

N'OLHO DA RUA: REPRESENTAÇÕES DAS MASCULINIDADES NA IMPRENSA PARANAENSE

N'OLHO DA RUA: MASCULINITIES REPRESENTATION IN THE PARANAENSE PRESS

Níncia Cecília Ribas Borges Teixeira

Pós-doutora em Linguística, Letras e Artes pela Universidade Federal do Rio de Janeiro
Doutora em Letras pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho
Professora do Programa de Mestrado em Letras da Universidade Estadual do Centro-Oeste
E-mail: nincia@unicentro.br

Jéssica Lange de Deus

Mestranda em Letras pela Universidade Estadual do Centro-Oeste
Graduada em Comunicação Social-Jornalismo pela da Universidade Estadual do Centro-Oeste
E-mail: jessica_lgdd@hotmail.com

RESUMO

O presente trabalho busca por meio da pesquisa bibliográfica e da hermenêutica, analisar como as masculinidades estão representadas na mídia impressa paranaense do início do século XX. Partindo dos princípios dos Estudos Culturais e de sua vertente, os Estudos de Gênero, foi escolhida para análise a ilustração da capa da revista curitibana *O Olho da Rua*, da edição nº 11 de 1907. A partir desse estudo, é possível perceber que o homem representado faz parte do meio rural, e que o mesmo procura provar sua masculinidade por meio da força e do trabalho. Sabemos que tanto a construção de gênero quanto a identidade são plurais 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 disseminar e contribuir para a consolidação de estereótipos, comportamentos e modelos, sugeridos para homens e mulheres. Procuramos também, contribuir para as reflexões acerca da representação das masculinidades do homem paranaense do início do século XX.

Palavras-chave: Masculinidades. Identidades. Gênero. Revista.

ABSTRACT

The current study aims, through bibliographic and hermeneutic research, to analyze how the masculinities are represented in the Paranaense print media from the early twentieth century. Based on the principles of the Cultural Studies and its aspects, the Gender Studies were chosen

to analyze the cover illustration of Curitiba's magazine *O Olho da Rua*, issue No. 11, 1907. From this study, it is possible to notice that the man represented in the magazine takes part in the rural environment and seeks to prove his manhood through strength and labor. As we know, both gender and identity constructions are plural and must be thought from influences of the social, cultural and historical environments in the individuals. Therefore, the media works as means of dissemination and contributes to the consolidation of stereotypes, behaviors and models suggested for men and women. We aim, as well, to contribute for reflections around the representation of masculinities in the Paranaense man of the early twentieth century.

Key-words: Masculinities. Identities. Gender. Magazine.

1 CONSIDERAÇÕES INICIAIS

O homem sempre se relacionou com as imagens. Desde os primórdios, ele procurava se representar por meio dos desenhos nas cavernas, mostrando suas lutas, a bravura com que dominava os animais. Com o passar do tempo, muitas foram as mudanças ocorridas na sociedade. O aparecimento das primeiras prensas para impressão possibilitou que mais exemplares pudessem ser feitos, muitos deles carregados de imagens. Por meio de ilustrações procurava-se comunicar algo, relatar um fato ou uma determinada época.

Neste sentido, podemos afirmar que a mídia impressa contribuiu para a construção dos gêneros e identidades, colaborando para a edificação de comportamentos, tidos como masculinos ou femininos na sociedade. Esses papéis sociais designados a homens e mulheres seriam como regras impostas pela sociedade, que procuram impor como cada indivíduo deve se vestir, se relacionar, se comportar perante os outros. Ao homem caberia o papel de trabalhar, ser o provedor, pai de família, o que corresponderia à esfera pública. Já a mulher deveria ser a dona de casa, que cuida dos filhos e procura sempre o bem estar da família, ou seja, se dedicava a esfera privada.

Com a expansão dos Estudos Culturais, desde seus primeiros representantes Richard Hoggart, Edward Thompson e Raymond Williams, temas que, até então, eram deixados de lado por serem considerados de baixa cultura, como era o caso das representações de gênero, a sexualidade e a construção da identidade dos indivíduos, começaram a ganhar espaço nos estudos científico, tanto que, segundo Ana Carolina Escosteguy (2006) as constituições identitárias tornaram-se o principal foco de investigação e análise dos Estudos Culturais na atualidade.

Podemos destacar que os estudos de gênero na comunicação constituem um espaço amplo para reflexão. Isso se deve ao fato de que a mídia consegue refletir padrões e até mesmo comportamentos existentes no inconsciente coletivo, como a representação de gênero, neste caso, masculino. Com isso, segundo Maria Inês Ghilardi-Lucena (2005) é possível que sejam reveladas nuances até então não apontadas ao leitor em geral.

A masculinidade é definida por Robert William Connell e James Messerschmidt (2013) como uma prática em torno da posição dos homens na estrutura das relações de gênero, portanto ela pode ser variável. Em cada cultura, os homens são educados de maneiras diferentes, desde pequenos eles são cobrados a terem atitudes relacionadas à força, a dominação e a virilidade. Também são colocados em situações nas quais devem provar sua masculinidade, apresentando características tidas como de ‘macho’ e distanciando-se sempre da feminilidade.

O objetivo geral da presente pesquisa é analisar como as masculinidades são representadas na capa da revista curitibana *O Olho da Rua*, edição número 11, de 1907. Partindo do princípio que a capa é um dos elementos mais importantes de uma revista, pretende-se aqui verificar como essa ilustração apresenta o homem do início do século XX e quais suas características mais pertinentes. Contribuir para a reflexão sobre a construção de gênero do homem paranaense também é um objetivo desta investigação.

2 OS ESTUDOS CULTURAIS E A COMUNICAÇÃO: REPRESENTAÇÃO DAS MASCULINIDADES

A concepção dos Estudos Culturais se deu a partir de uma abordagem multidisciplinar e crítica da cultura, que então, passa a ser vista como uma prática social, legitimando até mesmo a cultura popular que por muito tempo foi deixada de lado. Segundo Bill Schwarz *apud* 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.

De acordo com Escosteguy (2006) o campo dos Estudos Culturais surgiu de forma organizada por meio do *Centre for Contemporary Cultural Studies* (CCCS), diante da alteração dos valores tradicionais da classe operária da Inglaterra pós-guerra. O Centro, fundado por Richard Hoggart em 1964, possibilitou que fossem realizados trabalhos de pesquisas envolvendo literatura, antropologia, sociologia, semiótica, lingüística, comunicação, psicologia, entre tantas outras vertentes do conhecimento, vindo a contribuir assim para a transformação do pensamento acadêmico.

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 partede uma concepção específica de cultura, que é vista como um espaço, ao mesmotempo, antropológico e sociológico, um lugar caracterizado por diálogos,disputas e tensões; caracterizado por relações de poder (hegemonias) e suascontrapartidas contra-hegemônicas (GOMES e JANOTTI JR, 2012, p.7).

Portanto, as relações estabelecidas entre a cultura contemporânea e a sociedade se tornam o eixo norteador das pesquisas realizadas pelo CCCS. Para Raymond Williams, outro importante nome dos Estudos Culturais,

[...] é necessário restaurar a cultura como produto social, como a produção material de um sistema de significação através dos quais uma ordem social se comunica, se reproduz, é vivida como experiência, e explorada como possibilidades e limites [...] a cultura não é apenas a realização de uma minoria, mas pertence a todos (WILLIAMS *apud* CEVASCO, 2009, p.322).

Outro grande representante do CCCS que merece destaque é o sociólogo e teórico cultural Stuart Hall. Hallinvestigou temas que até meados dos anos 1950 eram deixados de lado por serem considerados da baixa cultura ou não eruditos como, por exemplo, os movimentos sociais, os meios de comunicação, as subculturas e as práticas de resistência. Assim, para Armand Mattelart e Éric Neveu, (2004, p. 56), o Centro de Estudos Culturais Contemporâneos “foi um caldeirão de cultura de importações teóricas, de trabalhos inovadores com objetos julgados até então indignos do trabalho acadêmico”.

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, subjetividades entre outros assuntos. Para 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”.

Com a expansão desse amplo terreno de investigação que constitui os Estudos Culturais, 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.

Ao pensarmos na palavra “gênero” logo a relacionamos com questões biológicas como a oposição homem *versus* mulher, masculino *versus* feminino, entre tantas outras. Porém, essa palavra tão utilizada atualmente em estudos que envolvem o feminino, levanta questões muito mais complexas. Ao conceito de gênero são atrelados comportamentos e regras que buscam naturalizar e ao mesmo tempo orientar atitudes dos indivíduos na sociedade. Para Simone 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).

De acordo com Joan Wallach Scott (1995), foi somente no final do século XX que as problematizações referentes ao gênero como categoria analítica começaram a aparecer. Nesse aspecto, os Estudos Feministas foram tidos como os responsáveis pela evolução desse conceito de gênero, que, inicialmente, foi utilizado pelas feministas com o objetivo de contestar o determinismo biológico, demonstrando que o gênero é uma construção social e não algo imanente ao indivíduo, como se afirmava até meados dos anos 1960.

Para Tereza de Lauretis (1994), as concepções de masculino e feminino, nas quais todos os seres humanos são classificados, formam em cada cultura, um sistema de gênero, um sistema simbólico ou um sistema de significações que relaciona o sexo a conteúdos culturais de acordo com valores e hierarquias sociais. Nesse sentido, podemos perceber que o conceito de gênero ultrapassa as relações entre homens e mulheres, sendo visto como um sistema que engloba a economia, a sexualidade, a família, o estado, a classe, a raça etc.

Com relação às identidades, podemos destacar que não há uma identidade única e estável, como se acreditava no passado. Assim, existem várias identidades que são fragmentadas e até mesmo contraditórias, como afirma Stuart Hall (2003),

Dentro de nós há identidades contraditórias, empurrando em diferentes direções, de tal modo que nossas identificações estão sendo continuamente deslocadas [...]. A identidade plenamente unificada, completa, segura e coerente é uma fantasia. Ao invés disso, à medida em que os sistemas de significação e representação cultural se multiplicam, somos confrontados por uma multiplicidade desconcertante e cambiante de identidades possíveis, com cada uma das quais poderíamos nos identificar – ao menos temporariamente. (HALL, 2003, p. 13).

Desse modo, Guacira Lopes Louro (1997) propõe que para compreender o gênero, é necessário vê-lo como um componente da identidade dos sujeitos. Na opinião da autora, a identidade é um termo bastante complexo, que pode ser interpretado por meio de diferentes perspectivas, pois, deve-se considerar que os sujeitos têm identidades múltiplas, plurais e que se transformam.

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 idéia 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. Estas práticas e instituições “fabricam” os sujeitos (LOURO, 1997, p.25).

Já Miguel Almeida (2000), ressalta que cada coletividade constrói características e representações dos comportamentos do gênero masculino, definindo atributos hegemônicos e subordinados das condições desses, que são alteradas ao longo do ciclo da vida ou pelas diferentes situações cotidianas. Os modelos de masculinidade impostos pela sociedade estão constantemente mudando, portanto,

[...] 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).

Sobre a masculinidade, Connell e Messerschmidt (2013), a definem como uma prática em torno da posição dos homens na estrutura das relações de gênero. Para tanto, é necessário compreender que o conceito de masculinidade só pode existir em correlação ao feminino e vice-versa. Assim, normalmente existem “mais de uma configuração desse tipo em qualquer ordem de gênero de uma sociedade” (Connell e Messerschmidt, 2013, p. 188). Dada esta pluralidade, não deveríamos falar em masculinidade, mas em masculinidades.

Dentre as diversas masculinidades existentes, existiria uma que se apresentaria como sendo hegemônica, ou seja, um modelo ideal, soberano e padronizado de masculinidade, no qual os homens deveriam se encaixar. Um exemplo de modelo hegemônico disseminado em nossa sociedade é o do homem heterossexual, branco, provedor, de classe superior, forte e viril. Assim, segundo Connell e Messerschmidt (2013), as demais masculinidades, vistas como periféricas, seriam concorrentes, subordinadas ou afirmadoras dessa.

Para Robert Connell e Messerschmidt (2013), ao conceito de masculinidade é atribuído o fato de este permanecer logicamente numa dicotomização do sexo (biológico) *versus* gênero (cultural), dessa forma marginalizando ou naturalizando o corpo. Portanto, devemos considerar ambas as partes e também o contexto social e histórico em que estão envolvidas. Nesse sentido,

O gênero masculino por sua vez assume uma gama de representatividades, de conduta, de posicionamentos, de atitudes sociais, que não lhe são natas, mas assimiladas por uma consciência coletiva disseminada ao longo dos anos e que reforçam a expressividade do gênero em si (PEREIRA e PONTAROLLO, 2010, p. 32).

Com relação à representação Roger Chartier (1991, p. 183), aponta que “mesmo as representações coletivas mais elevadas só tem existência, só são verdadeiramente tais, na medida em que comandam atos”. Portanto, é importante ressaltar o papel da mídia em representar os gêneros, seja feminino ou masculino. Para Ghilardi-Lucena (2005), essas representações midiáticas ao mesmo tempo em que derivam das atitudes dos indivíduos e dos valores que cada segmento social considera, reforça tendências de comportamento e propiciam a instauração de novos valores.

A mídia, então, serve como uma base para estudos dos mais variados assuntos, devido às suas articulações sociais, econômicas e culturais. Ela exerce um papel importante não apenas no sentido de reproduzir conteúdos, como também, em registrar os fatos. Com esse registro é possível ter acesso a materiais publicados há muitos anos, conhecer fatos e até mesmo perceber como eram os comportamentos daquela sociedade, como os do início do século XX, aqui em estudo.

2.1 AS MASCULINIDADES NA REVISTA *O OLHO DA RUA*

De acordo com o *site Revistas Curitibanas*, a *O Olho da Rua* foi criada no início do século XX, sendo publicada de 1907 a 1911 em Curitiba - Paraná. Cada publicação possuía aproximadamente 30 páginas, quase todas contendo imagens. A capa era sempre ilustrada, e no interior veiculavam temas como política, anticlericalismo, literatura e música, quase todos sob uma abordagem humorística e crítica. As charges apareciam assinadas geralmente com pseudônimos masculinos.

Além das imagens de teor satírico, não faltavam em *O Olho da Rua* os anúncios, as fotografias de personalidades locais e eventos comemorativos, e também o uso de ilustrações estilizadas com função de adornos em algumas margens, topos de página e nos cabeçalhos das partituras que eram usuais naqueles anos.

Para tal estudo foi escolhida como base a perspectiva hermenêutica, que se constitui como um método interpretativo de análise. A etimologia da palavra hermenêutica remete ao grego *hermeneuein*, interpretar, ou *hermeneia*, interpretação. Segundo Sirlene Cristófano (2009) a hermenêutica, em seu significado técnico, se explica como a ciência e a arte da interpretação bíblica, surgida a partir da Idade Média, que tinha como objetivo possibilitar aos fiéis uma verdadeira compreensão da mensagem divina.

Como passar do tempo, a hermenêutica foi sendo utilizada para o entendimento de obras como as de Homero, em que se buscava compreender o texto a partir de um contexto histórico. Ela passa, então, a ser vista como uma ciência da compreensão linguística. Segundo

Cristófano (2009), foi com o filósofo Wilhelm Dilthey que esse método de análise foi ampliado, sendo associado “à visão histórica e tomando-a como auxiliar na compreensão da vida, ou seja, o texto a ser interpretado é a própria realidade humana no seu desenvolvimento histórico” (CRISTÓFANO, 2009, p. 4).

Para Cristófano (2009), a hermenêutica é considerada uma ciência por ter normas, ou regras, que podem ser identificadas num sistema ordenado. Portanto, pode ser aplicada nos mais diversos objetos de análise. Ela também pode ser considerada uma arte, pois a comunicação é flexível e, portanto, se for utilizada uma aplicação mecânica e rígida dessas regras, poderá alterar o seu sentido.

A primeira imagem escolhida para análise é a ilustração da capa da revista *O Olho da Rua*, número 11, de 1907. Nela conseguimos perceber que o homem ali representado faz parte do meio rural, possivelmente 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 1: Capa da revista *O Olho da Rua*, nº 11, 1907

Fonte: Biblioteca Pública do Paraná

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 Leal *apud* 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 *apud* Eccel (2009) 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, vai para a labuta no campo, que conta com o trabalho braçal dos filhos para cuidar da propriedade. 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 1, 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'.

Notamos que o personagem está usando um 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. Não é a toa que homens que exercem poder como o papa, os policiais e outras autoridades, utilizam o acessório. Gabriela Lenzi (2014) afirma que,

Pode-se, inclusive, mencionar que, antes mesmo de um objeto como o chapéu ser sinônimo de distinção, é elemento simbólico, ou seja, sua presença na composição do look determina identidade e sinais que comunicam sem necessitar de uma única palavra proferida (LENZI, 2014, p.2).

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. De acordo com Zygmunt Bauman (2005) as identidades estão sempre flutuando ao nosso redor e, embora algumas delas sejam de escolha própria, muitas outras são infladas e lançadas pelas pessoas que nos rodeiam. Assim, essas identidades poderiam ser comparadas com peças de roupas, onde abrimos o armário todos os dias e escolhemos com qual 'identidade' vamos sair. Pois, como ressalta Stuart Hall (2003), 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.

Portanto, é perceptível que este homem representado na Imagem 1 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 possivelmente 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.

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O modelo de masculinidade ligada ao campo, do início do século XX, foi representado na capa da revista *O Olho da Rua*, como forma de incentivar a criação de um modelo-padrão do homem do campo. Esse homem deveria ser viril, másculo, forte e trabalhador. Sabemos que tudo na imagem tem o objetivo de comunicar algo, seja a roupa do personagem, a frase ali destacada, o jeito como ele se posiciona perante o animal e até mesmo suas expressões corporais. Tudo isso contribui para a construção dessas masculinidades.

Percebemos que se encaixa no modelo de masculinidade hegemônica proposto por Connell e Messerschmidt (2013), pois se tratava de um homem branco, heterossexual, que trabalhava possivelmente para sustentar a família. Por meio da força física ele domina um boi em fúria, demonstrando assim, mais uma característica de sua identidade.

É interessante perceber como essa construção do gênero masculino se concretizava na capa da revista. Essas publicações, além de levar informações, também eram responsáveis por carregar e disseminar modelos e comportamentos que os homens da época deveriam ter. É notável que o tema rural era um dos mais importantes no início do século XX, denotando o interesse dos homens pelo assunto.

Assim, em uma mesma ilustração vemos representações dessas masculinidades, como afirma Connell e Messerschmidt (2013). O homem do campo, o trabalhador e o pai de família fazem parte da identidade de um único indivíduo. Pois, segundo Stuart Hall (2003), não se nasce como uma identidade fixa e imutável. Ao longo da vida, assumimos várias identidades com as quais nos identificamos em cada momento, não existe um modelo único de masculinidade, comum a todos, ela deve ser entendida e analisada na sua pluralidade. Afinal, segundo Januario (2014, p. 403) “o gênero é experienciado de forma cotidiana e as suas práticas permitem a sua existência e transformação”.

Sabemos que estes papéis de homem e mulher, que no início do século XX eram tão comuns, estão se fragmentando e modificando cada vez mais atualmente. Portanto, fica difícil recorrer a modelos pré-formatados para se referir tanto a masculinidades. Como assevera Badinter (1993, p. 29) “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”. Ambos os gêneros vêm se libertando das amarras dos estereótipos e conquistando espaços que antes eram tidos como de um ou de outro.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Miguel Vale de. **Senhores de si** – Uma interpretação antropológica da masculinidade. Lisboa: Fim de Século, 2000.

BADINTER, Elisabeth. **XY: sobre a identidade masculina**. Tradução de Maria Ignez Duque Estrada. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1993. 266p. Tradução de: L'identité masculine.

BAUMAN, Zygmunt. **Identidade: entrevista a Benedetto Vecchi**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.

BORDIEU, Pierre. **A dominação masculina**. Tradução de Maria Helena Kuhner. 6ªed. – Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2009.

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. **O mundo como representação**. Estudos Avançados, n 11, 1991.

CONNELL, Robert W.; MESSERSCHMIDT, James W. **Masculinidade hegemônica: repensando o conceito.** Revista Estudos Feministas, 2013. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/ref/article/view/S0104026X2013000100014/24650>> Acesso em 27 fev. 2016.

CRISTÓFANO, Sirlene. **Hermenêutica e literatura: aportes para a interpretação e compreensão do mundo.** Diálogo e Interação, Faculdade Cristo Rei, Cornélio Procópio – PR, vol. 2, 2009. Disponível em: <<http://www.faccrei.edu.br/gc/anexos/diartigos37.pdf>> Acesso em 13 mar. 2016.

ECCEL, Cláudia Sirangelo. **Subjetividades Contemporâneas, Trabalho e Masculinidades.** 2009. 186p. Tese (Doutorado em Administração) – UFRGS, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, RS. Disponível em <<http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/19105/000734141.pdf?sequence=1>> Acesso em 27 mar. 2016.

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

GHILARDI-LUCENA, Maria Inês. **Representações do gênero masculino na mídia impressa brasileira.** Livro de Actas – 4º SOPCOM, p.1018-1025, 2005.

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

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade.** Tradução de Tomaz Tadeu da Silva, Guaracira Lopes Louro – 8ed. – Rio de Janeiro: DP&A, 2003.

JANUARIO, Soraya Barreto. **De homem para homem: cultura, imagem e representações masculinas na Publicidade.** Revista de Estudios para el Desarrollo de La Comunicación, Norteamérica, n. 9, abril 2014. Disponível em: <<http://revista-redes.hospedagemdesites.ws/index.php/revista-redes/article/view/284>> Acesso em: 12 fev. 2016.

LAURETIS, Tereza de. **A tecnologia do gênero.** In: HOLLANDA, B.H. Tendências e impasses: o feminismo como crítica da cultura. Rio de Janeiro: Rocco, 1994.

LENZI, Gabriela Poltronieri. **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> Acesso em 26 mar. 2016.

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

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

MATOS, Maria Izilda S. 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.

PEREIRA, André Alves.; PONTAROLLO, Fábio. **A representação social e a masculinidade em textos de 1840 e 1920 da literatura brasileira.** Revista Polidisciplinar Eletrônica da Faculdade Guairacá, Voos, p. 31-48, 2010. Disponível em: <http://www.revistavoos.com.br/seer/index.php/voos/article/view/121/03_Vol2.2_VOOS2010_CH> Acesso em 15 fev. 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.periodicoeletronicos.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.

SCOTT, Joan. **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. 7-99. Disponível em: <http://disciplinas.stoa.usp.br/pluginfile.php/185058/mod_resource/content/2/G%C3%A9nero-Joan%20Scott.pdf> Acesso em: 5 fev. 2016.

REVISTAS CURITIBANAS. Disponível em: <<http://www.revistascuritibanas.ufpr.br/>> Acesso em 2 mar. 2016.