

UNIVERSIDADE ESTADUAL DO CENTRO-OESTE  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM LETRAS

**SER HOMEM: A REPRESENTAÇÃO DAS MASCULINIDADES NA  
REVISTA CURITIBANA *O OLHO DA RUA***

**JÉSSICA LANGE DE DEUS**

GUARAPUAVA

2016

**JÉSSICA LANGE DE DEUS**

**SER HOMEM: A REPRESENTAÇÃO DAS MASCULINIDADES NA  
REVISTA CURITIBANA *O OLHO DA RUA***

Dissertação apresentada como requisito parcial  
à obtenção de grau de Mestre em Letras, Curso  
de Pós-Graduação em Letras, área de  
Concentração Interfaces entre Língua e  
Literatura, da Unicentro.

Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Níncia Cecília Ribas  
Borges Teixeira

GUARAPUAVA

2016

Ficha elaborada pela Biblioteca da Unicentro-Guarapuava, Campus Santa Cruz

D486s Deus, Jéssica Lange de  
Ser homem: a representação das masculinidades na revista curitibana *O Olho da Rua* / Jéssica Lange de Deus.– Guarapuava: Unicentro, 2016. x, 123 f.

Dissertação (Mestrado) - Universidade Estadual do Centro-Oeste, Programa de Pós-Graduação em Letras; área de concentração: Interfaces entre Língua e Literatura.

Orientadora: Profa. Dra. Níncia Cecília Borges Teixeira;  
Banca examinadora: Profa. Dra. Lucia Osana Zolin, Prof. Dr. Márcio Fernandes.

#### Bibliografia

1. Masculinidades. 2. Identidade. 3. Gênero. 4. Revista. 5. Memória. I. Título. II. Programa de Pós-Graduação em Letras.

CDD 20. ed. 302.2324081

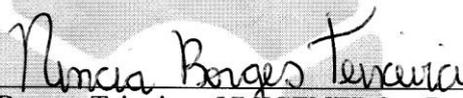


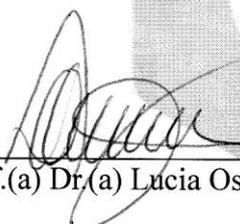
**TERMO DE APROVAÇÃO**

**Jéssica Lange de Deus**

**SER HOMEM: A REPRESENTAÇÃO DAS MASCULINIDADES NA REVISTA  
CURITIBANA O OLHO DA RUA**

Dissertação aprovada em 30/01/2017 como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre no Curso de pós-Graduação em Letras, da Unicentro Estadual do Centro-Oeste, UNICENTRO, área de concentração Interfaces entre Língua e Literatura, pela seguinte Banca Examinadora:

  
Prof.(a) Dr.(a) Níncia Cecília Borges Teixeira - UNICENTRO – Presidente/Orientador(a)

  
Prof.(a) Dr.(a) Lucia Osana Zolin – UEM - Membro Titular

  
Prof.(a) Dr.(a) Márcio Fernandes – UNICENTRO – Membro Titular

## **AGRADECIMENTOS**

À professora Dr<sup>a</sup> Níncia Cecília Ribas Borges Teixeira, por todo o conhecimento compartilhado, pelas palavras de incentivo, em especial, por acreditar no meu trabalho. Agradeço também pela paciência e compreensão em todas as fases da pesquisa. Por ter sido a luz norteadora que guiou minha vida acadêmica, desde a graduação em Jornalismo até o mestrado em Letras. Serei sempre grata pelas suas orientações, pelas oportunidades que me proporcionou, pela confiança e pela disponibilidade. Certamente, os frutos que colho agora, foram plantados com auxílio das suas mãos alguns anos atrás. Obrigada por ser exemplo de mulher, de profissional;

Aos membros da banca, professora Dr<sup>a</sup> Lúcia Osana Zolin e professor Dr. Marcio Fernandes, agradeço pela disponibilidade com que aceitaram nosso convite, pela leitura e visão crítica do trabalho, trazendo contribuições à discussão nele proposta;

Aos professores do Programa de Pós-Graduação em Letras da Unicentro, por todo o conhecimento compartilhado, pela riqueza das aulas, por auxiliarem na ampliação da minha visão de mundo, contribuindo para o meu desenvolvimento acadêmico e também pessoal;

Aos meus pais, Carlos e Marli, por todo o apoio dado, por me darem suporte para chegar até aqui, sendo meus maiores exemplos de amor, coragem, honestidade e fé. Por me ensinarem a ter foco e determinação, não permitindo que a palavra “desistir” entrasse no vocabulário.

Ao meu amor, Vitor Gabriel, por estar presente em todos os momentos, me dando força e incentivo para continuar a caminhada. Agradeço também, a compreensão e paciência que teve, em especial, nos momentos em que estive ausente. Obrigada por sempre acreditar em mim, por deixar minha vida mais leve e por me ajudar a realizar mais esse sonho!

A todos os colegas do mestrado, pelos momentos únicos, de partilha de conhecimentos e experiências, vividos dentro e fora da sala de aula. Em especial,

aos amigos Jasmine e Bryan, com quem vivi grande parte dos momentos dessa etapa acadêmica. Meu sincero muito obrigado por toda a ajuda, pelas conversas, pelas risadas, por dividirem as dúvidas, pelo incentivo mútuo, por darem força e compartilharem cada conquista comigo. Vocês serão sempre lembrados;

À amiga Karin Detlinger por todo apoio, pelas viagens, por se fazer sempre presente, comemorando cada conquista, cada objetivo alcançado. Muito obrigada!

Aos demais amigos e familiares que torceram por mim, que me disseram palavras de incentivo, que me ajudaram nessa fase tão especial;

À Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), pela bolsa de estudos que me possibilitou a dedicação exclusiva aos estudos e em especial, ao desenvolvimento dessa pesquisa;

À Biblioteca Pública do Paraná por permitir consultas ao acervo, bem como, pela autorização para utilização das imagens nesse trabalho;

E a Deus, acima de tudo, por ter sido fonte de paz e conforto nos momentos mais complicados, por cuidar da minha vida, permitindo que eu chegasse até aqui, tirando esse sonho do papel e transformando-o em realidade. Minha eterna gratidão!

## RESUMO

Discutir sobre masculinidades não é um trabalho fácil, visto que a problematização destas só ganhou força a partir da década de 1990 nas Ciências Humanas. A nossa sociedade, de um modo geral, é um bom observatório para que possamos analisar e buscar compreender como os padrões e estereótipos que pairam sobre os gêneros, seja masculino ou feminino, são constituídos. A cultura, bem como seus produtos, entre eles, os meios de comunicação servem como fontes para os mais variados estudos. Por ser um terreno fértil, escolhemos a revista *O Olho da Rua* como objeto de pesquisa. O periódico foi publicado de 1907 até 1911 em Curitiba, no Paraná, se caracterizando por suas publicações recheadas de humor e ironia, percorrendo temas desde política até religião. O objetivo do presente trabalho é entender e analisar como as masculinidades, em especial, do homem religioso, político e trabalhador, estão representadas no referido meio impresso e de que forma essas masculinidades se aproximam ou se distanciam do modelo de masculinidade hegemônica. Para isso, servirão como base as imagens/ilustrações e seus respectivos textos, visto que, as revistas ilustradas eram tendência no início do século XX. Também procuramos contribuir para as reflexões acerca da representação do homem paranaense nas primeiras décadas do século XX. Isso será a partir dos princípios dos Estudos Culturais britânicos e de sua vertente, os Estudos de Gênero, bem como das teorias de gênero e masculinidades propostas por Joan Scott (1995), Robert Connell (1997), Michael Kimmel (1997), Sócrates Nolasco (1993), Elisabeth Badinter (1993), Pierre Bourdieu (2009) e Miriam Grossi (1998). Também refletiremos sobre o papel da mídia impressa como um lugar de memória, utilizando como fio norteador, as concepções de Pierre Nora (1993). É por meio da memória que temos acesso a conteúdos publicados no século passado, nos permitindo conhecer como eram os comportamentos, padrões e valores da época. Sabemos que tanto a construção de gênero quanto a identidade são plurais, como afirmado por Stuart Hall (2001) e Zygmunt Bauman (2005), e que devem ser pensadas a partir das influências do meio social, cultural e histórico nos indivíduos. Desse modo, a mídia trabalha como uma forma de criar, disseminar e contribuir para a consolidação de estereótipos, sugeridos para homens e mulheres.

**PALAVRAS-CHAVE:** masculinidades, identidade, gênero, revista, memória.

## ABSTRACT

Argue on masculinities is not an easy task, since the problematization of these only started to gain strength in the 1990s in Human Sciences. Our society, in a general way, is a good observatory to analyze and try to understand how patterns and stereotypes that hover over genres, whether they are male or female, are made. Culture, as well as its products, such as the media, serve as sources for various studies. Taking this into consideration, we chose the magazine *O Olho da Rua* as research object. The magazine was published from 1907 to 1911 in Curitiba, in the state of Parana, characterized by its publications stuffed with humor and irony, ranging from themes such as politics to religion. The objective of this research is to understand and analyze how masculinities, in special the one of the religious, political and working man, are represented in the referred printed media, and how these masculinities approach or distance from the hegemonic masculinity model. To this purpose, will serve as basis for the research the magazine's images/ illustrations and its respective texts, whereas, illustrated magazines were a tendency in the early twentieth century. We also intent to contribute for the reflection regarding the representation of man, that lived in the Parana state during the time of the magazine's publications. The research is based on the principles of the British Cultural Studies and its aspect, the Gender Studies, as well as gender theories proposed by Joan Scott (1995), Robert Connell (1997), Michael Kimmel (1997), Sócrates Nolasco (1993), Elisabeth Badinter (1993), Pierre Bourdieu (2009) and Miriam Grossi (1998). We will also reflect on the role of printed media as a place of memory, for so, we use as guide the conceptions of Pierre Nora (1993). It is through memory that we have access to contents published in the last century, allowing us to know how were the behaviors, standards and ideals of that time. We know that both gender and identity construction are plural, as stated by Stuart Hall (2001) and Zygmunt Bauman (2005), and that they must be thought from the influences of the social, cultural and historical environment in individuals. Therefore, media works as a form to create, spread and contribute to the consolidation of stereotypes, which are constantly suggested for both men and women.

**KEYWORDS:** Masculinities, identity, gender, magazine, memory

## SUMÁRIO

<b>1 CONSIDERAÇÕES INICIAIS</b> .....	11
<b>2 ESTUDOS CULTURAIS: RELAÇÕES ENTRE MÍDIA, GÊNERO E IDENTIDADE</b> .....	16
2.1 Identidades múltiplas, móveis e flutuantes.....	25
2.2 A revista como lugar de memória contemporânea e representação .....	30
<b>3 CONSTRUINDO HOMENS E MULHERES: O GÊNERO EM PERSPECTIVA</b> .....	40
3.1 As masculinidades na esfera dos Estudos de Gênero.....	51
3.2 As masculinidades não caem do céu, mas nascem na terra: do determinismo biológico à construção social .....	55
3.3 Masculinidades múltiplas e hierarquizadas: da hegemonia à marginalização .	63
<b>4 CURITIBA NO INÍCIO DO SÉCULO XX: DE CIDADE INTERIORANA À URBE MODERNA</b> .....	68
4.1 Nas páginas d' <i>Olho da Rua</i> : crítica, irreverência e humor .....	72
4.2 Masculinidades e religiosidade: constituindo homens.....	76
4.2.1 Se opondo ao clero: a figura religiosa nas páginas d' <i>Olho</i> .....	77
4.3 Masculinidades e política: estabelecendo relações de poder .....	88
4.3.1 O homem e a política paranaense nas páginas d' <i>Olho da Rua</i> .....	90
4.4 Masculinidades e trabalho: o homem do campo e o da cidade .....	102
4.4.1 O homem trabalhador nas ilustrações da revista <i>O Olho da Rua</i> .....	103
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	114
<b>6 REFERÊNCIAS</b> .....	118

## ÍNDICE DE IMAGENS

Imagem 1 revista <i>O Olho da Rua</i> , nº 9, 1911.....	74
Imagem 2 - revista <i>O Olho da Rua</i> , nº 34, 1908.....	78
Imagem 3 - revista <i>O Olho da Rua</i> , nº 54, 1909.....	82
Imagem 4 - revista <i>O Olho da Rua</i> , nº 58, 1909.....	84
Imagem 5 - revista <i>O Olho da Rua</i> , nº 31, 1908.....	86
Imagem 6 - revista <i>O Olho da Rua</i> , nº 22, 1908.....	91
Imagem 7 - revista <i>O Olho da Rua</i> , nº 14, 1907.....	93
Imagem 8 - revista <i>O Olho da Rua</i> , nº 14, 1907.....	95
Imagem 9 - revista <i>O Olho da Rua</i> , nº 6, 1907.....	99
Imagem 10 - revista <i>O Olho da Rua</i> , nº 11, 1907.....	104
Imagem 11 - revista <i>O Olho da Rua</i> , nº 24, 1908.....	108
Imagem 12 - revista <i>O Olho da Rua</i> , nº 25, 1908.....	110
Imagem 13 - revista <i>O Olho da Rua</i> , nº 8, 1907.....	112

*“Eu argumentava que já havia completado onze annos, porém logo me contestavam que eu era ainda um pirrolho e que era portanto, muito cedo para abandonar aquellas calcinhas que me mostravam as gambias [...] No collegio via outros meninos cujas calças cobriam elegantes sobre o peito do pé [...] pareciam já uns homens, enfiados nas suas soberbas calças compridas. Agua molle em pedra dura...enfim lá por um bello dia resolveram satisfazer-me o infantil capricho: fizeram-me as almeçadas calças [...] Domingo estreei-as e a segunda-feira [...] apresentei-me com ella no collegio sendo vivamente felicitado e causando o maior despeito entre os meus collegas que andavam ainda com as canellas à mostra. Era de ver se o meu enthusiasmo, a minha pose, dentro daquellas calças, que finalmente conseguira, apóz tamanha luta. Uma semana inteira deixei transparecer o meu orgulho, metido nas minhas calças novas, já me suppondo um moço. Mas findos esses sete dias verdadeiramente felizes, obrigaram-me a mudal-as e como compridas só possuía aquellas, na outra segunda-feira tive de apresentar-me com as pernas em exposição. Uma tremenda raiva, um trote pavoroso, obrigando-me a abandonar as calças compridas, até que os tivesse em numero sufficiente, para não mais vestir as curtas”*

*(Clecio Diniz)*

*“Todas as vitórias ocultam uma abdicação”*

*(Simone de Beauvoir)*

## 1 CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Caro leitor,

Neste estudo, a revista *O Olho da Rua* mostra logo em sua primeira edição a que veio: ser um periódico diferenciado, livre de amarras ou dependências políticas/partidárias e que buscava, por meio do humor e da crítica, marcar sua presença.

O Olho da Rua, por isso, não se define assim, com rutilancias de lantejoulas e malacachetas, fazendo solenes promessas: Não queremos ficar sujeitos a voto algum, a rota alguma que norteie nossos actos. Queremos voar, livres de peias, em busca de simples illusões, embora, mas que sejam ao menos suaves como uma alfombra onde possamos adormecer sonhando os nossos sonhos de futuro (O OLHO DA RUA, 1907, s/p<sup>1</sup>).

Podemos dizer que o “olho da rua” é um lugar indefinido, comumente relacionado com o desemprego. O olho da rua pode ser também um ponto privilegiado, de onde se pode ver tudo o que acontece na cidade. Acreditamos que é essa segunda proposta a que mais se enquadra na revista. Em meio às descobertas e efervescências vivenciadas no período da modernidade, que compreende em especial o século XX, o periódico, que foi publicado de 1907 a 1911, em Curitiba no Paraná, trouxe por meio de crônicas, textos opinativos, anúncios publicitários e muitas ilustrações, aspectos sobre a vida curitibana, entrelaçando política, sociedade, economia e cultura.

É na cultura que nosso olhar aqui se volta. Afinal, tamanha é a sua importância no contexto social, que ela se tornou a temática fundadora dos Estudos Culturais britânicos. Sob a luz dos pensamentos advindos dos estudiosos de Birmingham, focando no viés dos Estudos de Gênero, em especial, das masculinidades, e também mostrando que a revista se constitui com um lugar de memória, investigamos como são representadas as masculinidades na mídia impressa paranaense do início do século XX. Para isso, foram utilizadas como

---

<sup>1</sup> Os textos apresentados da revista *O Olho da Rua* seguem a ortografia da época.

*corpus*, as capas da revista *O Olho da Rua*, assim como os textos e ilustrações que compõem suas páginas.

Para melhor entendimento, faz-se importante destacar que a revista quinzenal *O Olho da Rua* foi uma das que tiveram maior duração de publicação na referida época, se comparada a outras revistas como, por exemplo, *A Carga*, que foi publicada de 1907 a 1908. A aceitação d'*Olho da Rua* pelo público foi tão grande que no ano de 1908 sua tiragem pulou de dois mil exemplares para quatro mil exemplares, segundo dados do *site Revistas Curitibanas*<sup>2</sup>. As capas possuem uma riqueza de cores e detalhes que chamam a atenção, desde a escolha da tipografia que viria a compor o título até a ilustração que toma conta da página. Há sempre um tom de humor, de sátira, um jogo de palavras que faz *link* com a imagem.

Embora nossa proposta de pesquisa não seja tão audaciosa, procuramos incentivar reflexões sobre a construção das identidades do homem paranaense, contribuindo para o debate sobre a representação de gênero, neste caso, o masculino. Aqui foram observados os aspectos dessas masculinidades, que em determinados momentos se aproximam do conceito de masculinidade hegemônica proposto por Robert Connell (1997) e em outros, se distanciam. Esse modelo-padrão que dita o 'ser homem', nada mais é do que uma normatização imposta pela sociedade, que engloba comportamentos e ações, os quais muitas vezes acabam sendo naturalizados.

Nossa metodologia se baseou na revisão bibliográfica e na hermenêutica, que se constitui como um método advindo da interpretação de textos históricos, sagrados, clássicos e jurídicos. Aqui, a hermenêutica foi utilizada para a análise de imagens/ilustrações da revista *O Olho da Rua*, devido à sua ampla aplicação em objetos de estudo, pois, como afirma Hans-Christoph Köller (2003) *apud* Wivian Weller (2007, p.5), "a interpretação hermenêutica no âmbito das metodologias qualitativas atuais busca reconstruir os processos interativos, que produzem o "sentido prático" ou a construção social da realidade".

Esse aporte teórico diz respeito aos Estudos Culturais, Estudos de Gênero, masculinidades, identidades, memória e representação, onde, por meio de teorias, foram tidos os fundamentos necessários para a reflexão e análise do objeto em estudo. Os Estudos Culturais se constituem como um campo interdisciplinar, que

---

<sup>2</sup> Revistas Curitibanas. Disponível em: <<http://www.revistascuritibanas.ufpr.br/>> Acesso em 25 jun. 2016.

permite o diálogo entre as mais diferentes disciplinas além de dar abertura para que objetos até então banalizados pela academia, como era o caso das revistas e demais produtos da mídia, pudessem ser investigados.

No segundo capítulo deste trabalho, apresentamos os pressupostos teóricos sobre os Estudos Culturais, desde sua formação na Universidade de Birmingham, até sua consolidação como campo de pesquisa acadêmica. Nessa trajetória, nosso olhar se deteve em mostrar as ligações entre os estudos da cultura e a comunicação, buscando compreender como esse novo e importante campo de estudos, contribuiu para o desenvolvimento de pesquisas sobre objetos produzidos pela mídia como as revistas, jornais, filmes, programas de televisão, entre outros.

Neste mesmo capítulo, as ligações entre Estudos Culturais e Estudos de Gênero, ocorridas na década de 1970, estiveram em pauta. Esse novo eixo de investigação propiciou que os estudos feministas ganhassem força e se disseminassem, envolvendo questões de identidade e subjetividade. As hierarquias sexuais também foram colocadas em debate, culminando para que não somente as feminilidades fossem repensadas, mas também, dando espaço para as masculinidades. Para tal, o embasamento teórico se deu por Maria Elisa Cevalco (2008), Ana Carolina Escosteguy (2006; 2010), Armand Mattelart e Érik Neveu (2004), etc.

Ainda neste capítulo, foi discutido o conceito de identidade, como um componente importante da noção de gênero. Com base nos pressupostos de Stuart Hall (2001) e Zygmunt Bauman (2005), é perceptível que a identidade dos sujeitos, antes tida como fixa e imutável, com a pós-modernidade se torna fragmentada, flutuante e mutável. Além disso, assume caráter de pluralidade, devendo ser vista como “as identidades” de cada indivíduo.

O conceito de representação discutido por Roger Chartier (2001) também foi abordado, afinal, as imagens assim como textos, carregam inúmeras representações, em especial, as de gênero. Homens e mulheres são representados nas páginas da revista *O Olho da Rua*, nos possibilitando conhecer quais eram os papéis atribuídos para cada um, os comportamentos que se esperavam, como deveriam se portar, se vestir, entre tantos outros. O periódico torna-se, assim, um lugar de memória, como afirmado por Pierre Nora (1993), onde os fatos são registrados, cristalizados, ancorados, para que agora no século XXI, possamos ter acesso a esse material, produzido nas primeiras décadas do século XX.

No capítulo três, foi explanado o conceito de gênero, seguindo os preceitos propostos por Joan Wallach Scott (1995), Guacira Lopes Louro (1997) e Miriam Pillar Grossi (1998), entre outros. De fato, o gênero é uma construção social, uma prática que envolve as relações entre homens e mulheres, não podendo ser reduzido ao determinismo biológico. Para entender o gênero é preciso levar em consideração que o mesmo entrelaça raça, sexo, etnia, grupos sociais, instituições como Igreja, Estado e família, ou seja, não é imanente ao indivíduo, pois se constitui em cada ato, comportamento, interação, cultura e sociedade.

Do mesmo modo, as masculinidades são construídas, afinal de contas, “Não se nasce homem, torna-se homem”, parafraseando a célebre frase de Simone de Beauvoir. Como afirmado por Elisabeth Badinter (1993), o “ser homem” exige provas constantes da masculinidade. É preciso comprovar a todo instante que é “macho”, distanciando-se da feminilidade e da homossexualidade. Connell (1997) assegura que a masculinidade deve ser entendida no plural, “as masculinidades”, pois, não existe apenas uma, mas várias. Dessa forma, o mesmo homem pode fazer parte do sistema patriarcal, ser trabalhador, forte, viril. É preciso ressaltar que essas masculinidades assumem caráter mutável, ou seja, variam em cada sociedade, cada época e cada cultura, portanto, o que era esperado para um homem no início do século XX, não é o mesmo que se espera dos homens do século XXI.

Apresentar a revista *O Olho da Rua* e conhecer o contexto histórico em que ela se insere foram os objetivos da primeira parte do capítulo quatro. É possível perceber que a modernidade influenciou a cultura das primeiras décadas do século XX. Nota-se que os temas como a maior circulação de automóveis pelas ruas, a urbanização de Curitiba, as inovações e “novidades” tecnológicas como o gramofone e a expansão da indústria cosmética são assuntos recorrentes nas páginas do periódico. Havia certo espanto por parte dos colaboradores da revista com essas mudanças que estavam acontecendo na sociedade, e, em alguns textos, o tom crítico prevalecia.

No capítulo quatro, a análise dos três tipos principais de masculinidades encontradas n’*Olho da Rua*, ganhou destaque. As representações das masculinidades do homem religioso, político e trabalhador estiveram presentes em grande parte das edições da revista. Isso se deve ao fato de que o periódico se declarava anticlerical ferrenho, crítico das atitudes e artimanhas realizadas pelos políticos do Estado, assim como, apresentava por meio de imagens e textos, figuras

relacionadas com o homem e o trabalho, reforçando a ideia de que para ser bem visto socialmente e adquirir independência financeira, o homem precisava trabalhar.

No último capítulo trouxemos as considerações finais a respeito da análise da representação das masculinidades do homem religioso, político e trabalhador na revista *O Olho da Rua*. Com essa pesquisa buscamos contribuir para o entendimento a respeito das masculinidades do homem paranaense do início do século XX, bem como seus estereótipos vigentes na sociedade da época. Além disso, procuramos instigar discussões acerca do gênero, em especial o masculino, que por muito tempo foi deixado à margem nas pesquisas acadêmicas.

## 2 ESTUDOS CULTURAIS: RELAÇÕES ENTRE MÍDIA, GÊNERO E IDENTIDADE

Os Estudos Culturais surgem a partir de uma abordagem multidisciplinar e crítica da cultura, que passa a ser vista como uma prática social, legitimando até mesmo a cultura popular que por muito tempo foi deixada de lado. O que se buscava era repensar a cultura, assim como suas novas articulações, levando em consideração que a sociedade estava em constante mudança, nos aspectos econômicos, políticos, históricos e culturais. O termo 'cultura' deveria ser analisado fora das amarras do tradicionalismo intelectual. Segundo Bill Schwarz *apud* Ana Carolina Escosteguy (2006), o que se buscava era ultrapassar os limites da disciplina e romper as barreiras da tradição acadêmica, configurando-se como uma área de investigação e intervenção.

O campo dos Estudos Culturais surgiu de forma organizada por meio do *Centre for Contemporary Cultural Studies* (CCCS), um centro de pesquisas de pós-graduação, diante da alteração dos valores tradicionais da classe operária da Inglaterra pós-guerra. Em 1964, na Universidade de Birmigham, Richard Hoggart, inspirado em sua pesquisa *The Uses Of Literacy* (1957), funda o Centro. Inicialmente vinculado ao Departamento de Língua Inglesa da Universidade, o CCCS tinha como objetivo investigar as mudanças sociais e analisar as formas, as instituições e as práticas culturais das sociedades contemporâneas.

Nas palavras de Armand Mattelart e Érik Neveu (2004, p. 56), "o Centro foi um caldeirão de cultura de importações teóricas, de trabalhos inovadores com objetos julgados até então indignos do trabalho acadêmico", com isso, possibilitou que fossem realizadas pesquisas envolvendo literatura, antropologia, sociologia, semiótica, linguística, comunicação, psicologia, gênero, entre tantas outras vertentes do conhecimento, vindo a contribuir assim para a transformação do pensamento acadêmico. Para Norma Schulman (1993), os Estudos Culturais de Birmingham foram criados para atender um vazio intelectual (e político) em uma sociedade altamente estratificada, cujo sistema de ensino superior foi construído ao longo de linhas disciplinares tradicionais.

Os Estudos Culturais iniciaram como um empreendimento marginal que se desligava então, das disciplinas e universidades tidas como consagradas. Esse interesse por questões culturais surgiu na Inglaterra em um momento pós-guerra,

em decorrência da necessidade política de estabelecer uma educação democrática para os que haviam sido privados dessa oportunidade. Os Estudos Culturais se desenvolveram no âmbito educacional, mais especificamente na *Workers' Educational Association (WEA)*, uma organização de esquerda, voltada para trabalhadores que contava com a participação dos intelectuais: Richard Hoggart, Edward P. Thompson e Raymond Williams. De acordo com Maria Elisa Cevasco, na obra *Dez Lições Sobre Estudos Culturais* (2008), a *WEA* defendia uma educação pública e igualitária, procurando construir uma nova consciência social e uma nova civilização que incluísse a classe trabalhadora como um todo.

Entre as iniciativas propostas pela *WEA* estava a de que uma nova sociedade só poderia ser criada de baixo para cima e, a educação deveria ser interpretada como uma troca mútua de conhecimento entre os intelectuais e os trabalhadores. Desta forma, se tornava necessário modificar o modo de ensino, buscando algo que se adaptasse às necessidades e também a realidade dos estudantes. Segundo Cevasco (2008), os alunos exigiam que os assuntos discutidos tivessem relação com suas vidas e, no processo de interação democrática com seus instrutores, tinham o direito de formular as perguntas que lhes interessavam, perguntas estas que muitas vezes estavam fora do escopo das disciplinas institucionalizadas, de modo similar, “o interesse dos alunos se voltava para as modificações culturais em curso no seu cotidiano, e assim, por exemplo, os novos meios de comunicação eram um assunto relevante” (CEVASCO, 2008, p.63).

Vindos da classe operária, os estudiosos e também professores da *WEA*, Richard Hoggart, Edward P. Thompson e Raymond Williams, são os autores das três obras consideradas como pilares dos Estudos Culturais. Os textos surgiram no final dos anos 50 em meio a um contexto pós-estruturalista, que incluía o combate ao ensino superficial de literatura inglesa na Grã-Bretanha.

O primeiro dos três livros base dos Estudos Culturais foi *The uses of literacy* (1957), escrito por Richard Hoggart. A obra apresenta um estudo sobre as tradições e costumes culturais da classe operária urbana da Inglaterra, procurando demonstrar o impacto exercido pela cultura de massa em seus hábitos, que estariam sendo destruídos pela vulgaridade e pelo baixo nível das novas manifestações. “A idéia central que ele desenvolve é que tendemos a superestimar a influência dos produtos da indústria cultural sobre as classes populares” (MATTELART; NEVEU, 2004, p. 42). Formando em Literatura, Hoggart focava seu trabalho nos

procedimentos da imprensa popular, no cinema e nos costumes da vida cotidiana (CEVASCO, 2008). O propósito do estudioso, com o estabelecimento do Centro, era utilizar os “métodos e os instrumentos da crítica textual e literária, deslocando sua aplicação das obras clássicas e legítimas para os produtos da cultura de massa e para o universo das práticas culturais populares” (MATTELART; NEVEU, 2004, p. 56).

Raymond Williams é o autor de *Culture e Society*, publicado em 1958, que veio a se tornar uma das obras fundamentais para os Estudos Culturais. A repercussão do livro foi grande, fazendo com que Williams se tornasse um dos principais pensadores sobre a cultura na Inglaterra. No estudo, ele busca repensar o conceito de cultura no período pós-guerra, que vinha sofrendo um processo de modificação do seu sentido original. Williams também incentiva a reflexão e a crítica, a respeito dos vínculos existentes entre cultura e sociedade, também sobre a indústria, classe e arte desde primeiros anos após a Revolução Industrial até 1950. Uma das principais proposições do estudioso é de que existe uma cultura em comum, que pertence a todos.

Essa concepção depende de uma visão que ele não inclui na tradição, a de que a cultura é de todos, que não existe uma classe especial, ou um grupo de pessoas, cuja tarefa seja a criação de significados e valores, seja em sentido geral, seja no sentido específico das artes e do conhecimento (CEVASCO, 2008, p.20).

Dessa forma, a diferença fundamental da contribuição de Williams para o debate é a percepção materialista de cultura que ele faz. Segundo Cevasco (2008), para Williams os bens culturais são resultado de meios e também dos materiais de produção, indo desde a linguagem como consciência prática aos meios eletrônicos de comunicação, que concretizam relações sociais complexas envolvendo instituições, convenções e formas. Portanto, nas palavras de Cevasco (2008, p. 23), “definir cultura é pronunciar-se sobre o significado de um modo de vida. Esse vasto campo de estudo e intervenção aberto aos estudos culturais no momento de sua formação”.

O trabalho do historiador Edward Palmer Thompson é caracterizado por se centrar na vida e nas práticas de resistência das classes populares. Sua obra mais conhecida *The making of the English Working Class* foi publicada em 1963, e tinha como objetivo “recuperar a ‘história dos de baixo’, não como um mero apêndice da

historiografia oficial, mas como um movimento impulsionador da história geral”, como afirma Cevasco (2008, p. 21). No livro, Thompson aborda a formação da consciência das classes trabalhadoras por meio dos movimentos sociais sob a perspectiva daqueles que foram deixados à margem pela história oficial. Porém, o intelectual resistia ao entendimento de cultura como sendo uma forma de vida global. Preferia entendê-la como um enfrentamento entre modos de vida diferentes. Além dessa importante obra que contribuiu para a formação dos Estudos Culturais, Thompson também foi um influente membro da *New Left*, um dos movimentos intelectuais mais produtivos da história da cultura inglesa do século XX.

As suas obras: *The uses of literacy* (1957), *Culture and Society 1780-1950* (1958) e *The making of the English Working Class* (1963), escritas por Hoggart, Williams e Thompson, não tiveram o intuito, de modo algum, de serem livros didáticos para a formação de uma nova disciplina acadêmica. Segundo Escosteguy (2006), citando Stuart Hall (1996), os referidos textos, sendo históricos ou contemporâneos em seu foco, eram “focalizados pelas pressões imediatas do tempo e da sociedade na qual foram escritos, organizados através delas, além de serem elementos constituintes de respostas a essas pressões” (HALL, 1996, p. 32 *apud* ESCOSTEGUY, 2006, p. 2).

Por considerar que a cultura é articulada, e que de fato é produzida pelas pessoas que compõem a sociedade, podemos afirmar que ela está presente desde a mais enaltecida obra de arte até o jornal de bairro, produzido no interior de uma cidade. Neste caso, tratamos em específico da revista *O Olho da Rua*, que foi criada no início do século XX, vindo a fazer parte da cultura curitibana. Nela é possível notar que, por meio da crítica e do humor, fatos do cotidiano de Curitiba e até mesmo do Paraná, principalmente relacionados com a política local, ganhavam destaque em suas matérias e ilustrações.

Outro importante contribuinte para a formação dos Estudos Culturais foi o sociólogo e teórico cultural Stuart Hall. Hall nasceu na Jamaica em 1932, porém, mudou-se para a Inglaterra em 1951 com o intuito de estudar literatura em uma das mais renomadas universidades, a Universidade de Oxford. Por mais que não tenha participado da fundação do CCCS na Universidade de Birmingham em 1964, Hall juntou-se ao trio fundador pouco tempo depois, sendo convidado por Richard Hoggart para substituí-lo na direção do Centro de 1969 até 1979. O sociólogo jamaicano, “incentivou o desenvolvimento de estudos etnográficos, as análises dos

meios massivos e a investigação de práticas de resistência dentro de subculturas” (ESCOSTEGUY, 2006, p. 141).

Hall investigou temas que até meados dos anos 1950 eram deixados de lado pela academia, por serem considerados da baixa cultura ou não eruditos como, por exemplo, os movimentos sociais e os meios de comunicação. O enfoque do seu trabalho se dava nas pesquisas das relações de poder, de classe e de gênero, vistas pelo viés da cultura. Além disso, estudos sobre questões identitárias também fizeram parte de sua pesquisa, dando frutos como uma de suas principais obras: *A identidade cultural na pós-modernidade*, de 1992.

Nesse aspecto, percebemos que as contribuições de Stuart Hall, que permaneceu na direção do Centro até 1980, possibilitaram que os Estudos Culturais se expandissem e também se afirmassem teoricamente. Hall foi um dos primeiros estudiosos a se interessar por pesquisas que envolvessem a mídia, verificando que aquele modelo clássico de transmissão de informação – emissor e receptor, eram limitados, pois, deveria se levar em conta que cada pessoa possui um referencial cultural diferente, e que assim, a mensagem pode ser recebida de forma diferente. De acordo com Cevalco (2008, p. 76), os estudos das mídias começaram no Centro justamente como uma forma de, “transcender o debate e estudar o valor cultural de produções de sentido”, que fossem além da classificação hierárquica de ‘alta cultura’ e ‘cultura de massa’ ou ‘baixa cultura’.

Para Mattelart e Neveu, um dos pontos de decolagem e impacto dos estudos culturais foi:

Fazer das culturas populares ou dos estilos de vida das novas classes objetos dignos de um investimento erudito pode também ser lido em sua dimensão de acompanhamento de uma mobilidade social desconfortável para as novas gerações intelectuais, bem como ponto de honra de continuar a luta política no campo acadêmico (MATTELART; NEVEU, 2004, p. 50).

Os Estudos Culturais foram uma invenção britânica que se transformou num fenômeno internacional, pois, não estão mais confinados somente à Inglaterra ou aos Estados Unidos, espalhando-se pela América Latina, África, Canadá e outros territórios. De nenhuma maneira isto significa que existam conceitos fixos que possam ser transportados de um lugar para outro e que funcionem de forma singular em contextos nacionais ou regionais diferentes (ESCOSTEGUY, 2010).

Em sua trajetória histórica, os Estudos Culturais podem ser vistos sob dois pontos de vista: o político e o teórico. Escosteguy (2010) afirma que, no campo político, os Estudos Culturais são apresentados como sinônimo de 'correlação política', podendo ser identificados como a política cultural dos vários movimentos sociais da época de seu surgimento. Já sob a perspectiva teórica, refletem a insatisfação com os limites de algumas disciplinas, propondo então, a interdisciplinaridade.

Esse novo campo de estudos resultou da insatisfação encontrada em algumas disciplinas e suas limitações. De acordo com Hall *apud* Escosteguy (2010, p.137) "Os Estudos Culturais não configuram uma 'disciplina', mas uma área onde diferentes disciplinas interagem, visando o estudo de aspectos culturais da sociedade". Assim, se procurava entender os fenômenos culturais e as relações da sociedade contemporânea, que até então, não eram acessíveis por meio das disciplinas existentes.

Armand Mattelart e Érik Neveu (2004) afirmam que,

Os estudos culturais nascem de uma recusa do legitimismo, das hierarquias acadêmicas dos objetos nobres e ignóbeis. Eles se fixam sobre a aparente banalidade da publicidade, dos programas de entretenimento, das modas vestimentares (MATTELART; NEVEU, 2004, p. 72).

Foi nessa recusa das hierarquias acadêmicas, que instituíam o que poderia e o que não poderia ser analisado, que objetos, até então banalizados, como jornais e programas de televisão, pudessem ser pesquisados. A proposta procurava 'dessacramentar' os objetos escolhidos para as pesquisas na academia, a qual valorizava somente as obras clássicas escritas por grandes autores e pertencentes ao cânone, mostrando que os produtos advindos da cultura popular, que faziam parte da vida dos indivíduos, também poderiam ser explorados.

Para Itania Maria Gomes e Jeder Janotti Jr (2012), o que usualmente chamamos de Estudos Culturais é caracterizado por certo modo de olhar ou abordar, os fenômenos sociais em que,

Essa visada singular parte de uma concepção específica de cultura, que é vista como um espaço, ao mesmo tempo, antropológico e sociológico, um lugar caracterizado por diálogos, disputas e tensões; caracterizado por relações de poder (hegemonias) e suas

contrapartidas contra-hegemônicas (GOMES; JANOTTI JR, 2012, p.7).

Portanto, as relações estabelecidas entre a cultura contemporânea e a sociedade, assim como as mudanças sociais, se tornam o eixo norteador das pesquisas realizadas pelo CCCS. Na visão de Raymond Williams, citado por Cevasco (2008, p. 51), “se a cultura é tudo o que constitui a maneira de viver de uma sociedade específica, devem-se valorizar, além das grandes obras que codificam esse modo de vida, as modificações históricas desse mesmo modo de vida”. Neste aspecto, a cultura deixa de ser percebida apenas como uma produção da minoria, que estava retida nas mãos de poucos, e passa a ser do pertencimento de todos, pois, “a questão é dar condições para que todos sejam produtores de cultura, não apenas consumidores de uma versão escolhida por uma minoria” (CEVASCO, 2008, p. 54).

Até meados dos anos 1950, o conceito de cultura era considerado hegemônico, visto que, somente as manifestações culturais mais elevadas/eruditas, ou que faziam parte do cânone, eram disseminadas pelas elites e classificadas como Cultura (com C maiúsculo), deixando de lado as produções populares, classificadas como inferiores e chamadas de cultura (com c minúsculo). Com o advento dos Estudos Culturais, há um questionamento dessa hierarquia, legitimando a cultura do povo, que até então era negada.

Para a pesquisadora Ana Carolina Escosteguy, no texto *Estudos Culturais: uma introdução* (2010), os Estudos Culturais, discordando do entendimento dos meios de comunicação como simples instrumentos de manipulação e controle da classe dirigente, “compreendem os produtos culturais como agentes da reprodução social, acentuando a natureza complexa, dinâmica e ativa na construção da hegemonia” (ESCOSTEGUY, 2010, p. 146). Portanto, os estudos da cultura trouxeram uma visão crítica do marxismo, não vendo a cultura de uma maneira reducionista e economicista, contestando o modelo base-superestrutura apresentado por Karl Marx.

Segundo a pesquisadora Norma Schulman (1993), no texto: *Conditions of their Own Making: Na Intellectual History of the Centre for Contemporary Cultural Studies at the University of Birmingham*, os Estudos Culturais utilizam-se do trabalho de campo etnográfico, entrevistas, textos e análise do discurso, e métodos tradicionais de pesquisa para investigar uma ampla variedade de questões

relacionadas com a comunicação. Para ela, os Estudos Culturais britânicos, vieram para desafiar a noção de texto da mídia como ‘portadores transparentes’ de significado, pois reconheceram que esses meios possuíam ideologias e que os mesmos influenciariam no entendimento final que cada indivíduo teria sobre a mensagem.

Na década de 1970, os Estudos Culturais deram mais um passo importante, pois começaram a abordar questões relacionadas aos Estudos de Gênero. O movimento feminista foi um grande impulsionador para a proliferação de pesquisas nessa área, contribuindo com debates e também reflexões sobre identidades, hierarquias sexuais, raças, subjetividades entre outros assuntos. Para Escosteguy (2010), os Estudos Feministas propiciaram novos questionamentos em torno de questões referentes à identidade, pois introduziram novas variáveis na sua constituição, deixando de ler os processos de construção da identidade unicamente através da cultura de classe e sua transmissão geracional.

Em 1974, um grande passo foi dado: a criação do “*Women’s Studies Group*” ou Grupo de Estudos da Mulher, em Birmingham, pelas estudiosas Charlotte Brundson, Angela McRobbie, Dorothy Hobson, Janice Winship, entre outras. Esse grupo, instituído pelo *Centre for Contemporary Cultural Studies* foi responsável pelas problematizações e discussões referentes ao gênero feminino, preocupando-se em focar suas pesquisas nas questões relacionadas às mulheres. Segundo Norma Schulman (2010), no texto “O Centre for Contemporary Cultural Studies da Universidade de Birmingham: uma história intelectual”, o Grupo de Estudos da Mulher foi formado para examinar os assim chamados gêneros femininos, como as telenovelas e revistas de moda, como também,

[...] estudar, qualitativamente, como os públicos femininos respondiam ao conteúdo dos meios de comunicação de massa e quais necessidades sociais e pessoais eram atendidas; para resgatar do esquecimento a literatura feita por escritoras mulheres; para teorizar o papel do trabalho doméstico (não-remunerado); e para examinar os papéis das mulheres, na família, relativamente ao consumo da mídia (SCHULMAN, 2010, p. 212).

Grande parte dos trabalhos desenvolvidos pelo Grupo de Estudos da Mulher foi publicado no livro *Women take issue*, de 1978. Nessa obra, tida como uma das precursoras do trabalho intelectual feminista, Hobson e McRobbie trazem materiais coletados por meio de uma observação participativa, na qual as donas de casa

falavam de seu isolamento, e mulheres adolescentes revelavam suas sombrias expectativas para o futuro. Segundo Schulman (2010), a coletânea também incluía uma análise da ‘ideologia da feminilidade’, bem como, “uma pesquisa sobre como os papéis tradicionais das mulheres podiam ser incluídos em formulações marxistas dos processos de produção e reprodução” (SCHULMAN, 2010, p. 213).

De acordo com Soraya Januario (2014, p. 401) “a fragmentação e a quebra de modelos estatuídos sobre o que é masculino e o que é feminino permitiram aos Estudos Culturais uma nova visão no processo identitário em relação ao gênero”. Este passa a ser tido então, como uma categoria de análise, a qual poderia se relacionar com a comunicação, favorecendo a crítica à mídia, assim como aos discursos e também às representações sociais. Hall, conforme Escosteguy (2006), destaca que o feminismo proporcionou uma ruptura teórica decisiva nos Estudos Culturais, fazendo com que sua agenda fosse reorganizada. Desta forma, exerceu influência nos seguintes aspectos:

[...] a abertura para o entendimento do âmbito pessoal como político e suas conseqüências na construção do objeto de estudo dos Estudos Culturais; a expansão da noção de poder, que, embora bastante desenvolvida, tinha sido apenas trabalhada no espaço da esfera pública; a centralidade das questões de gênero e sexualidade para a compreensão da própria categoria "poder"; a inclusão de questões em torno do subjetivo e do sujeito e, por último, a "reabertura" da fronteira entre teoria social e teoria do inconsciente – psicanálise (ESCOSTEGUY, 2006, p.8).

Com a expansão desse amplo terreno de investigação que constitui os Estudos Culturais, que se deu a partir de meados da década de 1990, Escosteguy (2006) ressalta que, temáticas vinculadas às culturas populares como as identidades sexuais, de classe, étnicas, entre outras, conseguiram conquistar espaço no meio acadêmico. Para a autora, as constituições identitárias transformaram-se no principal foco de investigação e análise dos Estudos Culturais na atualidade, principalmente por levar em consideração o papel desempenhado pela comunicação na construção das identidades de gênero. A abertura desse campo de pesquisa, englobando gênero e identidade, deu margem para que pudéssemos estudar objetos como a revista *O Olho da Rua*. Nela percebemos que nos textos e nas ilustrações, existem traços identitários de uma sociedade que ainda vivia o patriarcado e a hierarquização dos sexos, ou seja, o homem como centro

controlador, chefe da família, autoridade e até mesmo supremacia, e a mulher como inferior, submissa, a cuidadora do lar e do bem estar familiar.

É preciso considerar que a mídia não só representa, mas também contribui para a formação e disseminação de modelos, estereótipos, identidades tanto individuais quanto coletivas dos sujeitos. Isso pode ser notado em revistas, jornais, programas de televisão, filmes, internet e tantos outros meios que nos rodeiam diariamente. Ao mesmo tempo, Caynnã Santos e Luís Paulo Piassi (2013), afirmam que a mídia se configura como o espaço para que grupos hegemônicos disseminem discursos e ideologias, escamoteando, muitas vezes, as diferentes culturas e seus respectivos conflitos. Portanto, analisar e compreender os discursos midiáticos na perspectiva dos Estudos Culturais “significa observar o modo como se dá esse jogo cultural dentro da mídia, essa mistura de vozes e pontos de vista – do hegemônico e do subalterno” (SANTOS; PIASSI, 2013, p.6).

## **2.1 Identidades múltiplas, móveis e flutuantes**

Com o desenvolvimento dos meios de comunicação de massa e também com a maior circulação de informações, o contato entre diferentes culturas foi se tornando mais frequente. Esse processo aos poucos foi dando origem ao que conhecemos como globalização. No mundo globalizado, as identidades culturais não conseguiram mais se manter intactas e alheias às mudanças externas vindas da mudança cultural propiciada pela internacionalização e pelo consumismo desenfreado, ambas tidas como consequências do capitalismo. Deste modo, não há como desvincular a identidade do processo de construção de gênero, tanto masculino quanto feminino.

Stuart Hall é um dos teóricos mais importantes sobre a cultura contemporânea e em sua obra *A identidade cultural da pós-modernidade* (2001), afirma que as “velhas identidades”, estão em processo de decadência, dando lugar para a instauração de novas identidades, as quais fragmentam o indivíduo moderno, deixando de lado a ideia que se tinha de sujeito unificado. Portanto, há uma “crise de identidade”, vista como parte de um processo amplo de mudança, o qual está deslocando as estruturas e processos centrais das sociedades, abalando os pontos de referência que anteriormente colocavam os indivíduos em uma posição estável

no espaço social. Nessa desestruturação, ocorre então, a ausência de um “sentido de si”, fixo e sólido, o que é denominado por Hall (2001) como “descentração” do sujeito.

O sociólogo Zygmunt Bauman, na obra *Identidade* (2005), parte do conceito de ‘deslocamento’, que para ele ocorre quando um indivíduo deixa seu *habitat* natural e não consegue sentir-se totalmente ajustado em outros lugares. Essa experiência de deslocamento acaba por muitas vezes, sendo desconfortável e perturbadora. De acordo com Bauman (2005), tanto a questão do pertencimento quanto a da identidade não são sólidas como uma rocha, mas sim, negociáveis e revogáveis.

Bauman (2005) denomina a era em que vivemos como “modernidade líquida”, a qual se caracteriza como um mundo de diversidades e policultural. Assim,

Em nossa época líquido-moderna, o mundo em nossa volta está repartido em fragmentos mal coordenados, enquanto as nossas existências individuais são fatiadas numa sucessão de episódios fragilmente conectados (BAUMAN, 2005, p. 18-19).

O sociólogo assevera que as identidades estão sempre fluando ao nosso redor, e embora algumas delas sejam de nossa própria escolha, muitas outras nos são “infladas e lançadas pelas pessoas em nossa volta” (BAUMAN, 2005, p. 19). Nesse sentido, escolhemos e utilizamos a identidade que mais nos agrada/convém, em determinado momento e situação. É como se toda manhã, abríssemos um guarda-roupa e escolhêssemos uma peça, com a qual vamos nos vestir e sair. A identidade seria dessa mesma forma, uma escolha diária, constante e múltipla.

Para Hall (2001), existem três concepções diferentes de identidade, a do sujeito do iluminismo, a do sujeito sociológico e a do sujeito pós-moderno. A primeira, do sujeito do iluminismo, se baseia em um conceito de ser humano totalmente centrado, unificado, consciente, racional, e de ação,

Cujo centro consistia num núcleo interior, que emergia pela primeira vez quando o sujeito nascia e com ele se desenvolvia, ainda que permanecendo essencialmente o mesmo – contínuo ou idêntico a ele – ao longo da existência do indivíduo. O centro essencial do eu era a identidade de uma pessoa (HALL, 2001, p. 11).

Já a segunda noção de identidade, sujeito sociológico, seria como um reflexo do complexo mundo moderno, juntamente com a consciência de que o núcleo interior do indivíduo não é independente, autônomo ou auto-suficiente, mas sim, que é formado pela relação/interação com as pessoas que considera importantes, as quais “mediavam para o sujeito os valores, sentidos e símbolos – a cultura – dos mundos que ele/ela habitava” (HALL, 2001, p.11). O autor também assevera que esse sujeito ainda tem um núcleo ou essência interior que é seu “eu real”, “mas este é formado e modificado num diálogo contínuo com os mundos culturais “exteriores” e as identidades que estes mundos oferecem” (HALL, 2001, p. 11).

Ainda sobre essa segunda concepção, a identidade viria a preencher um espaço entre o interior e o exterior – o mundo pessoal e o público. Segundo Hall (2001), o fato de que projetamos a “nós próprios” nessas identidades culturais, ao mesmo tempo em que internalizamos esses significados e valores, os tomando como “parte de nós”, contribui para alinhar nossos sentimentos subjetivos com os lugares objetivos que ocupamos no mundo social e cultural. Nas palavras de Hall (2001, p. 12), “a identidade, então, costura [...] o sujeito à estrutura”, com o objetivo de estabilizar tanto os sujeitos quanto os mundos culturais, os tornando reciprocamente unificados e predizíveis.

Esse sujeito, portador de uma identidade una e constante, está entrando em colapso por conta das mudanças ocorridas nas estruturas e instituições sociais, vindo a ser composto não por uma, mas por várias identidades. Deste modo, o teórico Stuart Hall (2001), destaca que o próprio processo de identificação, através do qual nos projetamos em nossas identidades culturais, tornou-se “provisório, variável e problemático” (HALL, 2001, p 12).

A terceira concepção de identidade é a do sujeito pós-moderno, o qual não possui uma identidade fixa, essencial ou permanente. Essa identidade torna-se uma “celebração-móvel”: “formada e transformada continuamente em relação às formas pelas quais somos representados ou interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam” (HALL, 2001, p. 13). Assim, ela não é definida biologicamente, mas sim, historicamente. O sujeito pós-moderno assume as identidades conforme os momentos e as necessidades individuais e sociais, do meio cultural onde vive e com quem se relaciona. Assim, “dentro de nós há identidades contraditórias, empurrando em diferentes direções, de tal modo que nossas identificações estão sendo continuamente deslocadas” (HALL, 2001, p. 13).

Portanto, aquela identidade plenamente unificada é uma fantasia, pois, como assegura Hall (2001), à medida que os sistemas de significação e de representação cultural se multiplicam, somos confrontados por essa multiplicidade de identidades, com as quais podemos nos identificar mesmo que temporariamente. Essas identidades do sujeito que vive na era da modernidade tardia não são coerentes, mas sim contraditórias e cambiantes, fazendo parte de um processo que Hall (2001) denomina de “jogo das identidades”. Desse modo, para Stuart Hall:

A identidade é realmente algo formado, ao longo do tempo, através de processos inconscientes, e não algo inato, existente na consciência no momento do nascimento. Existe sempre algo “imaginário” ou fantasiado sobre sua unidade. Ela permanece sempre incompleta, está sempre “em processo”, sempre “sendo formada”. As partes “femininas” do eu masculino, por exemplo, que são negadas, permanecem com ele e encontram expressão inconsciente em muitas formas não reconhecidas, na vida adulta (HALL, 2001, p. 38-39).

Sabendo que as identidades são moldadas pela cultura, sociedade e demais interações que os indivíduos possam ter ao longo da vida. Desde criança os meninos são educados para não expressarem sentimentos como o choro, a fraqueza e o medo. Essa construção da identidade masculina também está presente na revista *O Olho da Rua*, como vemos no fragmento da coluna “Theatrinho do João Minhoca – História para Crianças”, onde o personagem deve provar que é forte, que é ‘homem de verdade’, defendendo sua irmã:

(sic) Ao ver o moço imóvel e indiferente julguei que tivesse medo e por isso não accudisse a companheira. Puz-me a rir e a debical-o. Ó porcalhão, tamanho homem e tem medo de um gury. Porque não vae defender sua irmã? Covarde! (O OLHO DA RUA, 1907, s/p).

Apesar de o fragmento fazer parte de um texto de ficção, destinado para o público infantil, torna-se claro que o que se esperava de um homem, girava em torno de não ter medo, muito menos de uma criança. Ao contrário, ele deveria enfrentá-la para defender sua irmã. Se assim não o fizesse, seria visto como covarde, fraco, colocando em questionamento sua masculinidade. Tanto que, se torna motivo para zombaria, por ser um homem grande e estar com medo de um “guri”. Portanto, o próprio personagem já demonstra que sua identidade não é fixa, pois ele tem uma

atitude que não era a esperada para um homem do início do século XX. Sua identidade é móvel, varia com os locais e situações.

Nesse sentido, ao invés de falar da identidade como algo acabado, pronto, devemos vê-la como uma identificação, um processo que está em andamento. Afinal, a identidade unificada e plena é como uma utopia, um ideal projetado na mente dos indivíduos. Para Hall (2001), a identidade surge em nós por conta de uma falta de inteireza, a qual nos é preenchida pelo exterior, pelas formas através das quais nós imaginamos ser vistos pelos outros. Viveríamos então, em busca dessa plenitude, dessa completude de um vácuo existente entre interior e exterior do eu. Bauman (2005), afirma que, “no admirável mundo novo das oportunidades fugazes e das seguranças frágeis, as identidades ao estilo antigo, rígidas e inegociáveis, simplesmente não funcionam” (BAUMAN, 2005, p. 33). Portanto,

As pessoas em busca de identidade se vêem, invariavelmente diante de uma tarefa intimidadora de “alcançar o impossível”: essa expressão genérica implica, como se sabe, tarefas que não podem ser realizadas no “tempo real”, mas que serão presumivelmente realizadas na plenitude do tempo – na infinitude (BAUMAN, 2005, p 16).

Para exemplificar melhor o conceito de identidade, Zygmunt Bauman (2005) utiliza uma metáfora, comparando a formação da identidade do sujeito com a montagem de um quebra-cabeça incompleto, no qual faltam muitas peças, porém não se tem como saber quantas. Cada indivíduo teria uma determinada quantidade de pecinhas, mas que não sabe qual imagem deverá formar com elas, não sabe também, se possui as peças corretas ou se encaixou no lugar certo. Assim, a solução de um quebra-cabeça seguiria a lógica da racionalidade instrumental, ou seja, selecionar os meios adequados para um determinado fim.

A construção da identidade, por outro lado, é guiada pela lógica, da racionalidade do objetivo (descobrir o quão atraentes são os objetivos que podem ser atingidos com os meios que se possui). A tarefa de um construtor de identidade é, como diria Lévi-Strauss, a de um *bricoleur*, que constrói todo tipo de coisas com o material que tem à mão (BAUMAN, 2005, p. 55).

Estudar a construção de identidade, neste caso em específico, do homem paranaense do início do século XX, e perceber como ele assume essa

multiplicidade, adquire relevância pelo fato de que as constituições identitárias, tornam-se o principal foco de investigação e análise dos Estudos Culturais na atualidade, conforme assevera Escosteguy (2006). É possível afirmar que, as identidades masculinas se modificam por conta das relações que são estabelecidas entre cultura, sociedade, economia e política em um dado momento histórico. Portanto, variam de acordo com cada época vivida.

## 2.2 A revista como lugar de memória contemporânea e representação

*“A memória é um cabedal infinito do qual só registramos um fragmento”.*  
(Ecléa Bosi)

Para que possamos entender como as masculinidades são representadas na revista *O Olho da Rua*, é preciso levar em consideração que a mídia impressa é tida como lugar de memória contemporânea. Segundo o historiador francês, Pierre Nora (1993), no texto *Entre memória e história: a problemática dos lugares*, os ‘lugares de memória’ vão desde o objeto material e concreto, ao mais abstrato e simbólico. Na visão de Nora (1993), a memória e a história se opõem: a memória é vida, e a História, uma construção sempre problemática e incompleta do que não existe mais, “a memória é um absoluto e a história só reconhece o relativo” (NORA, 1993, p. 9).

Nesse sentido, os lugares de memória surgem da necessidade de criar arquivos, de se reviver e relembrar fatos como aniversários, celebrações, honras fúnebres etc. Isso estaria relacionado com o sentimento de que não há mais memória espontânea em nossa sociedade atual, tudo é produzido. Entretanto, se a história não se apoderasse dessas lembranças, “para deformá-los, transformá-los, sová-los e petrificá-los eles não se tornariam lugares de memória” (NORA, 1993, p.13).

Esses lugares de memória permeiam o nosso imaginário, nossa cultura, nosso dia a dia. Eles podem ser materiais ou imateriais, onde a memória de um povo se constrói, vindo a contribuir para a sua formação identitária. A memória é viva na cultura de cada sociedade, afinal, “emerge de um grupo que a une, o que quer dizer [...] que há tantas memórias quantos grupos existem; que ela é, por natureza, múltipla e desacelerada, coletiva, plural e individualizada” (NORA, 1993, p. 9). Para o autor, o que nós chamamos de memória é de fato, “a constituição

gigantesca e vertiginosa do estoque material daquilo que nos é impossível lembrar, repertório insondável daquilo que poderíamos ter necessidade de nos lembrar” (NORA, 1993, p.15).

Além de todas essas características atribuídas à memória, Ecléa Bosi (2009), ao pensar na etimologia da palavra, ressalta que a memória se movimenta, “lembrar-se’, em francês *se souvenir*, significaria um movimento de ‘vir’ ‘de baixo’: *sous-venir*, vir à tona o que estava submerso” (BOSI, 2009, p. 46). Nessa movimentação,

[...] a memória permite a relação do corpo presente com o passado e, ao mesmo tempo, interfere no processo “atual” das representações. Pela memória, o passado não só vem à tona das águas presentes, misturando-se com as percepções imediatas, como também empurra, “desloca” estas últimas, ocupando o espaço todo da consciência. A memória aparece como força subjetiva ao mesmo tempo profunda e ativa, latente e penetrante, oculta e invasora (BOSI, 2009, p. 46-47).

A memória buscaria, então, locais sólidos para se fixar: “a memória se enraíza no concreto, no espaço, no gesto, na imagem, no objeto” (NORA, 1993, p. 9). Segundo o autor, na sociedade moderna não existem mais meios de memória, e sim lugares, então, quanto menos se vive a memória no interior, maior é a necessidade de suportes exteriores. Por isso são criados monumentos, museus, livros, bibliotecas e tantos outros lugares, que servirão como base para construção e manutenção de memórias. A memória é uma produção humana e ao mesmo tempo social, que vive suscetível ao esquecimento.

Na concepção de Nora (1993), os lugares de memória têm necessariamente três sentidos: o material, o funcional e o simbólico, que estaria sempre em coexistência. Para isso, cita como exemplo, a noção geração, que seria material por seu conteúdo demográfico; funcional por hipótese, ao garantir tempo a cristalização da lembrança e sua transmissão; e simbólica, em que um acontecimento ou experiência vividos por um pequeno número caracteriza uma maioria que dele não participou. A revista *O Olho da Rua*, tida como lugar de memória, também se articula nesses três sentidos: é material, por se tratar de um produto cultural, disponível em bibliotecas e também em banco de dados na internet; funcional por seu caráter de

prestação de serviços e informações; e pelo que representa simbolicamente no imaginário da sociedade do início do século XX.

De acordo com a pesquisadora Ana Paula Goulart Ribeiro (2007), os meios de comunicação desempenham, nas sociedades contemporâneas, um papel crucial na produção de uma ideia de história e de memória, pois, mediam a relação dos sujeitos com as transformações do cotidiano, participando da constituição das subjetividades.

Além disso, a mídia – sobretudo a jornalística – aponta, entre todos os fatos da atualidade, aqueles que devem ser memoráveis no futuro, revestindo-os de relevância histórica. Constitui-se, assim, em verdadeiro “lugar de memória” da contemporaneidade (RIBEIRO, 2007, p.7).

De fato, a mídia impressa serve como base para diversos estudos, devido às suas conexões sociais, econômicas e também culturais. Segundo Ribeiro (2007), por mais que o registro histórico não seja o fator primordial do impresso, ele acaba sendo um fator secundário, afinal, com esse registro é possível ter acesso a matérias, notícias e ilustrações publicadas há muitos anos, nos permitindo conhecer fatos e comportamentos daquela sociedade, como aqui no caso, do início do século XX. A revista *O Olho da Rua* se tornou um meio de comunicação importante na época, pois, abordava os fatos de forma crítica e bem-humorada, incentivando o pensamento analítico da população. Ao mesmo tempo, ela serve como base para estudos atuais, como os realizados por Marilda Queluz (1996), Rosane Kaminski (2014)<sup>3</sup> e Luãn Chagas e Marcio Fernandes (2013)<sup>4</sup>, auxiliando na recuperação da memória.

A mídia é elevada, assim, ao estatuto de porta-voz oficial dos acontecimentos e da transformação do social, o que lhe confere, enquanto registro da realidade, uma certa ‘aura’. O jornalismo não só retrata a realidade e as suas transformações, mas também as registra e as deixa como legado às sociedades futuras. A mídia é a *testemunha ocular da história* (RIBEIRO, 2005, p.115, grifo da autora).

<sup>3</sup> Revista Art & Sensorium. Disponível em: <[periodicos.unespar.edu.br/index.php/sensorium/article/download/191/202](http://periodicos.unespar.edu.br/index.php/sensorium/article/download/191/202)> Acesso em 5 dez. 2016.

<sup>4</sup> Anais 9º Encontro Nacional de História da Mídia. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/9o-encontro-2013/artigos/gt-historia-da-midia-impressa/a-modernidade-em-o-olho-da-rua-apontamentos-sobre-a-cultura-do-visual-na-curitiba-do-comeco-do-seculo-20>> Acesso em 5 dez. 2016.

Portanto, ter acesso a esses conteúdos publicados no passado, nos permite pensar na articulação existente entre mídia e memória. Os rastros já trilhados pelos homens anteriormente apresentam traços que ficaram de suas atividades, suas obras como as casas, as igrejas, as imagens. É importante ressaltar que os meios de comunicação, por estarem imensos em nossa sociedade, fazem muito mais do que refletir o imaginário e os acontecimentos cotidianos, eles permitem que os fatos sejam inscritos na memória social de um povo. Aquilo que foi noticiado na mídia poderá fazer parte da história, deixar marcas na memória.

Segundo Ana Cristina de Frias (2010), não se deve esquecer que a memória é o resultado de um diálogo contínuo, uma relação em movimento com outros dois termos: a cultura e o tempo. Para a autora, a memória é uma operação do presente e que lida com o passado como matéria-prima, um tempo pretérito que será, constantemente, reconstruído, reinventado, a partir de uma experiência sensorial e afetiva. Desse modo, o tempo da memória é o presente.

É preciso ressaltar também que a memória é polissêmica, polifônica e multifacetada. Ela está nos museus, nas artes plásticas, nas fotografias, nas esculturas, nos bordados, nos túmulos, em pequenos objetos dos nossos antepassados – as relíquias. São todos fragmentos de uma época, que refletem uma escrita da memória e que pertencem há um tempo que não é mais o nosso, a um passado que é um país estrangeiro [...] (FRIAS, 2010, p.155).

Para que possamos ‘lembrar’ de algo, é necessário que exista um acontecimento e um ator, ou seja, alguém que tenha participado daquele fato e que possa guardá-lo em sua memória individual. De acordo o sociólogo francês Maurice Halbwachs (2004), é preciso que haja um testemunho para que o fato se perpetue e se torne memória para um grupo. Esse testemunho viria para reforçar ou enfraquecer, e também complementar aquilo que já sabemos sobre um evento sobre o qual já tivemos algum tipo de informação. Primeiramente recorreríamos a nossa memória, para depois recorrer à do ‘outro’.

A memória estabelece conexões entre os indivíduos e a coletividade. As memórias de um indivíduo nunca são só suas, da mesma forma que, as lembranças, não podem ser apartadas da sociedade. Para Halbwachs (2004), as memórias são construções de grupos sociais os quais determinam o que é memorável e os lugares onde essa memória será preservada. A nossa memória, que temos como individual,

nada mais é do que uma combinação construída de acordo com as nossas interações sociais seja na escola, na família ou em qualquer outro ambiente, as quais influenciam nossas lembranças. Assim, “o funcionamento da memória individual não é possível sem esses instrumentos que são as palavras e as ideias, que o indivíduo não inventou, mas que toma emprestado de seu ambiente” (HALBWACHS, 2004, p. 58).

A memória coletiva tem sua existência baseada em um grupo, que serve como suporte dessa memória, determinando sua duração, afinal, enquanto houver pessoas que se lembram de determinados fatos em comum, essa memória permanecerá viva naquele coletivo. Ela engloba o grupo e cada componente que com ele se identifica. Para Halbwachs (2004), é no contexto dessas relações que construímos as nossas lembranças e elas estão impregnadas das memórias dos que nos cercam, de maneira que, ainda que não estejamos em presença destes, o nosso lembrar e as maneiras como percebemos e vemos o que nos cerca se constituem a partir desse emaranhado de experiências.

De modo geral, a memória está em constante movimentação do tempo presente com o passado. Nenhuma outra época foi tão voluntariamente produtora de arquivos como a nossa, não somente pelo volume produzido espontaneamente pela sociedade moderna, nem pelos meios técnicos de reprodução e conservação das memórias, mas sim, pela sua superstição e respeito ao vestígio (NORA, 1993). É como se nos apegássemos a esses rastros deixados pelo passado, forçando-os a se tornarem memoráveis. Nas palavras de Nora (1993),

À medida em que desaparece a memória tradicional, nós nos sentimos obrigados a acumular religiosamente vestígios, testemunhos, documentos, imagens, discursos, sinais visíveis do que foi, como se esse dossiê cada vez mais prolífero devesse se tornar prova em não se sabe que tribunal da história (NORA, 1993, p. 15).

Esses lugares de memórias acumuladas como às revistas, jornais, filmes, cartazes, servem como base para que possamos conhecer como eram os hábitos, transformações, comportamentos, representações de gênero e outros diversos aspectos, de um tempo passado, que não é mais nosso. Em cada imagem, em cada palavra ali escrita, são revelados traços de subjetividade de um povo. É como se uma sociedade/cultura deixasse marcas no tempo, as quais cabem a nós, no tempo presente, preservarmos ou não.

Entre as experiências vividas e registradas nas páginas da revista *O Olho da Rua*, no início do século XX, nota-se um tom entusiástico, com relação à ‘novidades’ advindas da modernidade, como nesse caso, o cinema. A cidade de Curitiba começava a valorizar os espaços destinados para lazer. O redator convida à população para ir até o parque Colyseu ver as melhorias feitas por Francisco Serrador<sup>5</sup>.

(sic) Magníficas funcções cinematographycas haverá domingo no Colyseu. O incançável Serrador, no intuito de melhor acomodar os espectadores, mandou ampliar o theatrinho, tornando-o agora bastante espaçoso. Ao que nos consta as vistas de domingo merecem a curiosidade do povo coritibano (O OLHO DA RUA, 1908, s/p).

Na coluna “Criticando”, da edição número 9, de 1907, há uma forte opinião sobre o uso dos automóveis pelas ruas, os quais começavam a ser produzidos em massa, tornando-se mais populares. O jornalista/redator que escreveu a crítica, fala que em algumas centenas de anos, os membros inferiores (pernas e pés) das pessoas deixarão de existir e que esse atrofiamento, inevitável, traria problemas para os alfaiates.

(sic) O uso diário e immoderado dos vehiculos, conservando em repouso os órgãos naturaes de locomoção, acabara por vencel-os, eliminando as gambias. É o caso de dizer que ás carruagens está destinado o papel de estabelecer divisões de castas na sociedade futura [...] Mas tarde, quando os geólogos estudassem a prehistoria e as camadas terrestres podiam classifical-as assim: período da pedra lascada, da pedra polida, edade do bronze, edade do ferro e edade do... automóvel... (O OLHO DA RUA, 1907, s/p).

Não faltavam nas páginas d’ *O Olho da Rua*, crônicas, relatos e opiniões sobre os acontecimentos que permeavam a sociedade curitibana no início do século XX e acabavam por torná-los parte da memória do Estado. As matérias envolviam os grandes escritores da época, os imigrantes europeus, os políticos e suas peripécias, os padres e o ensino na capital paranaense, as fotografias das personalidades locais, os anúncios publicitários - exaltando lugares como o famoso Clube Curitibano

---

<sup>5</sup> Francisco Serrador Carbonell foi um empresário espanhol radicado no Brasil. Ficou conhecido nas primeiras décadas do século XX, por suas empreitadas comerciais, além de seu caráter empreendedor. Serrador foi proprietário de teatros, cinemas, cassinos e hotéis em várias cidades do Brasil, entre elas, Curitiba. Disponível em: <[https://drive.google.com/file/d/0B6-MEbjz\\_JTzUVpKTjdGZVE2LWm/view?pli=1](https://drive.google.com/file/d/0B6-MEbjz_JTzUVpKTjdGZVE2LWm/view?pli=1)> Acesso em 20 nov. 2016.

e o Cinematógrafo, e as ‘novidades’ advindas da modernidade, como os automóveis e produtos farmacêuticos. Tudo isso descrito e registrado na revista.

Sabendo que a mídia é um local onde circulam os mais diversos assuntos, não podemos negar que esta contribui para as construções identitárias e de gênero, auxiliando na regulamentação do que é feminino e do que é masculino. Por vezes, a memória faz com que olhemos para o passado e nos incentivando a produzir formas de comportamento que já deram certo, como afirma Bosi (2009). São fotos, ilustrações, caricaturas e textos, carregados de modelos e estereótipos de gênero vigentes na sociedade da época da Primeira República Brasileira (1889 – 1930).

Para Marialva Barbosa (2007, p. 25), “recuperar o passado significa caminhar do agora numa direção pretérita a partir de traços, restos, vestígios que o passado deixa no presente”. E, são nesses vestígios deixados pelo passado que encontramos os estereótipos, bem como as representações de gênero. Na revista *O Olho da Rua*, há uma seção dedicada especificamente para mulheres, chamada “Album de Moças”, onde são discutidos temas relativos ao ‘universo feminino’, como: o que os homens admiram nas mulheres, como elas devem se comportar, moda e até mesmo sobre o amor. No geral, a revista se dedicava a assuntos tidos como do interesse masculino, entre eles, a política, a qual ganhava espaço na maioria das páginas. A coluna “Cartas de um caipira” criticava a atuação dos políticos locais, utilizando uma linguagem irônica, reforçando um modelo estereotipado do caipira paranaense.

Especificamente tratando sobre as masculinidades, percebe-se que o homem paranaense era representado nas ilustrações e textos da revista *O Olho da Rua*, como homem rural, político, intelectual, religioso, patriarcal etc. Além disso, as masculinidades se relacionavam com o modelo hegemônico, onde o homem, para ser considerado como tal, deveria possuir características como força, dominação, virilidade, autoridade. Assim, em determinadas imagens, ele era colocado em situações onde precisava provar sua masculinidade, como ao dominar um boi em fúria.

Aqui, faremos um ‘empréstimo’ dessas memórias, para que possamos entender como as representações das masculinidades ocorriam no passado e de certa forma, como influenciaram o atual processo de representação. Pois, como afirma Andreas Huyssen (2004, p. 67), a memória é como um elo, e nós “como

indivíduos e sociedades, precisamos do passado para construir e ancorar nossas identidades e alimentar uma visão do futuro”.

Sem memória, sem a leitura dos restos do passado, não pode haver o reconhecimento da diferença [...], nem a tolerância das ricas complexidades e instabilidades de identidades pessoais e culturais, políticas e nacionais (HUYSSSEN, 2004, p. 72)

Sobre a representação, utilizamos como base o conceito discutido pelo historiador francês, Roger Chartier. Segundo Chartier (2002), na obra *A história cultural – entre práticas e representações*, as representações são um processo dinâmico, que está em constante mutação, de acordo com o interesse dos grupos que as forjam. Para o autor, o mundo em que vivemos é feito de representações, onde o real assume um sentido diverso de tal forma que não é mais possível saber o que de fato é realidade e o que está no campo da representatividade, “mesmo as representações coletivas mais elevadas só têm existência, só são verdadeiramente tais, na medida em que comandam atos” (CHARTIER, 1991, p. 183). Entretanto, as práticas sociais só passam a existir quando efetivamente representadas.

O historiador francês define a palavra “representação” de duas maneiras. O primeiro conceito afirma que a representação “faz ver uma ausência, o que supõe uma distinção clara entre o que representa e o que é representado” (CHARTIER, 1991, p. 184). O outro conceito é a do da apresentação de uma presença, a apresentação pública de uma coisa ou de uma pessoa. Na primeira acepção, “a representação é o instrumento de um conhecimento imediato que faz ver um objeto ausente substituindo-lhe uma “imagem” capaz de repô-lo em memória e de “pintá-lo” tal como é” (CHARTIER, 1991, p. 184).

Para entender melhor essas “imagens”, Roger Chartier (1991), cita como exemplo, os manequins de cera, de madeira ou de couro que eram postos sobre a sepultura monárquica, durante os funerais dos soberanos franceses e ingleses. Quando se via os príncipes mortos, só se via a representação destes, sua efígie. Ou seja, uma imagem que tem a função de substituir ao corpo ausente, um objeto que lhe seja semelhante ou não. As outras imagens funcionam em um registro diferente, o da relação simbólica, que é a representação de algo de moral pelas imagens ou pelas propriedades das coisas naturais. Segundo o autor,

O leão é o símbolo do valor, a bolha o da inconstância, o pelicano o do amor materno. Uma relação decifrável é portanto postulada entre o signo visível e o referente significado — o que não quer dizer, é claro, que é necessariamente decifrado tal qual deveria ser (CHARTIER, 1991, p. 184).

Portanto, se as práticas sociais são legitimadas no campo da representação, a mídia é um espaço adequado para que possamos entender como as representações são produzidas, como agem e de que forma se transformam em discursos representativos. Assim como a construção de sentido da leitura de um texto sempre vai variar de acordo com o tempo, o lugar e o grupo onde o indivíduo está inserido, a leitura das imagens também pode variar. Devemos considerar, que como sujeitos que fazem parte de uma sociedade, além de consumir as imagens que circulam nos meios de comunicação, ajudamos também a produzi-las.

Segundo Chartier (2002), a noção de representação é um dos conceitos mais importantes utilizados quando se pretende compreender o funcionamento de uma sociedade ou definir as operações intelectuais que lhes permitem apreender o mundo. Esse conceito nos auxilia para o entendimento de como o gênero masculino era representado na revista curitibana *O Olho da Rua*, tanto nos textos quanto nas ilustrações. Nessa mídia impressa é possível notar traços dos padrões de papéis sociais tanto para homens quando para mulheres, no início do século XX. Cada texto/ilustração carrega em si, detalhes que revelam como eram os comportamentos esperados para ambos os gêneros, a mulher era destinada para a esfera particular, aos afazeres do lar, cuidar dos filhos. Já o homem deveria estar presente na esfera pública, se preocupando com o trabalho, sustendo da família e com temas que envolviam a sociedade como economia e política.

Nesse fragmento, extraído da revista, a representação da masculinidade ligada ao trabalho fica evidente: (sic) “Todos os moços, e mesmo homens maduros, competentes e morigerados acham-se empregados. Não se encontra um para remédio!” (O OLHO DA RUA, 1907, s/p). Percebe-se um tom de indignação, ao mesmo tempo de orgulho, por parte de quem escreve o texto, em ressaltar que não se encontram mais homens para trabalhar, pois, todos os competentes, já estão empregados. De fato, temos nesse registro, um dos valores cobrados pela sociedade curitibana no início do século XX: que o homem tivesse um trabalho. Caso contrário, poderia ser visto como folgado, preguiçoso.

Em outra edição da revista, nº13 de 1907, na coluna “Album de Moças”, a discussão gira em torno do que os homens mais gostam nas mulheres. No texto, a escritora ou escritor, não se sabe ao certo, pois, a coluna não era assinada, fala que o elemento mais atraente de uma mulher é seu rosto, sua *cútis*.

Elle liga a isso uma importância extraordinária. Se examinarmos o fundo do seu pensamento em tal matéria, acharemos que elle associa uma carnação suavemente rosea e de frescura infantil ás idéas de pureza de espírito e de innocencia. [...] Que se pode ainda accrescentará lista das coisas que os homens mais apreciam nas mulheres? Intelligencia? Não; Ella assusta, pelo contrario. (O OLHO DA RUA, 1907, s/p)

Esse fragmento demonstra que as mulheres eram representadas como seres inferiores, que deveriam ser puras e não demonstrar inteligência, pois esta poderia assustar os ‘pretendentes’. Na revista *O Olho da Rua*, a representação feminina procura mostrar que para ser atraente a mulher precisava cuidar bem do seu rosto, porque, por mais que o homem gostasse do seu corpo, ele ficaria com ela pela beleza da *cútis*. A inteligência não poderia se sobressair à beleza física, ou seja, a mulher não poderia ser mais inteligente que o homem, pois, tal fato seria uma afronta à sua masculinidade.

A mídia impressa se mostra um fator atuante e influente nas concepções acerca de gênero, como afirma a pesquisadora, Maria Inês Ghilardi-Lucena (2005, p. 1019), “a divulgação de imagens e de representações colabora para a aceitação, manutenção e alteração de valores sociais para a maioria da população”. Os meios de comunicação exercem um grande poder de persuasão e convencimento, devido ao espaço que ocupam no mundo moderno, de tal forma que, “a maior parte da sua produção tem, portanto, valor de verdade, o que faz com que as representações que constroem pareçam reais” (GHILARDI-LUCENA, 2005, p. 1020). Assim, existe uma vida de mão dupla, uma troca, entre a sociedade e a mídia, uma colaborando com a outra para que os modelos sejam instaurados e se perpetuem em nosso imaginário individual e coletivo.

### 3 CONSTRUINDO HOMENS E MULHERES: O GÊNERO EM PERSPECTIVA

O conceito de gênero vai muito além do que as simples descrições das diferenças corporais, que distinguem homem e mulher. Ele é uma construção que se baseia na sociedade, história e cultura, sendo elaborado sobre as diferenças sexuais. Dado isto, não podemos nos deter apenas às oposições binárias, afinal, a o gênero se fundamenta, sobretudo, nas relações sociais.

Segundo a pesquisadora e referência em estudos de gênero, Joan Scott (1995), “O gênero é, portanto, um meio de decodificar o sentido e de compreender as relações complexas entre diversas formas de interação humana” (SCOTT, 1995, p, 23). Essas relações complexas envolvem normatizações, regras impostas socialmente que buscam auxiliar na construção de gênero dos sujeitos. Muitas vezes o gênero nos parece como algo naturalizado, mas, na verdade, envolve uma série de fatores e esforços sociais que visam orientar e regulamentar o comportamento dos indivíduos.

Diferentemente do sexo, que é determinado antes mesmo do nascimento por processos biológicos, o gênero é um produto cultural, que varia de acordo com cada povo, sociedade e momento histórico. Como afirma Guacira Lopes Louro (1997), na obra *Gênero, Sexualidade e Educação*,

É necessário demonstrar que não são propriamente as características sexuais, mas é a forma como essas características são representadas ou valorizadas, aquilo que se diz ou se pensa sobre elas que vai constituir, efetivamente, o que é feminino ou masculino em uma dada sociedade e em um dado momento histórico (LOURO, 1997, p 21).

Ao dirigirmos nosso foco especificamente para o caráter social do gênero, não há pretensão, contudo, de negar que o mesmo se constitui em corpos sexuados. Não podemos deixar de considerar a parte biológica que essa construção envolve, mas, enfatizamos a construção social e histórica produzida sobre essas características orgânicas. É inegável que o gênero se constitui em cada ação, cada ato em nossas vidas. Em nosso cotidiano estamos construindo gênero e colaborando, de certa forma, para a perpetuação de comportamentos esperados para homens e mulheres.

O conceito de gênero tem suas raízes fundadas nas teorias e estudos feministas surgidos na década de 1970. De acordo com Soraya Barreto Januario (2014), foi o pesquisador Robert Stoller, em 1968, nos Estados Unidos, quem utilizou o termo para se referenciar ao gênero numa perspectiva psicanalítica e patológica. Porém, os Estudos de Gênero, só ganharam força a partir de 1975, com a publicação de um artigo sobre tráfico de mulheres, escrito por Gayle Rubin. Segundo Januario (2014, p. 400), “Rubin retomou o conceito e usou-o como estratégia para formular, concetualizar e trabalhar pela primeira vez o sistema sexo/gênero sob uma perspectiva antropológica”.

É preciso ressaltar que foram os Estudos Feministas os principais responsáveis pelo desenvolvimento do conceito de “gênero”. No início, o termo era utilizado pelas feministas para teorizar a questão da diferença sexual, ou seja, o determinismo biológico, procurando demonstrar que o gênero era uma construção social e não algo pré-determinado, imanente aos indivíduos, como era afirmado até meados dos anos 1960. De acordo com Amanda Rabelo (2010), a utilização do termo gênero desenvolveu-se nas análises femininas a partir de meados da década de 1970, sendo definido como uma construção social de atributos diferentes a homens e mulheres durante a vida toda, o qual auxiliaria na determinação das relações entre os sexos em vários sentidos.

Por muito tempo o termo gênero foi utilizado como sinônimo de “mulher” e de “feminino”. Segundo Scott (1995), essa substituição está relacionada com a aceitabilidade política do campo de pesquisa da história das mulheres, ainda que, em determinados caso, sejam feitas vagas referências a conceitos analíticos. Para a pesquisadora, a utilização do termo gênero denotaria maior erudição aos trabalhos, uma vez que possui uma acepção mais neutra e objetiva do que a palavra “mulheres”.

A historiadora norte-americana, Joan Scott (1995), afirma que foi somente no final do século XX que as problematizações referentes ao gênero como uma categoria de análise começaram a aparecer, pois, “o gênero, como o meio de falar de sistemas de relações sociais ou entre os sexos, não tinha aparecido” (SCOTT, 1995, p. 19). Segundo Januario (2014), embora houvesse controvérsias acerca da definição de gênero, nos anos 1980, firmou-se o consenso do seu uso, sendo entendido como a construção social do feminino e masculino, encerrando os debates que se referiam a qualquer possível influência do determinismo biológico.

Foram os Estudos Feministas que engendraram a concepção dos Estudos de Gênero. As primeiras manifestações feministas ocorreram no final do século XIX, entre elas, damos destaque ao “sufragismo”, que foi um movimento social, econômico e político de reforma, que buscava estender o direito do voto para as mulheres. Em 1893, a Nova Zelândia foi o primeiro país a garantir o direito de voto feminino. Já em 1968, grupos de mulheres formados em países como Estados Unidos e Alemanha, começaram a demonstrar grande insatisfação com a segregação social, a discriminação, entre outras práticas, o que gerou marchas e protestos públicos, além de publicações em livros, jornais e revistas.

O momento inicial dos Estudos Feministas tinha como objetivo tornar visível a voz daquelas que, durante muito tempo, foram silenciadas, procurando “tomar a mulher como sujeito/objeto de estudos – ela que fora ocultada ou marginalizada na produção científica tradicional” (LOURO, 1997, p. 147). Criticavam também, os discursos que relacionavam as mulheres com a esfera privada e o mundo doméstico, como sendo o “verdadeiro” universo feminino, defendendo que elas poderiam ocupar cargos em escritórios, lojas, escolas e hospitais.

Segundo a pesquisadora Ilze Zirbel (2007), a procura por novas maneiras de pensar a cultura e o conhecimento é uma das marcas desse grupo de estudos. A autora ressalta que os Estudos Feministas procuravam questionar os paradigmas das ciências e as definições tradicionais de sociedade, política, privado, público, autonomia, liberdade, entre outros. “De igual forma, as experiências de vida (e sujeição) das mulheres servem de base para a reflexão, impondo novos temas e metodologias de trabalho” (ZIRBEL, 2007, p. 18-19).

Historicamente, foi por meio das feministas anglo-saxãs que o termo *gender* (gênero) passou a ser usado como distinto de *sex* (sexo). Para Scott (1995), o uso mais recente do termo gênero apareceu entre as feministas americanas que queriam insistir no caráter fundamentalmente social das distinções baseadas no sexo. Dessa forma, o gênero é uma construção, um produto cultural, que se difunde nas estruturas sociais de cada povo. Por seu caráter de construção, o gênero é também, mutável e sofre constantes ressignificações por conta da interação entre os sujeitos.

A pesquisadora Teresa de Lauretis (1987), no texto *A tecnologia do gênero*, afirma que o gênero é uma representação que é construída socialmente. Nesse aspecto, a construção de gênero ocorre na mídia, nas escolas, na família, mas também, na academia, nas teorias radicais e até mesmo, de forma bastante

acentuada, no feminismo. “O termo “gênero” é, na verdade, a representação de uma relação, a relação de pertencer a uma classe, um grupo, uma categoria” (LAURETIS, 1987).

Nos diversos meios que as representações de gênero podem ocorrer, damos destaque para a mídia impressa, em específico para a revista *O Olho da Rua*. A forma como a revista representava homens e mulheres certamente diz respeito aos costumes e atribuições da época em que foi publicada, início do século XX. Textos, crônicas, anúncios, ilustrações, fotografias, charges e caricaturas, tudo na revista está permeado por representações de gênero. Os homens utilizavam ternos, as mulheres, vestidos rodados. Eles deveriam se preocupar com o trabalho, a economia, a política, ou seja, assuntos que tangem a esfera pública. Elas deveriam deter-se a assuntos privados, como o lar, o bem estar da família, o cuidar de si mesma e estar aparentemente, sempre bela.

No fragmento do texto: “Do telhado do Olho”, da edição número 9 de 1911, assinado com o pseudônimo de Capistrano, o escritor relata que observou dois homens, os quais pelo traje, ele identificou como sendo participantes do Congresso de Geografia que, segundo dados da *Revista Geo-paisagem Online*<sup>6</sup>, foi sediado em Curitiba, sendo um evento de dimensão nacional. Ou seja, as vestimentas também eram utilizadas para distinguir quem ocupava uma função importante na sociedade.

Assim, estava acororado na cumieira do palácio do Olho observando quando vi pararem á esquina do compadre Taborda dous personagens, de cartola alta e croissée. Pela fita na lapella não me foi difficil ver que pertenciam ao Congresso de Geographia (O OLHO DA RUA, 1911, s/p).

Já na edição número 10, de 1907 d’*O Olho da Rua*, há clara intenção do escritor em afirmar que a mulher magra seria mais interessante, mais bem vista pelos homens: “A gorda é a prosa, o aborrecimento, o mau gosto, a desconfiança e o tédio. A magra é capaz de se sacrificar até ao delírio pelo homem” (O OLHO DA RUA, 1907, s/p). Dessa forma, a publicação acabava por incentivar que, para “ter um homem”, a mulher deveria ser magra, uma vez que, a mulher gorda era vista com maus olhos, e conseqüentemente, seu destino era ficar sozinha, tanto que ela é comparada ao tédio. Assim, a linguagem é tida como um meio de naturalizar as

---

<sup>6</sup> Revista Geo-paisagem. Disponível em: <<http://www.feth.ggf.br/congresso.htm>> Acesso em 16 nov. 2016.

relações entre os sujeitos, pois, “ela não apenas veicula, mas produz e pretende fixar diferenças” (LOURO, 1997, p. 65)

A mídia impressa auxilia na construção dos gêneros sociais. Nas revistas atuais, como por exemplo, *Men's Health* e *Marie Claire*, encontramos imagens e textos que estabelecem modos de “ser” e até mesmo, procuram “ditar”, o que devemos ou não fazer, dizer, pensar, vestir e até mesmo, se comportar. Além disso, esses meios de comunicação contribuem para que nossas identidades sejam construídas, afinal, os sujeitos se constituem a partir do que vivenciam, do que veem, do que se identificam. É como um ciclo, onde repetimos comportamentos e padrões de gênero que já deram certo em outros tempos.

Nesse sentido, é preciso notar que o meio impresso também atua na “desconstrução” de gênero. Por vezes, deparamo-nos com imagens que procuram colocar homens representados em funções antes tidas como femininas, e vice-versa. Eles assumem o papel de cozinhar, cuidar dos filhos, se inserindo na vida doméstica. Existem até mesmo matérias em revistas que buscam “ensinar” os homens e exercerem essas “novas” funções, que há um bom tempo atrás eram tidas como exclusivamente femininas. Do mesmo modo, as mulheres são colocadas ocupando altos cargos em empresas, como executivas bem-sucedidas, empoderadas. Essas imagens acabam por desestabilizar e enfraquecer padrões e hierarquias de gênero.

Robert William Connell (1997), um dos mais importantes pensadores sobre gênero e masculinidades, no texto *La organización social de la masculinidad*, problematiza o gênero, enfatizando a relevância de se compreender o conceito a partir de uma perspectiva de conexão, ou seja, o masculino só pode existir em correlação ao feminino e vice-versa. Ambos não podem ser pensados separadamente, pois, “essa concepção pressupõe uma crença nas diferenças individuais e na ação pessoal. Mas, o conceito é, também, inerentemente relacional”<sup>7</sup> (CONNELL, 1997, p. 32, tradução nossa). Isso vai ao encontro do que diz Scott (1995), ao ressaltar que existe um vínculo de reciprocidade entre homens e mulheres, afinal, “[...] as mulheres e homens eram definidos em termos recíprocos e nenhuma compreensão de qualquer um poderia existir através de estudo inteiramente separado” (SCOTT, 1995, p. 3).

---

<sup>7</sup> “Esta concepción presupone una creencia en las diferencias individuales y en la acción personal. Pero el concepto es también inherentemente relacional” (CONNELL, 1997, p. 32).

Ao enfatizar o caráter social do gênero, os Estudos Feministas trouxeram à tona, uma questão muito importante: a desigualdade de gênero. Louro (1997) assevera que é no campo social que se constroem e se reproduzem as relações e desigualdades de gênero entre os sujeitos. Para a autora, faz-se necessário buscar justificativas para as desigualdades não somente nas diferenças biológicas, mas na história, nos arranjos e recursos sociais, que incluem o acesso a bens e serviços da sociedade, entre eles a educação e, nas formas de representação.

O conceito de gênero adquire um apelo, fortemente relacional, afinal, é na esfera das relações sociais que se constroem os gêneros. Para Louro (1997, p. 22), “ainda que os estudos continuem priorizando as análises sobre as mulheres, eles estarão agora, de forma muito mais explícita, referindo-se também aos homens”. Ou seja, busca-se contextualizar o que até então era afirmado/suposto sobre homens e mulheres, tentando evitar afirmações generalizadas, à medida que, “afasta-se (ou se tem a intenção de afastar) proposições essencialistas sobre os gêneros; a ótica está dirigida para um processo, para uma construção, e não para algo que exista a *priori*” (LOURO, 1997, p. 23).

Com isso, o gênero passa a ser pensado de modo plural, considerando que as representações sobre homens e mulheres são variadas. Segundo Louro (1997), as concepções de gênero se diferem não apenas entre as sociedades ou momentos históricos, mas também, no interior de cada uma dessas sociedades, se considerarmos os diversos grupos (étnicos, religiosos, raciais, de classe) que a constituem.

As representações de gênero encontradas na revista *O Olho da Rua*, por mais que fossem variadas, acabavam confluindo para um modelo que se esperava de homens e mulheres. A sociedade do início do século XX ainda vivia no sistema patriarcal, onde o homem era o chefe da família, a autoridade, o único responsável pelo sustento da mulher e dos filhos. As funções como, trabalhar e angariar dinheiro recaíam sobre a figura masculina. Tanto que, em diversas ilustrações d’*O Olho da Rua*, os homens aparecem em mesas de bar, em bancos nas praças, discutindo assuntos como política e economia, dando a entender que esses temas faziam parte do “universo masculino”.

Louro (1997) ressalta que o caráter relacional e social do gênero, pode causar dúvida entre os papéis sociais e as identidades de gênero. Os papéis sociais, masculinos e femininos, seriam os padrões ou regras que uma determinada

sociedade estabelece para seus membros e que visam definir seus comportamentos, suas roupas, seus modos de agir, de se portar e também de se relacionar. “Através do aprendizado de papéis, cada um/a deveria conhecer o que é considerado adequado (e inadequado) para um homem ou para uma mulher numa determinada sociedade, e responder a essas expectativas” (LOURO, 1997, p 24). Porém, essa concepção age de forma excludente, pois, deixaria de lado inúmeras formas de masculinidades e feminilidades que possam existir, assim como as relações de poder que estabelecem as hierarquias de gênero.

A pesquisadora Miriam Pillar Grossi (1998), no texto *Identidade de Gênero e Sexualidade*, entende que o sentido de papel de gênero é o mesmo que se usa no teatro, ou seja, uma representação de um personagem, afinal, “tudo aquilo que é associado ao sexo biológico fêmea ou macho em determinada cultura é considerado papel de gênero. Estes papéis mudam de uma cultura para outra” (GROSSI, 1998, p. 6). Portanto, o que era atribuído ao papel de gênero masculino no início do século XX, sem dúvida é diferente do papel de gênero masculino no século XXI.

A pretensão seria, então, compreender o gênero como um constituinte da identidade dos sujeitos.

Ao afirmar que o gênero institui a identidade do sujeito (assim como a etnia, a classe, ou a nacionalidade, por exemplo) pretende-se referir, portanto, a algo que transcende o mero desempenho de papéis, a ideia é perceber o gênero fazendo parte do sujeito, constituindo-o. O sujeito é brasileiro, negro, homem, etc. Nessa perspectiva admite-se que as diferentes instituições e práticas sociais são constituídas pelos gêneros e são, também, constituintes dos gêneros (LOURO, 1997, p. 25).

Nessa “fabricação” dos sujeitos, quase que um sistema de produção fordista, é preciso ressaltar que instituições como a igreja, a justiça, a educação e até mesmo o governo, são atravessadas pelos gêneros, as quais são “genereficadas”, pois, “produzem-se ou “engendram-se” a partir das relações de gênero (mas não apenas a partir dessas relações, e sim, também, das relações de classe, étnicas, etc.)” (LOURO, 1997, p. 25).

Para Grossi (1998), a construção da identidade se relaciona com o aprender a ser menino ou ser menina, o que ocorreria até os três anos de idade. Com o intuito de exemplificar isso, a pesquisadora cita um estudo feito pelo psicólogo Robert Stoller (1978), o qual analisou inúmeros casos de indivíduos considerados à época,

“hermafroditas”, ou com os genitais escondidos, e que, por engano, haviam sido rotulados com o gênero oposto ao de seu sexo biológico. Para Grossi (1998), a pesquisa de Stoller (1978) constatou que é mais fácil mudar o sexo biológico de uma pessoa, do que o seu gênero. Dessa forma, a criança aprenderia a ser menino ou menina até os três anos de idade, após a aquisição da linguagem e a passagem pelo complexo de Édipo, no qual a criança realizaria uma “disputa” com seu progenitor do mesmo sexo, pelo amor do progenitor do sexo oposto.

Nesse sentido, todos os indivíduos possuiriam um núcleo de identidade de gênero, que seria um conjunto de convicções pelas quais se considera socialmente o que pertence ao gênero masculino ou feminino. De acordo com Grossi (1998, p. 8), “este núcleo não se modifica ao longo da vida psíquica de cada sujeito, mas podemos associar novos papéis a esta “massa de convicções””. O núcleo da nossa identidade de gênero seria construído a partir de nossa socialização, ou seja, do contato entre as pessoas, onde ocorreria então, o momento da rotulação do bebê como menina ou menino. Isso se daria, antes mesmo de nascer, com as novas tecnologias de detectar o sexo do bebê, quando se atribui um nome à criança e esta passa a ser tratada imediatamente como menino ou menina.

Caso tenha havido um erro nesta rotulação inicial (em raros casos de intersexualidade ou “hermafroditismo”, como trata Stoller), será praticamente impossível mudar a identidade de gênero deste indivíduo após os três anos de idade, uma vez que ele tiver superado a fase do complexo de Édipo, momento no qual todo ser humano descobre que é único e não a extensão do corpo da mãe (GROSSI, 1998, p. 8).

Desse modo, os indivíduos desenvolvem suas identidades de gênero ao se identificarem nos aspectos social, histórico e cultural, como masculinos ou femininos. Já as identidades sexuais se constituem através do modo como os sujeitos vivem sua sexualidade, seja com parceiros ou parceiras, do mesmo sexo, do sexo oposto, de ambos os sexos etc. Por mais que as identidades, tanto sexuais, quanto de gênero, estejam inter-relacionadas, é necessário pensá-las distintamente, pois, não são a mesma coisa. Louro (1997, p. 27) ressalta que, “sujeitos masculinos ou femininos podem ser heterossexuais, homossexuais, bissexuais (e, ao mesmo tempo, eles também podem ser negros, brancos, ou índios, ricos ou pobres etc.)”.

Devemos considerar que, tanto as identidades de gênero, quanto as sexuais, nunca estão prontas, finalizadas. Nesse processo dinâmico de construção, não há

como determinar um momento em que as identidades sejam consolidadas em nossas vidas. Elas estão sempre se constituindo, são instáveis e passíveis à transformação. Não nascemos com uma identidade fixa, mas sim, com uma identidade mutável, que vai variar de acordo com nossas relações sociais, com a história, com os discursos que nos atravessam diariamente, com as práticas e também as representações. Vale ressaltar que a mídia também atua nessa construção, tanto de identidade quanto de gênero, ao disseminar, modelos e padrões para homens e mulheres.

Entre as mais variadas perspectivas e diferentes vieses pelos quais podemos analisar as concepções de gênero, destacamos a discussão trazida pela teórica Joan Scott no artigo *Gênero: uma categoria útil para análise histórica* (1995). Scott (1995), parte do pensamento pós-estruturalista, criticando o uso incorreto e até mesmo generalizado do termo gênero, relacionado apenas ao caráter sexual dos indivíduos. Uma das grandes virtudes do texto escrito por Scott (1995) é abordar o gênero enquanto categoria útil à história, não se restringindo apenas à história das mulheres, podendo ser aplicado na história dos homens e nas relações entre ambos.

Para a escrita dessa nova história, Scott (1995), propõe que as (os) pesquisadoras (es) deveriam percorrer por três categorias, que seriam: classe, raça e gênero. A abordagem desses aspectos demonstraria o real compromisso dos estudiosos em incluir na história o discurso daqueles que sempre viveram à margem, assim como, analisar a natureza dessa marginalização, pois, as desigualdades de poder encontradas na sociedade seriam organizadas conforme esses três eixos.

A historiadora Joan Scott (1995), define seu conceito de gênero em duas partes e várias outras sub-partes e, que a apesar das diferenças, se conectam umas às outras, pois o núcleo delas se baseia na conexão integral entre duas proposições: “o gênero é um elemento constitutivo de relações sociais baseado nas diferenças percebidas entre os sexos, e o gênero é uma forma primeira de significar as relações de poder” (SCOTT, 1995, p. 21).

A autora explica que o gênero, como elemento constitutivo das relações sociais fundadas sobre as diferenças entre os sexos, implica quatro elementos que se relacionam entre si. O primeiro desses elementos são os símbolos culturais, que evocam múltiplas representações, as quais podem ser frequentemente, contraditórias. Scott (1995) cita como exemplo Eva e Maria, que representam a mulher na tradição cristão do Ocidente, mas que também, são mitos da luz e da

escuridão, da inocência e da corrupção. O segundo são os conceitos normativos encontrados nas doutrinas religiosas, científicas, políticas, etc., que apresentam a forma de uma oposição binária. O terceiro elemento das relações de gênero é a inclusão de uma noção do político e uma referência às instituições e organizações sociais, pois, segundo Scott (1995), alguns pesquisadores reduziram o uso da categoria gênero ao parentesco, ou seja, um olhar fixo sobre o universo doméstico e na família como o fundamento da organização social. Para a pesquisadora, seria preciso que essa visão abrangesse não só o parentesco, mas também, o mercado de trabalho, sexualmente segregado, a educação e o sistema político. O quarto aspecto do gênero, proposto por Scott (1995), é o da identidade subjetiva. Para a autora, o gênero implica na construção e na concepção do poder, onde, “o gênero é, portanto, um meio de decodificar o sentido e de compreender as relações complexas entre diversas formas de interação humana” (SCOTT, 1995, p. 23).

Além disso, Joan Wallach Scott (1995) relaciona a construção de gênero com o corpo dos sujeitos, pois, “o gênero é, segundo essa definição, uma categoria social imposta sobre um corpo sexuado” (SCOTT, 1995, p. 7). Do mesmo modo, várias vertentes do feminismo como a radical e a socialista, também atribuem ao corpo, em especial, à função reprodutiva da mulher, como um papel fundamental para a instauração e o progresso da sujeição feminina, contribuindo para a desigualdade de gênero.

Nesse aspecto, Connell (1997) ressalta que o gênero é uma prática social que está, continuamente, relacionada com os corpos e àquilo que os corpos fazem. Mas, essa prática social não se reduz aos corpos, ao contrário, o gênero existe na medida em que o social não é determinado pelo aspecto biológico dos seres. Assim, “Nos processos de gênero, a vida cotidiana está organizada em torno do cenário reprodutivo, definido pelas estruturas corporais e pelos processos de reprodução humana”<sup>8</sup> (CONNELL, 1997, p. 35, tradução nossa).

Para Judith Butler, no livro *Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade* (2010) é preciso pensar no gênero como *performance*, a qual pode se dar em qualquer corpo, desligando-se da concepção de que cada corpo corresponde somente à um gênero. Butler (2010) propõe repensar o corpo como uma “superfície

---

<sup>8</sup> “En los procesos de género, la vida cotidiana está organizada en torno al es cenário reproductivo, definido por las estructuras corporales y los procesos de reproducción humana” (CONNELL, 1997, p. 35).

politicamente regulada”, não mais como algo natural, dado. O gênero seria então, marcado pelo *performativo*.

Em outras palavras, atos, gestos e desejo produzem o efeito de um núcleo ou substância interna, mas o produzem na superfície do corpo, por meio do jogo de ausências significantes, que sugerem, mas nunca revelam, o princípio organizador da identidade como causa. Esses atos, gestões e atuações, entendidos em termos gerais, são performativos, no sentido de que a essência ou identidade que por outro lado pretendem expressar são fabricações manufaturadas e sustentadas por signos corpóreos e outros meios discursivos (BUTLER, 2010, p. 194).

Butler (2010) propõe pensar o corpo como algo cultural tal como o gênero, e não imanente ao indivíduo. Para a autora, se a verdade interna do gênero é fabricada, de tal forma que o gênero verdadeiro se mostra como uma fantasia inscrita sobre a superfície dos corpos, “então parece que os gêneros não podem ser nem verdadeiros nem falsos, mas somente produzidos como efeitos da verdade de um discurso sobre a identidade primária e estável” (BUTLER, 2010, p. 195).

De acordo com Judith Butler (2010), a dimensão do gênero como *performance* sugere a necessidade da repetição, a qual ela nomeia como “repetição estilizada de atos”. Assim, o efeito do gênero se produz por meio da estilização do corpo, devendo ser entendido como, “a forma corriqueira pela qual os gestos, movimentos e estilos corporais de vários tipos constituem a ilusão de um eu permanente marcado pelo gênero” (BUTLER, 2010, p.200).

O fato de a realidade do gênero ser criada mediante *performances* sociais contínuas significa que as próprias noções de sexo essencial e de masculinidade ou feminilidade verdadeiras ou permanentes também são constituídas, como parte da estratégia que oculta o caráter performativo do gênero e as possibilidades performativas de proliferação das configurações de gênero fora das estruturas restritivas da dominação masculinista e da heterossexualidade compulsória (BUTLER, 2010, p. 201).

Logo, estudar o gênero é levar em consideração que o mesmo, se trata de um sistema bastante amplo e complexo, que se situa além das oposições binárias, do determinismo biológico, dos papéis sexuais atribuídos a homens e mulheres em cada sociedade. O gênero ultrapassa os corpos, se entrelaça nas estruturas sociais, culturais e históricas. Assim, os Estudos de Gênero, entendidos de maneira ampla,

nos ajudam a compreender os conflitos, as práticas de resistência, as hierarquias dos gêneros.

Por estarem presentes em todas as sociedades, as representações de gênero estão estreitamente vinculadas com as mídias. Como afirma Maria Inês Ghilardi-Lucena (2010, p. 6) “a mídia desempenha papel fundamental na produção e na circulação dos sentidos que determinam o modo como os gêneros – feminino e masculino – são vistos pelos indivíduos”. Nesse sentido,

Os veículos de comunicação colaboram para as novas articulações ou para a assimilação de novas categorias ao colocar à disposição um rol de exemplos e modelos de comportamento e de atitudes com os quais as pessoas poderão se identificar (GHILARDI-LUCENA, 2010, p. 6).

Seja por meio da linguagem ou das ilustrações, os gêneros estão sempre sendo representados. Consideramos que há uma troca entre a mídia e a sociedade, afinal, os veículos midiáticos não só reproduzem esses modelos e papéis de gênero, como também constroem, criam padrões para os indivíduos sigam. A mídia atua como uma guia do imaginário social que construímos sobre homens e mulheres. Ao mesmo tempo em que atua incentivando a desconstrução desses papéis de gêneros, e de certa forma, contribuindo para o combate à desigualdade.

### **3.1 As masculinidades na esfera dos Estudos de Gênero**

A aproximação dos homens aos Estudos de Gênero foi inicialmente vetada pelas estudiosas feministas. Segundo a pesquisadora Karen Giffin (2005), no artigo *A inserção dos homens nos estudos de gênero: contribuições de um sujeito histórico*, essa recusa da participação dos homens e dos *men's studies* se deu pelo fato de que as feministas consideravam que os homens eram os únicos beneficiados pelo sistema de gênero, o que envolveria a questão do patriarcado e da dominação da esfera pública.

Porém, esse afastamento dos homens com relação às discussões sobre gênero, não impediu que o poder masculino ocupasse a posição de foco central nas pesquisas realizadas pelas mulheres, nos primeiros anos de desenvolvimento dos Estudos de Gênero. De acordo com Giffin (2005), esses estudos iniciais procuraram

demonstrar o sistema de oposição binário e também reducionista, no qual a sociedade estava organizada como, cultural *versus* natural, social *versus* biológico, razão *versus* emoção, entre outros.

Durante anos os homens foram inseridos como objeto nos estudos segundo este modelo, frequentemente referido como 'patriarcal': racional, ativo no público, na produção da ciência e da cultura, provedor, sexualmente 'irresponsável', poderoso, universalizado na sua dominação. Homem com 'H' maiúsculo. O outro lado desta moeda é a Mulher: emotiva, voltada ao mundo privado da reprodução dos filhos, cuidando das relações de afeto, sexualmente passiva, dependente, obediente, universalizada na sua opressão (GIFFIN, 2005, p. 48).

Giffin (2005) aponta que o confronto travado entre homens e mulheres no âmbito das relações sociais, tanto na área privada quanto na pública, daria todas as vantagens aos homens, pois se basearia nos valores dominantes de uma sociedade que era individualista, competitiva e monetarizada. Todavia, os questionamentos e reflexões advindos do movimento feminista possibilitaram mudanças na postura de homens e mulheres na sociedade, desestabilizando identidades. Ao questionar os padrões de gênero, que colocavam a masculinidade como algo natural, justificando a dominação masculina sobre as mulheres, houve uma quebra, uma ruptura no sistema patriarcal. Essa ruptura possibilitou que fossem reconhecidos outros tipos de masculinidade, pois, levava em consideração, a subjetividade masculina.

Para Elisabeth Badinter, na obra *XY: sobre a identidade masculina* (1993), o grande mérito dos *men's studies* consiste justamente na vontade de romper com esse esquema milenar, questionando a fórmula onde o homem seria o único critério com o qual se compara a mulher, o qual sempre apresentava o homem como: "o exemplar mais bem-acabado da humanidade, o absoluto a partir do qual a mulher se situa" (BADINTER, 1993, p. 9).

Embora os estudos acerca da masculinidade tenham aparecido modestamente nos anos 1950 e 1960, foi na década de 1970, que tomaram grande proporção. A hegemonia da ideologia binária e da dominação masculina encontrou-se ameaçada, passando a sofrer objeções por parte das integrantes do movimento feminista, assim como, dos homens participantes do movimento e também dos que se dedicavam aos Estudos Gays. Para Karen Giffin (2005), no meio universitário e nos espaços da classe média, foram formados coletivos de homens que se

dedicavam a refletir sobre sua própria experiência no patriarcado, assumindo seus hábitos masculinos relacionados à dominação e desvalorização.

Conforme o pesquisador Sócrates Nolasco, no livro *O mito da masculinidade* (1993), por muito tempo o feminismo denunciou o homem como um opressor tirânico, fundindo-o com o patriarcado, o qual procurava impedir a ascensão da carreira profissional das mulheres, bem como, não permitir que elas ultrapassassem as fronteiras do espaço doméstico e privado. Entretanto, “esta imagem de carrasco de gênero sobre outro vem gradativamente perdendo espaço, e sendo substituída por uma reflexão também sobre a condição de vida dos homens” (NOLASCO, 1993, p. 132).

Foi na década de 1980, que os Estudos de Gênero se tornaram flexíveis, passando a abranger novos temas de pesquisa, como as relações entre os gêneros, e não unicamente, sobre as mulheres. Os homens começaram a ser incluídos nas investigações acadêmicas, a partir do momento em que foram colocados como sujeitos históricos, deixando de lado a visão essencialista e considerando que, da mesma forma que a feminilidade, a masculinidade não é algo inerente ao homem, muito menos determinada pela biologia, mas sim, construída social, histórica e culturalmente. Nesse sentido, a masculinidade também é suscetível à análise e problematizações, como afirma Badinter (1993, p. 5) “mais do que nunca, o homem é um problema a ser resolvido, e não algo dado”.

Nos anos 1990, houve a inclusão definitiva dos homens nos Estudos de Gênero. O gênero começou a ser visto como uma categoria de análise abrangendo homens e mulheres, questionando as hierarquias e desigualdades sociais. Já a masculinidade, como objeto de estudo no Brasil, ainda pode ser considerada uma perspectiva inovadora, pois, como afirma Maria Izilda Santos de Matos, no artigo *Por uma história das sensibilidades: em foco - a masculinidade* (2001), ainda são raros os estudos na produção historiográfica brasileira, “deixando a impressão de que os homens existem em algum lugar além, constituindo-se num parâmetro extra-histórico e universalizante” (MATOS, 2001, p. 46).

Nota-se que, nos últimos dez anos, no Brasil, houve um crescimento no número de trabalhos e artigos, relacionados aos Estudos de Gênero, porém, o foco se deu, preferencialmente, sobre as mulheres. De acordo com Matos (2001), entre os temas pesquisados com relação aos homens e às masculinidades, destacam-se, “a construção social da masculinidade, a paternidade, os arranjos familiares, a

chamada “crise da masculinidade”, que, além de tornar os homens alvos de política públicas, envolvem ONGs e instituições internacionais” (MATOS, 2001, p. 46).

Desse modo, investigar as identidades masculinas assim como sua construção de gênero, envolve um trabalho interdisciplinar, que considere a aproximação entre os mais variados campos como a Antropologia, Sociologia, História, Psicologia etc. Assim, para Matos (2001), torna-se necessário superar a dicotomia, ainda existente, entre a “vitimização” e a crença de uma “onipotência” masculina.

Destaca-se a necessidade de estudos críticos dos estereótipos masculinos associados à força, poder, agressividade, decisão, capacidade de domínio e iniciativa para se desenvolver um enfoque analítico sobre a construção da masculinidade à manutenção das hegemonias e todas as tramas de poder que permeiam as relações de gênero (MATOS, 2001, p. 47).

A universalização do sujeito pela História Social gerou dificuldades para que a masculinidade fosse trabalhada, já que ela pode variar de acordo com o contexto em que se insere, ou seja, mesmo frente às permanências e hegemonias, a masculinidade adquire caráter de multiplicidade. Para Matos (2001), é necessário desfazer essas noções abstratas de “homem”, com uma identidade única, a-histórica e essencialista, para que se possa pensar a masculinidade a partir do prisma da diversidade encontrada na historicidade de suas inter-relações, rastreando-a como múltipla, mutante e diferenciada, “no plano das configurações, práticas, prescrições, representações e subjetivações, campos de disputa e transformações minadas de relações tensas de poder” (MATOS, 2001, p. 47).

Portanto, analisar as masculinidades, da perspectiva dos Estudos de Gênero, é levar em consideração que estas são produzidas de acordo com a cultura e história de cada povo, em cada momento, e que por isso, possuem um caráter mutável. Além disso, a construção identitária de cada indivíduo depende de fatores subjetivos, como, classe social, etnia, idade, orientação sexual, família, religião, Estado, entre tantos outros. Portanto, são fatores internos e externos que auxiliam no processo de construção do gênero, seja masculino ou feminino.

Com relação a esses fatores externos que ajudam a constituir os gêneros, na edição nº 1 de 1911 da revista *O Olho da Rua*, notamos que a política estava influenciando essa construção, em especial para as mulheres. No exemplo, a

ilustração, assinada por Carlito, apresenta um homem observando uma mulher que passa em sua frente, a mesma está vestindo calças compridas. O homem fala como se estivesse pensando alto: “O mundo anda de pernas para o ar. Mulheres de calças, mulheres votando e... meninas de 16 anos raptando marmanjos de 22 anos!” (O OLHO DA RUA, 1911, s/p). Há forte tom de indignação e crítica nessa ilustração, principalmente pelas mudanças que estavam ocorrendo na sociedade naquela época. Parece que o personagem não queria aceitar as conquistas que as mulheres estavam realizando, como o direito ao voto, que só viria a ser garantido em 1932 no Brasil, mas que em outros países, como na Nova Zelândia já era permitido, a partir de 1893. Esse “ocupar” espaços, utilizar determinadas roupas, e ter atitudes, que antes eram tidos como exclusivamente masculinos, desestabilizam as posições femininas e masculinas na sociedade do início do século XX.

### **3.2 As masculinidades não caem do céu, mas nascem na terra: do determinismo biológico à construção social**

*“Não se nasce mulher, torna-se mulher”  
(Simone de Beauvoir)*

Podemos aplicar essa célebre frase de Simone de Beauvoir no estudo das masculinidades: não se nasce homem, torna-se homem. Isso vem para contestar o que por muito tempo foi afirmado, onde a masculinidade era tida como algo natural, inerente ao ser. Por meio de variados estudos, muitos pesquisadores tentaram provar que as diferenças entre homens e mulheres dar-se-iam apenas na parte física, excluindo toda e qualquer interferência social e cultural que pudessem sofrer.

Para o pesquisador, Fernando Bagiotto Botton, no artigo *As masculinidades em questão: uma perspectiva de construção teórica* (2007), desde os estudos evolucionistas do século XIX, a masculinidade vem sendo estudada a partir de modelos naturalistas, os quais, “a interpretam enquanto uma consequência biológica da formação humana, ou seja, foi vista como sendo puramente sexual-biológica, delimitada pela posse ou não de um objeto físico, a saber, o pênis” (BOTTON, 2007, p. 110). Com isso, os discursos tanto na sociedade quanto na academia afirmavam que a concepção de personalidade e as ações sociais dos homens se delimitariam pela sua parte física, e que a diferença entre os sexos era algo imutável e inquestionável.

O primeiro questionamento lançado sobre essa perspectiva naturalista foi feito pela psicanálise, com a tese freudiana do complexo de Édipo. De acordo com Botton (2007),

[...] criou-se a concepção de que a masculinidade é formada de acordo com as relações familiares, especialmente quando a criança deseja sexualmente o progenitor do sexo oposto e percebe o progenitor do mesmo sexo enquanto seu rival, segundo a psicanálise um dos fatores que formariam a masculinidade do menino seria o medo de que o pai proceda a castração como represália por seu desejo pela mãe (BOTTON, 2007, p. 110).

Assim, o complexo de Édipo só terminaria quando o menino “reconhecesse seu papel” e abrisse mão do desejo que sentia pela mãe, ganhando acesso ao mundo viril do pai. Para Botton (2007), por mais que essa concepção não conceba como biológica a construção da masculinidade, ela, “ainda assim naturaliza e essencializa a distinção dos papéis sexuais através de uma explicação delimitada no jogo das relações familiares” (BOTTON, 2007, p. 111). A dominação assume um papel essencial para que um homem seja visto como tal, principalmente em questões sexuais, pois, o falo (não necessariamente o pênis, mas um falo simbólico, não físico), assume a função de legitimar, afirmar o masculino. Segundo Botton (2007), a mulher também possui um falo, mas a relação sexual com um homem, ela abriria mão do seu falo para legitimar o do homem que a penetra.

Botton (2007) comenta que o imaginário brasileiro, categoriza o homem através de duas palavras/ações: a “atividade” ou a “passividade”, na relação sexual. O homem só se torna legítimo quando penetra - independente de qual corpo, já o penetrado perderia então, seu status de “homem”, pois, “trata-se de uma hierarquia de dominação e submissão onde um índice de atividade/passividade permeia a construção do ser masculino” (BOTTON, 2007, p. 111).

Na metade do século XX, a crítica feminista foi uma das grandes contribuintes para a desconstrução desses modelos essencialistas e redutores, de masculinidade. Diferentemente do que aconteceu com as mulheres, que se tornaram objeto de pesquisa já na década de 1970, os homens só se convertam em objeto de estudo, propriamente dito, no início dos anos 1990, no Brasil. Isso se deve ao fato de que, até a década de 1970, a masculinidade, no senso comum, era tida como uma consolidação natural, uma essência, algo pré-existente, concebida juntamente com o

nascimento e, portanto, imutável. Até então, não se questionavam os modelos de masculinidade vigentes na sociedade.

Com o desenvolvimento dos Estudos de Gênero, dos *Men's Studies*, as pesquisas se intensificaram, no campo histórico e sociológico, contestando a concepção de “masculinidade universal”, comum a todos. Para Fernando Botton (2007, p. 112), com a crítica feminista, “levantou-se a compreensão de que os sexos não definem os comportamentos sociais, mas sim os gêneros, que eram construídos e delimitados culturalmente e socialmente”. Isso abriu espaço para que os gêneros fossem vistos como construções sociais, e não algo naturalizado, apenas biológico.

Os pesquisadores dos grupos de *Men's Studies* viam a masculinidade, não como uma essência, mas como uma ideologia, a qual tinha por finalidade, justificar a dominação masculina comumente vista na sociedade. As mulheres eram colocadas em posição de fragilidade, inferioridade, submissão, enquanto os homens eram vistos como dominadores, fortes, viris. Assim, por muito tempo, a dominação masculina e a subordinação feminina foram justificadas pelas diferenças biológicas dos sexos. Para Soraya Januario (2014, p. 399):

Esses valores, associados a uma suposta natureza da masculinidade, encontram a sua justificação em condutas irracionais e sexistas como a violência doméstica, discursos homofóbicos e atitudes machistas que persistem na vida quotidiana e nas relações sociais.

Para o sociólogo Pierre Bourdieu, na obra *A dominação masculina* (2009), a divisão sexual parece estar “na ordem das coisas”, afinal, é vista como natural/normal, tanto pelos homens, que seriam dominantes, quanto pelas mulheres - as dominadas, portanto, não precisaria ser justificada, muito menos legitimada. A dominação masculina toma como base as diferenças biológicas existentes entre os sexos, as quais foram socialmente construídas para parecerem naturais. De fato, a dominação masculina, conforme explica Bourdieu (2009), é resultado daquilo que ele chama de violência simbólica. Essa violência não é física, nem aparente, ela é suave, quase que invisível para suas vítimas, pois é exercida no campo simbólico.

A soberania masculina tornou-se naturalizada, incorporada à sociedade, sendo reproduzida e compartilhada por ambos os sexos. Para Bourdieu (2009),

A ordem social funciona como uma imensa máquina simbólica que tende a ratificar a dominação masculina sobre a qual se alicerça: é a divisão social do trabalho, distribuição bastante estrita das atividades atribuídas a cada um dos sexos, de seu local, seu momento, seus instrumentos; é a estrutura do espaço opondo o lugar de assembléia ou de mercado, reservados aos homens, e a casa, reservada às mulheres (BOURDIEU, 2009, p. 18).

Para Raewyn Connell<sup>9</sup> (1997), o biológico não deve determinar o social e o gênero precisa ser entendido como uma forma de ordenamento das práticas sociais. Desta forma, para compreender as masculinidades é preciso se afastar do determinismo biológico e das práticas que buscam legitimar por meio da diferença sexual, papéis atribuídos a homens e mulheres. Pois, de fato, a masculinidade é um processo de construção muito mais complexo. Badinter (1993) concorda com esse posicionamento ao ressaltar que o tornar-se “masculino” envolve fatores psicológicos, sociais e culturais que nada tem a ver com a genética, mas que desempenham papel não menos determinante, talvez até mesmo mais determinante, do que ela.

Em determinadas sociedades existem ritos de iniciação, que tem como objetivo mudar o estatuto de identidade do “menino” para “homem”, ou seja, “torná-lo” homem de fato. É como se cada homem possuísse uma masculinidade que se encontra “adormecida” e para que ela desperte, é necessário um estímulo. Como exemplo, Badinter (1993), cita que em algumas tribos os meninos são arrancados dos braços da mãe, entre os sete e dez anos de idade, para serem levados para uma floresta, onde são chicoteados até sangrar, “são batidos com folhas de urtiga e devem sangrar pelo nariz para se desembaraçarem dos líquidos femininos que os impedem de se desenvolver” (BADINTER, 1993, p. 72).

Mesmo que no Brasil esse tipo de ritual físico não seja comum, existem outras formas de determinar essa passagem de menino para homem. Na revista *O Olho da Rua*, encontramos relatos de que para ser “homem de verdade”, o menino precisaria deixar suas calças curtas e passar a usar calças compridas. Na edição número 5, de 1911, encontramos um texto com o título: “As calças compridas”, assinado por Cleclio Diniz, onde o personagem relata que foi difícil para conseguir suas primeiras

---

<sup>9</sup> A cientista social australiana Raewyn Connell é transexual. As suas principais obras foram escritas antes do processo de transição e publicadas com o nome de Robert William Connell. Atualmente, as publicações ou reedições de suas obras foram lançadas com o nome de Raewyn Connell ou, R. W. Connell.

calças compridas, principalmente pela resistência de sua família, que ainda o considerava como criança.

Eu argumentava que já havia completado onze annos, porém logo me contestavam que eu era ainda um pirrolho e que era portanto, muito cedo para abandonar aquellas calcinhas que me mostravam as gambias [...] No collegio via outros meninos cujas calças cobriam elegantes sobre o peito do pé [...] pareciam já uns homens, enfiados nas suas soberbas calças compridas. Agua molle em pedra dura...enfim lá por um bello dia resolveram satisfazer-me o infantil capricho: fizeram-me as almejadas calças [...] Domingo estreei-as e a segunda-feira [...] apresentei-me com ella no collegio sendo vivamente felicitado e causando o maior despeito entre os meus collegas que andavam ainda com as canellas à mostra. Era de ver se o meu entusiasmo, a minha pose, dentro daquellas calças, que finalmente conseguira, apóz tamanha luta. Uma semana inteira deixei transparecer o meu orgulho, metido nas minhas calças novas, já me suppondo um moço. Mas findos esses sete dias verdadeiramente felizes, obrigaram-me a mudal-as e como compridas só possuía aquellas, na outra segunda-feira tive de apresentar-me com as pernas em exposição. Uma tremenda raiva, um trote pavoroso, obrigando-me a abandonar as calças compridas, até que os tivesse em numero sufficiente, para não mais vestir as curtas (O OLHO DA RUA, 1911, s/p).

Nesse fragmento d'*O Olho da Rua*, percebemos a relação simbólica que o personagem estabelece com as calças compridas e o “tornar-se” homem. Muito mais do que uma simples peça do vestuário, a calça significava uma passagem da infância à fase adulta. Para ele isso é motivo de orgulho, tanto que vai para o colégio querendo que os colegas notassem que ele estava usando calças compridas, ou seja, que tivesse sua masculinidade reconhecida. Esse “ritual simbólico” da calça curta para comprida, possivelmente era comum para os meninos do início do século XX.

Assim, a masculinidade é um movimento dinâmico, que envolve fatores internos e externos ao ser. De acordo com Januario (2014), esse processo de “fazer-se homem” é individual e ao mesmo tempo, social, pois se dá no cotidiano, nos espaços da constituição de gênero como um componente da identidade.

O gênero é experienciado de forma cotidiana e as suas práticas permitem a sua existência e transformação. Desta forma, é impossível falar numa única forma de “fazer-se homem”; o que existe na realidade são formas múltiplas. Esse modelo multifacetado de vivências de homens apresenta-se continuamente complexo, contraditório e em mutação, forjando-se em diferentes tempos e espaços (JANUARIO, 2014, p. 403).

Para Connell (1995), até meados dos anos 1970, o gênero masculino foi compreendido como sendo sinônimo do “papel do sexo masculino”, ou seja, um conjunto de atitudes e expectativas que buscavam definir a masculinidade apropriada. Nesse sentido, Januario (2014) ressalta que no percurso histórico da sociedade ocidental, a identidade sexual e de gênero do homem foi ligada à representação do que considerava ser seu papel social. Os traços para descrevê-los eram associados ao comportamento, ao trabalho, a forma de se vestir, andar, se comportar.

De acordo com Januario (2014, p. 404), “Além de serem salientados valores biológicos, como a forma física, a musculatura, o vigor físico e a beleza, incluíam-se também as qualidades provenientes do biológico e psicológico, como a rapidez, coragem, distinção e heroísmo”. Com o passar do tempo, esse conceito de “papel masculino”, tornou-se insuficiente, uma vez que não levava em consideração as mudanças ocorridas na sociedade e na cultura, além de vetar a complexibilidade das masculinidades e suas múltiplas facetas.

Connell (1995), no artigo *Políticas da masculinidade*, declara que a masculinidade é: “uma configuração de prática em torno da posição dos homens na estrutura das relações de gênero. Existe, normalmente, mais de uma configuração desse tipo em qualquer ordem de gênero de uma sociedade” (CONNELL, 1995, p. 188), portanto, devemos falar em masculinidades, no plural e não em uma única masculinidade.

De acordo com Connell (1997), nenhum tipo de masculinidade existe fora de um sistema de relações de gênero. Considerando isso, tanto a masculinidade quanto a feminilidade são conceitos inter-relacionados e que não podem ser compreendidos de forma isolada. No mais,

A masculinidade, se pode ser definida brevemente, é ao mesmo tempo, a posição nas relações de gênero, nas práticas pelas quais os homens e mulheres comprometem-se com essa posição de gênero e os efeitos dessas práticas na experiência corporal, na personalidade e na cultura (CONNELL, 1997, p. 35, tradução nossa)<sup>10</sup>.

---

<sup>10</sup> “La masculinidad, si se puede definir brevemente, es al mismo tiempo la posición en las relaciones de género, las prácticas por las cuales los hombres y mujeres se comprometen con esa posición de género, y los efectos de estas prácticas en la experiencia corporal, en la personalidad y en la cultura” (CONNELL, 1997, p. 35).

Muito além do sexo biológico determinado por uma fórmula cromossômica, a masculinidade é uma construção e o homem pode ser visto como um “artefato”, como afirmado por Badinter (1993). A masculinidade assume caráter de multiplicidade, já que depende de fatores como a sociedade, a cultura, o momento histórico, como ressalta a autora, “Se a masculinidade se ensina e se constrói, não há dúvida de que ela pode mudar [...] o que se construiu pode [...] ser demolido para ser novamente construído” (BADINTER, 1993, p. 29). Assim, modelos de masculinidades que eram comuns no início do século XX, caem por terra no século XIX, não podendo ser mais aplicados.

É válido considerar que a mídia está entre os fatores que contribuem para a formação identitária e de gênero de um homem. Em cada sociedade “esperam-se” certos comportamentos masculinos. Na revista *O Olho da Rua*, edição nº 5 de 1911, notamos a presença do seguinte anúncio: “Não é bom pae de familia quem não se associar ao Monte Pio da Familia que dá um peculio, *no mínimo*, de 30 contos de reis mediante modica contribuição – Representante: Manoel de Castro Correia. Rua 13 de maio n. 78” (O OLHO DA RUA, 1911, s/p). O anúncio procura incentivar que, para ser um bom pai era necessário que o homem deixasse um bom pecúlio para sua família, ou seja, uma boa quantia de dinheiro. Esse montante passaria para os filhos e esposa após sua morte. Caso contrário, não seria um “bom pai”, muito menos, seria bem visto pelas demais pessoas. Com isso, nota-se que “ser um bom pai” era uma das preocupações que rondavam os pensamentos dos homens no início do século XX, tanto que em variadas edições da revista, esse mesmo anúncio está publicado, vindo a ser uma forma de reforçar esse ideal.

Já para o pesquisador Michael Scott Kimmel, no artigo *Homofobia, temor, vergonha e silêncio na identidade masculina* (1997, tradução nossa)<sup>11</sup>, a masculinidade é um conjunto de significados que muda constantemente e que nós a “construímos através de nossas relações com nós mesmos, com os outros e com nosso mundo”<sup>12</sup> (KIMMEL, 1997, p.49). O sociólogo americano também enfatiza que as condutas masculinas não são de natureza pura e simplesmente humana, “a partir dos elementos que existem a nossa volta em nossa cultura – pessoas, ideias,

<sup>11</sup> “Homofobia, temor, vergüenza y silencio en la identidad masculina” (1997)

<sup>12</sup> “[...] construimos a través de nuestras relaciones con nosotros mismos, con los otros, y con nuestro mundo” (KIMMEL, 1997, p. 49).

objetos – criamos nossos mundos, nossas, identidades. Os homens podem mudar, tanto individual, quando coletivamente”<sup>13</sup> (KIMMEL, 1997, p. 50, tradução nossa).

Assim, para “tornar-se” homem de verdade, seria preciso antes de tudo, que se provasse que este não era uma mulher, ou seja, não apresentando características femininas, como o choro, a delicadeza, a emoção, a submissão, a docilidade, a passividade etc. De acordo com Badinter (1993), no geral, a masculinidade tem sido determinada e constituída pela negação: não ser um bebê, não ser uma menina/mulher, e acima de tudo, não ser um homossexual. Para a pesquisadora, isso acompanha o homem desde a infância, onde o próprio homem e as demais pessoas que o cercam têm pouca confiança na sua identidade sexual, por isso, “lhe exigem provas de sua virilidade. “Prove que você é homem” é o desafio que o ser masculino enfrenta permanentemente” (BADINTER, 1993, p. 4).

O primeiro desafio enfrentado diz respeito ao repúdio à própria mãe, como forma de adquirir sua identidade masculina. Kimmel (1997) constata que isso acarreta em três consequências para os meninos: a primeira delas, ao distanciar-se da mãe, ele afasta-se dos traços de acolhida, de compaixão e ternura que poderia ter herdado dela; em segundo aspecto, suprime em si mesmo esses traços maternos, que revelam uma incompleta superação da mãe, sua vida passa a ter como projeto permanente a comprovação de que não possui nenhuma característica da mãe; e a terceira consequência, como forma de efetivar as duas primeiras, os meninos aprendem a desvalorizar as mulheres, pois, elas possuem aqueles traços os quais eles deveriam desprezar.

Para atingir esse objetivo e ser reconhecido como “homem de verdade”, muitos recorrem a provas de virilidade, em especial relacionadas com a violência e a brutalidade. Desde pequenos são incentivados a mostrar sua força, sua capacidade de dominação por meio do físico, a se tornarem competitivos, agressivos e até mesmo intolerantes com sentimentos e emoções. “Homem não chora”, “Homem não brinca com bonecas”, homem não isso, homem não aquilo. São tantas regras que fazem parte do imaginário do “ser homem”, que seria necessário um trabalho especificamente para falar sobre elas. Caso ele fuja desses controles e restrições impostos socialmente, corre o risco de ser rotulado de “fraco”, não-másculo.

---

<sup>13</sup> “A partir de los elementos que existen a nuestro alrededor en nuestra cultura – personas, ideais, objetos – creamos activamente nuestros mundos, nuestras identidades. Los hombres pueden cambiar, tanto individual como colectivamente” (KIMMEL, 1997, p. 50).

Para Badinter (1993), a virilidade não é dada de saída, mas deve ser construída, “fabricada”, “O homem é, portanto, um artefato e, como tal, corre sempre o risco de apresentar defeito. Defeito de fabricação, falha na maquinaria viril, enfim, um homem frustrado” (BADINTER, 1993, p.4). Essa frustração se deriva do não atender as expectativas sociais e culturais que lhe foram impostas. Pois, é na modelagem dos gêneros que a mídia, a igreja, a escola, o Estado, a família e demais instituições, atuam.

### **3.3 Masculinidades múltiplas e hierarquizadas: da hegemonia à marginalização**

Sabendo da existência de múltiplas masculinidades, Connell (1997) propõe os conceitos de masculinidade hegemônica, subordinada, cúmplice e marginalizada. Na revista *O Olho da Rua* é possível notar essas masculinidades plurais, afinal, ali são representados o homem do campo, religioso, político, trabalhador, entre tantos outros. Para Badinter (1993) não precisamos correr o mundo para observar a multiplicidade dos modelos masculinos, “Nossa sociedade é um bom observatório para essa diversidade. A masculinidade difere segundo a época, mas também segundo a classe social, a raça, e a idade do homem” (BADINTER, 1993, p.28).

A masculinidade hegemônica se caracteriza por ser aquela que, num determinado modelo de relações de gênero, ocupa uma posição de soberania perante as outras, ou seja, não se configura de forma fixa, muito menos, pode ser aplicada em qualquer tempo ou em qualquer lugar. Ela também é variável. Robert W. Connell e James W. Messerschmidt, no texto *Masculinidade hegemônica: repensando o conceito* (2013), afirmam que o modelo hegemônico é normativo, pois, “incorpora a forma mais honrada de ser um homem, ela exige que todos os outros homens se posicionem em relação a ela e legitima ideologicamente a subordinação global das mulheres aos homens” (CONNELL; MESSERSCHMIDT, 2013, p. 245).

Para Miguel Vale de Almeida (1996), a masculinidade hegemônica se trata de um modelo cultural ideal, que, não sendo atingível, na prática e de forma consistente e inalterada, por nenhum homem, acaba por exercer sobre todos os homens e mulheres, um efeito controlador. Ela, “implica um discurso sobre a dominação e a ascendência social, atribuindo aos homens (categoria social construída a partir de

uma metonímia do dimorfismo sexual) este privilégio potencial” (ALMEIDA, 1996, p. 3).

Segundo Connell e Messerschmidt (2013), o conceito de hegemonia decorre das análises das relações de classe, feitas por Antonio Gramsci. Nesse conceito, um grupo específico reivindica e sustenta uma posição de liderança na vivência social. Porém, os autores afirmam que a hegemonia não pode ser reduzida a um simples controle social, muito menos ser tida como sinônimo de violência, mesmo que ela possa ser sustentada por meio da força. Ela se sustenta através da cultura, das instituições e da persuasão. Nesse sentido,

A masculinidade hegemônica foi entendida como um padrão de práticas (*i.e.*, coisas feitas, não apenas uma série de expectativas de papéis ou uma identidade) que possibilitou que a dominação dos homens sobre as mulheres continuasse (CONNELL; MESSERSCHMIDT, 2013, p. 245).

Porém, a quantidade de homens que incorporam os padrões hegemônicos, em sua totalidade é bem reduzida. Boa parte destes se utilizam dos lucros advindos da hegemonia, por mais que não sigam esse modelo dominante, pois, se beneficiam do que Connell (1997) chama de “dividendo patriarcal”. O “dividendo patriarcal” é uma vantagem que o sexo masculino, de modo geral, adquire em razão da subordinação das mulheres, assim, “os homens que receberam os benefícios do patriarcado sem adotar uma versão forte da dominação masculina podem ser vistos como aqueles que adotaram uma cumplicidade masculina” (CONNELL; MESSERSCHMIDT, 2013, p. 245).

Raewyn Connell (1997) também reforça que, esses homens que se utilizam do dividendo patriarcal, são aqueles que, em sua maioria, respeitam suas mães e esposas e não tratam as mulheres com violência, “eles fazem sua parte dos afazeres domésticos, trazem para casa o sustento familiar e podem convencer-se facilmente que as feministas devem ser extremistas que queimam seus sutiãs”<sup>14</sup> (CONNELL, 1997, p. 41-42, tradução nossa).

O conceito de masculinidade hegemônica foi proposto em estudos realizados na Austrália, nos anos 1980, quando ganhou evidência a publicação do texto *Gender*

---

<sup>14</sup> “Ellos hacen su parte en los que haceres domésticos, traen al hogar el sustento familiar, y pueden convencer se fácilmente que las feministas deben ser extremistas que queman sus sostenes” (CONNELL, 1997, p. 41-42).

*and Power*, ou Gênero e Poder, de R. W. Connell, em 1987. A partir daí, segundo Connell e Messerschmidt (2013), o conceito logo começou a ser usado em estudos das mais diversas áreas, indo desde a educação, criminologia, saúde, até os estudos sobre a representação masculina na mídia. Nessas pesquisas que relacionavam a representação masculina e os veículos midiáticos, buscava-se notar as interconexões entre os esportes e os imaginários de guerra, percebendo, como a popularidade dos esportes de contato e confrontos funcionavam como uma forma de renovação contínua da masculinidade. Além disso, procuravam verificar também,

[...] como o conceito de hegemonia ajudou a dar sentido tanto à diversidade como à seletividade das imagens na mídia de massa, os estudiosos da mídia começaram a mapear as relações entre diferentes representações de masculinidades (CONNELL; MESSERSCHMIDT, 2013, p. 246).

Sabendo que as identidades e os gêneros, seja masculino ou feminino, são construções sociais que demandam interação entre os seres, entre os grupos sociais, étnicos, raciais, culturais, entre tantos outros, para que possam ser firmados, é inegável que as mídias atuam como forma de reforçar modelos de masculinidades hegemônicas, nos mais amplos aspectos. Entretanto, não podemos considerar a mídia como um “espelho” da sociedade, pois seu papel, além de divulgar realidades é também, produzi-las.

Na revista *O Olho da Rua*, esse elo encontrado entre as representações de gênero e a mídia, se faz presente. Nessa troca fluída entre mídia e sociedade, nos são apresentados papéis e modelos comuns no início do século XX. Entre esses modelos encontramos o hegemônico, presente em textos e ilustrações, no qual o homem deveria ser branco, heterossexual, provedor, viril, pai de família e com bom poder aquisitivo. Ele precisava estar sempre a par de assuntos como política, modernidade e economia.

Esse homem representado na revista *O Olho da Rua*, precisava ser forte e corajoso para conquistar uma mulher, pois, como afirmado no fragmento da coluna “Bric-a-Brac” da edição número 50, de 1909: “Os vergonhosos, geralmente, nada conseguem das mulheres; ellas amam os ousados e os fortes e querem que as tomem de assalto” (O OLHO DA RUA, 1909, s/p).

No mais, Connell e Messerschmidt (2013), propõem repensar o conceito de hegemonia, levando em consideração o fator geográfico, onde as masculinidades

hegemônicas existentes empiricamente podem ser analisadas em três níveis: o local, o regional e o global. A noção local é aquela da interação face a face das famílias, organizações e comunidades. A regional envolve a o estado/nação, e a global, que se constitui por meio das interações transnacionais, da mídia, do comércio e também da globalização.

A masculinidade hegemônica, portanto, se refere de modo geral, à dominação cultural estabelecida socialmente, a qual engendra relações de gênero específicas entre grupos de homens. De acordo com Connell (1997), nas sociedades, americana e europeia contemporâneas, o caso mais marcante dessas relações é o da dominação dos homens heterossexuais e a subordinação dos homens homossexuais. Esse fato é “muito mais que uma estigmatização cultural da homossexualidade ou da identidade gay. Os homens gays estão subordinados aos homens heterossexuais por um conjunto de práticas quase materiais”<sup>15</sup> (CONNELL, 1997, p. 40, tradução nossa).

Assim, as masculinidades homossexuais são oprimidas e ocupam uma posição mais baixa na hierarquia de gênero masculina. Muitos termos pejorativos são empregados para denegrir a imagem desses homens, como: doentio, covarde, marica, “viado”, efeminado, “bicha”, entre muitos outros. Segundo Connell (1997), na ideologia patriarcal, a homossexualidade se assemelha a feminilidade, por isso, sofre com os ataques homofóbicos. A autora ainda ressalta que, a masculinidade gay não é o único tipo de masculinidade subordinada existente, apesar de ser a mais evidente. Existem homens e meninos heterossexuais que acabam sendo também, excluídos do âmbito da legitimidade masculina.

Na edição nº 8, de 1907 da revista *O Olho da Rua*, há um anúncio publicitário ilustrado, onde o produto a ser vendido é um carro. Na cena, um carro passa em alta velocidade, próximo a um casal, o homem exclama: “(sic) Ui! Um automóvel! Socorro!”, e a mulher responde: “(sic) Que é isto, seu aquele! O senhor nem parece um homem, parece mais um maricas! Pois não vê que aquele automóvel é do Fido?!”. Assim, percebemos que a mulher questiona a masculinidade do personagem por ele ter estar com medo da velocidade do carro, comparando-o a um marica, que seria um homem efeminado, não-másculo.

---

<sup>15</sup> “Esto es mucho más que una estigmatización cultural de la homosexualidad o de la identidad gay. Los hombres gay están subordinados a los hombres heterossexuales por un conjunto de prácticas casi materiales” (CONNELL, 1997, p. 40).

Ademais, entre as masculinidades subordinadas pode também existir a relação de marginalização e autorização. Para Connell (1997),

Ainda que o termo 'marginalização' não seja o ideal, não posso utilizar um melhor para referir-me às relações entre as masculinidades nas classes dominante e subordinada ou em grupos étnicos. A marginalização é sempre relativa a uma *autorização* da masculinidade hegemônica do grupo dominante<sup>16</sup> (CONNELL, 1997, p. 42, grifo da autora, tradução nossa).

Connell (1997) cita um exemplo, onde nos Estados Unidos, alguns atletas negros podem ser exemplos da masculinidade hegemônica, porém, a fama e a riqueza dessas estrelas individuais não se espalham aos demais homens negros no geral. Dado isto, a autora completa que, termos como "masculinidade hegemônica" e "marginalizada", determinam configurações de práticas geradas em circunstâncias específicas, em uma estrutura variável de relações. Assim, em nossa sociedade, encontramos os mais diversos tipos de masculinidades, que, por vezes, se assemelham, ou se distanciam do modelo hegemônico.

---

<sup>16</sup> "Aun que el término 'marginación' no es el ideal, no puedo utilizar uno mejor para referir me a las relaciones entre las masculinidades en las clases dominante y subordinada o en los grupos étnicos. La marginalización es siempre relativa a una *autorización* de la masculinidad hegemônica del grupo dominante" (CONNELL, 1997, p. 42).

#### 4 CURITIBA NO INÍCIO DO SÉCULO XX: DE CIDADE INTERIORANA À URBE MODERNA

Para que possamos compreender a proposta da revista curitibana *O Olho da Rua* (1907-1911), é necessário conhecer o contexto histórico em que o periódico estava inserido: a modernidade. Esse período, que compreende o final do século XIX e principalmente o século XX, teve seu surgimento marcado por diversas transformações e experiências. Entre elas, o crescimento e urbanização da cidade, os avanços tecnológicos, o desenvolvimento da indústria farmacêutica e de cosméticos, assim como, a produção em maior quantidade de automóveis.

A cidade de Curitiba – Paraná, assim como outras metrópoles brasileiras, como o Rio de Janeiro, buscava se tornar moderna. O grande número de imigrantes vindos, em especial, de países europeus como Polônia e Alemanha, contribuiu para o “inchaço” populacional vivido naquele período. Segundo Simone Vaz (2004) esse crescimento populacional ocorreu devido a duas razões: a imigração maciça e o crescimento endógeno, ou seja, o número de nascimento sobrepunha ao de óbitos. Assim, “em 1890, habitavam na capital paranaense 24.553 pessoas. Em 1900, esse número cresceu para 60.800, ou seja, em apenas 20 anos Curitiba foi o palco de um crescimento populacional imenso” (VAZ, 2004, p. 4).

Muitos desses imigrantes chegaram ao Estado com objetivo de trabalhar na exploração de recursos naturais, como a erva-mate e a madeira, que eram as principais fontes econômicas do Paraná até então. Além disso, a pecuária e o plantio cada vez maior de café, também garantiram grande representatividade na economia paranaense do início do século XX.

Aos poucos, Curitiba procurava adquirir ares de urbe moderna, com o anseio de se tornar uma metrópole. A abertura de ruas e calçamentos, instalações de fábricas, limpeza e também iluminação pública, fazem parte do novo cenário. Segundo Marilda Lopes Queluz (1996), nessa época diversificaram-se as áreas de lazer, os parques, como o Coliseu Curitiba e o Central Park, as praças, os cafés, os teatros, clubes e também os cinematógrafos. Houve então, a intensificação da vida social dos curitibanos.

Novos conceitos estéticos se exteriorizam na arquitetura, nas fachadas, nos jardins e praças, combinando o ecletismo, o art-

nouveau e as tradições européias caracterizadas pela presença dos imigrantes, delimitando o cenário da belle époque curitibana (QUELUZ, 1996, p. 36)

A cidade, que se tornava cada vez mais industrial, passou a valorizar cada vez mais os momentos de lazer, as pausas na rotina. Segundo a pesquisadora Etelvina Maria de Castro Trindade, na obra *Clotildes ou Marias: mulheres de Curitiba na Primeira República* (1996), esse foi um dos reflexos de uma Curitiba que prezava por uma mentalidade mais aberta e individualista, enaltecendo a construção de teatros, cinemas, parques, estimulando também, à multiplicidade de clubes e associações.

Para Trindade (1996, p. 20), a cidade de Curitiba no início do século XX, faz lembrar “uma camponesa que se torna cidadã”, pois, nas principais ruas da capital, várias agências bancárias, casas comerciais como lojas de tecidos e armarinhos, começaram a abrir suas portas, e nessa animação, foram introduzidos hábitos urbanos nos trajes e também no porte já requintado de homens e mulheres, “é uma população que cresce e se modifica, apresentando uma feição européia que a presença significativa do imigrante ajuda a construir” (TRINDADE, 1996, p. 19-20).

Nessa “nova” Curitiba, se encontram os representantes de um ativo círculo literário, são os poetas, contadores, historiógrafos, jornalistas, escritores, entre tantos outros. Para Trindade (1996), eram essas pessoas que davam ao universo pensante da cidade, um toque de paixão, ação, sonhos, medos e esperanças, ideias e práticas. A “ebulição” intelectual acabou culminando em uma grande produção de jornais, revistas e livros que vão se espalhar pela cidade. No mais, a educação, incentivada por uma sociedade progressista e pensante, acabou se tornando o foco dos investimentos, tanto que, “a formação e ampliação constante da rede escolar são provas desse interesse, concretizado na distribuição dos prédios escolares dentro dos limites da cidade” (TRINDADE, 1996, p. 20).

Muitas dessas escolas construídas no início do século XX eram coordenadas por sacerdotes enviados principalmente da Polônia. A revista *O Olho da Rua* criticava duramente a vinda desses padres e frades para o Brasil, pois, segundo Queluz (1996), os colaboradores do periódico acreditavam que estes eram enviados com o intuito de desviar dinheiro dos colégios, tanto que, em diversas ilustrações da revista eles são representados carregando malas de dinheiro, gordinhos, o que seria sinônimo de fartura por conta dos roubos e corrupção praticados.

Segundo Trindade (1996), com o desenvolvimento industrial e econômico na capital do Paraná, o trabalho tornou-se mais disciplinado e rígido, o que aumentou e aguçou a divisão sexual, “seccionando-se em uma face interna, doméstica, feminina e não remunerada e uma externa, masculina e paga” (TRINDADE, 1996, p.74). Isso nos revela traços de uma sociedade que ainda vivia sob os valores patriarcais, onde o homem era o “chefe” da família, o mantenedor e provedor, o responsável pelo trabalho e sustento, a autoridade. Trindade (1996), assevera que a construção de uma família nas primeiras décadas do século XX tornou-se, tanto para o homem quanto para a mulher, uma missão social, afinal,

Criada a família, e resolvido assim, este grande problema, pode o homem tranqüilo e feliz descansar à sombra de sua tenda, que tem realizado, desta maneira, a mais honrosa e nobre, talvez, das suas missões na sociedade. Nessa família, cuja organização é atribuída ao homem, a quem a lei dá poderes absolutos, a mulher da sociedade republicana tem um lugar específico a que não é alheia a heterogeneidade dos pensamentos que permeiam o discurso da cidade (TRINDADE, 1996, p. 114-115).

No geral, a cidade de Curitiba durante o período da Primeira República (1889 – 1930), se tornou uma miscelânea de nacionalidades, opiniões, crenças. “Republicanos idealistas, católicos conservadores, maçons e espíritas, feministas e antifeministas, todos disputam o predomínio do pensamento da urbe, envolvendo-a em um pródigo confronto de ideias” (TRINDADE, 1996, p.105). Foi nessa mistura, que o anticlericalismo e o clericalismo começaram a travar discussões. Para Trindade (1996), a Igreja da época tomava campo contrário à liberdade, à razão, à ciência e ao futuro, optando por uma visão conservadora, acentuando cada vez mais a distância entre civilização moderna e fé. Ou seja, a Igreja se posiciona contrária ao desenvolvimento da modernidade.

Nessa efervescência de pensamentos e ideias, a imprensa desempenhou um papel importante na sociedade, contribuindo para o desenvolvimento desses debates. Segundo Queluz (1996, p. 38), no início do século XX, “surgiram jornais e revistas representando essas várias correntes de pensamento, enriquecendo os debates entre os intelectuais da época”. Esses veículos de comunicação deixavam claro seu posicionamento, como afirmado por Trindade (1996):

Nas páginas das revistas e jornais, dos almanaques, anuários e suplementos, o pensamento da cidade pulsa com raro vigor: “Diário da Tarde”, “Olho da Rua” e “Electra” são radicais e irreverentes; “Veritas e Estrela” transmitem o fervor católico; “Cenáculo” e “Esphynges” são maçons; “Luz de Krotona” é neopitagórica; “A Doutrina”, espírita (TRINDADE, 1996, p. 105)

É preciso enfatizar que foi com o avanço da tecnologia de impressão, no início do século XX, que começaram a surgir no Brasil, em especial no Rio de Janeiro – até então, capital do país, as ilustrações em jornais e revistas. A utilização de desenhos, caricaturas, carrancas, charges, entre tantos outros tipos de imagens, se tornou uma característica dos periódicos das primeiras décadas do século XX. Logo isso seria notado nas revistas curitibanas, como por exemplo: *O Olho da Rua*, *Revista do Povo* e *A carga*, as quais exploravam esse recurso em suas páginas, muitas dessas, já em impressão colorida. Os textos aparentavam diminuir de tamanho, dando lugar às imagens. Da mesma forma, os anúncios publicitários também acompanhavam essa tendência.

O desenvolvimento das cidades, incentivado pela modernidade, veio a se tornar um dos temas mais presentes nas publicações dos periódicos. A maior circulação de automóveis nas ruas, a iluminação elétrica, a construção de clubes e parques, o crescimento populacional e também a criação de cremes/cosméticos, eram assuntos pertinentes na revista *O Olho da Rua*. Tudo isso, abordado a partir de uma visão crítica e com pitadas de humor.

Sobre os produtos para beleza, notamos que na edição nº 10, de 1907, *d’O Olho*, há a presença de um anúncio publicitário chamado “Óleo de Ovo”. O anúncio se destina para o público masculino, pois o produto é para calvície. Na ilustração, um homem careca entra em um ovo, que representa o produto, e sai com cabelos e bigode compridos. Abaixo da imagem está escrito: “(sic) Do pharmaceutico Carlos Barbosa. Este excellente preparado composto com – PETROLEO – perfumado com fino bouquet, evita a calvície, tonifica as raízes capilares, dá cor brilhante aos cabellos”. Com isso percebemos que a masculinidade já estava se relacionando com os cuidados do corpo. Esse tipo de atenção com a beleza já não era mais visto como uma atitude exclusivamente feminina, o homem também poderia utilizar cosméticos que o deixassem mais bonito e, conseqüentemente, mais atraente.

No geral, os periódicos do início do século XX, versam sobre uma variedade infinita de assuntos, como afirmado por Trindade (1996, p. 105), essas publicações

“discutem a República, repudiam os forasteiros e exaltam a Pátria; combatem ou defendem a religião; restringem ou exacerbam os preconceitos e a igualdade dos sexos; apregoam liberdades”. De certo modo, eles representavam grupos de intelectuais, que queriam propagar seus ideais e pensamentos.

Para Trindade (1996), grande parte desse “universo pensante” de Curitiba, estava imerso nas formas do simbolismo, que foi um movimento nascido do descontentamento de jovens intelectuais europeus contra as formas literárias vigentes, materialistas e objetivas, “o simbolismo traz consigo ideais de subjetividade, interiorização e espiritualismo” (TRINDADE, 1996, p. 109). Nesse aspecto, sua proposta do ilógico, do vago, do misterioso, do indireto, seduzia os participantes do ativo círculo de pensadores, como Emiliano Pernetta, Dario Vellozo, Silveira Neto, entre outros. Damos destaque aos nomes de Emiliano Pernetta e Dario Vellozo, os quais eram colaboradores da revista *O Olho da Rua*, por meio de textos, poesias, artigos, crônicas procuravam expor sua visão de mundo.

Foi nesse panorama de desenvolvimento urbano e social, de fervor dos debates intelectuais, como o clericalismo e o anticlericalismo, de aprimoramento das prensas e técnicas de impressão, que foram criadas, uma série de revistas humorísticas ilustradas, entre as quais, *O Olho da Rua* se destaca.

#### **4.1 Nas páginas d’*Olho da Rua*: crítica, irreverência e humor**

A revista *O Olho da Rua* era publicada quinzenalmente na cidade de Curitiba, Paraná, sendo considerada, pelo *site Revistas Curitibanas*<sup>17</sup>, como uma das que teve maior duração na época, persistindo de 1907 a 1911, garantindo seu lugar como uma das principais publicações de humor da cidade. Segundo Queluz (1996), a redação se situava na Rua Ébano Pereira, número 4. *O Olho* foi fundado em 1907, por três sócios: Seraphim França, Heitor Valente e Mário de Barros.

A revista *O Olho da Rua* conseguiu manter com estabilidade suas publicações quinzenais, chegando a ser semanal no início de 1908. Cada exemplar custava 200 réis, subindo para 300 réis<sup>18</sup> a partir da edição número 6. Segundo o *site Revistas*

---

<sup>17</sup> Revistas Curitibanas. Disponível em: <<http://www.revistascuritibanas.ufpr.br/ordemalfabetica.php#>> Acesso em 2 set. 2016.

<sup>18</sup> Em conversão direta, sem levar em consideração os reajustes inflacionários e mudanças de moedas de 1907 até 2016, 300 réis equivaleriam a R\$1,09. Disponível em: <<http://www.pafarocontabil.com.br/pagina.php?id=31>> Acesso em 16 nov. 2016.

*Curitbanas*, esse aumento no preço aconteceu logo após uma significativa ampliação da tiragem da revista, saindo de dois mil exemplares e chegando a quatro mil, a partir da edição número 4, o que demonstrava o crescimento e a aceitação do *O Olho da Rua* entre os leitores.

No geral, o periódico era composto de 28 a 30 páginas, as quais não eram numeradas, do tamanho 30x22cm, quase todas contendo imagens. A capa, sempre ilustrada e, na maioria dos exemplares, colorida, trazia variações na disposição do nome da revista e no desenho tipográfico do título. Os adornos das páginas seguiam a tendência artística *Art Nouveau*, traduzido do francês como “Arte Nova”, que se popularizou na arquitetura e também nas artes decorativas entre o final do século XIX e início do século XX. De acordo com o *site Revistas Curitbanas*, a *O Olho da Rua* era impressa nas máquinas rotativas da Imprensa Paranaense e veiculava assuntos gerais como: política, anticlericalismo, música, literatura, quase todos sob uma abordagem humorística.

É notável que as variadas charges que compunham as páginas da revista, em sua maioria, apareciam assinadas por pseudônimos. Em especial os desenhos feitos por Mário de Barros, o qual assinava como Herônio e também como Sá Christão, além do pseudônimo Sylvio, utilizado por Aureliano de Oliveira, Paulo e Félix utilizado por Euclides Chichorro e também Helis, Columero, Aryanos, Romão, Gil, Célio, utilizados por Darvino Saldanha, entre outros.

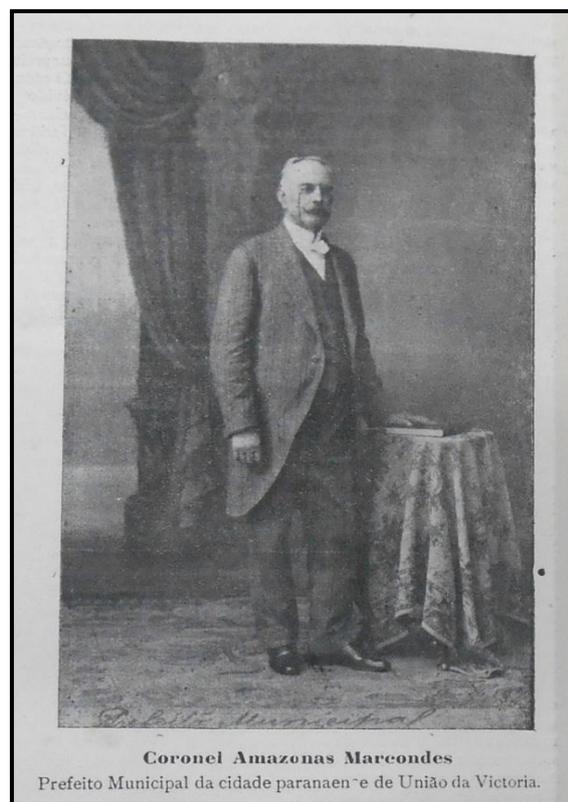
O conteúdo da revista – imagens e textos - sempre tendia para um teor satírico. Em especial, quando o assunto era política, os colaboradores d’*Olho* ironizavam as atitudes dos políticos, seus exageros nos gastos do dinheiro público, sua falta de compromisso com o povo, entre tantos outros aspectos. Um exemplo de crítica ferrenha ao governo está presente na “*Crônica da Rua*”, da edição nº 3 de 1909. Nela, o autor que não se identifica, diz que os governantes precisavam deixar de pensar nos seus interesses pessoais, e dar atenção para a cidade, para o povo.

O estabelecimento de bonds nas ruas mais principaes desta cidade, a canalização de águas e esgottos, o calçamento da nossa urbs e mais adequada illuminação do coração desta capital exigem innegavelmente a atenção do nosso governo, ainda arraigado as crenças antigas, archaicas, anachronicas, que affirmavam ser conveniente deixar para amanhã o que podia ser feito hoje (O OLHO DA RUA, 1909, s/p).

Para Queluz (1996), a revista *O Olho da Rua*, por ser povoada por personagens relacionados ao cotidiano e à política local, revelava Curitiba como palco e cenário das tensões sociais, entre elas a disputa pelo poder. Dessa forma, o periódico não era apenas um espelho, mas um espaço de uma possível construção da cidadania. “Assim os personagens, através de suas reclamações, reivindicações, ironias, dúvidas, decepções, parecem procurar exercer de alguma forma um papel ativo” (QUELUZ, 1996, p. 61).

Além disso, não faltavam no *Olho da Rua*, os anúncios ilustrados, as fotografias de personalidades locais e a inserção de partituras. Um exemplo é a publicação da fotografia do Coronel Amazonas Marcondes, na edição número 9 de 1911. Ele ganha destaque por ocupar um cargo público, sendo o prefeito da cidade de União da Vitória.

Imagem 1 - revista *O Olho da Rua*, nº 9, 1911



Fonte: Biblioteca Pública do Paraná (Fotografado pela autora)

A capa da revista *O Olho da Rua* comumente era sucedida por duas ou três páginas de anúncios publicitários, seguidos de uma espécie de folha de rosto, a qual continha novamente o título da revista, bem como a tiragem, a periodicidade, o

endereço da redação e a data de publicação. Segundo Queluz (1996, p. 41), o restante da página, “era o espaço da charge que abria a revista, sendo geralmente uma sátira política, em preto e branco, possuindo um título e um texto-diálogo que a complementava”.

O periódico possuía diversas seções escritas, entre elas está a “Chrônica da Rua”, que faz parte de todos os periódicos, se caracterizando como uma seção fixa. Já a coluna “Cartas de um Caipira”, procurava comprar o ambiente urbano e rural, criticando a política, bem como se utilizando de recursos como o sotaque “caipira” e as expressões da fala regional paranaense. De acordo com Queluz (1996), nessa coluna eram feitos comentários sobre a cidade e os problemas urbanos sob um olhar interiorano.

Na seção “Letras Caricaturadas”, eram publicadas poesias, sonetos ou contos, todos ilustrados, e em grande parte, influenciados pelo simbolismo. Havia também, uma coluna destinada para as crianças, intitulada “Theatrinho do João Minhoca”, onde era contada alguma história, a qual sempre terminava com uma lição de moral. Para as mulheres, havia uma seção feminina, a qual se pode caracterizar como “flutuante”, pois não se encontrava em todas as edições d’*O Olho da Rua*, chamada “Album das Moças”. A coluna era destinada para falar sobre roupas, moda, conselhos de como conquistar um homem, como se portar, além de uma foto de uma moça enviada possivelmente por ela mesma ou pela família, para ser estampada na revista. Isso contribuiria, então, para a construção do gênero feminino na época.

No mais, o periódico contava com outras seções flutuantes como a “Politicagem”, onde o texto se caracteriza por ser opinativo sobre algum acontecimento político em Curitiba, e a “Na esquina...”, onde o escritor se posiciona como se estivesse observando algum fato ocorrido na rua, definindo a rua como um lugar privilegiado, de onde tudo pode ser visto. Além disso, a *O Olho da Rua* também era composta por:

[...] cartas enigmáticas, charadas, bric-a-brac (comentários de acontecimentos de outros países), figurinos e calungas (caricaturas, portrait-charges e bonecos em corpo inteiro ou só ombros, carões, cujo texto ou diálogo que os acompanhavam é imprescindível para a compreensão dos mesmos) (QUELUZ, 1996, p. 42).

De fato, desde a primeira capa da revista e seu primeiro editorial, já se pode perceber ao que ela se propõe: ser um periódico diferenciado, crítico e humorístico. Segundo Queluz (1996, p. 42), a revista se declarava como imparcial, sem filiação política, iluminada pela razão, “utilizando-se do símbolo do sol (que é um equivalente simbólico do olho), declarando-se guiado pela análise lúcida dos fatos, em busca da literatura moderna, com uma forte tendência anticlerical”. Percebe-se que os escritores d’*Olho* utilizavam o humor como uma arma de defesa, para que pudessem tecer suas críticas sem represálias. O periódico incomodou muitos políticos, padres, entre outras personalidades curitibanas, no início do século XX.

#### **4.2 Masculinidades e religiosidade: constituindo homens**

Sabemos que as masculinidades são plurais e que devem ser analisadas da mesma forma, considerando seus amplos aspectos. Para Bourdieu (2009), existem três instâncias principais que atuam na construção do gênero, neste caso, o masculino, são elas: “a Família, a Igreja e a Escola, que objetivamente orquestradas, tinham em comum o fato de agirem sobre as estruturas inconscientes” (BOURDIEU, 2009, p. 103). A igreja seria a reguladora dos valores de uma família, pois, em certas épocas, procurou justificar a hierarquia de autoridade baseada no patriarcado, ou seja, na autoridade que o pai exerce sobre a família, impondo a visão de que a mulher era inferior ao homem.

Assim como outros fatores que auxiliam na construção da identidade e conseqüentemente na construção das masculinidades, a religiosidade ocupa um papel importante na formação dos indivíduos. Segundo Fernanda Lemos (2008),

A religião exerce uma força singular no projeto desta construção, contribuindo para constituição e manutenção da forma como os homens e mulheres devem agir socialmente. Os discursos e práticas religiosas têm a função de estruturar a masculinidade, dando ao homem a semelhança eterna com a divindade, desde que se exerça a masculinidade imposta pela religião (LEMOS, 2008, p.4).

Por muito tempo, aos homens foram atribuídos papéis relacionados com a religião. A eles foi incumbida à função de líder religioso, como é o caso dos bispos, cardeais, padres e também, o papa. Fazer parte do clero era um ‘privilégio’ que somente os homens poderiam ter. O poder participar deste grupo seletivo estaria

relacionado com a crença da existência da 'superioridade' masculina em tomar decisões sobre questões que envolvessem sentimentos, pois as mulheres teriam um lado 'frágil', sendo mais sensíveis com as situações. O homem que aceitasse essa atribuição deveria ser determinado, ter pulso firme.

Esse cenário não se modificou com o tempo, e as mulheres continuam não podendo ocupar determinados cargos religiosos, principalmente na Igreja Católica. Historicamente, a tradição católica ressalta que a ordenação sacerdotal é destinada para os homens pelo fato de que isso está instituído biblicamente. Jesus, como representante da salvação, escolheu os seus doze apóstolos, sendo todos estes homens, para que dessem continuidade a sua pregação. Do mesmo modo, Deus, em nossa tradição, é uma figura masculina.

Para Lemos (2008, p. 11), "tentar compreender a masculinidade sob o prisma da religião é perfeitamente possível e necessário, se considerarmos a influência histórica e social que a religião exerce sobre a realidade dos sujeitos". Nesse sentido, os homens integrantes do clero, deveriam ter atitudes dignas, que não incentivassem o pecado ou a tentação. Eles não poderiam se envolver com bebedeiras ou com mulheres, nem ter ganância por bens materiais, de modo geral, deveriam ser bons para as pessoas e terem atitudes respeitadas, afinal, assumiam postura de exemplo para as demais pessoas. Portanto, padres, bispos, etc., deveriam comportar-se de forma adequada e respeitosa, do contrário, colocariam em jogo sua imagem e também a da própria igreja.

#### 4.2.1 Se opondo ao clero: a figura religiosa nas páginas d' *Olho*

O clericalismo e o anticlericalismo travaram embates no início do século XX. Os anticlericais questionavam as doutrinas e hierarquias religiosas, especialmente a católica, e também as instituições de ensino, coordenadas pelo clero, que se propagavam no Paraná. Segundo Queluz (1996), a *O Olho da Rua* se posicionava contra a vinda dos religiosos estrangeiros que chegavam ao Estado com o intuito de liderar os colégios religiosos. A revista buscava 'abrir' os olhos do leitor, para que pudesse ver as decomposturas praticadas pelos sacerdotes.

Para a análise foram selecionadas três imagens. A primeira escolhida, imagem 2, foi a ilustração da edição nº 34 número, de 1908, da revista *O Olho da*

*Rua*. Nela um homem, que segura a bandeira do Brasil, chuta um padre, o qual carrega uma cruz na mão esquerda e uma mala onde se lê: “arame”, que é uma gíria utilizada para se referir ao dinheiro.

Imagem 2 - revista *O Olho da Rua*, nº 34, 1908



Fonte: Biblioteca Pública do Paraná (Fotografado pela autora)

Na imagem 2, percebemos que o ilustrador Mário de Barros a assina com o pseudônimo Herônio. A maioria das críticas anticlericais presentes n’*Olho* foram feitas por Mário de Barros. De acordo com Queluz (1996), o teor anticlerical presente nos desenhos do referido ilustrador, se voltavam para o que ele considerava como hipocrisia do clero, tanto no plano político como na traição aos preceitos religiosos. Sua crítica também se estendia à vida devassa praticada pelos sacerdotes, às suas práticas corruptas, ou seja, tudo que envolvia uma vida “mundana”.

Segundo Queluz (1996, p. 121), essa charge ilustrada na imagem 2, é uma resposta à atitude de um vigário da Candelária, no Rio de Janeiro, o qual havia jogado para fora do templo a bandeira nacional, durante uma cerimônia fúnebre. Os

jornais e revistas da época, não deixaram passar despercebida essa atitude, a qual denominaram como sendo anti-republicana.

Notamos que há forte crítica na ilustração de capa da revista *O Olho da Rua* com relação a esse fato. Tanto que, o personagem chamado Zé, que está segurando a bandeira nacional e representa o povo, chuta o “traseiro” do padre com a intenção de colocá-lo para fora do país. Isso é notável por conta da placa onde se lê: “Brazil”, a qual sinaliza o limite entre dentro e fora do território brasileiro. A ideia é clara: mostrar que o periódico também condenava a atitude realizada pelo membro do clero e que queria vê-lo bem longe daqui, como se dissesse: “vá embora e leve o seu dinheiro”. Afinal, a bandeira de um país é vista como um dos seus maiores símbolos, se não o maior, ela representa toda uma nação, uma cultura, a identidade de um povo. Jogá-la fora seria tido como uma ofensa à pátria.

Percebe-se também, que o padre na imagem 2, carrega consigo dois elementos que vêm para reforçar a crítica da revista: um saco com dinheiro e um crucifixo. Esses dois elementos se contrapõem, pois, o que se esperava de um padre era que ele não fosse apegado ao dinheiro e aos bens materiais, que fosse um homem que vivesse para servir a Deus e a Igreja. Portanto a ganância, a ponto de estar sendo expulso do país e levar o saco com dinheiro, era uma atitude condenável para um padre. Ele deixa tudo para trás, leva apenas a sacola com “arame” e um crucifixo.

A masculinidade do personagem Zé, relaciona-se com a força e a dominação, ambas são características da masculinidade hegemônica discutida por Connell (1997). A força que ele exerce ao chutar o padre, sem ter qualquer receio ou insegurança, vai ao encontro do que diz Badinter (1993), ao afirmar que os homens precisam a todo instante “provar” sua masculinidade e que isso se dá, na maioria das vezes, por meio da força física, da violência. A força é tida como um símbolo básico, ou até mesmo mais primitivo, da masculinidade. Para ser um homem de “verdade” ele precisa ser forte. Segundo a pesquisadora Simone Cabral Marinho dos Santos (2010),

O modelo tradicional masculino requer do homem frieza, insensibilidade, altivez, opressão, poder, força, virilidade, enfim, o que representa superioridade física e intelectual. Desde cedo são educados, inclusive pelas mulheres, para se tornarem agressivos, competitivos, provedores e intolerantes com a manifestação de sentimentos e emoções (SANTOS, 2010, p. 62).

Assim, a força física age como uma arma da dominação. É por meio dela que o Zé consegue expulsar o padre do país. De acordo com Bourdieu (2009), a dominação resulta, do que ele chama, de violência simbólica. Essa violência não é praticada de forma física, não é algo visível, mas sim, exercida nas vias simbólicas do (re) conhecimento ou até mesmo do desconhecimento. Ela faz com que a hegemonia masculina, bem como o patriarcado, tornem-se naturalizados em nossa sociedade, de tal forma que dificilmente os percebemos no cotidiano. Para Bourdieu (2009), o termo “dominar” pode ser entendido como “submeter a seu poder”. Desse modo,

O efeito da dominação simbólica (seja ela de etnia, de gênero, de cultura, de língua etc.) se exerce não na lógica pura das consciências cognoscentes, mas através dos esquemas de percepção, de avaliação e de ação que são constitutivos dos *habitus* e que fundamentam, aquém das decisões da consciência e dos controles da vontade uma relação de conhecimento profundamente obscura a ela mesma (BOURDIEU, 2009, p. 49-50).

Podemos também afirmar que a masculinidade do personagem Zé e do padre se opõem, afinal, o Zé seria o dominador e o padre, o dominado. Um ocupa posição superior, e outro inferior. De certa forma, o Zé desestabiliza a identidade do sacerdote, ao não levar em consideração sua “autoridade” religiosa. O clérigo é afrontado e foge, sem ao menos olhar para trás, o que demonstra medo, por não encarar quem o chuta. Ele não revida ao ataque, não tenta ficar no país.

A masculinidade do padre é, então, subordinada e, por consequência, marginalizada. Ele se torna subordinado quando não apresenta resistência ao ataque, pois, permite que o Zé o domine e o expulse do país. Segundo Connell (1997), a marginalização é sempre relativa a uma autorização da masculinidade hegemônica do grupo dominante. Portanto, ela só existe porque a masculinidade hegemônica permite. Dessa forma, um homem subordinado não consegue ocupar lugar na hegemonia, ele é tido como submisso à hegemonia.

De acordo com Kimmel (1997), existe um esforço masculino excessivo para corresponder ao modelo normativo, o padrão hegemônico de masculinidade, o que leva o homem a adotar comportamentos violentos. Notamos isso na ilustração da capa da revista ao *Olho da Rua*, correspondente à imagem 2. O Zé procura se aproximar das características da masculinidade hegemônica, dominando a situação

que se passa na cena ilustrada, com força e virilidade, enquanto o padre se afasta dessas características, se mostrando fraco, dominado, com medo.

A identidade do Zé, ao mesmo tempo em que é um componente de sua masculinidade, também se relaciona com a identidade da pátria, pois ele assume a posição de representante do povo. Ao carregar a bandeira, o personagem se mostra como o escolhido para pôr em prática a atitude de expulsar o padre, e de certa forma, isso se estende aos demais membros do clero, afinal a crítica, a vontade de vê-los longe do Brasil é algo recorrente na revista.

Observa-se que a *O Olho da Rua* parece acreditar que o país só viveria novamente em “ordem e progresso”, como escrito na bandeira nacional, quando os clérigos fossem embora. Isso é percebido na parte inferior da imagem 2, onde se lê: “(sic) Zé – Nunca o meu pavilhão foi ultrajado. Ponha-se no olho da rua, ave de rapina!”. A ordem que o personagem dá, mandando o padre para o olho da rua reforça sua masculinidade relacionada com a autoridade, que é uma característica típica do patriarcado. Ele também considera a atitude do sacerdote, em jogar fora a bandeira, como um ultraje, ou seja, uma ofensa à pátria. No mais, ainda chama o membro do clero de “ave de rapina”, que rouba e foge rapidamente.

Nas ilustrações e textos do periódico *Olho da Rua*, comumente vemos a figura de padres e demais membros do clero sendo retratados e nomeados como “urubus”, “aves de rapina”, “ratos da sacristia” e “abutres”. Para Queluz (1996), a escolha destes animais esclarece algumas concepções da revista sobre esse tema, pois os mesmos são símbolos da morte e alimentam-se de imundícies, ao mesmo tempo em que são considerados purificadores da decomposição orgânica. Nesse sentido, “para os desenhistas e escritores esse último aspecto era considerado mera fachada, pois a batina e os votos religiosos serviam apenas para esconder as verdadeiras intenções” (QUELUZ, 1996, p. 114).

Na imagem 3, percebemos que quem assina é o ilustrador Sá Christão, que era um dos pseudônimos utilizado por Mário de Barros. Há claro intuito da revista em criticar os padres, monges, frades etc., que eram vistos bebendo pela cidade, no início do século XX.

Imagem 3 - revista *O Olho da Rua*, nº 54, 1909

Fonte: Biblioteca Pública do Paraná (Fotografado pela autora)

Na imagem 3, há um frade representado. Ele segura uma garrafa de bebida, chamada Champagne de Cajú, elevando-a próximo ao rosto como se quisesse mostrá-la para alguém. O título da ilustração: 'Mais uma prova', se liga com as inscrições abaixo da ilustração:

(sic) 'Irmãos. Devo esta abençoada <champagne de Cajú> (da casa Manoelito) a minha salvação!... Se eu tive forças para correr ante a tremenda tunda que levamos dos alumnos do Gymnasio, só devo á <champagne de Cajú>, há este vinho sagrado, que até dá forças às pernas!! Irmãos. Quem quiser ter saúde, gordura, paz de espírito e disposição para correr é só usar nas refeições a salutar <champagne de Cajú>, da casa Manoelito, ali á rua de São Francisco junto á Delegacia Fiscal.

Com isso percebemos que o frade associa o uso da bebida com sua força para correr, da surra que levaram dos alunos do Ginásio Paranaense, que era uma escola religiosa, onde religiosos eram responsáveis por cuidar e educar as crianças. Isso aconteceu por conta de algum desentendimento entre os frades e os alunos, os

quais, em várias ilustrações da revista, aparecem beliscando, chicoteando, maltratando os estudantes.

Damos destaque à questão da bebida relacionada com a masculinidade. Ela está, muitas vezes, ligada com a virilidade, com a força. Segundo Pedro Nascimento (2015), o beber masculiniza: “assim como dizer para os amigos que teve muitas relações sexuais é uma forma de se apresentar como “mais homem”, beber e, em alguns casos, beber muito, pode ser também uma forma de parecer do mesmo modo (NASCIMENTO, 2015, p.3). Portanto, beber é uma forma de provar a masculinidade.

A bebida, na imagem 3, é tida como um combustível, como algo bom, tanto que na descrição ela é elogiada, elevada ao patamar de ‘salvação’, que o tirou da enrascada com os alunos. Com ela o frade ficou com mais ‘força nas pernas’ para correr, fugir da situação. De acordo com Ana Claudia Sanches (2014), o consumo de álcool está presente em diversas sociedades desde o início da civilização, sempre acompanhado por práticas culturais. Isso se intensificou após o desenvolvimento do processo de destilação, quando as bebidas passaram a ter um maior teor alcoólico e a serem produzidas em série.

A embriaguez nunca foi vista com bons olhos pela sociedade, em especial, se tratando de um frade, ele estaria agindo justamente ao contrário do que se esperava para um religioso: que fosse recatado, sem vícios. A revista *O Olho da Rua*, representa o personagem se entregando ao ‘prazer’ de uma bebida alcoólica. Podemos relacionar isso com a masculinidade hegemônica, onde todos viveriam em busca de atingir o padrão do ‘ser homem’, incluindo, os religiosos. Nas palavras de Oliveira *apud* Sanches (2014, p.58) “a mídia associa características de masculinidade hegemônicas, como virilidade, ao consumo de álcool. Essa estratégia instiga muitos homens ao consumo de álcool a fim de demonstrar ter e de reafirmar características de masculinidade”. Seria uma forma de mostrar que antes de ser frade, ele era um homem ‘comum’.

Já na imagem 4, assinada por Herônio, que era outro pseudônimo utilizado por Mário de Barros, um frade é flagrado agredindo uma criança com um beliscão. Muitas das críticas anticlericais presentes n’*Olho da Rua* voltavam-se à atuação dos religiosos no ensino.

Imagem 4 - revista *O Olho da Rua*, nº 58, 1909

Fonte: Biblioteca Pública do Paraná (Fotografado pela autora)

Há na ilustração um forte tom de denúncia, com relação aos religiosos que agrediam os alunos. É perceptível a reação da criança ao ser agredida: seu olhar parece assustado, com medo, ao mesmo tempo, não reage, pois o frade era maior e conseqüentemente, mais forte. Nessa época, início do século XX, era comum que as crianças estudassem em colégios onde os membros do clero eram os responsáveis pela educação. Tanto que, muitos desses frades, padres, entre outros, eram enviados da Europa para dar aulas no Brasil.

De acordo com Queluz (1996), nesse tipo de colégio os regulamentos eram fortes, ou seja, a disciplina era imposta pelo castigo, com vara de marmelo ou chicote. Quem ousasse desobedecer, seria agredido sem dó. Nesse aspecto, a masculinidade do frade, se relaciona com a violência, a dominação por meio da força. Há também a questão da superioridade religiosa, afinal, o sacerdote era a autoridade dentro da escola e ninguém deveria desafiá-lo. Ele, então, utiliza-se dessa autoridade para maltratar a criança. Segundo Sócrates Nolasco (1993), há uma crença de que as atitudes combativas e agressivas incorporadas pelos homens são atributos biológicos e que, por isso são inatos ao ser.

Assim como a agressividade, o uso da força como meio de dominação também é uma característica da masculinidade hegemônica, discutida por Connell e Messerschmidt (2013). Para Santos (2010, p. 60), “a todo momento, o homem tem que provar a sua masculinidade, que se manifesta, principalmente, por atos de

violência”. Esses aspectos fazem parte da cultura patriarcal, que prevalecia no início do século XX, onde o homem seria o responsável pela família, o mantenedor, o ‘chefe da casa’, a autoridade máxima, e a mulher seria sua subordinada, responsável pelo cuidado dos filhos e do marido assim como do bem estar do lar.

Para Bourdieu (2009), a escola é um lugar de regulação, que dita o que pode e o que não pode ser feito etc. Isso vai ao encontro da frase na imagem 4, onde se lê: “(sic) Lição de catecismo (leia-se: muque) no collegio dos santos frades da Praça da Republica. Exercícios puramente sagrados; não offendem o carão dos alumnos, pois deixam ecchymoses d’este tamanho...”. A revista compara a lição de catecismo ao muque, à lição que o frade está dando no menino por meio da força. Diz também, ironicamente, que estes são exercícios ‘sagrados’ e que não ofendiam os alunos, pois deixavam hematomas do mesmo tamanho.

Segundo Queluz (1996), essas charges e ilustrações relacionadas com o clero na revista *O Olho da Rua*, denunciavam o objetivo ‘sagrado’ de abrir uma escola, como outra forma de arrecadar dinheiro. Tanto que, em várias imagens, de diferentes edições da revista, se nota que os ilustradores representam os religiosos com sacolas/malas de dinheiro. Os mesmos são estereotipados como gordinhos, o que seria sinônimo de fartura.

Na imagem 5, observamos que há um diálogo entre dois padres. Sabemos que são padres pelas vestimentas tradicionais pretas e também pelo chapéu.

Imagem 5 - revista *O Olho da Rua*, nº 31, 1908

Fonte: Biblioteca Pública do Paraná (Fotografado pela autora)

Na conversa se lê:

- (sic) – Olhe, meo caro, cuidado com os damnados anticlericaes, são capazes de querer ver de que côr é a tua banha.  
 - Não tem perigo: valho quanto peso e sou capaz de enviar para o reino do senhor, uma dúzia só de uma vez...  
 - Assim seja. Amem...  
 - Amem...(O OLHO DA RUA, 1908, s/p).

O padre, a esquerda da ilustração, diz para o outro que ele deve ter cuidado com os anticlericais, os quais pareciam querer matá-lo. Ele ainda faz referência à cor da banha do padre 'gordinho', nesse sentido, a banha é sinônimo de fartura, ele estaria farto por estar se beneficiando dos roubos de dinheiro praticados pelos membros do clero naquela época, em especial nas escolas.

Continuando o diálogo, o sacerdote à direita da ilustração, responde que vale o quanto pesa e que poderia mandar para o reino do senhor, uma dúzia de pessoas de uma só vez. Ou seja, ele ameaça quem o ataca, com sua autoridade de religioso. Segundo a tradição católica, os padres são ministros de Cristo, exercendo a função de intermediários entre o povo e Deus. Eles seriam os únicos que poderiam

interpretar a leitura da Bíblia e também os responsáveis por designar as penitências aos fiéis após a confissão. No geral, as pessoas respeitam a figura do padre, pois este seria um homem escolhido por Deus. Por conta dessa 'autoridade' que a igreja os concedeu, muitos acabavam extrapolando e usando isso de forma imprudente. Por ele ter um contato mais 'direto' com o Senhor, ele teria o direito de condenar as pessoas que o ofendessem.

Na ilustração, o padre estereotipado como gordo aparece rindo da situação, como se não se importasse com as ameaças dos anticlericais, não demonstrando qualquer medo ou receio. Sua masculinidade se relaciona com a coragem, com a força e também com a virilidade, todos esses, aspectos da masculinidade hegemônica. Segundo Badinter (1993, p. 4), "a virilidade não é dada de saída. Deve ser construída, digamos 'fabricada'". Portanto, o homem seria como um artefato, que vai sendo moldado socialmente, conforme costumes e tradições de cada povo. Por mais que o personagem fosse um padre, ele não se distancia do modelo predominante de masculinidade do início do século XX, que era o patriarcado.

Notamos que os personagens da imagem 5 estão usando chapéu. Esse item do vestuário, comum no início do século XX, também está relacionado à masculinidade, pois poderia indicar a classe social e até mesmo a personalidade de quem o estivesse usando. De acordo com Gabriela Lenzi (2014), homens que exercem poder como o papa, padres, policiais entre outras autoridades, utilizam esse acessório. Este seria um elemento que os diferenciaria dos demais homens. Lenzi (2014) afirma que o chapéu é um elemento simbólico e que, "sua presença na composição do *look* determina identidade e sinais que comunicam sem necessitar de uma única palavra proferida (LENZI, 2014, p.2)".

Com isso, percebemos que as masculinidades são construídas com base em vários aspectos como: a religião, a época, a tradição, os costumes, a economia, a cultura local etc. Nesse contexto, a religiosidade seria uma das peças do quebra-cabeça que compõe a identidade masculina. Ela auxilia no processo de instauração de valores que serão vigentes na sociedade, atuando também como reguladora do que pode ou não pode ser feito/dito.

### 4.3 Masculinidades e política: estabelecendo relações de poder

O vínculo dos homens com a política e o poder não é algo recente. Podemos dizer que ele ganhou mais força quando as sociedades começaram a se organizar em cidades, e para manter a ordem das coisas, era necessário ter alguém que governasse a *polis* (cidade/Estado), administrando, cuidando e direcionando as atividades públicas. Na História, muitos foram os homens incumbidos dessa função. Entre eles podemos citar Alexandre, o Grande, o qual foi rei da Macedônia e Júlio Cesar, imperador de Roma, que foi um dos mais famosos.

Para o pesquisador Michael Kaufman (1997, p. 63, tradução nossa), “em um mundo dominado pelos homens, destes é, por definição, um mundo de poder”<sup>19</sup>. Assim, esse poder, se torna uma parte estruturada da economia, dos sistemas políticos, enfim, da organização social. Kaufman (1997), ainda ressalta que o poder é parte do núcleo da religião, da família, das expressões lúdicas e da vida intelectual, “individualmente muito do que nós associamos com a masculinidade depende da capacidade do homem para efeitos do exercício de poder e controle” (KAUFMAN, 1997, p. 63, tradução nossa)<sup>20</sup>.

Por muito tempo o campo político brasileiro foi “monopolizado”, detido nas mãos de homens, e isso não mudou muito atualmente. Segundo dados do portal *Estadão*<sup>21</sup>, a participação feminina nas esferas do poder ainda é baixa, embora elas representassem 51,7% dos eleitores brasileiros em 2015, sua participação na Câmara dos Deputados era de apenas 9% e, de 13% no Senado. Dessa forma, os homens ainda são maioria ao ocupar as cadeiras no legislativo.

Isso não era diferente no início do século XX, afinal de contas, as mulheres só conquistaram o direito de voto em 1932. Antes disso, sua participação no cenário político era insignificante/nula. Tanto que, na maioria das imagens publicadas na revista *O Olho da Rua*, a figura masculina é constantemente relacionada com temas que tangem a esfera pública, denotando que a política era um assunto “de homens”, o qual não caberia à mulher opinar. Isso vai ao encontro do que afirma Badinter (1993, p. 9), ao dizer que: “É do homem o resto do mundo. Incumbido da produção,

<sup>19</sup> “En un mundo dominado por los hombres, el de éstos es, por definición um mundo de poder” (KAUFMAN, 1997, p.63)

<sup>20</sup> “Individualmente mucho de lo que nosotros asociamos con la masculinidad gira sobre la capacidad del hombre para ejercer poder y control” (KAUFMAN, 1997, p. 63)

<sup>21</sup> Estadão – Disponível em: <<http://politica.estadao.com.br/noticias/geral,brasil-tem-menos-mulheres-no-legislativo-que-oriente-medio,1645699>> Acesso em: 10 set. 2016.

da criação e da política, a esfera pública é seu elemento natural”. Portanto, há uma naturalização da política como sendo algo que diz respeito somente aos homens, que a eles cabe tomar as decisões da cidade, do Estado e até mesmo do país.

Para Connell (1995), essa dominação do espaço público feita pelos homens é como uma herança deixada pelo dividendo patriarcal, o qual os deu aval para “mandar” nas mulheres e em homens considerados mais fracos, ou seja, os que têm sua masculinidade como subordinada. Segundo o autor, os homens são mais propensos a ocuparem cargos no Estado e exercem poder de chefia em grandes empresas e instituições.

É inegável que em nossa sociedade há uma cultura que privilegia os homens nos cargos políticos. Segundo Bourdieu (2009, p. 41) “cabe aos homens, situados do lado do exterior, do oficial, do público, do direito, do sexo, do alto do descontínuo, realizar todos os atos [...] que marcam rupturas no curso ordinário da vida”, já as mulheres seriam destinadas para o espaço privado, confinadas ao lar, ao cuidado da família, ficando “situadas do lado do úmido, do baixo, do curvo e do contínuo, vêm ser-lhes atribuídos todos os trabalhos domésticos, ou seja, privados e escondidos” (BOURDIEU, 2009, p. 41). Afinal, para o autor, ser homem é estar instalado, de saída, numa posição que implica poderes.

Semelhantemente à masculinidade relacionada com a religiosidade, na qual há uma crença em que os homens seriam os escolhidos para funções de líderes religiosos, por conta de serem mais firmes nas decisões, mais centrados, mais razão do que emoção, no âmbito político isso aparenta também se aplicar. Eles são escolhidos pelo “pulso firme” e até mesmo pela crença de que são superiores às mulheres, como afirma Badinter (1993), os homens por muito tempo se julgaram melhores, o exemplar mais bem-acabado da humanidade, dotados de um “algo mais” que as mulheres não tinham.

A mídia atua também na representação dos gêneros na política. Para Luis Felipe Miguel e Flávia Biroli (2009), os veículos midiáticos são ferramentas importantes para a confirmação e refutação das hierarquias presentes na sociedade, de tal forma que, “a mídia compõe esses procedimentos na medida em que difunde visões da realidade social que tendem a confirmar e naturalizar visões já incorporadas pelos agentes (homens e mulheres) em relação às hierarquias de gênero” (MIGUEL; BIROLI, 2009, p. 64). Para os autores, as divisões entre público e privado, como já exemplificado por Bourdieu (2009), são bons exemplos.

A confirmação do “pertencimento” de mulheres e homens a temas e funções vinculados à esfera pública ou à esfera privada, de acordo com as definições e relações historicamente definidas para essas esferas, é uma confirmação prospectiva das hierarquias ligadas à inserção nessas esferas e da divisão do trabalho que implicam. Prospectiva no sentido de que, ao “constatar” a realidade presente, potencializa sua realização no futuro, isto é, sua permanência (MIGUEL; BIROLI, 2009, p. 64).

Assim, a revista *O Olho da Rua* também colaborava com a permanência desse imaginário na sociedade das primeiras décadas do século XX, onde o homem era destinado para a esfera pública e a mulher para a esfera privada. A cultura patriarcal da época certamente contribuiu para essa perpetuação, deixando claro, em especial por meio de ilustrações, que o mundo da política era também o mundo dos homens, ou seja, seu ambiente, quase que imanente.

#### 4.3.1 O homem e a política paranaense nas páginas d’*Olho da Rua*

O campo político pode ser visto como um lugar de disputas de poder, onde quem consegue dominar mais, acaba recebendo mais benefícios. Na revista *O Olho da Rua*, as ilustrações e textos que as acompanham, retratam os políticos, na maioria dos casos, em discussões para ver quem “pode mais”, quem é mais forte em uma eleição, entre outros assuntos. De fato, o poder é uma forma de diferenciar e fixar a hierarquia do homem que manda, e do que obedece. Ele não existe sozinho, é estabelecido nas relações sociais.

Na imagem 6, vemos um grupo de homens em um carro, ameaçando atropelar um outro homem que está deitado no chão, identificado como João Cândido<sup>22</sup>, que foi um político bastante conhecido no Paraná e representado em várias ilustrações d’*Olho da Rua*. A capa da revista faz lembrar um cartaz de espetáculo circense, tanto que, nas suas inscrições lê-se: “(sic) Grande Circo. Extraordinaria função! Automovel Político. Hoje! 25 de fevereiro! Hoje! Maravilha mundial. Ultima função!!”.

---

<sup>22</sup> João Cândido Ferreira nasceu em Lapa – Paraná era médico e veio a se tornar prefeito da cidade em 1892-1896. Também exerceu cargo como deputado estadual e federal além de se tornar vice-presidente do Paraná em 1903. Disponível em: <<http://curitibaspace.com.br/quem-foi-joao-candido-ferreira/>> Acesso em 12 set. 2016.

Imagem 6 - revista *O Olho da Rua*, nº 22, 1908

Fonte: Biblioteca Pública do Paraná (Fotografado pela autora)

Nessa ilustração, é notável o tom de ameaça feito pelos políticos que dirigem o carro. Na parte de baixo da imagem 6, lê-se: “(sic) A empresa communica ao respeitavel publico que o sr. João será esmagado pelo automovel dos srs. Alencar e Cia. Mais de 22.000 kilos o peso devido a conduzir os pés do Generoso!”. O carro, na imagem 6, não é tido apenas como um meio de locomoção, mas como uma ferramenta simbólica, presente no imaginário da nossa sociedade, o qual funciona no sentido de ultrapassar, passar por cima dos obstáculos.

É válido lembrar que os carros só foram se popularizar na metade do século XX, antes disso não era comum vê-los nas ruas. Portanto, ser dono de um automóvel nas primeiras décadas do século XX denota poder, em especial, poder aquisitivo. Não era “qualquer” homem que tinha um carro. Assim, a masculinidade se liga com a aquisição desse bem material, que provavelmente, era o desejo de muitos homens daquela época. O carro era sinônimo do “moderno”, do desenvolvido, então, para ser considerado um homem moderno e desenvolvido, ele precisava ter um automóvel.

Segundo o professor Guilherme Lengruber Lobosco<sup>23</sup> (2013), o automóvel, por estar associado a atributos considerados viris, como velocidade e potência, torna-se alvo de um processo de identificação masculina. Essa identificação faz com que haja uma projeção da própria personalidade. Assim, podemos comparar a potência do carro com a “potência” do homem, no sentido de representar força, rapidez, determinação. De certo modo, o carro simboliza o poder transitar no meio público, nas ruas, o qual seria o ambiente natural dos homens.

Portanto, na imagem 6, unem-se homens mais carro, para provar que eram mais fortes que o adversário. A masculinidade hegemônica se faz presente, em especial pela questão da dominação e do poder. O Sr. Alencar, que dirige o carro, “domina” o João Cândido, que supostamente seria atropelado. Com isso, coloca a masculinidade dele em posição de subordinação, ou seja, é inferiorizada.

A revista *O Olho da Rua*, na imagem 6, ainda compara o acontecimento à um grande circo, um espetáculo da política paranaense. A ironia permeia a ilustração, fazendo com que os personagens sejam comparados a palhaços circenses, os quais fazem brincadeiras, bobagens, com o intuito de divertir as pessoas, fazer rir. Assim, a figura do político associada ao palhaço nos faz pensar que a intenção do periódico era mostrar que os políticos do início do século XX ao mesmo tempo em que queriam passar a imagem de sérios, confiáveis, dignos, acabavam sendo como os palhaços: bobos, dissimulados, não merecedores da confiança do povo, patéticos, por suas atitudes corruptas.

É importante também, focar o papel da mídia no sentido de representar e propagar os estereótipos dos políticos. A revista *O Olho da Rua*, se caracteriza como um espaço privilegiado, onde os colaboradores/ilustradores poderiam expressar sua opinião, sendo a favor ou contrários a determinado político ou partido. Para Luis Felipe Miguel e Flávia Biroli (2009), devemos partir da compreensão de que os meios de comunicação são uma esfera de representação, onde são disseminadas as mais diferentes perspectivas e projetos de grupos em conflito nas sociedades contemporâneas, afinal, “a maneira como a mídia representa (ou deixa de representar) a diversidade social e a pluralidade de interesses presentes na sociedade tem efeitos sobre a dinâmica de representação política” (MIGUEL; BIROLI, 2009, p. 64). Portanto, *O Olho da Rua*, por mais que se declarasse como

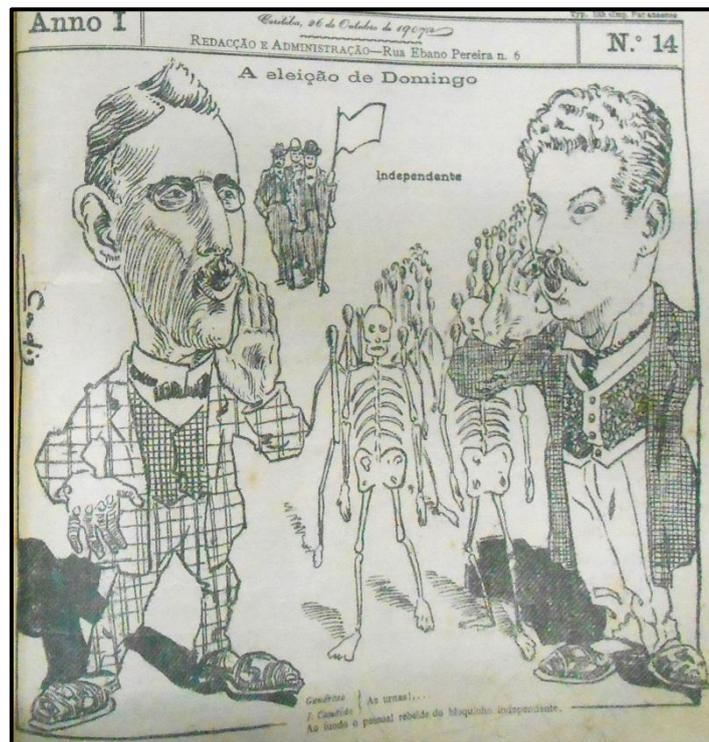
---

<sup>23</sup> Disponível em: <<http://www.onsv.org.br/artigos/sobre-homens-e-carros/>> Acesso em: 14 set. 2016.

um periódico sem partido acaba por deixar transparecer suas preferências, seja em textos ou em imagens.

Na imagem 7, o desenho assinado com o pseudônimo Cadiz, mostra dois políticos na frente do povo. A cena é referente a uma eleição que ocorreria no domingo, sendo que os eleitores são representados como caveiras, ossadas. Mais ao fundo há um grupo de pessoas intitulado “Independente”.

Imagem 7 - revista *O Olho da Rua*, nº 14, 1907



Fonte: Biblioteca Pública do Paraná (Fotografado pela autora)

Nas inscrições logo abaixo da imagem 7, lemos: “(sic) Generoso, João Cândido: As urnas! Ao fundo o pessoal rebelde do bloquinho independente”. A masculinidade de ambos os personagens, Generoso e João Cândido, se relacionam com a liderança, a dominação, o político que exerce poder sobre os cidadãos. Do mesmo modo, fazem parte do sistema patriarcal, onde o homem era tido como a autoridade.

Segundo Badinter (1993), o sistema patriarcal foi responsável por instituir e colocar no mundo o “homem mutilado”, o qual enfrenta adversidades para reconciliar suas heranças maternas e paternas. Para que seja considerado um homem “de verdade”, ele precisa cortar todas as suas amarras com o feminino materno, que

seria seu território original. Esse conceito não se refere à mutilação do físico, mas sim, à identidade masculina, e pode atingir tanto homens heterossexuais quanto homens homossexuais. Essas mutilações psicológicas podem ser classificadas em dois tipos: o homem duro e o homem mole.

O *homem duro* é aquele obcecado por competição e desempenho, seguro de si, agressivo, o qual possui dificuldades em se relacionar, centrado no poder e na objetividade, ele nunca cede à fraqueza e à passividade. É como se fosse um ideal masculino no qual, em algum momento, todos os homens sonham em ser assim: “Uma besta sexual com as mulheres, mas que não se liga a nenhuma delas; um ser que só encontra seus congêneres masculinos na competição, na guerra ou no esporte [...] o mais duro dos duros” (BADINTER, 1993, p. 134). Já o *homem mole*, doce, também conhecido como homem pano de prato, é aquele que abre mão dos privilégios masculinos e do poder, se desvencilhando do sistema patriarcal. Ele é adepto da igualdade entre os gêneros, divide as tarefas domésticas com a esposa e consegue dominar sua agressividade.

Dado isso, conseguimos perceber que o político se encaixa no modelo de homem duro, proposto por Badinter (1993), ao apresentar características como: ser centrado no poder, na objetividade, não ceder à fraqueza, muito menos ser passivo. É um homem que manda, que ordena os outros homens, na imagem 6 eles decretam: “As urnas!”. Muitas vezes impõe sua autoridade e necessita que os demais lhe obedeam sem contestar. Ele é quem exerce poder nas relações, toma as decisões com “pulso firme”. Por ser um homem duro, não se importa com os sentimentos, nem seus, nem dos que o cercam.

Nesse sentido, as masculinidades dos políticos representados na imagem 7 confluem para o modelo hegemônico, o qual segundo Connell e Messerschmidt (2013), é normativo. A hegemonia, então, “incorpora a forma mais honrada de ser um homem, ela exige que todos os outros homens se posicionem em relação a ela e legitima ideologicamente a subordinação global das mulheres aos homens” (CONNELL; MESSERSCHMIDT, 2013, p. 245). Não somente a subordinação das mulheres, mas também dos homens considerados como moles. Tudo isso contribui para a construção do gênero masculino, em especial, do homem político paranaense.

Entretanto, os eleitores são representados na imagem em dois grupos: os mortos (caveiras) e os do grupo independente, que seguram uma bandeira, como se

estivessem protestando. A revista coloca os eleitores como se não tivessem voz ativa, tanto que são apenas caveiras, ou seja, não expressam nada, não tem poder de fala, não possuem vida. As caveiras são a maioria, contra os eleitores “vivos”, que são minoria. Desse modo, podemos entender que era uma pequena fatia da população a qual realmente faria valer o voto, o restante votaria inconscientemente, quase como “zumbis”. De acordo com Queluz (1996, p. 128), na revista *O Olho da Rua*, “Os cidadãos comuns/ eleitores foram tratados, na maioria das vezes, como deslocados, enganados, alienados das decisões, como animais passivos [...] desprovidos de poder, marcados pela desilusão”.

Na imagem 8, intitulada “Rinhedeiro político”, três homens parecem apostar seu dinheiro em um galo e em uma galinha de briga. Porém, os bichos possuem corpo de animal e cabeça de humanos, realizando assim, uma “animalização” na ilustração. A rinha de galos é uma luta, baseada em apostas, na qual os animais são treinados para ferir uns aos outros, sendo avaliados por um juiz o qual vai julgar quem foi o vencedor.

Imagem 8 - revista *O Olho da Rua*, nº 14, 1907



Fonte: Biblioteca Pública do Paraná (Fotografado pela autora)

Nessa imagem, assinada com o pseudônimo Cadiz, os homens são rebaixados a status de animal, colocados no mesmo plano que um galo estaria. N' *Olho da Rua* era comum ver políticos representados como cobras, urubus e galos de briga. Logo abaixo na imagem 8 lemos:

(sic) João Cândido – 10 por 5 no pequeno, isto é galinha de toda a minha fé seu Generoso.

Generoso – Feito Nho Jango, o meu é gallo velho apanhador, mas tenho confiança na raça – isto ensalsicha e não corre. – Zé – Qual isto é questão de uma boa bordoada. Gato escaldado... (O OLHO DA RUA, 1907, s/p).

Quem faz essas apostas são João Cândido e Generoso, os quais eram políticos e por vezes aparecem na revista *O Olho da Rua*, disputando poder, se afrontando. Nessa ilustração, a disputa ocorre por meio do galo e da galinha, os quais representam outros políticos, que não são identificados. Um quer provar para o outro que seu animal é mais forte e vai vencer, demonstrando confiança no desempenho do bicho.

A escolha do galo para o confronto pode ser relacionada com a masculinidade. Afinal, ele é tido como o “rei do galinheiro”, é quem manda no lugar, é rápido e corajoso para defender seu espaço. Ou seja, o político deveria também ter essas características, ser altivo, viril, forte, corajoso, que aceita desafios sem ter medo. Já a galinha é mais frágil, submissa, de tamanho menor, mas ao mesmo tempo é ágil, sabe sair bem das situações. Tanto que o João Cândido aposta nela, dizendo que é galinha de toda a sua fé, demonstrando que ele acredita no potencial do animal.

Notamos que as masculinidades, tanto dos apostadores, quanto do homem representado como galo, se relacionam com a virilidade, e conseqüentemente, com a disputa pelo poder. Kimmel (1997), deixa claro que o modelo de masculinidade hegemônica é almejado pela maioria dos homens, afinal,

A definição hegemônica da virilidade é um homem *no* poder, um homem *com* poder e um homem *de* poder. Equiparamos a masculinidade com ser forte, bem sucedido, capaz, confiável e controlado. As próprias definições de virilidade que temos desenvolvido em nossa cultura perpetuam o poder que alguns

homens tem sobre outros e que os homens tem sobre as mulheres<sup>24</sup>  
(KIMMEL, 1997, p. 50, grifos do autor, tradução nossa).

Para Kimmel (1997), existem grupos de homens que desenvolvem mudanças no intuito de preservar seu modelo de virilidade. Podemos enquadrar os políticos representados na imagem 8, nesse aspecto. Afinal, eles buscam conservar seu modelo de virilidade, dominação e poder, o qual se efetiva até mesmo sobre outros grupos de homens, os quais são subordinados. A masculinidade subordinada, representada pelos galos, age de acordo com a permissão advinda da hegemônica, representada por João Cândido e Generoso, em determinado contexto social, cultural e histórico.

Continuando nessa perspectiva de masculinidade e virilidade, Kimmel (1997), afirma que a definição de virilidade pode ser resumida em alguns pontos principais. O primeiro deles se liga com o repúdio implacável da feminilidade. O segundo refere-se aos elementos que medem a masculinidade: o poder, o sucesso, a riqueza e a classe social. O terceiro ponto se relaciona com o autocontrole, no qual o homem jamais deve demonstrar sentimentos, não se desvencilhando da máxima: “homem não chora”. O quarto e último ponto são a coragem e a agressividade, características estas, que levam o homem a correr os mais variados riscos para conseguir aquilo que quer.

Percebemos que o homem político, que exerce poder, possui alguns desses traços. O poder, bem como a coragem e a agressividade, fazem parte da cena ilustrada na imagem 8. Segundo Kimmel (1997), a masculinidade precisa de uma aprovação “homossocial” para existir, de tal forma que é preciso que os homens comprovem sua virilidade diante de outros homens, para que esta seja validada, admitindo-o ou não no “reino” da virilidade e, ainda ter seu desempenho avaliado pelos demais colegas. As rinhas de galo e as disputas são formas de comprovar essa virilidade, afinal, “provamo-nos, executamos ações heroicas, corremos riscos enormes, tudo porque queremos que outros homens admitam nossa virilidade”<sup>25</sup>  
(KIMMEL, 1997, p. 55, tradução nossa).

---

<sup>24</sup> “La definición hegemónica de la virilidad es un hombre en *el* poder, um hombre *con* poder, y un hombre *de* poder. Igualamos la masculinidad con ser fuerte, exitoso, capaz, confiable, y ostentando control. Las propias definiciones de virilidad que hemos desarrollado en nuestra cultura perpetúan el poder que unos hombres tienen sobre otros, y que los hombres tienen sobre las mujeres” (KIMMEL, 1997, p. 50)

<sup>25</sup> “Nos probamos, ejecutamos actos heroicos, tomamos riesgos enormes, todo porque queremos que otros hombres admitan nuestra virilidad” (KIMMEL, 1997, p. 55).

Na imagem 8, é como se a força e a virilidade dos personagens João Cândido e Generoso se ligasse com o desempenho dos seus animais, que os representam na rinha política. Ganha quem for mais forte e sair menos ferido da disputa. A masculinidade é provada por meio da força e da virilidade, pois, como afirma Badinter (1993), “prove que você é homem” é um desafio que o ser masculino enfrenta pela vida toda. A virilidade não é algo dado de saída, inato ao ser, ela precisa ser conquistada, como diz Badinter (1993), “fabricada”.

Conforme Badinter (1993), a masculinidade ainda se relaciona com outros aspectos, o verdadeiro “macho” vive em busca da superioridade em relação aos outros, “a masculinidade é medida pelo compasso do sucesso, do poder e da admiração que provoca” (BADINTER, 1993, p. 134). Nos políticos ilustrados na imagem 8, percebemos que eles buscam mostrar para os outros que exercem poder, que dominam aquele campo, ao mesmo tempo em que buscam a admiração, afinal, o político é uma figura que gosta de admiração, que quer que as pessoas estejam vendo o que ele faz, expondo suas “benfeitorias” ao povo. É alguém que procura chamar a atenção, ocupar lugar de destaque na sociedade.

Já a figura do Zé, que compõe a imagem 8 ao fundo, representa novamente o povo. O personagem Zé aparece em diversas ilustrações do periódico *O Olho da Rua*, algumas vezes apenas observando a cena que se passa, em outras tomando atitudes e palpitando. De acordo com Queluz (1996), na figura do Zé Povo, ou simplesmente Zé, O Olho e o leitor viam seus anseios e expectativas representados na ação do personagem. Ele ocupava o espaço da ausência de poder, da vontade de interferir e participar nas decisões públicas.

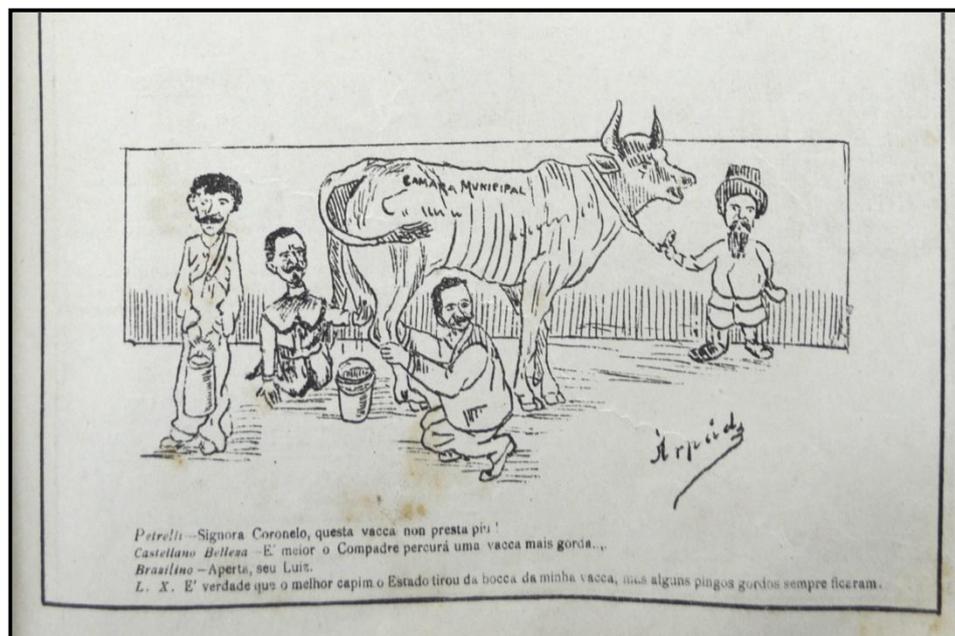
Entre a esperteza de saber tudo o que realmente acontece, dificilmente enganado, e a ingenuidade de ser envolvido nas artimanhas da política, é sempre vítima de conchavos políticos, da ineficiência da ação governamental, descrente da ação de instrumentos de cidadania como as eleições, as instituições. Sua astúcia ao perceber e denunciar os “engodos”, não o coloca no terreno da ação, mas num gesto de impotência [...] sem saber o que fazer ou a quem recorrer (QUELUZ, 1996, p. 129).

Nessa ilustração em específico, ele diz que a rinha de galos que estava ocorrendo é questão de uma boa bordoadada, e ainda diz: “gato escaldado”. Com uma boa bordoadada ele quer dizer bater forte, dar um golpe que derrube o adversário.

Entendemos que o “gato escaldado”, se refere ao fato de aguentar as consequências e não repetir o feito de novo. Afinal, o gato quando leva um banho de água fria, nunca mais vai querer correr o risco de passar por essa situação novamente, vai evitar a água. Então, para o Zé, e conseqüentemente para o povo, a questão da disputa se resolveria com um bom embate, para que não voltasse a acontecer.

Na imagem 9, extraída da revista *O Olho da Rua*, edição nº 6, de 1907, vemos uma vaca, na qual está escrito “Camara Municipal”, mais dois homens que tentam tirar leite dela, um que a segura e outro que segura algo que parece um latão de leite.

Imagem 9 - revista *O Olho da Rua*, nº 6, 1907



Fonte: Biblioteca Pública do Paraná (Fotografado pela autora)

Essa ilustração se liga à crença de que todo político é ladrão, corrupto. Além disso, nota-se que não é apenas um político que tira leite da vaca magra, há também um padre representado. No *Olho da Rua*, os políticos paranaenses são retratados como aqueles que não ligam para o povo, que o tratam com descaso e só pensam em seus próprios interesses. Marilda Queluz (1996), compara o exercício do poder, no início do século XX, como um espetáculo de encenação, que buscava mascarar o domínio de um grupo restrito. Entretanto,

É possível dizer que nas caricaturas políticas utilizou-se, como fórmula de humor, especialmente a ironia: marcando a suspeita mais do que a denúncia direta, a dúvida mais do que a franca desmistificação, sem perder, necessariamente, a mordacidade, mas ganhando em sutileza (QUELUZ, 1996, p. 127).

Na imagem 9, esse humor/ironia como forma de denúncia fica claro. A revista queria mostrar aquilo que estava acontecendo com a câmara municipal: a vaca era gorda, cheia de dinheiro, roubaram tanto, tiraram tanto “leite”, que ela ficou magra. Vemos que, a imagem do político associado à corrupção, não é algo novo em nosso país. Essa edição d’*Olho da Rua* foi publicada a mais de 100 anos e poderia ser claramente utilizada para relatar situações atuais, no século XXI. O tom de indignação com o desvio de verbas públicas, por homens que exercem poder, permanece atualmente.

As representações do gênero masculino na imagem 9 se ligam a algo negativo: a corrupção. Para Fernando Filgueiras (2009), existe no Brasil uma tolerância à corrupção. Não é raro abrir um jornal, uma revista, um site, e se deparar com mais um escândalo político que foi descoberto. Segundo o autor, isso se relaciona com o senso comum de uma “natural” desonestidade do povo brasileiro. “Um dos traços característicos do senso comum no Brasil é que o brasileiro típico tem um caráter duvidoso e que, a princípio, não se nega a levar algum tipo de vantagem no âmbito das relações sociais ordinárias” (FILGUEIRAS, 2009, p. 387), deveras, percebe-se que essa situação é a mesma aplicada à ilustração em questão.

Entretanto, a revista *O Olho da Rua* ironiza a situação, que se refere à câmara de Curitiba. O político é colocado como mau-caráter, sujeito astuto, que planeja artimanhas para desviar o dinheiro do povo. É aquele que sempre dá um “jeitinho”, esquematiza seus planos com malandragem. E, isso não é ilustrado somente na imagem 9, mas em várias charges e desenhos no periódico, o que vem a culminar para um dos objetivos da revista: abrir o olho do povo, denunciar o que estava acontecendo na sociedade a partir da visão dos seus colaboradores.

Segundo Badinter (1993, p. 6), com o surgimento do patriarcado, o homem começou a se julgar: “*mais forte, mais inteligente, mais corajoso, mais responsável, mais criativo ou mais racional*”, do que as mulheres. Percebemos que a figura do homem político do início do século XX se encaixa muito bem nessa concepção. Na

imagem 9, ele se faz “inteligente” por mostrar que consegue roubar sem ser pego, e ainda conta com outros homens que o auxiliam nessa prática, inclusive um padre. Ele também é “corajoso” ao apropriar-se do dinheiro da câmara municipal, mostrando seu rosto, sem qualquer medo ou receio em ser visto. É descarado, popularmente conhecido como “cara-de-pau”. Também é mais “racional”, age de forma pensada, arquitetada, quase que friamente.

Logo abaixo da ilustração da imagem 9, lemos o diálogo:

(sic) Petrelli – Signora Coronelo, questa vacca non presta piu!  
 Castellano Belleza – É melhor o Compadre percurá uma vacca mais gorda...  
 Brasilino – Aperta, seu Luiz.  
 L. X. É verdade que o melhor capim o Estado tirou da bocca da minha vacca, mas alguns pingos gordos sempre ficaram (O OLHO DA RUA, 1907, s/p).

O dono da primeira fala, Petrelli, se refere ao padre, pois a revista em diversos momentos os coloca falando de forma enrolada, como se o sotaque europeu ainda permanecesse. Ele diz para o Luiz, que é o político que tira leite da vaca, que a mesma não presta. No diálogo, Castellano Belleza diz para o político procurar uma vaca mais gorda, enquanto Brasilino manda continuar, apertando mais o animal. Luiz responde que o Estado tirou o melhor capim da sua vaca, fazendo referência aos recursos da câmara, mas que “alguns pingos gordos” sempre ficam, ou seja, por mais que a vaca estivesse magra – com pouco dinheiro, ele ainda assim insistia em permanecer apertando (roubando), quase que espremendo até a última gota, para sair o último centavo que ainda restava.

O homem político d’*Olho da Rua* é colocado como uma figura suja, desonesta, contrariando um ideal de masculinidade presente nas sociedades, onde um homem para ser considerado como tal, precisa ser trabalhador, honesto, pai de família, ter atitudes dignas para ser uma boa influência para os filhos. Ao mesmo tempo ele exerce poder, digamos que é “empoderado” afirmando sua identidade, a partir do momento em que adentra o meio político. É como se o poder se materializasse em uma capa, a qual o político utiliza como proteção, se tornando forte, super “macho”, a ponto de não ter medo das consequências do que faz. Ele é um homem seguro de si, e se algo der errado, há sempre um “jeitinho” para resolver.

#### **4.4 Masculinidades e trabalho: o homem do campo e o da cidade**

Dentre os vários elementos que compõem a identidade masculina, o trabalho merece destaque. Muitos homens têm sua vida pautada na função que desempenham na sociedade, é como um ponto de máxima honra o qual buscam atingir. Ter um emprego e, conseqüentemente, ser bem sucedido é um ideal masculino. Quanto mais alto o cargo ocupado, mais forte aparenta ser sua masculinidade. Há uma cobrança social para que o homem tenha um emprego.

Se pensarmos bem, até mesmo biblicamente, o trabalho se institui como uma função masculina. Por conta da queda em pecado, tanto o homem quanto a mulher foram castigados por Deus. Ela viria a sofrer as dores do parto, ele teria que trabalhar duramente a vida inteira para conseguir o próprio alimento. Essa é uma das primeiras menções que encontramos sobre a relação do homem com o trabalho, sendo que o mesmo, nesse caso, é visto como um castigo por terem desobedecido às ordens divinas.

Assim, ao utilizarmos a expressão: “o trabalho dignifica o homem”, percebemos que eles são colocados em prova, afinal, para ser considerado “digno” é necessário ter um trabalho. A sociedade, por vezes, condena o homem que não trabalha, taxando-o como vagabundo, folgado, vadio, preguiçoso, entre tantos outros adjetivos pejorativos. Para não ser visto dessa forma negativa é necessário possuir um emprego. Para Nolasco (1993, p. 62), “sob forma de emprego, o trabalho não dignifica o homem: ele o despersonaliza, distanciando-o dele mesmo e de sua capacidade criativa”, ao ter um “emprego” o homem acaba por seguir os anseios da empresa, fábrica, escritório para o qual trabalha, deixando suas vontades e sonhos de lado. Segundo Nolasco (1993), trabalhar é como enfrentar sempre uma pequena guerra diária, onde as palavras “lutar”, “vencer” e “batalhar” fazem parte do cotidiano empresarial.

Não é raro ver na televisão, internet ou qualquer outro meio de comunicação, reportagens que apresentam homens que, mesmo já estando aposentados de suas funções, continuam trabalhando, realizando alguma atividade, seja pelo fato de aumentar a renda ou também, por buscarem continuar ativos, sendo “úteis” para a sociedade. Nesse ponto, vemos que o trabalho ocupa realmente, uma função importante na vida dos homens, vindo quase a ser uma necessidade para a vida toda. Parar de trabalhar pode significar: perder sua masculinidade, sua virilidade,

seu status de “macho”. Afinal, é com o dinheiro pago pelo trabalho que são conquistados os bens materiais, portanto, deixar de trabalhar pode significar abrir mão disso: das conquistas, desafios, crescimento financeiro etc.

O desemprego ou até mesmo, o afastamento do trabalho por conta de alguma doença, podem influenciar na masculinidade, afinal de contas, o trabalho é uma forma de legitimação da mesma. Segundo Onilda Alves do Carmo (2010), ao citar os problemas trazidos pela depressão aos homens afirma que eles, em geral, sentem vergonha da doença.

[...] especialmente porque a doença faz com que eles percam a produtividade no trabalho, o que faz com que ele diminua sua capacidade de provedor da família, acrescenta-se a isso o fato de que a depressão pode levar à diminuição da libido, colocando em xeque sua condição de macho (CARMO, 2010, p.7).

O pesquisador Sócrates Nolasco (1993), afirma que o trabalho e o desempenho sexual masculino funcionam como as principais referências para a construção do modelo de comportamento dos homens, “desde cedo, os meninos crescem assimilando a ideia de que, com o trabalho, serão reconhecidos como homens” (NOLASCO, 1993, p. 50). Portanto, a busca por um emprego, por uma melhor qualificação, se torna um objetivo de vida onde não se pode fracassar, já que o fracasso é tido como um dos maiores inimigos da masculinidade.

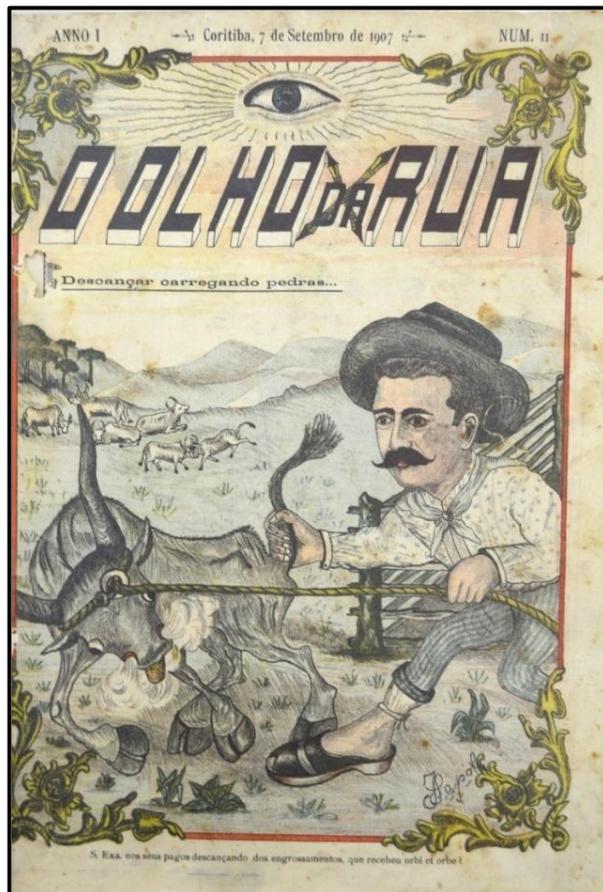
A constituição identitária masculina é realmente como um quebra-cabeça, como afirmado por Bauman (2005). As pecinhas não são apenas determinadas pelo sexo, mas por atributos como a dominação, a virilidade, a força, a capacidade produtiva de trabalho. Portanto, a masculinidade interage com os mais diversos fatores para que no final, possa ter-se um quebra-cabeça montado ou, quase montado. Como Badinter (1993) assegura: a masculinidade não é um dom, muito menos uma essência, não é algo que se adquire para sempre. Ela precisa ser conquistada e reconquistada, por meio da provação da virilidade do ser masculino.

#### 4.4.10 O homem trabalhador nas ilustrações da revista *O Olho da Rua*

Na imagem 10, conseguimos perceber que o homem ali representado faz parte do meio rural, uma fazenda. É preciso levar em consideração que, nesse

contexto histórico quando a ilustração foi produzida, a população brasileira era composta principalmente por uma elite que comandava o poder político, uma classe média urbana e pelos sertanejos. No Paraná esse cenário não era diferente. A pecuária, assim como a agricultura, ocupavam papel significativo na economia do Estado.

Imagem 10 - revista *O Olho da Rua*, nº 11, 1907



Fonte: Biblioteca Pública do Paraná (Fotografado pela autora)

O fato de o homem estar dominando o boi, com uma das mãos segurando uma corda laçada na cabeça e com a outra segurando o rabo do animal, demonstra uma masculinidade relacionada com a dominação. Segundo o teórico Pierre Bourdieu (2009), essa relação de dominação se dá primeiramente em questões biológicas, ou seja, a dominação do homem no ato sexual. Posteriormente, o homem deveria estar no espaço público, trabalhando e exercendo sua função patriarcal, enquanto a mulher deveria ser a cuidadora do lar.

Outro aspecto importante é a expressão de força que o homem exerce ao dominar o boi. Ele está em papel de destaque, pois controla o animal que parece estar em fúria, portanto, ocupa uma posição de superioridade. De acordo com a teórica Elisabeth Badinter (1993), a masculinidade precisa ser conquistada, e a alto preço, pois, “o próprio homem e aqueles que o cercam têm tão pouca confiança na sua identidade sexual que lhe exigem provas de sua virilidade. ‘Prove que você é homem’ é o desafio que o ser masculino enfrenta permanentemente” (BADINTER, 1993, p. 4). Assim, essa masculinidade se relaciona com a virilidade e também com a força física do personagem. Na ilustração, o homem não parece estar com medo da fúria do animal, bem ao contrário, está o dominando com coragem e bravura.

Há também a representação do homem do campo, que trabalha duramente na lavoura, que cuida do gado. Para Liza Bihalva Silva (2014), a lida campeira seria o lugar de construção desta masculinidade, que é constituída na relação com os outros homens e com a natureza – homem agente/gestador em contraposição à mulher mediação/reprodução (ligada às tarefas da casa e cuidado com os filhos). Segundo a autora, essa masculinidade glorifica valores como a honra, a liberdade, a justiça e a bravura.

Assim, por meio da lida, se aprende muitos atributos considerados necessários para a construção dos homens nesse universo: disciplina, organização, responsabilidade, capricho, virilidade e dominação. É no contraponto com a feminilidade, e com os espaços que a representa que estes sujeitos constroem sua condição de gênero (SILVA, 2014, p. 71).

Esse aspecto da masculinidade relacionada ao trabalho pode ser visto em frases como: ‘o trabalho dignifica o homem’, tão comumente falada e repetida em nossa sociedade. Essa frase remete ao fato de que para ser digno o homem precisa trabalhar. É por meio do esforço, da labuta, do suor do trabalho, que ele prova sua masculinidade, já que a esfera privada (o lar) seria um ambiente destinado às mulheres. Pois, como afirma Badinter (1993), a todo o momento os homens precisam provar que não possuem características femininas, como o choro e a emoção. Desta forma, o trabalho seria mais um meio de ‘provar’ sua masculinidade.

Segundo Matos (2011), o trabalho muitas vezes desempenhava função central na vida do homem, fazendo com que ele se sentisse reconhecido e aceito socialmente. Ele também cumpriria a função de nomear o mundo subjetivo do

homem, fazendo-o por meio de uma tentativa de eliminar o que nele há de duvidoso, impreciso e disforme.

O homem teria sua função social de provedor viabilizada pelo trabalho (fonte básica de auto-realização, veículo de crescimento pessoal) sendo, através dele, reconhecido como homem. Sem o trabalho ele não poderia ser considerado como tal. Desta maneira, o sucesso da estratégia discursiva residia no fato de transformar o trabalho — um dos princípios do sistema — em padrão de masculinidade (MATOS, 2011, p. 132).

Na ilustração da capa da revista, há uma frase, em que se lê: '(sic) Descançar carregando pedras'. Isso se deve ao fato de que o homem do campo nunca para de trabalhar, pois a plantação requer cuidados assim como os animais. Essa frase também faz menção ao provérbio português: 'enquanto descansa, carrega pedras', ou seja, mesmo durante um momento que era para ser de descanso, de lazer, o homem está trabalhando. O carregar pedras pode ser entendido como o trabalho árduo e braçal, que exige força.

Com relação às suas vestimentas, o personagem da ilustração parece ser um empregado, pois está com uma roupa simples, que não seria utilizada por um dono da fazenda. Isso demonstra a hierarquia das masculinidades, entre um homem que manda (o dono da fazenda) e um homem que obedece (o empregado). Segundo Connell (1997), nas relações de masculinidades, existem várias posições, entre elas, a de marginalização. Essa relação se associa com a posição de autoridade que a masculinidade hegemônica do grupo dominante exerce sobre classes ou etnias dominadas.

Há também outra possibilidade: o homem da ilustração pode ser um pequeno produtor rural, que trabalha para sua própria subsistência. Ele seria o patriarca, que acorda cedo todos os dias e vai para a labuta no campo. Seu ganho serviria apenas para sustentar a família, pois aparentemente, não possui grande quantidade de animais, muito menos de terras.

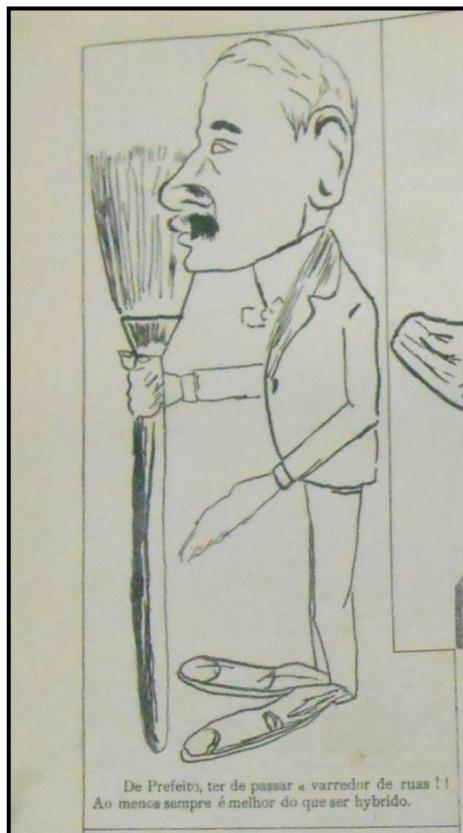
Percebemos que o personagem ilustrado na imagem 10, tem bigode. O bigode, tão comumente utilizado no final do século XIX e início do século XX, é um símbolo da masculinidade hegemônica, da honra, da virilidade. Para alguns, ele impõe respeito, superioridade, seria como um privilégio que somente os homens

podem ter é algo que os diferencia das mulheres, um símbolo da virilidade, do másculo. Os pêlos no corpo são como um referencial do homem 'macho'.

A identidade desse homem do campo do início do século XX se baseia principalmente no provar sua virilidade por meio do uso da força e do trabalho. Portanto, é perceptível que este homem representado na imagem 10 se encaixa em um modelo de masculinidade hegemônica, pois apresenta características como a virilidade e dominação por meio da força. Este homem não poderia ser fraco muito menos apresentar sentimentalismos. Esse era o modelo-padrão de masculinidade que os homens do início do século XX, que trabalhavam no meio rural, deveriam seguir.

Por mais que o personagem pareça não pertencer a uma classe alta, a elite, ele busca por meio de elementos como o chapéu e o bigode, se identificar com esse modelo de masculinidade. Outro aspecto importante é que a identidade do homem da ilustração parece se relacionar com a identidade do próprio Estado do Paraná naquela época. Um Paraná que buscava se destacar no cenário nacional por meio do trabalho rural, das plantações de erva-mate e madeira.

Na imagem 11, vemos um personagem vestido com um terno, o qual segura uma vassoura com a mão direita. Ao que tudo indica, ele não era um funcionário do setor de limpeza da prefeitura de Curitiba, afinal, estava trajando uma roupa social e não um uniforme. Logo abaixo da ilustração lê-se: "(sic) De Prefeito, ter de passar a varredor de ruas!! Ao menos sempre é melhor do que ser híbrido".

Imagem 11 - revista *O Olho da Rua*, nº 24, 1908

Fonte: Biblioteca Pública do Paraná (Fotografado pela autora)

O personagem da imagem 11, diz que passou de prefeito para varredor de rua, isto é, de um alto cargo público para uma função mais simples. Ao mesmo tempo em que aparenta não ter gostado da mudança, ele afirma que é melhor do que ser híbrido, ou seja, executar os dois trabalhos ao mesmo tempo. De certo modo, isso simboliza um fracasso para o homem, esse “decair” de função. A referida imagem também sugere que o personagem poderia estar varrendo os “podres”, a sujeira, da corrupção, ou até mesmo, tentando esconder – varrer para debaixo do tapete, alguma possível falcatrua, algo que ele queria ocultar.

Sócrates Nolasco (1993) afirma que: “se entre maternidade e mulher o que vigorou foi uma fusão – de modo que o destino de ser mãe seria a única possibilidade de realização -, esta mesma articulação acontece entre homem e trabalho: sem ele, um homem não pode se considerar como tal”. Assim, mesmo ocupando um cargo mais baixo, o homem da ilustração continua trabalhando, se sentindo realizado, de tal forma que, mesmo sendo varredor de rua, ele ainda considera o trabalho uma função importante em sua vida.

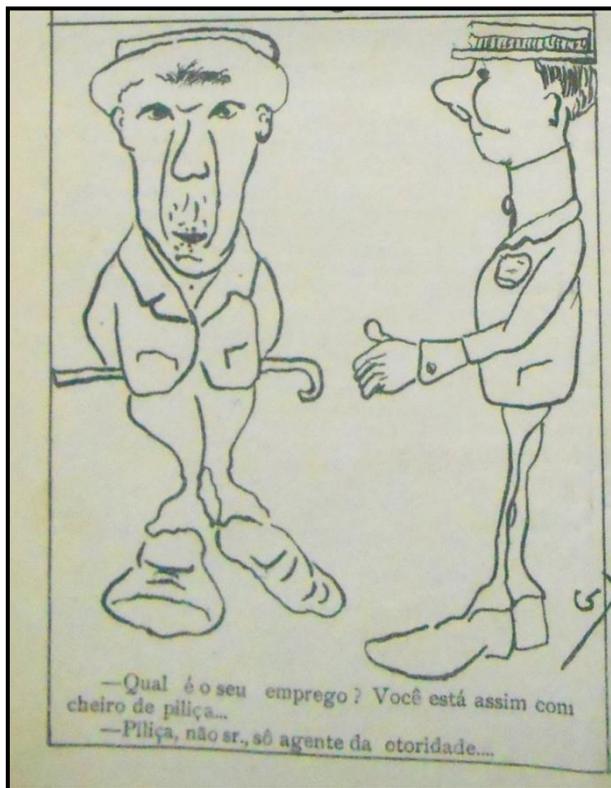
Em nossa sociedade, várias formas de trabalho foram, e em certos lugares ainda são, consideradas de forma pejorativa, um trabalho “menos digno”, como por exemplo: os lixeiros, varredores de rua, catadores de recicláveis, entre outras. Essas funções eram destinadas para homens que não possuíam escolaridade ou qualificação para ocupar outros cargos no mercado de trabalho.

Segundo Nolasco (1993), essa divisão do trabalho se deve em suma ao capitalismo, o qual fragmentou as funções. Esse sistema instaura que o homem deve trabalhar cada vez mais para angariar mais bens, conseguir mais dinheiro, ser mais bem sucedido que os demais. Para Nolasco (1993, p. 54) “[...] parte do sucesso e da prosperidade da estratégia capitalista reside no fato de que, ao transformar os princípios dos homens, ela deixa de ser uma questão ideológica para se transformar em questão cotidiana”, assim, nos é “naturalizado” que se deve trabalhar para conseguir prosperar.

A masculinidade do personagem se torna marginalizada e ao mesmo tempo subordinada, ao não fazer parte do padrão hegemônico, dominante. É posto à margem, pois como afirmado por Connell (1997), a masculinidade marginalizada se refere às relações entre as masculinidades e classes ou grupos étnicos dominantes e subordinados. A masculinidade do personagem se marginaliza devido à sua condição subordinada de classe. Ele passa de dominante para dominado, de chefe para empregado.

De acordo com Nolasco (1993), para os homens o trabalho não está associado à noção de escolha e sim, de fatalidade. “Há uma crença de que o trabalho fará com que eles se encontrem consigo mesmos no momento em que conquistarem seus sonhos de felicidade, definidos a priori pela ideologia de consumo (NOLASCO, 1993, p. 54). Para o autor, o trabalho é uma forma de prender, de limitar o homem, pois o obriga a se posicionar no mundo do trabalho.

Já na imagem 12, os dois personagens ilustrados realizam um diálogo onde se lê: “(sic) – Qual é o seu emprego? Você está assim com cheiro de piliça... - Piliça, não sr. sô agente da otoridade...”.

Imagem 12 - revista *O Olho da Rua*, nº 25, 1908

Fonte: Biblioteca Pública do Paraná (Fotografado pela autora)

A primeira coisa que nos chama a atenção no diálogo entre os personagens da ilustração é a pergunta “Qual é o seu emprego?”. Esse simples questionamento nos faz refletir sobre o lugar que o trabalho ocupava na vida e na identidade de um homem. No sistema patriarcal, vivido no início do século XX, certamente existia uma cobrança intensa para que o homem trabalhasse. Ele era o responsável por garantir o sustento de sua família, o mantenedor, ao mesmo tempo em que precisava zelar por sua imagem perante os demais homens. A masculinidade e o trabalho se ligam muito bem com a competência masculina, pois, nenhum homem queria ser visto como: “o que deixa a família passar fome”.

Segundo Nolasco (1993), para que o sistema capitalista continue funcionando é necessário que haja controle da manutenção do comportamento dos homens, de tal forma que, “[...] foi preciso que a relação estabelecida entre homens e o trabalho seguisse padrões semelhantes ao de uma doutrina religiosa, com dogmas, verdades e formas semelhantes de controle e repressão” (NOLASCO, 1993, p. 54). Assim, o trabalho se torna quase que uma extensão da masculinidade, um homem sem trabalho, não pode ser considerado como tal.

Na imagem 12, um dos personagens questiona o outro sobre seu cheiro de “piliça”, o qual acreditamos ser, por não haver registro da palavra em dicionários, o nome de uma bebida ou alguma gíria para se referir a uma droga, como o cigarro. O homem questionado nega o cheiro de “piliça”, alegando ser agente de “otoridade”, a qual pode ser entendida, segundo o *blog Histórias Comentadas*<sup>26</sup>, como uma expressão pejorativa para descrever uma pessoa que age de forma ilícita como autoridade ou até mesmo, uma autoridade que abusa do seu poder.

O personagem acusado usa da sua função na sociedade, do cargo supostamente ocupado, para tentar justificar o uso da “piliça”, como se por ser uma autoridade ele pudesse utilizá-la sem ser questionado. Isso vai ao encontro do que afirma Nolasco (1993, p. 56), ao ressaltar que, “o trabalho tem sido utilizado pelos homens para reduzir a visão crítica sobre eles mesmos, reproduzir os valores patriarcais, alimentar as disputas e os jogos de poder”. De certo modo, o personagem realiza um jogo de poder, ao tentar provar para o outro, que ele era mais “importante”, que tinha um cargo de mais alta escala, mesmo isso podendo não ser verdade.

Na ilustração da imagem 12, a ideologia patriarcal prevalece. Tanto que, a primeira fala do personagem se refere ao trabalho, mais especificamente: “qual o seu emprego?”, não perguntando seu nome, nem se interessando em saber se ele estava bem. O que lhe interessava naquele momento era saber do trabalho do outro personagem. Para Nolasco (1993, p. 58), “a relação entre os homens se funda na busca de identificações, não com as singularidades inerentes a cada um, mas com o que neles há de comum com o modelo masculino socialmente definido”, o trabalho é uma dessas identificações que contribuem para que os homens busquem um ideal padronizado, caracterizado pela masculinidade hegemônica.

A imagem 13 representa a figura de um engraxate, que era uma profissão muito comum nas primeiras décadas do século XX, se tornando quase “extinta” no século XXI. Na História, a profissão de engraxate é mencionada pela primeira vez por volta de 1800, quando um operário poliu as botas de um general francês em sinal de respeito, e ganhou como recompensa, uma moeda de ouro. A ilustração

---

<sup>26</sup> Blog Histórias Comentadas. Disponível em: <https://historiascomentadas.wordpress.com/2015/07/08/a-grande-otoridade/> Acesso em 19 set. 2016.

está inserida na coluna “Tipos da Rua”, onde eram apresentados personagens desde vendedores ambulantes até personalidades locais.

Imagem 13 - revista *O Olho da Rua*, nº 8, 1907



Fonte: Biblioteca Pública do Paraná (Fotografado pela autora)

O engraxate era uma figura da rua, seu ambiente de trabalho era a rua. Sua esfera era a pública, onde as pessoas circulavam como os calçadões. Ele rompe com o modelo de patrão e empregado, sendo dono do seu próprio trabalho, fazendo seus horários, escolhendo onde ficar. Realiza um trabalho flexível, mutável. Ao mesmo tempo, é um homem subordinado, pois precisa de outro, o cliente, para realizar seu serviço.

No mais, o personagem da imagem 13, também se enquadra no modelo de masculinidade marginalizada, o qual, segundo Connell (1995), engloba não apenas a questão de raça, mas também, de classe social, muito embora, “o termo “marginalização” não seja o ideal, não posso usar um melhor para se referir a relações entre masculinidades nas classes de grupos dominantes e subordinados ou

étnicos”<sup>27</sup> (CONNELL, 1995, p. 15, tradução nossa). De certo aspecto, o engraxate rompe com o modelo hegemônico, do homem dominante, branco, heterossexual, de classe média.

Analisando mais detalhadamente a profissão do engraxate, percebemos que este realiza um trabalho ao ouvir seus clientes, pois, boa parte dos homens que solicitam o serviço do engraxate, acabam conversando com o mesmo, contando sua vida, seus problemas. Reportagens e até mesmo livros como *Confissões de um engraxate em Wall Street (2008)*, escrito por Doug Stumpf e Murilo dos Santos Jr., trazem relatos vistos sob o olhar do engraxate, assuntos, temas e “confissões” feitas pelos clientes.

O engraxate assume a função de ser um “ouvido” ambulante, afinal, não era admissível para um homem procurar um médico/psicólogo para contar seus problemas. Era mais fácil contar suas aflições “masculinas” numa roda de amigos, no bar, na barbearia ou com o engraxate. Um homem pertencente ao sistema patriarcal, dotado da masculinidade hegemônica, jamais iria expor seus sentimentos para sua mulher, pois, isso denotaria fraqueza. Perante ela, ele precisava ser forte, viril, se reprimir para demonstrar que era “macho”.

O personagem ilustrado na imagem 13 evidencia sua independência, a qual, segundo Sócrates Nolasco (1993) é conquistada com o trabalho. “O trabalho define a primeira marca de masculinidade, na medida em que, no plano social, viabiliza a saída da própria família” (NOLASCO, 1993, p. 51). É o trabalho quem confere ao homem um status de independência no âmbito financeiro, inserindo-o no sistema capitalista. Desse modo, cultura, sociedade, economia e nesse caso, o trabalho, influenciam significativamente a construção das masculinidades.

---

<sup>27</sup> “Aunque el término "marginación" no es el ideal, no puedo utilizar uno mejor para referirme a las relaciones entre las masculinidades en las clases dominante y subordinada o en los grupos étnicos” (CONNELL, 1995, p. 15).

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ser homem no início do século XX implicava estar sujeito a uma série de processos impostos socialmente. Isso incluía a negação: homem não chora, não brinca com bonecas, não demonstra sentimentos, não pode ter qualquer tipo de traço que lembre a feminilidade, muito menos a homossexualidade. Ao mesmo tempo, ele era incentivado desde criança a ser forte, viril, másculo, dominador, corajoso e exercer poder sobre os demais. Tudo isso contribuiu para a constituição da identidade masculina, a qual não se dá em um processo único e acabado, mas sim, durante a vida inteira, sendo mutável e em determinados momentos, instável.

N' *Olho da Rua*, percebemos que o homem curitibano e, por consequência, paranaense, procurava seguir o modelo de masculinidade hegemônica, sendo branco, de classe média/alta, heterossexual, forte, viril e, por estar inserido no contexto histórico do início do século XX: patriarcal. A instituição família, bem como a igreja e o Estado, atuavam na construção da identidade de homens e mulheres e isso se reflete nas publicações da revista.

Concordamos com Hall (2001) e Bauman (2005) que as identidades são mutáveis, moldadas pela sociedade, pela cultura e por todas as demais interações que os indivíduos possam ter ao longo da vida. No periódico *O Olho da Rua*, por meio de textos e imagens, percebemos que essa construção identitária masculina procurava enfatizar alguns atributos como a força, o “provar que é homem”. E essa cobrança de determinadas atitudes começava desde a infância, como já visto no fragmento da coluna de histórias para crianças, onde o personagem deveria defender sua irmã, caso contrário, seria visto como covarde.

Observamos que os homens representados nas imagens do periódico se aproximam do modelo hegemônico e em determinados momentos, se afastam, assumindo postura de masculinidade subordinada/marginalizada. A hierarquia entre os homens nas primeiras décadas do século XX se dava, em especial, por meio da classe social e do trabalho, afinal, o cargo ocupado dizia muito sobre a masculinidade, quanto mais elevado, maiores eram as chances de ser visto como “ másculo”, dominador. Essas masculinidades eram construídas em constante interação com os mais diversificados aspectos da sociedade, seja o trabalho, a família, a igreja, a política etc.

A forma como as masculinidades dos membros do clero são representadas na revista *O Olho da Rua* é um dos pontos mais interessantes da revista. Isso deve ao fato de haver clara intenção da publicação em “desmistificar” a figura do padre, do frade. Quando o ar “sacro” é retirado, posicionando-os no mesmo plano que os demais homens, vê-se que, por mais que eles fossem os escolhidos para ocupar cargos religiosos, dotados de um “algo a mais” que os outros homens não teriam, eles procuravam por meio da bebida, da agressão aos alunos, do abuso da autoridade, se parecer com os demais homens “comuns” da sociedade curitibana.

O exercer poder, nesse caso, do homem político na revista *O Olho da Rua*, revelava muito mais do que uma condição entre mandar e ser subordinado: era estar em uma arena de constante disputa, para provar quem “podia mais”, quem conseguia mais votos, quem era mais popular. Por mais que o periódico se declarasse apartidário, a postura assumida nas ilustrações indicava inclinações a favor de um ou de outro político. A partir do momento que é feita a escolha para animalizar um político colocando-o como galinha e outro como galo, enquanto outros dois apostam na rinha, já está feito o posicionamento. Ao mesmo tempo, a imagem desse homem político paranaense do início do século XX se vinculava com a corrupção, com o desvio de verbas públicas, os quais são assuntos tão comuns atualmente no século XXI, que já nem nos causam grande espanto.

Na constituição identitária masculina o trabalho é uma das peças do quebra-cabeça. O homem paranaense das primeiras décadas do século XX precisava ter um trabalho para ser considerado “digno”. Sua masculinidade era quase que medida por sua capacidade produtiva, ou seja, quanto mais trabalhador, mais másculo era homem, mais honrado ele seria. O trabalho funcionaria, então, como uma ponte que serviria para sustentar a família, o poder aquisitivo e todas as demais conquistas materiais que um homem poderia desejar. O homem que não trabalhava poderia ser visto pela sociedade como fracassado. N’*Olho da Rua*, o homem do campo era representado como dominador, forte, viril, que conseguia deter a fúria de um boi com as próprias mãos. Já o homem da urbe moderna não deveria decair de função, pelo contrário, ele precisava estar sempre em busca de ocupar um alto cargo no escalão social. Ficar em um degrau abaixo na hierarquia de trabalho era ter sua masculinidade subordinada, depender de ordens de outros homens.

A revista curitibana *O Olho da Rua* se mostrou como um lugar de memória, como já teorizado e discutido por Pierre Nora (1993). Em cada edição do periódico

encontramos traços, vestígios e características da sociedade da época, relatados em textos e imagens. Esse caráter memorialístico do meio impresso nos possibilitou muito mais do que conhecer como era Curitiba no início do século XX, ele nos deu base para discussões acerca das representações de gênero e dos papéis sociais desempenhados por homens e mulheres naquelas primeiras décadas. Os registros dos acontecimentos, das personalidades locais, das “inovações” advindas do modernismo que por vezes estampavam as páginas do periódico, mostram sinais de uma sociedade que ainda vivia sob a luz do sistema patriarcal, onde o homem era o “chefe da família”.

As palavras de Ecléa Bosi (2009, p. 46), cabem muito bem para entender uma das funções da memória, como já afirmado pela autora, “[...] a memória permite a relação do corpo presente com o passado e, ao mesmo tempo, interfere no processo ‘atual’ das representações”. Afinal, é conhecendo o passado que se entende o presente. A importância dessa pesquisa se dá justamente em recuperar essas memórias, “emprestá-las”, para que possamos ver que certos comportamentos masculinos, como a força e a dominação, e também, a herança patriarcal, praticados naquelas primeiras décadas do século XX, são vistos no homem paranaense atual, o qual ainda carrega traços conservadores, muitas vezes colocando a família e o trabalho como prioridades de vida. O trabalho também contribui para a construção da história das masculinidades no Paraná.

Por meio da mídia, notamos que o homem do campo paranaense ainda é visto como o que trabalha de sol a sol, na labuta. O homem político, atualmente, também desvia verbas públicas e vê seu nome relacionado com escândalos de corrupção. Os padres e demais sacerdotes, da mesma forma são “flagrados” cometendo pecados. O que mudou foi o modo como essas atitudes são vistas, pois se tornaram corriqueiras atualmente, de tal forma que não nos espantam, tanto quanto certamente espantavam a sociedade curitibana no início do século XX.

Procuramos também, instigar a discussão a cerca dos gêneros, tanto masculino quanto feminino, mostrando que as mulheres representadas na revista *O Olho da Rua*, deveriam ser dedicadas à família, à manutenção do lar, do bem-estar do marido. Elas precisavam ser recatadas, mas ao mesmo tempo, deveriam cuidar da aparência para ficarem sempre atraentes. Em contrapartida, o homem paranaense do início do século XX colocava a força, a dominação e a virilidade como características importantes da sua masculinidade. Dado isso, concordamos

com a teórica Elisabeth Badinter (1993), a qual assegura que a masculinidade não é uma essência, muito menos um dom. Não é algo que se adquire, mas sim, que se constrói, de tal forma que precisa ser conquistada, reconquistada, por meio de provas constantes.

A revista *O Olho da Rua*, que foi publicada de 1907 a 1911 em Curitiba, certamente contribuiu para que outras revistas posteriores como, por exemplo, a *Revista do Povo* (1916-1920) continuasse de certa forma, o seu legado crítico. Conforme dados do *site Revistas Curitibanas*<sup>28</sup>, muitos dos desenhistas e escritores d'*Olho da Rua* após o fechamento do periódico, que não se sabe ao certo o motivo de ter acabado, entre eles, Sylvio (Aureliano Silveira) e Herônio (Mário de Barros), continuaram trabalhando em novos projetos, colaborando com ilustrações e textos em outras revistas.

Encontramos nas publicações d'*Olho da Rua* variados estereótipos tanto feminino quanto masculino, vigentes na sociedade curitibana do início do século XX. Porém, compreendemos que os estereótipos são construções, e como construções, variam de acordo com cada momento histórico, econômico, cultural, sendo assim, o que antes era comum, aplicável para cada gênero, agora pode não ser mais. Tudo está em constante mutação. As identidades são flutuantes, móveis. Desse modo, homens e mulheres vêm se libertando dessas amarras sociais e conquistando espaços que antes eram tidos como de um ou de outro.

---

<sup>28</sup> Revistas Curitibanas. Disponível em: <<http://www.revistascuritibanas.ufpr.br/ordemalfabetica.php#>> Acesso em 19 nov. 2016.

## 6 REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, Miguel Vale de. **Gênero, Masculinidade e Poder: revendo um caso do sul de Portugal**. Anuário Antropológico, 95, p. 161-190, 1996. Disponível em: <<http://miguelvaledalmeida.net/wp-content/uploads/2008/06/genero-masculinidade-e-poder.pdf>> Acesso em 27 ago. 2016.
- BADINTER, Elisabeth. **XY: sobre a identidade masculina**. Tradução de Maria Ignez Duque Estrada. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1993. 266 p. Tradução de: L'identité masculine.
- BARBOSA, Marialva. Meios de comunicação e história: um universo de possíveis. In: RIBEIRO, A. P. G.; FERREIRA, L. M. A. **Mídia e Memória – a produção de sentidos nos meios de comunicação**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.
- BAUMAN, Zygmunt. **Identidade: entrevista a Benedetto Vecchi**. Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 2005.
- BUTLER, Judith P. **Problemas de gênero: Feminismo e subversão da identidade**. Tradução, Renato Aguiar. – 3ª ed. – Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2010.
- BOSI, Ecléa. **Memória e Sociedade: lembranças de velhos**. 15ª ed. São Paulo: Cia das Letras, 2009.
- BOURDIEU, Pierre. **A dominação masculina**. Tradução: Maria Helena Kühner, 6ªed. – Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2009. 160p.
- BOTTON, Fernando Bagiotto. As masculinidades em questão: uma perspectiva de construção teórica. **Revista Vernáculo**, nº 19 e 20, p. 109-120, 2007. Disponível em: <<http://revistas.ufpr.br/vernaculo/article/viewFile/20548/13731>> Acesso em 23 ago. 2016.
- CARMO, Onilda Alves do. Os homens e a reconstrução da identidade de gênero. Anais - **VII Seminário de Saúde do Trabalhador e V Seminário O trabalho em debate “Saúde Mental Relacionada ao Trabalho”**, 2010. Disponível em: <<http://www.proceedings.scielo.br/pdf/sst/n7/a08.pdf>> Acesso em 17 set. 2016.
- CEVASCO, Maria Elisa. **Literatura e estudos culturais**. In: BONNICI, Thomaz; ZOLIN, Lucia Osana (Org.). Teoria Literária: abordagens e tendências contemporâneas. Maringá, Eduem, 2009. P. 319-325.
- CHARTIER, Roger. **A história cultural: entre práticas e representações**. 2ª ed. Trad. Maria Manuela. Galhardo. Algés – Portugal: Difel, 2002.
- \_\_\_\_\_, Roger. **O mundo como representação**. Estudos Avançados, n 11, 1991.
- CONNELL, Robert W. **La organización social de la masculinidad**. In: Valdes, Tereza y José Olavarría (org.). Masculinidad/es: poder y crisis. Santiago: ISIS-FLACSO: Ediciones de las Mujeres, nº 24, 1997. P. 31-48. Disponível em: <<http://www.lazoblanco.org/wp->

[content/uploads/2013/08manual/bibliog/material\\_masculinidades\\_0312.pdf](#)> Acesso em 12 mai. 2016.

\_\_\_\_\_, Robert W. Políticas da masculinidade. **Educação e Realidade**, Florianópolis, 20 (2), p. 185-206, jul./dez. 1995. Disponível em: <<https://repositorio.ufsc.br/xmlui/handle/123456789/1224>> Acesso em 15 ago. 2016.

\_\_\_\_\_, Robert W.; MESSERSCHMIDT, James W. Masculinidade hegemônica: repensando o conceito. **Estudos Feministas**, Florianópolis, v. 21, nº 1, p. 241-282, mai. 2013. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/ref/article/view/S0104-026X2013000100014>> Acesso em 17 ago. 2016.

ESCOSTEGUY, Ana Carolina. **Os estudos culturais**. 2006. Disponível em: <[http://www.pucrs.br/famecos/pos/cartografias/artigos/estudos\\_culturais\\_ana.pdf](http://www.pucrs.br/famecos/pos/cartografias/artigos/estudos_culturais_ana.pdf)> Acesso em 08 fev. 2016.

\_\_\_\_\_. Estudos Culturais: uma introdução. In: SILVA, Tomaz Tadeu da. **O que é, afinal, Estudos Culturais?** 4 ed. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2010, p. 133-166.

FILGUEIRAS, Fernando. A tolerância à corrupção no Brasil: uma antinomia entre normas morais e prática social. **Opinião Pública**, Campinas, vol. 15, nº 2, nov. 2009, p. 386-421. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/op/v15n2/05.pdf>> Acesso em 16 set. 2016.

FRIAS, Ana Cristina Figueiredo de. Mídia, memória e História. **Mnemosine Revista**. Volume 1, nº 1, Jan/Jun 2010. Disponível em: <[http://www.ufcg.edu.br/~historia/mnemosinerevista/volume1/dossie\\_brasil-colonia/artigos/MNEMOSINE-REVISTA\\_BRASIL-COLONIA-VOL1-N1-JAN-JUN-2010-MidiaMemoriaEHistoria.pdf](http://www.ufcg.edu.br/~historia/mnemosinerevista/volume1/dossie_brasil-colonia/artigos/MNEMOSINE-REVISTA_BRASIL-COLONIA-VOL1-N1-JAN-JUN-2010-MidiaMemoriaEHistoria.pdf)> Acesso em: 25 jul. 2016.

GHILARDI-LUCENA, Maria Inês. **Representações sobre o gênero masculino na mídia impressa**. In: Congresso da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação, 4, Aveiro, 2005. Anais SOPCOM, p. 1018-1025. Disponível em: <<http://www.bocc.uff.br/pag/ghilardi-maria-representacoes-genero-masculino-midia-impressao-brasileira.pdf>> Acesso em 29 jul. 2016.

\_\_\_\_\_, Maria Inês. Representações de gênero social na mídia. **Web Revista Discursividade, Estudos Linguísticos**. 6ª ed. 2010. Disponível em: <<http://www.discursividade.cepad.net.br/EDICOES/06/Arquivos/LUCENA.pdf>> Acesso em 07 ago. 2016.

GIFFIN, Karen. A inserção dos homens nos estudos de gênero: contribuições de um sujeito histórico. **Ciência saúde coletiva**, Rio de Janeiro, v. 10, nº 1, p. 47-57, Jan/Mar., 2005. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/csc/v10n1/a05v10n1>> Acesso em 17 ago. 2016

GOMES, Itania Maria Mota; JANOTTI JR, Jeder (organizadores). **Comunicação e Estudos Culturais**. Salvador: Edufba, 2011, 197p.

GROSSI, Miriam Pillar. **Identidade de Gênero e Sexualidade**. Antropologia em Primeira Mão. Programa de Pós-graduação em Antropologia Social da Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 1998. Disponível em: <[http://bibliobase.sermais.pt:8008/BiblioNET/upload/PDF3/01935\\_identidade\\_genero\\_revisado.pdf](http://bibliobase.sermais.pt:8008/BiblioNET/upload/PDF3/01935_identidade_genero_revisado.pdf)> Acesso em: 07 ago. 2016.

HALL, Stuart. **A identidade cultural da pós-modernidade**. 10 ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

HUYSSSEN, Andreas. **Seduzidos pela memória: arquitetura, monumentos, mídia**. Tradução de Sérgio Alcides. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2004.

JANUARIO, Soraya Barreto. De homem para homem: cultura, imagem e representações masculinas na Publicidade. **Revista de Estudos para el Desarrollo Social de la Comunicación**. Norteamérica, n. 9, abr. 2014. Disponível em: <<http://revista-redes.hospedagemdesites.ws/index.php/revista-redes/article/view/284>> Acesso em 10 jun. 2016.

LAURETIS, Teresa de. **A tecnologia do gênero**. Technologies of gender, Indiana University Press, 1987, p. 206-241. Disponível em: <<http://marcoareliosc.com.br/cineantropo/lauretis.pdf>> Acesso em 18 ago. 2016.

KAUFMAN, Michael. Las experiencias contradictorias del poder entre los hombres. . In: Valdes, Teresa y José Olavarría (org.). **Masculinidad/es: poder y crisis**. Santiago: ISIS-FLACSO: Ediciones de las Mujeres, nº 24, 1997, p. 31-48. Disponível em: <[http://www.lazoblanco.org/wp-content/uploads/2013/08manual/bibliog/material\\_masculinidades\\_0312.pdf](http://www.lazoblanco.org/wp-content/uploads/2013/08manual/bibliog/material_masculinidades_0312.pdf)> Acesso em 16 set. 2016.

KIMMEL, Michael S. Homofobia, temor, vergüenza y silencio en la identidad masculina. In: Valdes, Teresa y José Olavarría (org.). **Masculinidad/es: poder y crisis**. Santiago: ISIS-FLACSO: Ediciones de las Mujeres, nº 24, 1997, p. 31-48. Disponível em: <[http://www.lazoblanco.org/wp-content/uploads/2013/08manual/bibliog/material\\_masculinidades\\_0312.pdf](http://www.lazoblanco.org/wp-content/uploads/2013/08manual/bibliog/material_masculinidades_0312.pdf)> Acesso em 18 ago. 2016.

LE MOS, Fernanda. **A representação social da masculinidade na religiosidade contemporânea**. 2008. Disponível em: <<https://pt.scribd.com/doc/294050127/LEMOS-Fernanda-a-Representacao-Social-Da-Masculinidade-Na-Religiosidade-Contemporanea>> Acesso em 5 jul. 2016.

LENZI, Gabriela P. Simbolismo e personificação: uma história entre chapéus e ideias. **11º Colóquio de moda 2015**. Disponível em: <[http://www.coloquiomoda.com.br/anais/anais/11-Coloquio-de-Moda\\_2015/COMUNICACAO-ORAL/CO-EIXO3-CULTURA/CO-3-SIMBOLISMO-E-PERSONIFICACAO.pdf](http://www.coloquiomoda.com.br/anais/anais/11-Coloquio-de-Moda_2015/COMUNICACAO-ORAL/CO-EIXO3-CULTURA/CO-3-SIMBOLISMO-E-PERSONIFICACAO.pdf)> Acesso em 26 mar. 2016.

LOURO, Guacira Lopes. **Gênero, sexualidade e educação: uma perspectiva pós-estruturalista**. Petrópolis: Vozes, 1997, 179 p

MATOS, Maria Izilda Santos de. Por uma história das sensibilidades: em foco – a masculinidade. **Revista História: Questões & Debates**, Curitiba, nº 34, p. 45-63, 2001. Disponível em: <<http://revistas.ufpr.br/historia/article/viewFile/2658/2195>> Acesso em 25 ago. 2016.

\_\_\_\_\_, Maria Izilda Santos de. **Cabelo, barba e bigode**: masculinidades, corpos e subjetividades. Locus: revista de História, Juiz de Fora – MG, v. 17, n.02, p.125-143, 2011. Disponível em: <<https://locus.ufjf.emnuvens.com.br/locus/article/download/1686/1180>> Acesso em 18 jul. 2016.

MATTELART, Armand; NEVEU, Érik. **Introdução aos estudos culturais**. Tradução de Marcos Marcionilo. São Paulo: Parábola Editorial, 2004. 215p. Tradução de Introduction aux cultural studies.

MIGUEL, Luis Felipe; BIROLI, Flávia. Mídia e representação política feminina: hipóteses de pesquisa. **Opinião Pública**, Campinas, vol. 15, nº 1, jun. 2009, p. 55-81. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/op/v15n1/a04v15n1.pdf>> Acesso em 16 set. 2016.

NASCIMENTO, Pedro. Beber como homem: Dilemas e armadilhas em etnografias sobre gênero e masculinidades. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, vol. 31, nº 90, 2015 Disponível em <<http://www.scielo.br/pdf/rbcsoc/v31n90/0102-6909-rbcsoc-31-90-0057.pdf>> Acesso em 08 jul. 2016.

NOLASCO, Sócrates Alvares. **O mito da masculinidade**. Rio de Janeiro: Rocco, 1993 (Gênero Plural), 187 p.

QUELUZ, Marilda Lopes Pinheiro. **O Olho da Rua**: o humor visual em Curitiba (1907-1911). Dissertação – Mestrado em História, Universidade Federal do Paraná, 1996. Disponível em: <<http://acervodigital.ufpr.br/bitstream/handle/1884/29537/D%20-%20MARILDA%20LOPES%20PINHEIRO%20QUELUZ.pdf?sequence=1>> Acesso em 30 ago. 2016.

RABELO, Amanda Oliveira. Contribuições dos Estudos de Gênero às investigações que enfocam a masculinidade. **Ex aequo**. Vila Franca de Xira, nº 21, 2010, p. 161-176. Disponível em: <<http://www.scielo.mec.pt/pdf/aeq/n21/n21a12.pdf>> Acesso em 16 ago. 2016

RIBEIRO, Ana Paula Goulart. **Mídia e Memória** – A produção de sentidos nos meios de comunicação. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart. A mídia e o lugar da história. In: HERSCHMANN, Micael; PEREIRA, Carlos Alberto Messeder. **Mídia, Memória & Celebidades**. 2ª ed. Rio de Janeiro: E-Papers Serviços Editoriais, 2005.

SANCHES, Ana Claudia F. **Bebo sim e estou vivendo**: Qualidade de vida, masculinidade, padrões de consumo de álcool e representações sociais de bebida alcoólica para homens usuários de Unidade de Saúde da Família. Dissertação –

Mestrado em Psicologia. Universidade Federal do Espírito Santo, 2014. Disponível em: <http://docplayer.com.br/13546513-Universidade-federal-do-espírito-santo-programa-de-pos-graduacao-em-psicologia-mestrado-em-psicologia-ana-claudia-ferreira-sanches.html>> Acesso em 08 jul. 2016.

SANTOS, Caynnã de Camargo; PIASSI, Luís Paulo de Carvalho. **Estudos Culturais e Meios de Comunicação**: uma reconstituição do trajeto histórico da temática midiática no campo dos estudos da cultura. In: XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2013, Manaus. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2013/resumos/R8-1362-1.pdf>> Acesso em 20 jun. 2016.

SANTOS, Simone Cabral Marinho dos. O modelo predominante de masculinidade em questão. **Revista de Políticas Públicas**. São Luís, v.14, n.1, p. 59-65, 2010. Disponível em: <http://www.periodicoseletronicos.ufma.br/index.php/rppublica/article/view/352/771>> Acesso em 9 de mar. 2016.

SILVA, Liza Bilhalva Martins da. **Entre lidas**: Um estudo de masculinidades e trabalho campeiro nas cidades de Bagé e Pelotas/RS. 2014. 128p. Dissertação (Mestrado em Antropologia) – UFPel, Universidade Federal de Pelotas, RS. Disponível em: <http://www.antropologiaufpel.com.br/mestrado/SILVA,%20L.B.M.%20Um%20estudo%20de%20masculinidades%20e%20trabalho%20campeiro%20nas%20cidades%20de%20Bag%C3%A9%20e%20Pelotas%20RS.pdf>> Acesso em 19 mar. 2016.

SCHULMAN, Norma. O Centre for Contemporary Cultural Studies da Universidade de Birmingham: uma história intelectual. Tradução de Tomaz Tadeu da Silva. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (Org.). **O que é, afinal, Estudos Culturais?** 4 ed. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2010, p. 167-221.

\_\_\_\_\_, Norma. Conditions of their Own Making: An Intellectual History of the Centre for Contemporary Cultural Studies at the University of Birmingham. **Canadian Journal of Communication**, [S.l.], v. 18, n. 1, Jan. 1993. ISSN 1499-6642. Disponível em: <http://cjc-online.ca/index.php/journal/article/view/717/623>> Acesso em 25 jun. 2016.

SCOTT, Joan Wallach. Gênero: uma categoria útil para análise histórica. Tradução: Christine Rufino Dabat e Maria Betânia Ávila. **Educação e Realidade**. Porto alegre, vol. 20, nº 2, jul/dez. 1995, p. 1-35. Disponível em: [http://disciplinas.stoa.usp.br/pluginfile.php/185058/mod\\_resource/content/2/G%C3%A9nero-Joan%20Scott.pdf](http://disciplinas.stoa.usp.br/pluginfile.php/185058/mod_resource/content/2/G%C3%A9nero-Joan%20Scott.pdf)> Acesso em 10 ago. 2016.

TRINDADE, Etelvina Maria de Castro. **Clotildes ou Marias**: mulheres de Curitiba na Primeira República. Fundação Cultural, 1996.

VAZ, Simone Rosa. **Vida social paranaense no início do século XX**. Monografia em História. Universidade Federal do Paraná, 2004. Disponível em: [http://www.historia.ufpr.br/monografias/2004/simone\\_rosa\\_vaz.pdf](http://www.historia.ufpr.br/monografias/2004/simone_rosa_vaz.pdf)> Acesso em 27 ago. 2016.

WELLER, Wivian. **A hermenêutica como método empírico de investigação**. In: 30ª Reunião Anual da ANPEd, Caxambu, 2007, p. 1-16. Disponível em: <<http://30reuniao.anped.org.br/trabalhos/GT17-3288--Int.pdf>> Acesso em 25 jul. 2016.

ZIRBEL, Ilze. **Estudos Feministas e Estudos de Gênero no Brasil: Um Debate**. Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2007. Disponível em: <<https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/90380/241321.pdf?sequence=1>> Acesso em 05 ago. 2016.

**REVISTAS CURITIBANAS** – Disponível em: <<http://www.revistascuritibanas.ufpr.br/>> Acesso em 15 jul. 2016.

**REVISTA O OLHO DA RUA**, Curitiba, nº 6, 1907

\_\_\_\_\_, Curitiba, nº 8, 1907

\_\_\_\_\_, Curitiba, nº 10, 1907

\_\_\_\_\_, Curitiba, nº 11, 1907

\_\_\_\_\_, Curitiba, nº 14, 1907

\_\_\_\_\_, Curitiba, nº 9, 1908

\_\_\_\_\_, Curitiba, nº 24, 1908

\_\_\_\_\_, Curitiba, nº 25, 1908

\_\_\_\_\_, Curitiba, nº 31, 1908

\_\_\_\_\_, Curitiba, nº 34, 1908

\_\_\_\_\_, Curitiba, nº 3, 1909

\_\_\_\_\_, Curitiba, nº 50, 1909

\_\_\_\_\_, Curitiba, nº 54, 1909

\_\_\_\_\_, Curitiba, nº 1, 1911

\_\_\_\_\_, Curitiba, nº 5, 1911