



“Não, eles não são gays...Eles são...fofos!” A Representação Da Nova Masculinidade Na Mídia¹

Bárbara Morch Lipp²

Bianca Luísa Nervis³

Candice Kipper Klemm⁴

Najara Ferrari Pinheiro⁵

Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, RS

RESUMO

O presente artigo apresenta resultados parciais da pesquisa “Nem Narciso, nem Don Juan: a representação da nova masculinidade na televisão” (UCS). A masculinidade é uma construção social e nessa perspectiva, o objetivo desse trabalho, bem como as reflexões sobre o gênero e representações, aqui abordadas, tendem a provocar a reflexão sobre o ideal hegemônico de masculinidade que perpassa os produtos midiáticos como os magazines femininos contemporâneos. Utiliza como fundamentos a Análise Crítica do Discurso, a Teoria Social da Mídia, os Estudos Culturais e os Estudos de Gênero. O processo metodológico, nesta fase da pesquisa, esta sendo construído a partir da análise da relação entre a linguagem verbal e não verbal. A reportagem utilizada como objeto de análise foi “Mulher procura homem fofo” da Revista Cláudia do mês de maio de 2009.

PALAVRAS-CHAVE: Representação; 'nova' masculinidade; discurso; gênero.

1 Introdução

As últimas três décadas têm sido marcadas por fortes mudanças no comportamento da sociedade contemporânea. Paralelamente às mudanças sociais, vão se transformando também os conceitos que sustentam as práticas dessa sociedade, bem como as relações entre homens e mulheres ou sobre os sentidos de masculinidade e feminilidade.

É importante ressaltar, neste primeiro momento, que o conceito de masculinidade é relativamente recente, utilizado desde o século XVIII pela biologia,

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática Comunicação, Espaço e Cidadania, da Intercom Júnior – Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Estudante de Graduação 7º. semestre do Curso de Jornalismo da UCS-RS, email: babi_lipp@yahoo.com.br

³ Estudante de Graduação 7º. semestre do Curso de Relações Públicas da UCS-RS, email: blnervis@gmail.com

⁴ Professora do Centro de Ciências da Comunicação da UCS-RS. Coorientadora de pesquisa. Professora Colaboradora da pesquisa Nem Narciso, nem D. Juan: a representação da nova masculinidade na televisão e do Núcleo de Pesquisa Comunicação, Cultura e Sociedade, email: candice.kipper@terra.com.br

⁵ Professora do Centro de Ciências da Comunicação da UCS-RS. Orientadora de pesquisa. Coordenadora da pesquisa Nem Narciso, nem D. Juan: a representação da nova masculinidade na televisão e o Núcleo de Pesquisa Comunicação, Cultura e Sociedade. najaraferrari@gmail.com



para caracterizar cientificamente a diferenciação dos gêneros (OLIVEIRA, 2004). Já os critérios que definem o lugar dos homens e das mulheres em relação um ao outro, na família e na sociedade remontam à Bíblia e a outras grandes narrativas. Há todo um passado cultural vinculado, quase exclusivamente, à idéia da superioridade e do domínio do homem.

Domínio esse que pode ser fundamentado por de Bourdieu (1998). O corpo assinala a primeira característica identitária, quando nasce, o sexo determina a vivência do indivíduo como dominador ou dominado:

Assim a lógica paradoxal da dominação masculina e da submissão feminina, que se pode dizer ser, ao mesmo tempo e sem contradição, espontânea e extorquida, só pode ser compreendida se nos mantivermos atentos aos efeitos duradouros que a ordem social exerce sobre as mulheres (e os homens), ou seja, às disposições espontaneamente harmonizadas com esta ordem que as impõem. (BOURDIEU, 2002, p. 50)

Bordieu percebe uma lógica no sistema/ordem social de dominação que não exclui a imposição nem a submissão. Nossa análise contempla este foco: quando investiga a ‘nova’ masculinidade e se depara com movimentos que reproduzem e reforçam modelos hegemônicos tanto de imposição de antigas ou novas posturas quanto de submissão.

Procuramos, nessa perspectiva, fomentar as discussões sobre gênero, representações e identidades, provocando a reflexão sobre o ideal hegemônico de masculinidade que perpassa os produtos culturais populares como os produtos veiculados pela mídia e, na pesquisa, mais especificamente os programas de entretenimento na televisão.

A representação da nova masculinidade na TV é o foco da pesquisa “Nem Narciso nem Don Juan: a representação da nova masculinidade na televisão”. Considerando que as mídias se comunicam, pode-se afirmar que os magazines femininos televisivos estão ancorados nos seus antecessores, os magazines femininos impressos, visto que se replicam no processo de migração entre as diferentes mídias. Por isso interessa ao nosso grupo de pesquisa a análise de outras mídias, para entender os movimentos da sociedade, dos discursos e conseqüentemente dos gêneros e formatos televisivos. Conforme Pinheiro (2004):

O que se observa, então, é que, nesse processo de migração, os gêneros replicam outros gêneros, afastando-se, assemelhando-se ou repetindo características de um original. Nessa perspectiva, os magazines femininos



televisuais assemelham-se aos magazines femininos impressos, reproduzindo temáticas, aproximando-se pela organização em seção ou quadros e pelo tratamento do conteúdo. (PINHEIRO p. 52, 2004)

Neste artigo, especificamente, apresentamos a fundamentação teórica e realizamos a análise de uma reportagem veiculada na mídia impressa – revista feminina, com vistas a demonstrar o perfil ou o retrado da 'nova' masculinidade traçado pela Revista Cláudia de maio de 2009. Acreditamos que ao analisar a representação de masculinidade no discurso da Cláudia se possa transpor as informações para investigar os programas televisivos.

Vale destacar que para observar mais acuradamente a representação dessa masculinidade contemporânea é importante transitar por outras mídias, no caso, a impressa. Esse procedimento tem o intuito de delinear como a 'nova' masculinidade está sendo representada pela mídia em geral. Temos clareza que o discurso das revistas e da televisão, ora repetem e reforçam os valores tradicionais, ora revelam e validam os valores contemporâneos, rompendo com a idéia e o senso comum de que ‘para ser homem tem que ser macho’.

Como já expressei, o ideal hegemônico de masculinidade se opõe ao ideal hegemônico de feminilidade e essa oposição vai se desenhando de acordo com os movimentos da sociedade. Portanto, se transformam de acordo com os aspectos transitórios que se transformam junto com as mudanças e as práticas de uma sociedade.

Tal transitoriedade está associada às possibilidades de transformação que os movimentos e as práticas sócio-político-econômicas, os valores e as crenças de determinados grupos ou esferas estabelecem como ideais em contextos sócio-historicamente definidos. Dito de outro modo, o ideal de masculinidade e de feminilidade tende a se configurar ao sistema de crenças e valores das sociedades em determinada época.

Outro elemento que se configura como fortalecedor dessa idéia, mas sugere uma atenção específica na investigação é a relação do papel sexual ligado à utilização da linguagem; o gênero social versus a representação simbólica.

Na análise de gênero, a do masculino traz consigo a análise do feminino. Enquanto esta revela que as mulheres abrem espaços ou assumem postos diferentes, a outro, de certa forma, tende a revelar que os homens estão sendo empurrados para a mudança, equilibrando as funções sociais de um e de outro na contemporaneidade. É na



relação masculino-feminino que percebemos o discurso marcado e a supremacia de um sobre o outro.

Nossa análise se ancora em uma revista feminina e procura demonstrar como a mídia voltada para o público feminino e sua audiência percebem esse movimento da sociedade e como estão configurando/aceitando a mudança de atitudes do homem contemporâneo.

No decorrer da pesquisa “Nem Narciso, nem Dom Juan: a representação da nova masculinidade na televisão” encontramos fundamentos teóricos que norteiam a investigação neste artigo, conduzindo o leitor à compreensão da formação das identidades masculinas na modernidade tardia. Destacamos que na modernidade tardia, o conceito de identidade muda e com ele as práticas sociais (GIDDENS, 2002).

2 Análise Crítica do Discurso (ACD): uma breve exposição dos fundamentos

A Análise Crítica do Discurso (ACD) é uma corrente de pensamento que propõe a linguagem como parte da vida social. Partindo do conceito de atores e práticas sociais, a ACD foca a linguagem como um sistema não fechado em si, mas como parte de um contexto maior de interação entre indivíduos.

Interessa-se, então, pelas análises que dão conta das relações de dominação, discriminação, poder e controle, na forma como elas se manifestam através da linguagem (WODAK, 2003). Nessa perspectiva, a linguagem é um meio de dominação e de força social, servindo para legitimar as relações de poder estabelecidas institucionalmente.

O conceito de discurso é dado por Fairclough: uso da linguagem como prática social, implicando em modo de ação e modo de representação. “O discurso constitui o social. Três dimensões do social são consideradas – o conhecimento, as relações sociais e a identidade social [...] o discurso é formado por relações de poder e investido de ideologias.” (FAIRCLOUGH, 1992).

As três dimensões do social retratadas por Fairclough constituem o modelo tridimensional de análise do discurso proposto por este autor. Elas compreendem a análise da prática discursiva, do texto e da prática social.

Por prática discursiva entende-se os processos de produção, distribuição e consumo do texto – o momento da interação, – espaço de encontro entre produtores e consumidores – espaço mediado pelo texto, a partir do qual os sentidos são processados.



A natureza da prática discursiva é variável entre os diferentes tipos de discurso, de acordo com os fatores sociais envolvidos, sendo ela mediadora entre o texto e a prática social. Segundo Fairclough (2001, p. 35-36):

A conexão entre o texto e a prática social é vista como mediada pela prática discursiva: de um lado, os processos de produção e interpretação são formados pela natureza da prática social, ajudando também a formá-la e, por outro lado, o processo de produção forma (e deixa vestígios) no texto, e o processo interpretativo opera sobre 'pistas' no texto.

Sobre o pensamento de Fairclough, Magalhães (2001) explica que existe uma relação dialética entre discurso e estrutura social: discurso é uma prática tanto de representação quanto de significação do mundo, constituindo as identidades e relações sociais e os sistemas de conhecimento e crenças.

A prática discursiva, ainda de acordo com a autora, é a dimensão do uso da linguagem que envolve os processos de produção, distribuição e consumo dos textos, sendo variada a natureza desses processos dentre os tipos diferentes de discurso e de acordo com fatores sociais.

De acordo com essa construção de relações entre discurso e estrutura social que a ACD propõe, o conceito de ideologia torna-se primordial para os pesquisadores dessa área. Aproximando a noção de ideologia de Fairclough a de Thompson pode-se destacar que ao nos remetermos a Thompson (2000), concebemos a ideologia como sistemas de crenças, formas ou práticas simbólicas. Para o autor, a sociedade é estruturada de modo desigual e, nessa direção, enfatiza:

Alguns teóricos recentes começaram a preocupar-se tanto com a diversidade e a diferença, com a variedade crescente e com a variabilidade das formas de vida, que eles não conseguiram dar, suficientemente, conta do fato de que nas circunstâncias presentes das sociedades modernas diversidade e diferença estão, geralmente, inseridas nas relações sociais que estão estruturadas em maneiras sistematicamente assimétricas. Não podemos nos cegar pelo espetáculo da diversidade a tal ponto que sejamos incapazes de ver as desigualdades estruturadas da vida social. No enfoque aqui desenvolvido, a análise crítica da ideologia retém seu valor como parte de uma preocupação mais abrangente com a natureza da dominação no mundo moderno, com os modos de sua reprodução e as possibilidades de sua transformação. (THOMPSON, 2000, p. 426)

Thompson, que considera os trabalhos de Marx em sua obra, faz uma crítica relevante à noção de exploração do autor:

Embora Marx estivesse correto em enfatizar a importância das relações de classe como uma base da desigualdade e exploração, ele pareceu negligenciar, ou menosprezar, a importância das relações entre os sexos,



entre os grupos étnicos, entre os indivíduos e o estado, entre estado-nação e blocos de estado-nação. (THOMPSON, 2000 p.77)

Esse olhar de Thompson revela a importância dos Estudos de Gênero para a Teoria Social Crítica, teoria que dá forças à ACD, contribuindo assim para desnaturalizar práticas hegemônicas.

Para analisarmos a representação da 'nova' masculinidade, é necessário que entendamos como a identidade masculina é tradicionalmente retratada e as mudanças que a modernidade tardia trouxe ao estilo de vida ocidental.

Tradicionalmente, o senso comum nos revela que a masculinidade é retratada com características de: domínio das paixões, retidão de caráter, determinação e a racionalidade sobrepunhando os demais valores da personalidade. Correndo-se o risco de, no caso do homem não se identificar com essa escala de valores, perder o valor social sofrendo o rechaço e o preconceito. Aliás, as marcas de controle, a disciplina e sempre estiveram ligadas a algum contrato social em que os pactuantes concordam com suas obrigações/responsabilidades para fazer parte do grupo social em que vivem ou se inserem.

Assim se percebe que instituições tais como as igrejas, academias militares, prisões, escolas, hospitais, atuam como mecanismos de controle dos indivíduos, mecanismos disciplinadores, produzindo o que Foucault chamou de “corpos dóceis”. O domínio e a consciência do próprio corpo são adquiridos apenas pelo investimento do corpo pelo poder. (FOUCAULT, 2004, p.146). Se há investimento de poder, há assimetria e, nas relações assimétricas, desiguais, ficam evidentes as marcas de dominação. Neste sentido, procura-se aproximar essa proposição ao pensamento de Giddens:

O controle corporal é um aspecto central do que ‘não podemos dizer com palavras’ porque é o referencial necessário para o que podemos dizer (ou podemos dizer de maneira significativa). [...] O corpo se torna o foco do poder e esse poder em vez de tentar marcá-lo externamente, como em tempos pré-modernos o submete à disciplina interna do autocontrole. (GIDDENS, 2002, p. 57-58)

O controle corporal é o referencial para o que podemos dizer com palavras, de forma significativa. Esse controle aponta marcas de dominação e induz à formação de identidade. O autocontrole, da mesma forma, torna o corpo um referencial simbólico ou um signo das escolhas individuais, reflexo da identidade do sujeito.



Hall (2001) categoriza três concepções de identidade: o sujeito do Iluminismo, sujeito sociológico e sujeito pós-moderno. O sujeito do Iluminismo era fundamentado no centro essencial do eu, numa concepção muito individualista do sujeito e sua identidade. É também com o Iluminismo que a racionalidade e a ciência passam a ser identificadas com a masculinidade.

Já, a noção de sujeito sociológico reflete a crescente importância da influência do meio e das pessoas nesse centro do sujeito do iluminismo, conseqüência da complexidade cada vez maior do mundo moderno.

O sujeito pós-moderno vivencia as mudanças estruturais e institucionais na sociedade ocidental advindas entre outros fenômenos, da globalização, conforme Hall enfatiza:

Esse processo produz o sujeito pós-moderno, conceptualizado como não tendo uma identidade fixa, essencial ou permanente. A 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)

Para Hall (2001), o significado surge não das coisas em si - da “realidade” - mas a partir dos jogos da linguagem e dos sistemas de classificação nos quais as coisas são inseridas. O que consideramos fatos naturais são também fenômenos discursivos.

Se são fenômenos discursivos, na proposição da ACD, são também fenômenos sociais. Fairclough considera o uso da linguagem como forma de prática social e não como atividade puramente individual ou reflexo de variáveis situacionais (FAIRCLOUGH, 1994). O discurso deve ser entendido como um modo de ação, como uma prática que altera o mundo e altera os outros indivíduos. A dimensão do discurso constitutiva do social, inspirada em Foucault, possui três efeitos segundo o autor: 1) o discurso contribui para a construção do que é referido como "identidades sociais" e posições de sujeito, para o sujeito social e os tipos de EU; 2) O discurso contribui para a construção das relações sociais; 3) o discurso contribui para a construção de sistemas de conhecimento e crença. (FAIRCLOUGH, 1994, grifo do autor).

Reportando ao que foi expresso, nas noções de Giddens, Hall e Fairclough, pode-se dizer que o sujeito sofre a influência das ideologias, ao mesmo passo as modifica. Isso é traduzido através dos discursos que circulam na sociedade, discursos que deixam marcas na e ficam marcados pelas práticas da sociedade.



3 O Discurso das Revistas Femininas

A revista Cláudia do mês de Maio de 2009, traz a seguinte chamada de capa: “Mulheres procuram homens fofos”. A reportagem, de Liliane Prata, tem como lide: Eles são companheiros, gostam de programas culturais, não têm medo dos sentimentos e não se assustam com a nossa independência. E, não, eles não são gays. Eles são... fofos! (O seu não é? Veja como “enfofá-lo”).

Analisando o título da reportagem, “Mulheres procuram homens fofos”, atentamos para o adjetivo fofo utilizado para definir o perfil do homem procurado pelas mulheres pós-modernas. Em depoimentos transcritos pela revista, mulheres definem esse homem como atencioso, companheiro e fiel. Destacamos aqui alguns desses depoimentos. Margareth Monteiro, 39 anos, economista ao ser entrevistada pela revista revela como enxerga esse homem:

(...) acrescenta coisas à sua vida, ensina, aprende, ouve, fala. E, sim, os fofos gostam de sexo, mas não apenas de sexo. Outra vantagem é que eles não estão preocupados em mandar. Querem compartilhar. (Revista Cláudia, maio de 2009)

A própria repórter, Liliane Prata, é fonte. Ela relata o primeiro encontro com seu ex-marido, revelando o quanto se assustou com a sensibilidade dele:

Que ele era muito meigo e cheio de assunto eu já desconfiava. Sempre gostei de caras assim. Mas, (...) no meio da conversa, ele soltou: “Tenho certeza de que fui mulher na outra encarnação. Meu lado feminino é muito forte”. Quase engasguei com o couvert. Ele era gay? Que parte da história eu tinha perdido? Bem, passado o susto inicial, constatei que ele era apenas um cara fofo. E que isso não tem nada a ver com orientação sexual. (Revista Cláudia, maio de 2009).

A revista traz também a análise da psicanalista e psicóloga Patrícia Porchat, especialista na área de gênero que considera que existem estereótipos de características masculinas ou femininas. Ela explica

que a sociedade define quais são os padrões de comportamento do homem e da mulher, ditando o que cabe a cada um deles e o que pega mal. Mas, para nossa alegria, vários homens não têm dado muita bola para o que pega mal – e aprenderam a abrir o coração, sem medo de ser feliz. (Revista Cláudia, maio de 2009).

Na reportagem, a imagem que representa o homem fofo é a de um Super-Homem revisitado. O homem fofo, embaixo do terno, tem uma outra identidade que se revela quando se despe. Por baixo da sua fantasia, o terno, há um super coração.

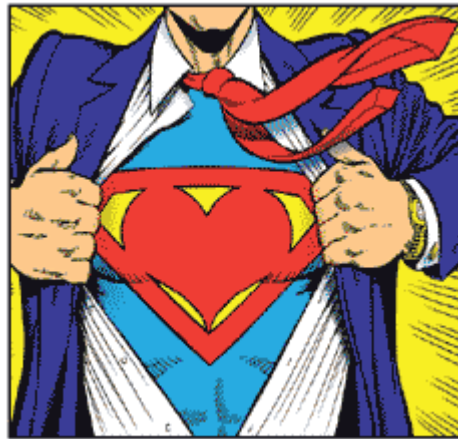


Figura 1. A representação do homem fofo

Associando o texto verbal ao não-verbal, perguntamos: que características tem, então, um homem fofo?

A imagem (Figura 1) criada pela revista modifica e subverte a imagem do Super-Homem/Clark Kent. Sugere uma nova força que substitui e inverte a representada pelo Super-Homem, o Super-Herói que coexiste com o jornalista Clark Kent. Esse herói, com super-poderes e que conhecemos como o protetor, o forte, o resistente, o justiceiro e o imbatível, tem sua identidade preservada por uma falsa identidade, a do jornalista Clark Kent. A identidade do jornalista permanece secreta e o herói idealista segue códigos de conduta moral para salvar a humanidade. Seu valor social só existe em função da competência em prover segurança física e material a todos.

Ao contrário do Super-Homem, o novo 'herói masculino' tem um coração estampado no peito. O coração substitui o S do Super-Homem, justificando o adjetivo fofo para caracterizá-lo. O terno remete à representação de homem sério, sisudo, camuflando ainda a afetividade estampada no coração do novo homem. A imagem parece enfatizar a força, o esforço que esse homem faz para se despir, para sair de sua outra identidade. Ao abrir a camisa, com punhos cerrados, parece estar fazendo um esforço enorme para conseguir 'despir-se' dos valores tradicionais e assumir uma nova postura diante do mundo. Uma postura mais condizente com suas atuais aspirações.

Na mudança de comportamento, pudemos observar que o homem fofo delicado, afetuoso, meigo, tolerante e sensível precisa mostrar esse lado, o lado parceiro, companheiro, enfim, um homem mais feminino. Na busca de revelar sua afetividade, pode se deparar com interpretações até preconceituosas (ver por exemplo o depoimento



de Liliane Prata), ou mesmo a dúvida sobre a identidade desse 'novo' homem: gay ou fofo.

Mesmo com certas restrições e ainda uma dificuldade de compreensão, esse homem é valorizado pelas mulheres. É o ideal de homem para muitas mulheres. Isto pode significar mudanças relevantes na representação da masculinidade, assim como simultaneamente ratificaria a representação mais consensual de feminilidade. Validando a idéia de que as relações de gênero existem em oposição, no decorrer do artigo também se define a representação de feminilidade, se desenha o perfil das mulheres que procuram o homem fofo.

Para a revista, suas entrevistadas e sua audiência têm clareza sobre esse padrão de feminilidade. As mulheres que participam como informantes são especialistas e merecem grande respeito pela sua atuação no mercado/sociedade. Essas mulheres, bem como as leitoras, parecem ter um perfil bem definido: são independentes, não aceitam a posição de submissão. Aquela que quer no relacionamento, não um provedor, mas um companheiro. O que está em evidência é o papel do homem sendo repensado pela sociedade.

Mirian Goldenberg⁶ uma das entrevistadas, tem como tema de pesquisa: gênero, desvio, corpo, sexualidade e novas conjugalidades na cultura brasileira. Sendo uma das referências na área e na reportagem analisada em nosso artigo, Goldember delinea o novo perfil masculino:

O homem que aceita uma relação igualitária, que divide as tarefas domésticas e vê na mulher uma companheira, e não uma rival, passa a ser desejado pela ala feminina independente, que não aceita a posição de submissão. [...] Há hoje uma expectativa de que os homens sejam mais delicados, atenciosos, femininos. As mulheres esperam, e até mesmo exigem, que eles mudem no que diz respeito à relação amorosa. (Revista Claudia, maio 2009)

Como pesquisadora, afirma que o modelo tradicional de homem machão não apenas está em crise, mas está sendo ameaçado de extinção. E aponta a mulher independente como uma das principais causadoras do desaparecimento da espécie.

À medida que a mulher fica mais independente o papel de 'macho provedor', antes estimulado pelo *status quo* em vigor, perde gradativamente seu lugar, perde o sentido gradativamente. Nessa observação se percebe a complementaridade entre o feminino e o masculino. Um implica a construção social de outro.

⁶ Doutora em Antropologia Social pelo Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social do Museu Nacional da Universidade Federal do Rio de Janeiro.



Ao analisar algumas características expostas na reportagem, pode-se sugerir que a sociedade está se modificando também, ficando cada vez mais delicada, afetiva, mais feminina.

4 Considerações Finais

Constatando que, a partir do discurso podemos revelar as práticas sociais em seus processos dinâmicos, analisamos a 'nova' representação de masculinidade discutindo características que são enfatizadas por mulheres e outras que são expostas por profissionais relevantes nas discussões de gênero. A mídia impressa comprova que há mudanças significativas ocorrendo no âmbito das formas simbólicas, do ideal hegemônico de masculinidade e das formas de representação das masculinidades contemporâneas. na modernidade tardia.

A visão predominante de que o gênero masculino é provedor, racional, impetuoso, determinado, vem perdendo força e os homens estão cada vez mais empenhados em ser delicados, femininos.

Para corroborar com a idéia de que as relações de gênero estão se modificando e a de masculinidade se adaptando, o Relatório sobre a Situação da População Mundial do ano de 2005 - documento oficial da UNFPA – Fundo de População das Nações Unidas – revelou que a discriminação de gênero leva a uma menor produtividade e a mais despesas com saúde. Como consequência, resulta em taxas mais altas de mortalidade, entre mães e crianças, e ameaça os esforços para reduzir a pobreza. Por estas e outras razões levantou a bandeira da equidade entre os gêneros. Afirmando que a desigualdade entre os sexos é entrave ao desenvolvimento econômico. A ONU destacou ainda a necessidade de dar uma nova interpretação ao conceito social de masculinidade, que pode levar a comportamentos discriminatórios e abusivos em homens adultos. Segundo a organização, as "pressões sociais" e os "códigos de honra" com os quais os meninos são criados pode "encorajá-los a competir, recorrer à violência ou assumir riscos sexuais para demonstrar sua virilidade".

A partir do momento em que instituições como a UNFPA, organismo da ONU responsável pela cooperação internacional de desenvolvimento das populações, influenciadora das políticas públicas, mobiliza-se para a necessidade de reformulação do conceito social de masculinidade, por ela mesma assim definido, concluímos que a nova representação do gênero masculino é definitiva. Caracterizando talvez um marco



de mudança do ideal hegemônico de masculinidade e de uma sociedade marcada pela dominação masculina.

5 Referências

BORDIEU, P. **Sobre a Televisão**. Rio de Janeiro: Zahar, 1998.

BORDIEU, P. **O Poder Simbólico**. 3.ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2000.

BOURDIEU, P. - **A Dominação Masculina** – Trad. Maria Helena Kühner. 2.ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002

FAIRCLOUGH, Norman. **Discurso e mudança social**, Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2001.

FOUCAULT, M. **História da Sexualidade I – a vontade de saber**. 10.ed. Rio de Janeiro: Graal, 1988.

_____. **História da Sexualidade II – o uso dos prazeres**. 4.ed. Rio de Janeiro: Graal, 1985.

_____. **História da Sexualidade III – o cuidado de si**. Rio de Janeiro: Graal, 1985.

_____. **Um diálogo sobre os prazeres do sexo Nietzsche, Freud e Marx Theatrum Philosophicum**. Editora Landy, 2000.

_____. **Microfísica do poder**. 11.ed. Rio de Janeiro: Graal, 1993.

GIDDENS, A. **Sociologia**. 3.ed. Madrid: Alianza Editorial, 1991.

HALL, S. **A Identidade Cultural na Pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

LOURO, G. NECKEL J. E. GOELLNER, S. (org). **Corpo Gênero e Sexualidade**. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2003.

MAGALHÃES, Célia Maria (org). **Reflexões sobre a Análise Crítica do Discurso**. 2001. Belo Horizonte: Faculdade de Letras, UFMG.

NOLASCO, S. **O Mito da Masculinidade**. Rio de Janeiro: Rocco, 1993.

OLIVEIRA, P. **A construção social da masculinidade**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2004.

PINHEIRO, Najara Ferrari. A marquetização no discurso dos magazines femininos televisivos. **Tese de doutorado em Ciências da Comunicação**. São Leopoldo, RS: UNISINOS, 2004.

PRATA, L. **Mulher Procura Homem Fofa**. Revista Cláudia, Maio de 2009.

UNFPA. **Relatório sobre a Situação da População Mundial 2005**. 2005. Disponível em: <<http://www.unfpa.org.br/Arquivos/swop2005.pdf>> Acesso em: 20 jun. 2009.



WODAK, R. Do que trata a ACD: um resumo de sua história, conceitos importantes e seus desenvolvimentos. **Revista Linguagem em (Dis)curso**, v. 4, número especial, 2004.