaixão, que preserva sua companheira das malícias da sociedade contemporânea. Ambas dialeticamente existem, meio à tantas outras, e se corrigem mutuamente e constantemente (FORTH, 2013).



Esta ambiguidade na terminologia e apreensão social do “macho” moderno é resultado da quebra do entendimento da virilidade, desconstruídos pelos estudos feministas e “pelos modos de vida e de trabalho das jovens gerações que foram beneficiadas pelo prolongamento dos seus estudos no liceu, pela aquisição de diplomas profissionais e por uma imagem da promoção social pelo trabalho intelectual” (PILLON, 2013, p. 389). A virilidade, no contexto atual, ressignificou suas marcas passadas (VIGARELLO, 2013), sendo assim resultado latente de uma edificação igualitária que levou à mutação dos direitos e do poder masculino, pautados no processo de industrialização e urbanização da sociedade moderna.

O que existe no aqui e no agora é a presença multiperspectívica de masculinos contemplados pela hegemonia, que desenham um universo simbólico vasto de significados, no qual, paradoxalmente, “o emprego ritualizado da violência, física ou verbal, constitui uma forma legítima de regulação dos conflitos e de autoafirmação” (PILLON, 2013, p. 392). Está aí, de forma complexa e regida pela luta de classes: edificou-se, popularmente, um “macho” que denota responsabilidade e heroísmo, mas que, ambigualmente, carrega em si certa autoafirmação, com um punhado de fascinação pela força física agressiva (FORTH, 2013), que exclui, combate e marginaliza o feminino em qualquer aspecto de sua identidade.

Nesta perspectiva, “definir a virilidade [atualmente] é [...], em primeiro lugar, excluir as antíteses supostas e postas do ser masculino – devendo o homem ser suficientemente inteiro e firme para que ele próprio saiba excluir: excluir o feminino e os de outra raça.” (CHAPOUTOT, 2013, p. 337). O estereótipo masculino contemporâneo hegemônico é ainda ancorado, neste contexto, à saúde, beleza, força e autossacrifício heroico (FORTH, 2013), que reclama e se edifica a partir de uma antítese considerada fraca, alienada e covarde. Todos estes fatores são legitimados pela violência simbólica e perpassados aos mais jovens por tradições institucionais (BOURDIEU, 2010) escolares e familiares, por exemplo, de modo que

A violência simbólica se institui por intermédio da adesão que o dominado não pode deixar de conceder ao dominante (e, portanto, à dominação) quando ele não dispõe, para pensá-la e para pensar, ou melhor, para pensar sua relação com ele, mais que de instrumentos de conhecimento que ambos têm em comum e que, não sendo mais que a forma incorporada da relação de dominação, fazem esta relação ser vista como natural [...] (BOURDIEU, 2010, p. 47).

A dominação masculina ocorre de forma insidiosa, exercida em ambas esferas sociais, sendo “fruto de um conjunto de processos educativos e sociais visando



perpetuar a dominação masculina” (BAUBÉROT, 2013, p. 207). Mesmo com a igualdade democrática conquistada a partir de 1980 através dos estudos acadêmicos e com as leis aprovadas, a superioridade masculina permaneceu, principalmente, no âmbito público, fundado na permanência de modelos de “comportamentos desvalorizadores, de desqualificações infinitas e sutis” (HAROCHE, 2013, p. 18).

A construção crítica dos gêneros atualmente perpassa a simples transposição de “papéis” destinados historicamente a cada sexo. Esta constante edificação está inscrita nas representações que são midiaticizadas na cultura, que respaldam, através de discursos e símbolos, sua força coercitiva através de desejos administrados pelo campo burocrático, religioso, escolar, jurídico e tantos outros da sociedade hodierna. Vive-se em uma cultura do simulacro (COURTINE, 2013b) que arquiteta uma “nova” virilidade por meio de um engendramento viril e de presença constante nos sistemas de comunicação.

Neste debate, a virilidade existe hoje em um sistema apresentavelmente democrático entre os sexos, mas que, contudo, ainda é alimentado pelas relações conflituosas do mundo masculino, marcado pela contradição evidente (BAUBÉROT, 2013), em que “a percepção da virilidade permanece profundamente dividida: um sentimento difundido de crise, de vulnerabilidade e de incerteza da identidade masculina, coexiste com a multiplicação agressiva de imagens, de exposições e de desfiles viris” (COURTINE, 2013b, p. 555). Este complexo homem contemporâneo substancia-se através de uma busca desenfreada por um verdadeiro sentimento de representatividade e poder diante os demais. Ele é recheado por conflitos subjetivos tangenciados pelo apelo social, que requisita dele polidez, mas, de alguma forma, também a agressividade da aventura. Ele é, em suma, produto interno de uma busca constante por dominação simbólica da própria virilidade.

O machismo patriarcal aqui é substancialmente estabelecido aos pitacos de determinada nostalgia pelos tempos passados (FORTH, 2013), em busca de um período histórico em que a virilidade já fora mais madura, presente. Estaria, nesta perspectiva, a virilidade contemporânea, então, em crise? É fato que “o modelo de homem adulto para o qual eles são convidados a crescer se tornou uma figura incerta, cuja masculinidade não é mais caracterizada pela posse dos atributos da dominação” (BAUBÉROT, 2013, p. 219). Contudo, neste caso, não é a virilidade que se encontra em crise, mas, sim, os indivíduos que adotam certas formas de masculinidade (FORTH, 2013) em busca de mais poder na sociedade. Estes diferentes modelos de “macho”, que variam entre “duro”



e “doce”, sustentam ligações dialéticas contraditas pela realidade da história – e, daí a sensação de uma crise. Como reflete Jean-Jacques Courtine,

Seriam nossas sociedades ainda viris, o homem viril não seria uma espécie em vias de extinção? É a projeção de obsessões do tempo biológico sobre o tempo histórico que inspira tais questões. É por isso, e é dessa forma, que o ideal de virilidade só pode se manter intacto pela eliminação da história. [...] A virilidade está sempre, necessariamente, em estado de crise, e ela está em crise cada vez que a realidade da história vem contradizer esse ideal de potência ao negar a impotência, cada vez que a história real contém fatores de desestabilização da potência masculina que a virilidade supõe existirem em permanência. Portanto, a crise é endêmica e assim permanecerá (COURTINE, 2013b, p. 568-569).

Retomando vagarosamente na história, a virilidade pareceu ter infinitos momentos de crise. Os seus “amolecimentos” são rememorados e remoídos de maneira ameaçadora pela dominação masculina, sendo períodos intensos de debates e repressão hegemônica destes novos modelos de masculinidade. Os surgimentos de mentalidades revolucionárias são cíclicos e contínuos, sendo fragmentos importantes para provocar as mudanças nas concepções dos períodos históricos. O gênero masculino que generaliza hegemonicamente o conceito ocidental de masculinidade atualmente é aquele que expressa sua fascinação pela agressividade, pela sexualidade e pelo caráter primitivo de seus corpos; é aquele que anuncia força em seus corpos, virilidade em seus posicionamentos ideológicos e que combate, em si e nos outros, quaisquer traços de feminilidade; é aquele que, a partir dos estudos feministas, sentiram um sentimento de traumatismo social autêntico proeminente (FORTH, 2013). Paradoxalmente, ele também é aquele que demonstra responsabilidade, altruísmo e proteção; que, através da aventura e de novas experiências, exala proteção e confiança e impõe respeito.

Assim como gênero, a virilidade é uma construção social, primordialmente cultural. Tentar definir, portanto, sua crise remonta a um quadro histórico que navega no tempo, demonstrando a insegurança masculina diante a progressão social dos gêneros e, neste momento, seria um círculo sem fim. A questão é que a contemporaneidade não deixa de dar exemplos e avatares midiáticos deste teor viril, que navega através de uma masculinidade hegemônica que exige dos homens características heroicas e, se vistas de perto, praticamente inalcançáveis. Aliás, é aqui, meio aos processos midiáticos e na construção cognitiva infantil, que o simulacro criado ainda redobra os ideais masculinos e esboça um padrão hegemônico. Crítica por crítica, navega-se no oceano inconstante da realidade.



### 3 A CRIANÇA MEDIATIZADA

A infância, na representação simbólica enquanto conhecemos, existe há apenas 400 anos. Se utilizarmos a palavra “criança” para designar aquilo que conhecemos na contemporaneidade, não se ultrapassa mais de cinco décadas. É a prensa tipográfica que, gradualmente, faz surgir na nova concepção moderna o sentido próprio de uma classe que se difere dos adultos; que precisa, primordialmente, de educação alfabetizada para o fomento de um indivíduo completo que entenda a complexidade dos pensamentos; que instaura a vergonha como fator conservador de instintos que precisam ser controlados (POSTMAN, 1999).

A Idade Média e suas representações culturais não mentem: submersos em um mundo estritamente oral e mantidos em uma mesma esfera social de relacionamentos, as crianças e adultos dividiam as mesmas instituições segregadoras (ARIÈS, 2006). O menino que aos sete anos estava hábil ao trabalho no campo e já conseguia entender algumas palavras, só se diferenciava dos mais velhos pela ausência da prática sexual regular e pela deficiência de combate na guerra, de restante, ele estava no mesmo patamar contextual que um adulto, de modo que “a falta de alfabetização, a falta do conceito de educação, a falta do conceito de vergonha – estas são as razões pelas quais o conceito de infância não existiu no mundo medieval” (POSTMAN, 1999, p. 31).

A perspectiva medieval generalizada era presente no fato dos adultos terem muitos filhos para que a subsistência da família pudesse ser garantida nos tempos difíceis, na esperança de que sobrevivessem ao alto índice de mortalidade infantil da época. Praticamente nada diferenciava ambas as esferas, como destaca Philippe Ariès (2006, p. 51), “[...] no mundo das fórmulas românticas e até o fim do século XIII, não existem crianças caracterizadas por uma expressão particular, e sim homens de tamanho reduzido [...]”. Para que se encontre uma mudança radical a fim de originar o mundo infantil seria preciso, antes, um solavanco na esfera adulta.

É a tipografia, com a possibilidade de datar livros de forma seriada e relativamente rápida com caracteres móveis, que instaurou, no início do século XVI, com Johann Gensfleisch Gutenberg, uma força revolucionária na vida intelectual da história e transformou os sentidos em todos os segmentos da atividade humana (GILMORE, 1952 *apud* POSTMAN, 1999), principalmente na cultura europeia. A invenção da prensa alterou as estruturas dos interesses, das características, dos símbolos e da natureza da comunidade.



A prensa tipográfica permitiu o surgimento de indivíduos únicos, focados em si e nos seus “eus”, que transcendiam a vida em comunidade de forma fundamental, de configuração tal que “[...] a tipografia criou um ambiente psicológico dentro do qual os reclamos de individualidade se tornaram irresistíveis” (POSTMAN, 1999, p. 41). Ao longo da explosão de conhecimento nos livros impressos, formou-se socialmente uma nítida diferença entre aqueles que podiam mergulhar na profundidade das leituras e os que não sabiam, ainda, se valer dos novos fatos e percepções.

O que aconteceu, simplesmente, foi que o Homem Letrado tinha sido criado. E ao chegar, deixou para trás as crianças. Pois, no mundo medieval, nem os jovens nem os velhos sabiam ler e seu interesse era o aqui e o agora, o ‘imediate e local’, como disse Mumford. É por isso que não havia necessidade da ideia de infância, porque todos compartilhavam o mesmo ambiente informacional e, portanto, viviam no mesmo mundo social e intelectual. Mas, quando a prensa tipográfica fez a sua jogada, tornou-se evidente que uma nova espécie de idade adulta tinha sido inventada. A partir daí a idade adulta tinha sido conquistada. Tornou-se uma realização simbólica e não biológica. Depois da prensa tipográfica, os jovens teriam de se *tornar* [grifo do autor] adultos e, para isso, teriam de aprender a ler, entrar no mundo da tipografia. (POSTMAN, 1999, p. 50).

Os estágios da infância ficaram explicitamente visíveis, distinguindo aqueles que possuíam a capacidade de controlar e superar a própria natureza; e aqueles que ainda precisavam se enquadrar nos moldes da sociedade. As crianças eram aquelas que falavam de modo diferente, vestiam-se de uma forma especial, aprendiam e pensavam singularmente e precisavam, sobretudo, adquirir um tipo de intelecto que se esperava de um bom leitor – isto é, pensar logicamente, manipular abstrações e dominar seus instintos. É possível afirmar que “a infância é análoga ao aprendizado da linguagem” (POSTMAN, 1999, p. 158).

Ao criar um mundo abstrato de pensamento, ao exigir que o corpo se subordinasse à mente, ao enfatizar as virtudes da contemplação – intensificou a crença na dualidade de mente e corpo que, por sua vez, encorajava um desprezo pelo corpo. A tipografia nos deu a mente desencarnada, mas nos deixou com o problema de como controlar o resto de nós. A vergonha foi o mecanismo pelo qual esse controle seria exercido (POSTMAN, 1999, p. 62).

Na sociedade, a partir de então, a organização das crianças foi construída em embate e em oposição à esfera adulta. A partir do controle paterno e da constante maturação de ideias, as crianças tornaram-se seres merecedores de uma atenção diferenciada. Para os infantes, agora imersos em um espaço de cautelosa arquitetura psicológica e cognitiva, os primeiros anos de suas vidas seriam destinados ao aprendizado. Atualmente, “[...] a linguagem que usamos para falar de crianças ainda



carrega dentro de si muitos dos postulados sobre a infância que foram estabelecidos no séculos dezoito e dezenove” (POSTMAN, 1999, p. 156), mesmo que ela não condiga mais com a realidade. Paradoxalmente, a história tratou de criar crianças que se tornam adultos antes de adultos deixarem de ser crianças.

#### **4 PINTANDO O SETE**

Fundada em maio de 1969 por Victor Civita, o periódico teve suas primeiras publicações realizadas até 1981 e ficou conhecida na época como a “revista brinquedo” (CORREIA, 2012). Mesmo em uma linguagem mais próxima da comunicação oral, do coloquialismo dia a dia das crianças, a *Recreio* foi retirada de circulação, voltando ao mercado editorial apenas 19 anos depois, em 2000. Segundo Fernanda Santos (SANTOS, 2014, p. 2 *apud* MIDAKit, 2014), atualmente a “*Recreio* ensina, diverte, desafia, estimula, surpreende e encanta a criança. Com um conteúdo editorial rico em assuntos que despertam interesse em meninos e meninas, ilustrações exclusivas e infográficos, a *Recreio* é a porta de entrada da criança no mundo da leitura”. Sendo a única revista infantil semanal no Brasil, a revista possui mais de um milhão de leitores com uma circulação semanal de 71 mil exemplares, sendo 23 mil obtidos exclusivamente a partir da assinatura. Em seu corpo editorial trabalham mais de 30 profissionais, envolvidos em sua dinâmica de criação jornalística, publicitária e artística (MIDAKit, 2014). Diante o seu público, 60% é composto por meninos e 40% de meninas, a grande maioria (44%) referentes as classes A e B, em que 18% possuem entre 6 e 7 anos, 33% de 8 a 9 anos e 49% entre 10 e 11 anos.

Produzida pela Editora Abril, a *Recreio* abrangeu diferentes seções ao longo de sua formulação nesta década, entretanto, algumas tornaram-se fixas como as “Curiosidades”, “Piadas” e “Mural”, pela indução dos próprios leitores. Em páginas extremamente coloridas, o periódico apresenta diferentes textos e passatempos que perpassam o tema das curiosidades científicas, o comportamento do meio ambiente selvagem e do próprio corpo humano. Diferentemente das primeiras publicações, em 1969, a atual marca editorial da *Recreio* é preenchida de publicidade em um cenário em que, até pouco tempo, não existia investimentos. Pelo constante desenvolvimento pedagógico de quem as consome, a *Recreio* se encaixa aí, como um suporte jornalístico de propostas inovadoras que dialoga com um público em efervescente formação cognitiva e psicológica.



O que navega aos olhos pelas páginas de conteúdo da 21ª edição é um assunto recorrente a maioria dos leitores da revista na época de sua publicação. O final das férias é um tema pautado nos testes, nos passatempos e, primordialmente, na matéria de capa. As férias interpretadas pela *Recreio* são aquelas preenchidas de diversão, experiências e aventuras e que, para as crianças, retornar ao espaço comum de seus amigos sem uma novidade fabulosa nos bolsos da mochila parece ser uma ideia assustadora (BROWN; LAMB; TAPPAN, 2009). Aos garotos, entretanto, a *Recreio* possui uma resposta rápida para isto: “não há nada que um pouco de mágica não resolva”.

A reportagem “Abracadabra! Descubra os segredos do incrível mundo da mágica” inicia ao trazer uma nova realidade aos seus leitores; uma *novidade* (TRAQUINA, 2008) narrada através da história “secreta” do que foi deixado no passado e que não é popularmente concebido nas salas de aula. As histórias do faraó Quéops, do mágico Harry Houdini e de Cristóvão Colombo, todos homens, são transcritas nas páginas em um discurso que opera a partir da aventura que é se tornar (ou mesmo se passar por) um mágico. O primeiro bloco de texto descreve, a partir de uma antiga inscrição egípcia, o “show” de mágica ocorrido há aproximadamente 5.000 anos, realizada por Dedi ao faraó<sup>5</sup>; o segundo narra o caso do conhecido Houdini que, em uma de suas apresentações, escapou de uma camisa de força e tornozeleiras, mesmo estando pendurado em uma viga na altura de nove andares<sup>6</sup>; o terceiro, por fim, ilustra como Colombo surpreendeu a todos os seus convidados colocando um ovo em pé durante um de seus banquetes<sup>7</sup>.

O comum entre as três histórias apresentadas é o ideário discursivo e intertextual fundado ao redor da ideia de aventureiro (VENAYRE, 2013). Dentre todas as figuras viris apresentadas aos jovens ao longo da história, a concepção de aventureiro se inscreve como uma das mais palpáveis, mais desejáveis e também mais recentes. A

---

<sup>5</sup> “Já faz um tempão... Uma antiga inscrição egípcia descreve um show de mágica ocorrido há quase 5.000 anos. A apresentação teria sido feita pelo mágico Dedi para o faraó Quéops. Há também uma antiga pintura egípcia que mostra um truque feito com copos e bolas. Alguns especialistas acreditam que a cena foi pintada por volta de 2.500 antes de Cristo. Esse tipo de truque é feito até hoje. Com bolinhas e copos, o mágico cria efeitos incríveis, fazendo objetos sumirem, trocarem de lugar ou mudarem de cor”.

<sup>6</sup> “Ninguém me segura! O mágico Harry Houdini ficou famoso no mundo inteiro por seus shows de incríveis escapadas. Em uma de suas apresentações, foi preso em uma camisa de força, amarrado pelos tornozelos e pendurado de cabeça para baixo em uma viga da altura de nove andares. Mesmo assim, conseguiu se soltar sem ajuda. Houdini nasceu em 1874, na Hungria, e viveu nos Estados Unidos”.

<sup>7</sup> “O segredo de Colombo. Certa vez Cristóvão Colombo, o navegador que descobriu a América, surpreendeu os convidados de um banquete com um truque legal. Ele colocou um ovo em pé! Para isso, sem que ninguém percebesse, Colombo achou a ponta do ovo, que provavelmente estava cozido”.

palavra é certamente antiga, mas até o século XIV, a ideia de aventureiro representava um personagem inquietante, desprezado. Vale lembrar os diversos filmes modernos que redimensionam de forma ambígua este personagem que, em constante batalha pela princesa do vale esquecido, é arquitetado como uma figura vista pela sociedade da época como um indivíduo insalubre – às vezes até mesmo como um anti-herói, como o conhecido Robin Hood<sup>8</sup>.

Figura 1: Reportagem principal apresentada aos leitores



Fonte: Revista *Recreio*

Progressivamente a figura infeliz do aventureiro foi tomada pela representação do explorador do mundo, aquele que vive à margem desbravando novos ambientes, construída à mercê das expedições eruditas e das guerras de conquistas coloniais dos novos continentes. “Esta palavra designava o europeu que partia para as regiões remotas do globo, sem outro recurso senão o seu espírito de aventura” (VENAYRE, 2013, p. 396). Considerados como figuras positivas e nobres, os aventureiros se tornaram, representativamente, a partir de 1920, a concepção daquele homem que partia em direção aos ambientes mais hostis e que se esforçava para sobreviver a fim de desvendar os segredos mais ocultos da Terra. O processo de heroificação valorizou a viagem e qualquer consequência que transcendesse a partir dela.

Um corpo musculoso, bronzado e capaz de enfrentar as aventuras de todos os tipos é o sonho de muitos meninos em fase de crescimento. Ainda longe do aumento de pelos ou de um bigode viscoso, a *Recreio* apresenta aos meninos uma forma paralela de

<sup>8</sup> Personagem da literatura popular que teria supostamente vivido no século XIII e roubava a nobreza com a intenção de alimentar os mais pobres.



se transformar em um aventureiro. A representação do mágico engloba em sua identidade a astúcia, uma maneira perspicaz de entreter (quer dizer, enganar) os demais e de apresentar um poder cognitivo perante o público.

Os “novos aventureiros”, assim,

[...] se encarnaram em dois tipos de homens diferentes: de um lado, aqueles que, aceitando a busca do recorde, enfeitavam de aventura as práticas que derivavam primeiro do esporte; do outro, aqueles que, recusando qualquer dimensão esportiva, somente procuravam a própria aventura, com o risco de repisar a aventura nas antigas concepções românticas da fuga exótica (VENAYRE, 2013, p. 421).

Os mágicos, neste prisma, orbitam a segunda categoria. Mais do que propriamente se aventurar nos desafios colocados, profissionalizar-se no âmbito da magia opera na construção da masculinidade tanto no campo de sua virilidade quanto na edificação relacional diante o público. Mais do que ser e portar-se enquanto homem, também é necessário, diante das instituições sociais, ser visto como um (COURTINE, 2013b). Para os pequenos meninos, portanto, projetar-se enquanto um mágico, no contexto da revista, surge do anseio de remodelar aquilo que ainda não se pode ser: verdadeiramente homem, visto positivamente no olhar de outrem.

Assim se segue por cinco páginas de conteúdo educativo sobre como fazer truques “superlegais”. Em “carta misteriosa”, “cadê a moeda?”, “o poder da mente”, “o mistério do lenço”, “bolso secreto” e “surpresa”, a *Recreio* ensina os caminhos para que o garoto torne-se um mestre das mágicas a partir de materiais acessíveis, como cola, papel, fita adesiva, lápis, tesoura e baralho. Em uma média de cinco passos, os textos deste manual explanam o que a criança vai precisar e quais os procedimentos para realizar o jogo de ilusões. O mais importante, destacado pelo periódico, é treinar muitas vezes, falar com firmeza, ser engraçado e jamais revelar os truques para ninguém. Para se aventurar neste universo é preciso, antes de tudo, ser disciplinado.

Nas páginas, o mágico é um menino que se mostra como o ativo da prática e, na maioria das cenas, como um indivíduo alegre e feliz. É interessante observar que em apenas uma cena o garoto é traçado com um semblante diferente. Ele se mostra concentrado, sagaz, com cuidado para tramar o corte no papel. A conquista, contudo, ainda é válida, presente. O regozijo em apresentar um novo truque aos colegas é discursado, nesta arquitetura informacional, como algo surpreendente, que deve ser colocado em prática. Um fato, porém, vale a análise: o público, quando composto por

meninas, é apresentado de forma assustada, boquiaberta; quando os meninos presenciam a cena, estão representados de forma alegre, satisfatória, assim como o mágico à frente.

Figura 2: Manual da revista apresenta passo-a-passo de como realizar truques de mágica



Fonte: Revista *Recreio*

Mesmo com a possibilidade de uma diversidade simbólica da prática ilustrativa, a *Recreio* aplica estereótipos femininos para apresentar e representar uma construção imagética do gênero feminino que se demonstra frágil, assustada, histórica. Segurando um urso de pelúcia na primeira página, a menina até mesmo se encurva para trás ao perceber a mágica do sujeito a sua frente; na próxima página, mesmo ao lado dos colegas, a menina, de perfil, se mostra igualmente boquiaberta diante o truque. A construção masculina se dá, novamente, em oposição à garota em disposição: é preciso ser aventureiro, bravo e viril para executar as tarefas a fim de impressionar os demais. Não é à toa que ele se porta também feliz quando é a plateia do mágico.

Com fascínio na representação de uma construção realística, as ilustrações da *Recreio* fundam um discurso que perdura no âmbito da analogia. As relações de semelhanças e observações obtidas através das leituras das imagens implicam na formação cognitiva e psicológica da criança, propondo edificações de discursos que existem enquanto uma abordagem que atrai ao olhar do leitor como referência. O mágico da revista reforça a ideia da masculinidade hegemônica (CONNELL; MESSERSCHMIDT, 2013) proposta ao longo do periódico. Não aquela que brinda exclusivamente com a virilidade, mas, também, a que tem como modelo homens



brancos de setores médios da população urbana. Daí a ideia de ascensão social, liderança, aventura e maturidade para representar um dos papéis de masculino edificadas na revista – aquele que é superior às mulheres e, principalmente, aos outros homens.

## 5 CONSIDERAÇÕES

Seja corajoso, arrojado, atrevido, respeitável, vi-go-ro-so! Esta é a mensagem que transpira a partir das páginas de conteúdo da *Recreio*. Em cada formação de conteúdo, do que é propriamente representado e do que está implícito, da divulgação de padrões e da busca por heróis contemporâneos, o menino transfigura-se nas folhas do periódico como um personagem que se constrói a partir de arquiteturas comportamentais e atitudes fomentadas através de uma representação masculina hegemônica. Nesta trama de configurações e parâmetros, a virilidade é circunspeta pela manutenção hegemônica do masculino – que, do alto de seu pedestal, coloca o menino rodeado por lapidações subjetivas que indicam, semanalmente, as novidades eletrizantes a serem rapidamente consumidas; que dizem a ele, constantemente, que se jogue na aventura que pode ser a vida.

O menino da *Recreio* surge em uma antropologia editorial que envolve uma gama de ícones imagéticos que apresentam, em sua convexidade de representações, personagens que navegam nas aventuras que é ser menino-macho. Está aí, a representação masculina da *Recreio* opera na tangente da figura impetuosa máscula, aquela que, na prática cotidiana de novos ensinamentos e novas experiências, constrói a si como um sujeito ativo na contemporaneidade a partir de concepções de aventura, de idealizações passageiras. Mais do que simplesmente ser e se transformar neste discurso, o garoto ideal também precisa compreender o maquinário de sua subjetividade – e a *Recreio* oferece, semanalmente, esta oportunidade. Aliado à um jornalismo sintético e fluído, em textos breves e jogos desconexos, o periódico propõe em suas seções a maturação diante a ideia do que é “ser homem” – e em um momento de fomentação cognitiva e construção identitária infantil, isto pode ser muito importante: ter alguém, mesmo que ficcional, a quem se apoiar para justificar atitudes e diálogos é uma inspiração necessária na estrutura psicológica infantil.

O discurso infantil da *Recreio* é formado, portanto, pelos seus interdiscursos que a constituem. É neste âmbito de controvérsias, de apagamento feminino e poder masculino, que o periódico estabelece um universo “ingênuo” de entretenimento e



consumo, que aciona sentimentos viris e tornam os desejos dos leitores mais “reais” no imaginário do saber e do poder, constantemente atravessados por meta-aprendizados sobre seu comportamento. Diante as edições aqui analisadas e o preâmbulo cultural enredado, há de se tomar um posicionamento claro: precisa-se de um jornalismo educacional (SCHAUN, 2002) para as crianças, com urgência. Carece-se de jornalistas que, depois de crianças, entendam figurativamente o que é, justamente, a infância.

Uma saída? Os estudos da Educomunicação, combinados ao campo feminista, implicam uma abordagem diferenciada, que vislumbra, na dimensão expressiva do meio social, a realização de intervenções díspares dos historicamente já concebidos. Ao propagar uma forma de relacionamento que favorece construções democráticas, abertas e criativas diante os espectros da sociedade patriarcal é possível se diferenciar no mercado editorial. A Educomunicação surge como um método não-formal alternativo de experimentação, em uma espinha dorsal que tem, enquanto cerne, o diálogo como ferramenta de construção coletiva, autônoma e, primordialmente, cidadã. É isto, precisa-se de um jornalismo para crianças que encare o ambiente cultural através de uma ótica emancipatória.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ARIÈS, Phillipe. **História social da criança e da família**. Rio de Janeiro: LTC, 2006.
- BAUBÉROT, Arnaud. Não se nasce viril, torna-se viril. In: CORBIN, Allan; COURTINE, Jean-Jacques; VIGARELLO, Georges. (Org.) **História da Virilidade: a virilidade em crise? Século XX-XXI**. 3 v. Petrópolis: Vozes, 2013.
- BOURDIEU, Pierre. **A dominação masculina**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002.
- BROWN, Lyn M.; LAMB, Sharon; TAPPAN, Mark. **Packaging Boyhood – Saving Our Sons from Superheroes, Slackers & Other Media Stereotypes**. Nova York: St. Martin’s Press, 2009.
- CAROL, Anne. A virilidade diante da medicina. In: CORBIN, Allan; COURTINE, Jean-Jacques; VIGARELLO, Georges. (Org.) **História da Virilidade: a virilidade em crise? Século XX-XXI**. 3 v. Petrópolis: Vozes, 2013.
- CHAPOUTOT, Johann. Virilidade fascista. In: CORBIN, Allan; COURTINE, Jean-Jacques; VIGARELLO, Georges. (Org.) **História da Virilidade: a virilidade em crise? Século XX-XXI**. 3 v. Petrópolis: Vozes, 2013.
- CONNELL, Robert W.; MESSERSCHMIDT, James W. Masculinidade hegemônica: repensado o conceito. In: **Revista Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 21 n. 1, jan.-abril. 2013.



CORBIN, Allan; COURTINE, Jean-Jacques; VIGARELLO, Georges. (Org.) **História da Virilidade: a virilidade em crise? Século XX-XXI**. 3 v. Petrópolis: Vozes, 2013.

CORREIA, Ligia. O consumo cultura na infância como um aprendizado para a formação de cidadãos. **Anais do VII Congresso Português de Sociologia**. Universidade do Porto, 2012. Disponível em: <[http://www.aps.pt/vii\\_congresso/apers/finais/PAP1142\\_ed.pdf](http://www.aps.pt/vii_congresso/apers/finais/PAP1142_ed.pdf)>. Acesso em: 8 de jan. 2014.

FORTH, Christopher E. Masculinidades e virilidades no mundo anglófono. In: CORBIN, Allan; COURTINE, Jean-Jacques; VIGARELLO, Georges. (Org.) **História da Virilidade: a virilidade em crise? Século XX-XXI**. 3 v. Petrópolis: Vozes, 2013.

HAROCHE, Claudine. Antropologias da virilidade: o medo da impotência. In: CORBIN, Allan; COURTINE, Jean-Jacques; VIGARELLO, Georges. (Org.) **História da Virilidade: a virilidade em crise? Século XX-XXI**. 3 v. Petrópolis: Vozes, 2013.

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

MIDIAKIT da Revista Recreio, 2014. Disponível em: <<http://www.publiabril.com.br/marcas/21/download-media-kit>>. Acesso em: 13 de nov. 2014.

PILLON, Thierry. Virilidade operária. In: CORBIN, Allan; COURTINE, Jean-Jacques; VIGARELLO, Georges. (Org.) **História da Virilidade: a virilidade em crise? Século XX-XXI**. 3 v. Petrópolis: Vozes, 2013.

POSTMAN, Neil. **O desaparecimento da infância**. Rio de Janeiro: Grafhia Editorial, 1999.

**RECREIO**. São Paulo: Abril, n. 21, 3 ago. 2000b. Semanal.

SCHAUN, Ângela. **Educomunicação. Reflexões e princípios**. Rio de Janeiro: Mauad, 2002.

TAMAGNE, Florence. Mutações homossexuais. In: CORBIN, Allan; COURTINE, Jean-Jacques; VIGARELLO, Georges. (Org.) **História da Virilidade: a virilidade em crise? Século XX-XXI**. 3 v. Petrópolis: Vozes, 2013.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo: a tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional**. Florianópolis: Insular. 2 ed. 2008.

VENAYRE, Sylvain. A virilidade ambígua do aventureiro. In: CORBIN, Allan; COURTINE, Jean-Jacques; VIGARELLO, Georges. (Org.) **História da Virilidade: a virilidade em crise? Século XX-XXI**. 3 v. Petrópolis: Vozes, 2013.

VIGARELLO, Georges. Treinar. In: CORBIN, Alain; COURTINE, Jean-Jacques; VIGARELLO, Georges (Org.). **História do corpo: as mutações do olhar - o século XX**. Petrópolis: Vozes, 2013.