

3803

Historia y Sociedad

ISSN: 0121-8417

ISSN: 2357-4720

Facultad de Ciencias Humanas y Económicas de la
Universidad Nacional de Colombia, Sede Medellín

Voks, Douglas-Josiel

**Padronização de uma masculinidade e virilidade por
meio da revista *Playboy* Brasil na década de 1980***

Historia y Sociedad, núm. 41, 2021, Julho-Dezembro, pp. 167-187

Facultad de Ciencias Humanas y Económicas de la Universidad Nacional de Colombia, Sede Medellín

DOI: <https://doi.org/10.15446/hys.n41.87136>

Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=380370314008>

- ▶ Como citar este artigo
- ▶ Número completo
- ▶ Mais informações do artigo
- ▶ Site da revista em [redalyc.org](https://www.redalyc.org)

UAEM  [redalyc.org](https://www.redalyc.org)

Sistema de Informação Científica Redalyc

Rede de Revistas Científicas da América Latina e do Caribe, Espanha e Portugal

Sem fins lucrativos acadêmica projeto, desenvolvido no âmbito da iniciativa
acesso aberto

Padronização de uma masculinidade e virilidade por meio da revista *Playboy* Brasil na década de 1980*


Douglas-Josiel Voks**

DOI: <https://doi.org/10.15446/hys.n41.87136>

Resumo | ser homem, masculino ou viril são construções históricas que ganham diferentes significações ao longo do tempo e do espaço. Observar historicamente essas significações é essencial para compreender rupturas, continuidades ou repetibilidades em torno de prescrições e normatividades de gênero. Por isso, neste trabalho, investiga-se como se estabeleceu a construção de um ideal de homem por meio dos discursos de masculinidade e virilidade da revista *Playboy* Brasil na década de 1980, e como esses discursos serviram para constituir um novo padrão de masculinidade. Inicia-se o trabalho fazendo uma breve revisão teórica sobre os estudos das masculinidades e como estes têm contribuído para as discussões de gênero nas últimas décadas. Em seguida, aborda-se a virilidade em contraponto com a masculinidade, desde a construção da noção de virilidade e suas mudanças históricas até a sua problematização dentro da revista *Playboy*. E, por fim, é analisada a construção da imagem de uma mulher “ideal” para legitimar um homem “ideal” na *Playboy*. Metodologicamente, esse trabalho parte da análise do discurso proposta por Michel Foucault. Na análise do corpo documental, percebe-se que a revista tentou criar um ideal de homem com um projeto que incidia diretamente em uma outra masculinidade/virilidade, gerando conflitos e tensões de gênero.

Palavras-chave | virilidade; masculinidade; revista *Playboy*; discursos; Brasil; estudos de gênero.

* **Recebido:** 31 de maio de 2020 / **Aprovado:** 16 de abril de 2021 / **Modificado:** 2 de maio de 2021. Artigo de pesquisa resultado da tese de doutorado intitulada “Reconfigurações de uma masculinidade hegemônica nas páginas da revista *Playboy* (Brasil: décadas de 1980 e 1990)”, defendida em 2019 no Programa de Pós-Graduação em História da Universidade Estadual do Estado de Santa Catarina. A tese foi financiada pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq).

** Doutor em História pela Universidade do Estado de Santa Catarina (Florianópolis, Brasil). Pesquisador do Núcleo de Estudos de Inovação Social da Fronteira, Universidade Federal do Mato Grosso do Sul (Corumbá, Brasil)
 <https://orcid.org/0000-0002-7725-4389>  douglas.jvoks@gmail.com



Cómo citar / How to Cite Item: Voks, Douglas-Josiel. “Padronização de uma masculinidade e virilidade por meio da revista *Playboy* Brasil na década de 1980”. *Historia y Sociedad*, no. 41 (2021): 167-187. <https://doi.org/10.15446/hys.n41.87136>



Derechos de autor: Atribución-NoComercial-SinDerivadas 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0)

Hist.Soc. 41 (Julio - diciembre de 2021) / pp. 167-187
E-ISSN: 2357-4720 / DOI: <https://doi.org/10.15446/hys.n41.87136>

Standardization of Masculinity and Virility through Playboy Brazil Magazine in the 1980s

Abstract | being a man, masculine or virile, are historical constructions that take on different meanings over time and space. Observing these meanings historically is fundamental for us to understand ruptures, continuities or repeatability around this gender prescriptions and normative. Therefore, in this work we investigate how the construction of an ideal of man was established through the discourses of masculinity and virility found in *Playboy* Brazil magazine in the 1980s, and how these discourses served to constitute a new standard of masculinity. The work begins with a brief theoretical review of the studies of masculinity and how they have contributed to gender discussions in recent decades. Next, virility is addressed in contrast to masculinity, from the construction of this notion of virility and its historical changes to its problematization within *Playboy* Magazine. Finally, the construction of the image of an “ideal” woman is analyzed to legitimize an “ideal” man in *Playboy*. Methodologically, this work starts from the analysis of the discourse proposed by Michel Foucault. In the analysis of the documentary body, it is clear that the magazine tried to create a new ideal of man with a project that directly influenced another masculinity / virility, generating new conflicts and gender tensions.

Keywords | virility; masculinity; Playboy magazine; discourse; Brazil; gender studies.

La estandarización de la masculinidad y virilidad a través de la revista *Playboy* Brasil en la década de 1980

Resumen | ser hombre, masculino o viril, es una construcción histórica que adquiere diferentes significados a lo largo del tiempo y el espacio. La observación histórica de estos significados es esencial para comprender las rupturas, las continuidades o las repeticiones en torno a estas prescripciones y normatividades de género. Por ello, en este trabajo investigamos cómo se estableció la construcción de un ideal de hombre a través de los discursos de masculinidad/virilidad de la revista *Playboy* Brasil en la década de 1980, y cómo estos discursos sirvieron para constituir un nuevo estándar de masculinidad. El trabajo comienza con una breve revisión teórica de los estudios sobre masculinidades y cómo han contribuido a las discusiones de género en las últimas décadas. A continuación, se aborda la virilidad en contraposición a la masculinidad desde la construcción de esta noción de virilidad y sus cambios históricos hasta su problematización dentro de la revista *Playboy*. Por fin, se analiza la construcción de la imagen de una mujer “ideal” para legitimar a un hombre “ideal” en *Playboy*. Metodológicamente, este trabajo parte del análisis del discurso propuesto por Michel Foucault. El análisis de estos contenidos deja claro que la publicación intentó crear un nuevo ideal de hombre con un proyecto que incidía directamente en otra masculinidad/virilidad, lo cual generó nuevos conflictos y tensiones de género.

Palabras clave | virilidad; masculinidad; revista *Playboy*; discurso; Brasil; estudios de género.

Introdução

Observar o passado e construir uma narrativa histórica é trazer à tona uma interpretação do que se elaborou, em termos de práticas e representações sociais, a respeito de um determinado período e/ou de um determinado processo histórico. Disso decorre a importância da ciência histórica, pois, segundo Jorn Rusen¹, “o passado é interpretado e se constitui em uma história que passa a ter uma função na cultura contemporânea”, que é a de investigar as pressões sociais exercidas sobre os homens para mantê-los inseridos naquilo que é considerado “normal” pelos discursos vigentes nas sociedades do presente. Assim, ao voltar o nosso olhar para a década de 1980 no Brasil, possibilita-nos identificar mudanças, rupturas e, principalmente, a continuidade de diversas representações acerca das masculinidades no tempo presente. Para Michel Foucault², os sujeitos são construídos historicamente e, portanto, são frutos de uma constituição permanente, engendrada em relações de saber-poder que envolvem questões políticas, econômicas e sociais. Da mesma forma, a masculinidade faz parte dessa construção dos sujeitos e passa a ser materializada na cultura com inúmeros regimes discursivos e não discursivos, como família, escola, trabalho, sexualidade, raça/etnia, religiosidade e, nas últimas décadas, com um peso maior, as mídias. De sua influência na constituição dos sujeitos e, principalmente, das masculinidades, decorre o interesse em estudar fontes periódicas, pois nelas se encontram discursos e representações que podem produzir determinadas práticas, influenciar sujeitos e modos de ser “homem”. Todavia, essa construção não é pacífica — ela é marcada por tensões e disputas, das quais há diversas hierarquias e diversos projetos de masculinidade.

Nesse emaranhado de possibilidades, optou-se por analisar a revista *Playboy* Brasil, pois esse periódico trabalhava constantemente com uma ideia de novo homem. A revista *Playboy*, editada pelo grupo Abril, chegou ao Brasil em um momento de segmentação do mercado editorial, ocupando um espaço voltado ao público masculino. Chegou às bancas brasileiras em 1975, mas, por conta da censura, seu título internacional foi substituído por *Revista do Homem*. Só em 1978, com o fim da proibição de títulos internacionais no país, passou a utilizar o nome *Playboy*. Desde seus primeiros anos, a revista se constituiu como um manual voltado ao homem urbano ou ao “novo homem”, como a própria revista denominava seus leitores. Com seus editoriais, reportagens, entrevistas, colunas e, principalmente, com a publicidade, a revista *Playboy* forneceu descrições textuais e visuais daquilo que era conveniente para compor esse novo homem, nos mais variados aspectos do cotidiano, compreendendo desde economia até relacionamento afetivo e sexual, vestuário, beleza, lazer, entre outros. Com essa ideia de um novo homem, projetou também um modelo específico de masculinidade.

1. Jorn Rusen, *A constituição narrativa do sentido histórico* (Brasília: Universidade de Brasília, 2001), 154.

2. Michel Foucault, “O sujeito e o poder”, em Michel Foucault: *uma trajetória filosófica — para além do estruturalismo e da hermenêutica*, eds. Paul Rabinov e Hubert Dreyfus (Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1995).

Já o recorte temporal está estabelecido na década de 1980, uma vez que, a partir desse período, a sociedade brasileira passou por significativas transformações, decorrentes do fim da ditadura militar e do início do processo de redemocratização. Além disto, elencou-se essa década como ponto de partida por ser esse um período em que se passou a contestar e modificar costumes moralizantes. Essa década também é significativa a partir do ponto de vista moral; afinal, é em 1980 que, por exemplo, se publica o primeiro nu frontal, e, a partir disso, as investidas sobre o corpo e a sexualidade tomam o espaço público como arena de discussão. As transformações dos anos de 1980, no plano cultural, representou maior liberdade para os brasileiros, tanto em expressão quanto em comportamento. Essa mudança foi fundamental para o sucesso da revista *Playboy* no Brasil e para a consolidação do chamado “novo homem”.

Ao longo das análises, percebeu-se, que por trás da ideia de “novo” da revista *Playboy*, encampava-se também outra concepção de masculinidade. Nesse período, os homens se confrontaram com diversas possibilidades identitárias de ser, de se reconhecer, de se compreender e de se apresentar socialmente relativamente aos conceitos de homem e de masculino. No entanto, essas possibilidades, apesar de oferecidas como novas, não passavam de velhas padronizações de comportamento. Dessa feita, os questionamentos que dão rumo a esta pesquisa buscam compreender o que havia de “novo” nessas representações de homens e masculinidades; como se operacionalizou essa ideia do novo; em que medida esse novo estabeleceu uma ruptura. Diante dessas questões, busca-se elucidar a produção discursiva da revista sobre o homem e a masculinidade, tendo em vista que este trabalho busca compreender os critérios estabelecidos pela revista com relação a esse “novo homem” e à sua masculinidade.

A ideia de masculinidade é construída socialmente e está relacionada com aspectos temporais, econômicos, culturais e, principalmente, com as relações de poder, já que, em se tratando de uma masculinidade heterossexual e normativa, deve-se também pensar no poder em suas mais variadas formas. Essas relações, segundo Michel Foucault³, não são únicas e coesas. São exercidas por um grupo sobre outros e compostas por relações de força desiguais e difusas, quer dizer, o poder vem de todos os lugares, e nem sempre é coercitivo, mas produtor de discursos, verdades e saberes. O poder também não é absoluto sobre os sujeitos; afinal, esses podem agir de maneira contrária e oferecer resistência aos moldes. Nessas relações de poder, está imbricada a disputa das várias masculinidades, pois os estudos do masculino têm evidenciado que ser homem não é sempre igual. Há uma mudança substancial ao longo do tempo. Da mesma forma, a masculinidade também encampa várias formas e significações. Nesse contexto, ser homem pobre, rico, branco, negro, homossexual ou heterossexual, por exemplo, implica vivências e trajetórias distintas, marcadas por discursos e práticas específicos para cada um desses recortes. Essas ideias permitem ampliar o entendimento da masculinidade com diferentes concepções, interseccionalidades e mutabilidades, na qual o

.....
3. Michel Foucault, *A ordem do discurso* (São Paulo: Loyola, 1996).

gênero é mais que papéis ou funções de homens ou mulheres – é um organizador social e cultural –, estando, portanto, além dos sujeitos⁴.

Para a realização deste estudo, fez-se uma detalhada investigação em fontes documentais. Pesquisaram-se as edições da revista *Playboy* da década de 1980, ou seja, entre a edição n.º 6 e a de n.º 173. Seleccionaram-se, para a análise, duas seções diretamente ligadas à ideia de novo homem e à sua masculinidade. Uma das seções era intitulada “Pontos de vista sobre a condição masculina hoje”; nela, discutiam-se as subjetividades da vida cotidiana do homem diante das mudanças sociais da década de 1980. A segunda seção, que serve como um contraponto à primeira, é uma coluna exclusiva para mulheres, intitulada “O que vai pela cabeça de quem mais interessa aos homens”. Nela, encontra-se a opinião de várias mulheres para promover certo debate em assuntos geralmente ligados a sexo e aos homens.

Em termos epistemológicos, este trabalho parte das contribuições da História do Tempo Presente, que tem mobilizado inúmeros pesquisadores num movimento de renovação historiográfica, com ampla valorização da interdisciplinaridade, das mídias e das culturas políticas, do diálogo e da ampliação do uso das fontes, além de um maior entendimento com as demais ciências sociais, o que permite rediscutir a valorização dos atores, individuais e coletivos, e seus discursos, recusando explicações deterministas e totalizantes. Já no aspecto metodológico, os textos dessas duas seções foram analisados a partir da ótica da análise do discurso proposta por Michel Foucault.

O estudo das masculinidades: uma breve revisão

Os estudos sobre masculinidades no Brasil ganham expressão a partir da década de 1990, quando passaram a despertar maior interesse junto aos historiadores/as, o que provocou um maior adensamento de pesquisas com essa temática. No período, os/as pesquisadores/as se voltaram a outras formas de analisar as masculinidades, não se restringindo ao campo histórico, mas mostrando-se plurais e interdisciplinares. Antropologia, Sociologia e Literatura foram as áreas do conhecimento que mais influenciaram os estudos históricos sobre o tema. Além dessa interdisciplinaridade, encontra-se, em tais estudos, a forte presença das reflexões de Miguel Vale Almeida⁵ e R. Connell⁶, que contribuíram para a

.....
4. Claudia Eccel, *Subjetividades contemporâneas, trabalho e masculinidades* (Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2009), 27.

5. Miguel Vale de Almeida, “Gênero, masculinidade e poder: revendo um caso do sul de Portugal”, *Anuário Antropológico* 20, n.º 1 (1996): 161-189; “Masculinidade”, em *Dicionário da Crítica Feminista*, eds. Ana-Gabriela Macedo e Ana-Luisa Amaral (Porto: Afrontamento, 2005), 122-123.

6. Raewyn Connell, “Masculinidade hegemônica: repensando o conceito”, *Revista de Estudos Feministas* 21, n.º 1 (2013): 241-282, <https://doi.org/10.1590/S0104-026X2013000100014>; *Masculinidades* (Cidade do México: Universidad Nacional Autónoma de México, Programa Universitario de Estudios de Género, 2003); “Masculinities and globalization”, *Men and masculinities* 1, n.º 1 (1998): 3-23; “Políticas da masculinidade”, *Revista Educação e Realidade* 20, n.º 2 (1995): 185-206.

ampliação das discussões acerca do assunto. O primeiro deles ocupava-se como conceito de masculinidade; o segundo, abordava uma perspectiva hegemônica.

A gênese desses estudos no Brasil se deu em forma de coletâneas ou dossiês, tais como: *Homens e masculinidades: outras palavras*⁷, organizada por Margareth Arilha, Sandra Ridenti e Benedito Medrado, em 1998; o dossiê *Cadernos Pagu*⁸, publicado em 1998, com o título *Masculinidades*; a *Revista Estudos Feminista*⁹, publicada também em 1998, com uma seção dedicada às masculinidades. Em 2013, voltou a publicar um dossiê sobre o tema, com uma revisão do conceito de masculinidade hegemônica de Connell. Com relação à História, destacam-se os estudos pioneiros de Durval Albuquerque¹⁰, Vanderlei Machado¹¹, Pedro Castelo Branco Vilarinho¹², entre outros. Além daqueles do campo historiográfico, os trabalhos de grande destaque no Brasil são os do psicólogo Sócrates Nolasco¹³, do sociólogo Pedro Paulo Oliveira¹⁴ e, mais recentemente, o trabalho do psicólogo Benedito Medrado¹⁵. Todos são relevantes e pertinentes, pois partem de uma abordagem ancorada em estudos de gênero, contribuindo para o fortalecimento do campo. O gênero tem sido cada vez mais usado como referência para qualquer construção social ligada à distinção entre masculino e feminino, incluindo as construções que separam os corpos das mulheres dos corpos dos homens. Essa forma de utilizar a categoria gênero emerge quando muitos investigadores percebem que a cultura produz não somente as subjetividades, mas também as maneiras como o corpo é apresentado. Para Joan W. Scott, “o gênero é a organização social da diferença sexual, mas isso não significa que o gênero reflita ou produza diferenças fixas e naturais entre mulheres e homens”¹⁶. Entretanto, para a autora, o gênero é o conhecimento que estabelece significados para as diferenças corporais.

Em decorrência disso, vários pesquisadores abordam a discussão dessa masculinidade como construção social e histórica, além de ser apresentada também como a maneira “mais correta” de ser e viver como homem dentro de uma determinada temporalidade e espaço

7. Margareth Arilha, Sandra Ridenti e Benedito Medrado, *Homens e masculinidades: outras palavras* (São Paulo: Ecos, 1998).

8. *Cadernos Pagu*, n.º 11 (1998), dossiê: trajetórias do gênero, masculinidades..., <https://www.pagu.unicamp.br/pt-br/trajetorias-genero-masculinidades-1998-11>

9. *Revista Estudos Feministas* 6, n.º 2 (1998), <https://periodicos.ufsc.br/index.php/ref/issue/view/308>

10. Durval Albuquerque, *Nordestino: uma invenção do falo: uma História do gênero masculino (Nordeste - 1920/1940)* (Maceió: Catavento, 2003).

11. Vanderlei Machado, *O espaço público como palco de atuação masculina: a construção de um modelo burguês de masculinidade em Desterro (1850-1884)* (Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina, 1999); *Entre Apolo e Dionísio: a imprensa e a divulgação de um modelo de masculinidade urbana em Florianópolis 1889-1930* (Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2007).

12. Pedro Castelo Branco Vilarinho, *História e masculinidades: a prática escriturística dos literatos e as vivências no início do século XX* (Teresina: Universidade Federal do Piauí, 2008).

13. Sócrates Nolasco, *A desconstrução do Masculino* (Rio de Janeiro: Rocco, 1995).

14. Pedro-Paulo Oliveira, *A construção social da masculinidade* (Belo Horizonte e Rio de Janeiro: Universidade Federal de Minas Gerais e Instituto Universitário de Pesquisas do Rio de Janeiro, 2004).

15. Benedito Medrado, *Homens e masculinidades: práticas de intimidade e políticas públicas* (Recife: Instituto PAPAI, 2010).

16. Miriam-Pillar Grossi, Maria-Luiza Heilborn e Carmen Rial, “Entrevista com Joan Wallach Scott”, *Revista Estudos Feministas* 6, n.º 1 (1998): 2, <https://periodicos.ufsc.br/index.php/ref/article/view/12037>

social. Consequentemente, surgem, em contraposição, as masculinidades subordinadas. Todavia, na análise do sociólogo Pedro Paulo Oliveira, a masculinidade “é um lugar simbólico/imaginário de sentido estruturante nos processos de subjetivação. [...] Uma significação social, um ideal culturalmente elaborado, ou sistema relacional que aponta para uma ordem de comportamentos socialmente sancionados”¹⁷. Para Michel Foucault¹⁸, o dispositivo da sexualidade parte da institucionalização da gestão da população e visa não proibir as práticas desviantes, mas “rotulá-las” e sujeitar a própria população a uma coerção microfísica. Quer dizer, os próprios sujeitos foram apontando para as práticas consideradas corretas. O referido autor demonstra também que cada sociedade produz discursos que são construídos a partir de regimes de verdades, que são “o conjunto de regras segundo as quais se distingue o verdadeiro do falso e se atribuem ao verdadeiro efeitos específicos de poder”¹⁹.

Nesse sentido, percebe-se a constituição de sujeitos por meio de discursos tomados como um conjunto estratégico de práticas sociais. No campo das masculinidades, pode-se afirmar que a que é considerada por determinada sociedade como a mais “verdadeira” é, por consequência, tida como mais “legítima” do que as outras, exercendo, assim, uma pressão sobre as outras e sobre ela própria²⁰. De tal modo, compreende-se que a masculinidade é uma ideia socialmente construída, que se relaciona com aspectos temporais, sociais e culturais. A masculinidade, nessa lógica, seria um projeto construído e mantido coletivamente em contextos específicos. Mesmo empregando o conceito hegemônico, não se deve entendê-lo sempre em uma relação de poder de cima para baixo. Isso porque, na perspectiva de Foucault²¹, as relações de poder não são únicas e coesas, exercidas por um grupo sobre outros, mas compostas por relações de força desiguais e difusas; ou seja, o poder vem de todos os lugares, e nem sempre é coercitivo, mas produtor de discursos, verdades e saberes. O poder também não é absoluto sobre os sujeitos, porquanto assim como eles podem se constituir conforme as normas, também podem agir de maneira contrária e estabelecer resistência aos moldes, o que leva à masculinidade a ser tanto um projeto coletivo quanto individual.

O estudo da masculinidade exige uma abordagem plural, pensada a partir das dinâmicas da categoria gênero, a qual ajuda a problematizar as diferentes masculinidades e suas interações com os homens. Essa categoria é relacional, diz respeito a relações entre homens e mulheres, entre mulheres e mulheres, e entre homens. Isso não significa que se compreendam os homens como vítimas, pois não se pode vitimizar quem está socialmente no poder. Neste trabalho, os homens são analisados como detentores de inúmeros privilégios, dos quais não desejam abrir mão, razão por que também podem sofrer com as

17. Oliveira, *A construção social*, 13.

18. Michel Foucault, *A história da sexualidade: a vontade de saber*, vol. 1 (Petrópolis: Vozes, 2011), 1:13.

19. Foucault, *A história da sexualidade*, 1: 13.

20. Grazielle Tagliamento, “Com a palavra, o prover: uma análise das masculinidades produzidas em contextos familiares nos quais a mãe é a provedora” (dissertação de mestrado, Universidade Federal de Santa Catarina, 2007), 19.

21. Foucault, *A ordem*, 5-79.

relações de poder. Uma análise da *Playboy*, ancorada nas perspectivas de gênero, ajuda a compreender as normatizações que a revista estava prescrevendo para os homens a partir de um modelo de masculinidade e virilidade que se complementava, e se transformava na base de sustentação para construir esse “novo homem”. De origem estadunidense, a revista, quando iniciou sua circulação no Brasil, trouxe consigo esse discurso do “novo”. Victor Civita, diretor do grupo Abril, na primeira edição, em 1975, escreveu que estava lançando “uma nova revista para o novo homem de um país que se transformava dia a dia”²².

Não seriam apenas novos tempos em relação ao cenário cultural, econômico e comportamental, mas também quanto ao de um “novo homem”. Pela análise da *Playboy*, na próxima seção, buscar-se-á problematizar essa ideia de “novo homem”, seus processos, estratégias e práticas sociais que produziram discursos e podem ter induzido seus leitores, tanto homens quanto mulheres, a assumir um padrão ideal. Isso porque tal discursividade nunca foi voltada exclusivamente a homens, já que a construção do homem pela revista se dava também através de um modelo ideal de mulher. Assim, analisar os discursos desse periódico responde à problematização apresentada pelos estudos de gênero, que mostram “como operam alguns dispositivos e práticas culturais para construir nossas concepções sobre o mundo e coordenar as formas como agimos”²³.

Entre masculinidade e virilidade

Com a luta pela igualdade entre os sexos e com os avanços feministas, a virilidade vem sendo cada vez mais questionada ao longo das últimas décadas. O acesso das mulheres a novos direitos, a partir das décadas de 1960 e 1970, e a reorganização dos papéis sexuais na esfera pública e privada ocorreram de forma que desestabilizaram a virilidade do homem contemporâneo, expondo sua fragilidade²⁴. Este seria também um indício da chamada “crise da masculinidade”, na qual os homens tiveram seus privilégios questionados. Ao final do século XX, segundo Courtine²⁵, a virilidade entrou em uma turbulência cultural, marcada por um campo de incertezas e um período de grande mutação. A virilidade se fundou como natureza no corpo, baseada numa imagem de força, agressividade e potência sexual, acompanhada sempre de uma face oculta de temor da vulnerabilidade e do enfraquecimento sexual, de tal modo que o autor se pergunta “como compreender que uma representação baseada na força, na autoridade e no domínio tenha acabado por parecer frágil, instável e contestada?” O que se deve entender disso

22. Vitor Civita, “De homem para homem”, editorial, *Revista Playboy*, primeira edição (1975): 3-4.

23. Marisa Costa, *Estudos Culturais em Educação: mídia, arquitetura, brinquedo, biologia, literatura, cinema* (Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2000), 9.

24. Jean-Jacques Courtine, “Impossível virilidade”, em *História da Virilidade*, ed. Jean-Jacques Courtine (Petrópolis: Vozes, 2013), 10.

25. Courtine, “Impossível virilidade”, 11.

é uma redefinição das identidades sexuais, pois as formas tradicionais de dominação masculina, mesmo não tendo desaparecido, não encontraram mais a facilidade do silenciamento do outro, assim como as convenientes indiferenças²⁶. Pierre Bourdieu, nesse sentido, afirma:

O privilégio masculino é também uma armadilha, que impõe a cada homem o dever de afirmar, em qualquer circunstância, a sua virilidade [...] A virilidade, entendida como capacidade reprodutiva, sexual e social, mas também com aptidão para o combate e para o exercício da violência, é antes de tudo uma carga. Tudo concorre para fazer o ideal da impossível virilidade o princípio de uma imensa vulnerabilidade.²⁷

A questão principal não é vitimizar os homens, mas questionar se *os homens desejam livrar-se desse peso e abrir mão dos seus privilégios*. Essa questão serve de reflexão, pois se compreende que a revista *Playboy*, mesmo encampando “outra masculinidade”, não renunciou os privilégios dos homens ao apresentar essa masculinidade em sua forma dominadora; por isso, ainda dominada pelas pressões do ser e se fazer masculino e viril. Em face de tais questionamentos, busca-se compreender não como surge historicamente o conceito de virilidade, mas entender como a virilidade é construída no sujeito homem e como ela influi numa projeção de masculinidade. Parte-se do entendimento de que os comportamentos sociais não nascem com o sujeito, mas são construídos; ou seja, é o conjunto da civilização que elabora e reelabora o que chamamos “viril”. Assim, não se nasce viril; torna-se viril. Essa construção começa muito cedo, desde a infância, pois os meninos são levados a interiorizar formas de pensamento e maneiras de agir que os preparam para tomar uma posição de dominação e poder²⁸.

Por sua vez, é na juventude que se estabelece definitivamente o comportamento viril. O homem jovem só é considerado viril quando sua entrada na comunidade dos homens adultos tiver sido preparada por diversas etapas e validada por diferentes ritos, por exemplo, a iniciação sexual. Nas classes médias e abastadas, destaca-se também a participação dos jovens em grupos de escotismo, cujos métodos pedagógicos e forma de organização servem como modelo e arquétipo dessa formação pelo enquadramento dos *lazer*es juvenis²⁹. Essa virilidade, todavia, não é apenas construída na infância e na adolescência. Pelo resto da vida adulta, os homens são disciplinados a seguir uma determinada virilidade em um constante ato de pedagogização. Essa contínua construção do sujeito se dá por técnicas que Foucault chama “disciplinamento e adestramento”. No caso da virilidade, é preciso, desde a infância até a vida adulta, inculcar valores de coragem, força e autocontrole para que a virilidade se estabeleça.

26. Courtine, “Impossível virilidade”, 11.

27. Pierre Bourdieu, *A dominação masculina* (Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2005), 75.

28. Arnaud Baubérot, “Não se nasce viril, torna-se viril”, em *História da virilidade*, ed. Jean-Jacques Courtine (Petrópolis: Vozes, 2013), 190.

29. Baubérot, “Não se nasce viril”, 198.

Já na vida adulta, mais do que aprender a ser forte, os homens deveriam demonstrar a sua força e não expor as suas fraquezas, pois temiam, acima de tudo, ser descobertos na sua vulnerabilidade e reconhecidos na sua impotência. Em decorrência disso, a dominação masculina, para Claudine Haroche³⁰, pode ser compreendida também como uma tentativa de dominação de impotência masculina, pois alguns homens, em nome da virilidade, são levados a continuamente colocar o outro em posição de fraqueza, física ou mental. Entre essas várias instituições, pode-se tomar a medicina como um exemplo discursivo que legitimou e concedeu privilégios masculinos, definindo a virilidade por meio de dois critérios: solicitando a masculinidade do sujeito e exigindo o desempenho sexual. Até o século XX, essas exigências estavam ligadas a critérios anatômicos para o masculino e fisiológicos para a potência sexual. Dessa forma, a medicina intervinha, tradicionalmente, na questão da virilidade no momento de avaliar como “incerta”, ou seja, no momento de declarar uma impotência sexual³¹.

Da medicina se tem outro desdobramento de um saber: a sexologia. No século XX, a sexualidade se tornou objeto de estudo, mormente da sexologia, inclinando-se mais para as práticas do inconsciente e da intimidade. No Brasil, esses saberes passaram progressivamente a ocupar os espaços midiáticos, especialmente a partir da década de 1980. A sexologia intervinha em dois níveis na construção da virilidade: de um lado, rompia com o caráter secreto e privado da sexualidade e informava sobre as maneiras de fazer sexo; de outro, contribuía com essa informação para modificar práticas, propondo modelos alternativos ou desinibindo-as³². Sobre a sexologia, e seus efeitos sobre os sujeitos, Anne Carol discute:

A sexologia dissemina, para um grande público, conhecimentos sobre a anatomia da genitália, a psicologia do coito, as técnicas do gozo. Esses conhecimentos têm um poder normativo, inegável, conferido pela especialidade médica pela “verdade” das estatísticas e pela moral sexual subjacente. O papel normativo desta intermediação foi abundantemente sublinhado, na verdade, denunciado, em particular o “dever do orgasmo”, sucedendo o “direito”, que faz pesar uma dupla coerção: sobre a mulher, intimada a experimentá-lo sob pena de ser taxada de frigidez, e sobre o homem, intimado a proporcioná-lo a sua parceira.³³

O saber médico (anatômico ou sexológico) não foi o único discurso sobre sexo e virilidade. Outras linguagens e discursos foram importantes para a construção da virilidade, por exemplo, as revistas eróticas³⁴ e o cinema pornográfico. Ambos são percebidos

30. Claudine Haroche, “Antropologias da virilidade: o medo da impotência”, em *História da virilidade*, ed. Jean-Jacques Courtine (Petrópolis: Vozes, 2013), 29.

31. Anne Carol, “A virilidade diante da medicina”, em *História da Virilidade*, ed. Jean-Jacques Courtine (Petrópolis: Vozes, 2013), 35.

32. Carol, “A virilidade diante da medicina”, 50.

33. Carol, “A virilidade diante da medicina”, 57.

34. Na revista *Playboy*, esses discursos visavam ensinar aos homens uma forma de levar sua parceira ao orgasmo como um predicado da virilidade desse novo homem.

como uma forma de iniciação ao mundo sexual, principalmente no momento em que as técnicas contraceptivas dissociam a sexualidade da procriação. Por consequência, abre-se a possibilidade de múltiplas experiências para ambos os sexos. Nessa concepção, a virilidade passou a se expressar na capacidade sexual do sujeito, o que levou ao surgimento de um problema. De forma orgânica e fisiológica, o desempenho sexual passa a ser progressivamente diminuído ao longo da vida adulta em direção à velhice. Muitos dos discursos sobre virilidade na revista *Playboy*, na década de 1980, eram voltados, consequentemente, aos homens jovens – situados na faixa etária dos 25 aos 40 anos, sob a justificativa de que essa idade constituiria o ápice de sua capacidade sexual.

Em uma matéria especial sobre o corpo dos homens dos 20 aos 50 anos, publicada em 1988, buscou-se, com base num saber médico, quantificar a vitalidade de seu desempenho sexual. Segundo a matéria, aos 20 anos, os homens têm uma média anual de 104 orgasmos, mas ressalta que a maioria deles seria por meio da masturbação. Aos 30, a plenitude do desempenho sexual seria vivida, com 121 orgasmos por ano e com uma duração prolongada. Aos 40 anos, esse desempenho cairia para 84, pois, segundo a revista, nessa época da vida, a qualidade dos orgasmos superaria a quantidade. Já aos 50 anos, apenas se afirma que as coisas não eram mais como antes; entretanto, não haveria necessidade de se desesperar³⁵. Entende-se que a revista estava sugerindo a impotência sexual a partir dos 50 anos. Buscou-se enquadrar, nesses discursos, todos os sujeitos dentro de condicionamentos para o orgasmo e para a sua quantificação. Através do saber médico a respeito do estudo da fisiologia humana, concluiu-se que, na faixa dos 20 aos 40 anos, o corpo do homem passava por mudanças. No desempenho sexual, decaía a quantidade de ereções, mas isso poderia ser equilibrado com um aumento da qualidade. Nesse sentido, a *Playboy* inscreve seus discursos no corpo dos homens. A partir de manuais sobre sexo e sedução, a revista busca ensinar aos homens como aumentar o seu prazer e como dar prazer, mostrando que, na vida adulta, a qualidade importa muito mais que a quantidade. Essa diminuição da frequência sexual não transformaria o sujeito em “menos homem”; ao contrário, ele estaria aperfeiçoando a sua sexualidade e reafirmando a sua virilidade.

A emancipação das mulheres trouxe a liberação de novos costumes e a liberdade sexual, o que, por consequência, no âmbito das masculinidades e da virilidade, levou a um efeito paradoxal destacado nas páginas da revista: a necessidade e o desejo de satisfazer a parceira com o orgasmo. Em vista disso, é possível encontrar, em diferentes edições, várias discussões para estimular os homens a conhecer o corpo feminino, com o objetivo de fazer com que sua virilidade pudesse ser reafirmada pela capacidade de agradar sexualmente a parceira. Para ter mais prazer nas relações sexuais, insistia-se que os homens deveriam não apenas conhecer o seu corpo, mas também conhecer a fundo o corpo feminino. Por conta

35. Revista *Playboy*, edição 6 (1988): 121-129.

disso, o corpo feminino foi pauta de várias edições da revista, principalmente quando a intenção era fazer com que os homens descobrissem o “famoso ponto G”, zona erógena vaginal que se supõe ter um enorme potencial orgástico. Abordou-se também a necessidade de as mulheres descobrirem o “verdadeiro orgasmo”, o qual seria proporcionado pelo “bom desempenho” do homem.

A partir desses discursos, e dessas novas tramas, constituía-se o novo peso da virilidade. A força física não era mais o definidor da virilidade. Agora, seria viril o homem que chegasse a dar à sua parceira, no sexo, o verdadeiro orgasmo, elevando a qualidade da relação sexual. A virilidade começava a ser apresentada na *Playboy* como capacidade sexual, mas não em quantidade, e sim em qualidade. Os seus discursos passaram a interferir no corpo dos homens que levavam em conta esses “manuais”, que, de forma quase que pedagógica, ensinavam-lhes como deveriam abordar as mulheres para conquistá-las. Nesse contexto, tem-se uma coluna intitulada “A doce vida de *Playboy*”, na qual foi apresentada uma matéria que apontava o “in” e o “out” da sedução:

IN: olhar sério para a moça com um ar de elegante deslumbramento; levar o café da manhã para a namorada; dançar a dois (mostrando que alguns homens ainda gostam); flores (porque não engordam); telegrama fonado de amor, citando um poema de Drummond; pagar à vista (sempre).

OUT: piscar o olho, e mandar torpedos através do garçom; boliná-la debaixo da mesa sem aviso prévio; cartão de crédito; discoteca; esperar que ela lhe trouxesse o café da manhã.³⁶

Essa coluna mostra a virilidade operacionalizada pela revista, a qual deveria, sobretudo, ser romântica e sensível. Entretanto, os sujeitos que assumiam para sua vida essa postura não deixavam de “ser homens”. A *Playboy* mostrou a seus leitores que novos comportamentos poderiam ser adotados sem abalar a virilidade heteronormativa. Essa sensibilidade seria uma arma para um jogo de conquista e sedução; ou seja, ser próximo às mulheres não faria do homem uma mulher ou o transformaria em afeminado; pelo contrário, isso o tornaria um “novo homem”, como a própria revista apontava. Nessas passagens, não só a virilidade estava sendo construída. Por trás desses discursos, encontramos também normativas corporais. Por exemplo, quando se afirmava dar “flores” porque “não engordam”, não apenas se desqualificava as mulheres não magras, como também se reafirmava o ideal de beleza apresentado e personificado pelas imagens que a revista trazia da nudez feminina. As imagens e os discursos mostravam que ser bonita era ser magra e jovem.

Ser homem era algo muito mais complexo do que apenas ter os traços inscritos no corpo; era portar “um conjunto de atributos morais de comportamento, socialmente

.....
36. Revista *Playboy*, edição 147 (1987): 25.

sancionados e constantemente reavaliados, negociados e lembrados”³⁷. Nas páginas da *Playboy*, encontram-se essas formulações, pois ser homem foi algo apresentado e afirmado a cada edição. Mediante a discussão de assuntos tidos como masculinos, de âmbito privado, a revista não só tornava isso público, como também prescrevia o que era ser homem. Em agosto de 1989, em uma matéria especial, discutiram-se novas posturas e atitudes para o que se dominou “novo homem”. Era uma edição comemorativa de 14 anos da revista. Nela, encontra-se uma síntese dos discursos sobre como os homens deveriam ser e agir, criando, assim, um ideal a ser seguido:

O novo homem começa a tirar a carga de super-herói dos ombros e respira aliviado. Pode, enfim, se mostrar menos intocável e assumir que também é frágil e sensível. A grande novidade é que *descobrimos a emoção*. Educadas durante gerações e gerações para permanecerem à sombra dos homens, *as mulheres viraram a mesa*. Nos anos 60 e 70, saíram às ruas, protestaram, exigiram seus direitos e, as mais radicais, até queimaram sutiãs em praça pública. *Reclamaram e conquistaram*. Enquanto isso, os homens, que cresceram com a missão de se transformarem em adultos fortes e seguros, assistiam perplexos. Muitos ficaram surpresos, muitos irritados e alguns solidários. Só que a maioria perdeu o rumo e lentamente passou a questionar os valores que tinham como corretos.³⁸

A revista afirmava, da mesma forma que os discursos masculinistas, que, no decorrer da década de 1970, com os movimentos feministas que reivindicavam seus direitos e garantiam mudanças para as mulheres, os homens, por consequência, teriam se sentido perdidos. Esses movimentos haviam mudado estruturas seculares de dominação. Então, para a revista, caberia aos homens adaptar-se a esses novos tempos, buscando reorganizar-se e encontrar um ponto vantajoso nessa mudança. A matéria evidencia também as prescrições de gênero que se ofereciam a homens e mulheres. Quando se afirmava: “Reclamaram e conquistaram”, diminuía-se o ato político dos movimentos feministas, pois esse movimento havia mobilizado diversas agendas e lutas de enfrentamento. A mudança masculina, por sua vez, era apresentada como uma revolução, algo grandioso. Assim se desenhavam as diferenças entre gênero, dando importância a uma e diminuindo a outra. A reportagem prossegue mostrando que a velha caricatura do homem “machão” estava com os dias contados, pois isso era considerado algo antigo e ultrapassado. O “novo homem” deveria ser elegante, comedido, urbano e, principalmente, saber se portar com educação em público. A respeito disso, a revista afirmava:

Há algum tempo, o homem que não gostasse de lutas de boxe ou de futebol era automaticamente excluído do mundo dos machões. Com toda a carga de cobranças

37. Miguel Vale de Almeida, *Senhores de si: uma interpretação antropológica da masculinidade* (Lisboa: Fim de Século, 2000), 83.

38. Revista *Playboy*, edição 8 (1986): 64, grifos do autor.

e exigências sociais, se afastou do lado emotivo. Frequentemente ficava confuso e perdido quando tinha de lidar com amor e com sensações. No meio dessa revolução, um velho personagem estava sendo guilhotinado: o machão. [...] nessa escala vertiginosa, as mulheres pagaram preço alto, que, por tabela, atingiu os homens. O endurecimento na disputa pela ocupação de espaço foi mais caro. Mostrando uma agressividade *ramboniana* [alusão aos filmes *Rambo*] para vencer no mercado de trabalho, algumas delas perderam a feminilidade, a delicadeza e o carinho.³⁹

Há muito tempo a revista vinha desconstruindo certas ideias enraizadas, como o entendimento de “força” e “agressividade” como sinônimos de virilidade. Reivindicava-se que esse homem fosse mais sensível, romântico e que pudesse expressar os seus sentimentos, pois aqueles que o conseguissem passariam a ser mais “valorizados” pelas mulheres. Nessas mudanças, segundo a revista, os homens haviam “melhorado” ao adquirir sentimentos. Por sua vez, as mulheres se haviam aproximado daquele antigo homem, afirmando-se que haviam perdido sua delicadeza, carinho e feminilidade. Se os homens haviam “melhorado”, as mulheres estavam “regredindo”. A revista afirmava: “A maioria dos homens sonha com a volta da mulher doce e desejável; o novo homem quer uma mulher moderna, forte e profissional, mas feminina. Feminina, sempre!”⁴⁰. Os discursos giravam em torno de algo novo, de uma sociedade mais liberal; porém, essa ideia de mudança se deu, especialmente, por um constante processo de autocontrole e repressão sobre o corpo; ou seja, os próprios sujeitos foram se disciplinando e esquadrinhando dentro de novos modelos que estavam sendo apresentados. Sobre essas mudanças e a ideia de um novo homem, Ribeiro afirma:

O “novo homem”, da forma como foi configurado pela mídia, é uma tentativa de ordenar alguns padrões da masculinidade após todos os abalos provocados pelos movimentos sociais das últimas décadas. Esse modelo, organizado em suas características, gostos e desejos, constitui uma forma de os homens se encaixarem na modernidade. Ser um “novo homem” significa rejeitar o “machismo” como marca fundamental da masculinidade tradicional. Pressupõe, basicamente, investimentos estéticos e na saúde, a realização de tarefas até então tomadas como obrigações femininas ou próprias às mulheres, valorização do contato e cuidado com os/as filhos/as, respeito e valorização da mulher em suas buscas profissionais, refutação do valor da virgindade feminina, entre outros aspectos.⁴¹

39. Revista *Playboy*, edição 8 (1989): 65-66.

40. Revista *Playboy*, edição 8 (1989): 66.

41. Cláudia-Regina Ribeiro, “Uma nova pedagogia da sexualidade para homens: discursos midiáticos e suas reverberações”, *Physis Revista de Saúde Coletiva* 23, n.º 2 (2013): 467, <https://www.scielo.br/pdf/physis/v23n2/v23n2a08.pdf>

Na organização do periódico, o verdadeiro homem era aquele que poderia ter todas as mulheres; afinal, ao longo dos discursos, os homens foram ensinados a conquistá-las. Os manuais da revista, normativos e prescritivos, buscavam “ensinar” aos homens desde conseguir as mais belas mulheres até ter o melhor sexo possível, pois isso seria o predicado para a nova virilidade. Quando se pergunta “quem era o homem Playboy?”, deve-se olhar, primeiro, para os leitores, pois eles ajudam a se ter essa compreensão. A revista era dirigida a um público-leitor masculino muito particular – homem heterossexual, branco, urbano, moderno, de classe média-alta e, geralmente, sem um estado civil definido.

Em suas páginas, os homens poderiam ser casados ou solteiros. Isso era o que menos importava; afinal, os discursos serviriam para ambos. Aos solteiros, por exemplo, ensinava-se a ser galante e conquistador com as mais variadas mulheres. Já para os casados, havia seções sobre como manter uma vida dupla e agradar tanto à esposa quanto à amante. Ou seja, independentemente do estado civil, a vida sexual desse homem deveria ser sempre agitada; quase tudo girava em torno do sexo. Além disso, a sua aparência constituía elemento importante, razão pela qual a revista apresentava, de tempos em tempos, diversos editoriais de moda masculina para compor visualmente o que seria esse “novo homem”. Essa operacionalização de ideal masculino passou por diversas representações, sejam nas colunas, matérias e artigos de opinião, sejam pelas imagens de editoriais de moda ou pelos anúncios publicitários. O discurso do novo estava sempre caminhando junto com um ideal de jovialidade, não apenas referente à idade, mas também a atitudes e comportamentos que remetiam a uma liberdade e, por não estar associada a antigos comportamentos, principalmente a uma capacidade de mudança. Pela análise da revista, percebe-se que essa ideia de novo estava muito ligada às transformações da década de 1980, sobretudo com a abertura política do Brasil e o processo de redemocratização do país.

Uma mulher ideal e um “novo homem”

Os homens, segundo o sociólogo Daniel Welzer-Lang⁴², só existem como categoria, grupo ou classe em relação estrutural com as mulheres. Estudar os homens para compreender as suas mudanças passa, em grande parte, pelos efeitos das relações sociais de sexo nas representações e nas práticas masculinas, quer dizer, como os homens enunciam e interpretam certas práticas sociais. A *Playboy* é um campo fértil para possibilitar essas análises, pois apresenta os homens por meio das diferenças em relação às mulheres. É exatamente nessas diferenças, e também na área sexual, que se estabelecem as relações

.....
42. Daniel Welzer-Lang, “A construção do masculino: dominação das mulheres e homofobia”, *Revista Estudos Feministas* 2, no. 9 (2001): 468, <https://doi.org/10.1590/S0104-026X2001000200008>

de gênero e, por consequência, a masculinidade – definindo o que personifica esse novo homem com uma masculinidade normativa. Nas páginas da revista, ao longo da década de 1980, não se veem apenas mulheres nuas em cenas erotizadas que remetem ao cotidiano. Encontra-se, principalmente, uma gama de discursos que ajuda a compor um “ideal” de mulher para legitimar um modelo de masculinidade. Podemos perceber isso na matéria do editor de moda, Fernando de Barros, intitulada “Retrato da mulher perfeita”, na qual narra relatos de dois homens casados (um, em seu sétimo casamento; outro, no sexto), indicando uma listagem de como deveria ser a mulher perfeita:

A mulher perfeita, entre outras coisas, é sexy. Para agradar o marido e fazer inveja aos amigos, nunca para provocar outros homens;

A mulher perfeita não é uma intelectual. Mas segura uma conversa sobre livros envolvendo pelo menos *O nome da rosa*, *A insustentável leveza do ser* e *Perfume*;

A mulher perfeita trabalha fora de casa e ganha bem. Mas volta antes do marido e nunca se mostra cansada;

A mulher perfeita nunca fala das eventuais deficiências do marido diante do chefe dele;

A mulher perfeita não fala do seu primeiro marido. Nem mal nem – muito menos – bem.⁴³

As frases “agradar o marido”, “não é uma intelectual”, “trabalha fora de casa e ganha bem”, “não fala do seu primeiro marido” mostram um fetiche dos homens ou dos leitores da *Playboy* pela mulher bela e recatada, mesmo que as queiram independentes e ganhando bem. Nessa matéria, que traz a mulher para o centro da discussão, percebe-se que a revista não estava preocupada com as mulheres, mas com os homens, pois o importante não eram elas, mas eles. As páginas da revista reafirmavam como elas deveriam ser para agradar aos homens, propondo uma representação de mulher ideal que servisse para legitimar uma masculinidade que estava sendo apresentada pela revista. Essa coluna retrata também a visão que se fazia dessa “nova mulher”, aceitando as transformações sociais, mas colocando-as ainda em situação de inferioridade.

A partir desse texto publicado na *Playboy*, pode-se perguntar qual era a diferença das mulheres apresentadas pela revista em 1980 em relação às mulheres de décadas anteriores. Vários estudos no campo da história, como o de Carla Bassanezi⁴⁴, mostram que, em décadas anteriores, os periódicos que pretendiam destinar-se às mulheres apresentavam vários estereótipos e normas que estabeleciam nítidas diferenças entre homens e mulheres de classe média. Na década de 1950, por exemplo, aos homens se destinavam o espaço

.....
43. Revista *Playboy*, edição 138 (1987): 122-123. Grifos do autor.

44. Carla Bassanezi, “Mulheres dos anos dourados”, em *História das mulheres*, ed. Mary Del Priore (São Paulo: Contexto, 1997).

público; às mulheres, as ocupações domésticas e o cuidado com os filhos e o marido⁴⁵. O casamento era primordial para as mulheres não fracassarem no que delas a sociedade esperava. Além disso, segundo Roselane Neckel⁴⁶, as aventuras extraconjugais dos maridos e as situações de infidelidade conjugal eram até mesmo justificadas em algumas revistas, sugerindo o “sofrimento calado das esposas” (“a boa esposa não discutia e não se queixava”). Chama a atenção dessa autora que essas imagens que se divulgavam não necessariamente significavam que era assim que todas as mulheres viviam.

No caso da *Playboy*, essas representações são mais simbólicas do que reais. Pode-se até pensar em um possível exagero dos redatores do texto com relação, por exemplo, à quantidade de casamentos vivenciada pelos personagens do artigo mencionado, como uma forma de exacerbar a sua masculinidade. Entretanto, mesmo podendo não ser reais, tais representações são significativas ao ponto de evidenciar que a forma de ver as mulheres pouco havia mudado em décadas, pois, mesmo admitindo uma maior liberdade sexual e acesso ao mercado de trabalho, elas ainda eram apresentadas como inferiores aos homens. Encontram-se alguns pontos relevantes que mostram o cenário social e cultural da época, após significativas transformações advindas dos movimentos feministas, expressas em algumas afirmações como: “A mulher perfeita trabalha fora de casa e ganha bem. Mas volta antes do marido e nunca se mostra cansada”. Os discursos das publicações pretendiam apenas determinar à mulher o espaço do lar, do privado. Aliás, admitiam o espaço conquistado no mercado de trabalho, inclusive, a independência financeira, pois há muito tempo os movimentos feministas haviam conquistado notoriedade e colocado em prática uma série de agendas que envolviam direitos e conquistas. No que dizia respeito ao mercado de trabalho, porém, as mulheres não podiam ocupar o mesmo lugar que os homens — quer dizer, era uma liberdade restrita e controlada, mostrando que o espaço público ainda não havia sido por elas conquistado em plenitude.

A *Playboy* defendia a ideia de que os homens deveriam ser conquistadores. Para legitimar tal discurso, admitia e divulgava esse modelo ideal de mulher, em certa medida, independente, mas ainda submissa. Todo esse aparato discursivo mostra uma continuidade, algo ainda não mudado com essa nova forma de masculinidade: a objetificação das mulheres. Por mais que houvesse um “novo homem”, sensível e carinhoso, as mulheres, nas relações que se estabeleciam nas páginas da revista, ainda eram tratadas como objetos. A conquista e a sedução eram um jogo. O prêmio final não era apenas uma mulher, mas um troféu a ser exibido ou colecionado na vasta lista de conquista desses homens. Em uma reportagem de 1988, na coluna “Pontos de vista sobre a condição masculina hoje”⁴⁷, vemos um duplo discurso, que, de um lado, defende a liberdade feminina, mas, de outro, nas entrelinhas, coloca a mulher como

45. Bassanezi, “Mulheres dos anos dourados”, 608.

46. Roselane Neckel, “Pública vida íntima: a sexualidade nas revistas femininas e masculinas (1969-1979)” (tese de doutorado, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2004), 21.

47. Revista *Playboy*, edição 12 (1988): 31.

um objeto de desejo exposto por seu marido aos demais. O título da matéria era “Os felizes e orgulhosos maridos das estrelas da capa”. A intenção, entende-se com facilidade, era abordar o orgulho que os maridos tinham em ver suas esposas nas capas da *Playboy*:

Por trás de uma estrela ou modelo famosa, há sempre um homem feliz. Prova disso é o testemunho do rol de invejados maridos ou namorados de algumas das mulheres mais cobiçadas do planeta. [...] a estonteante nudez da modelo Magda Cotrofe também contou com o aval do seu marido, o empresário Robert Magalhães. “O último contrato de Magda com Playboy foi fechado por mim. Graças a ele, apareceram inúmeras oportunidades profissionais”. Orgulhoso com o sucesso da mulher, Robert confessa sofrer inveja de outros homens. “Quando alguém me reconhece na rua, vão logo dizendo: lá vai um felizardo”. [...] o fotógrafo Antonio Guerreiro, que já foi casado com a atriz internacional Sônia Braga, confessa ter sentido um certo orgulho com tantos elogios. “Era algo tipo: Tá vendo? Gostou? Ela é minha!”⁴⁸

Essa ideia de trazer a mulher como um objeto de pertencimento fica evidente quando um dos entrevistados afirma: “Gostou? Ela é minha!” Esse pertencimento, dentro de um novo ideal de homem, que se dizia preocupado com o entendimento do corpo feminino e com suas conquistas, mostra a continuidade de um modelo patriarcal, segundo o qual as mulheres pertenciam aos homens. Mesmo que para a *Playboy* as mulheres tivessem conquistado direitos legítimos, o fato não significava uma liberdade plena. Nesse sentido, pergunta-se se a revista *Playboy* tinha ajudado a construir um novo homem. Percebem-se, ao longo de uma exaustiva análise documental, diversas referências diretas e indiretas sobre um “novo homem”. O periódico legitimou comportamentos e agiu como agência para mantê-los e orientar mudanças. A resposta a essa pergunta, então, é sim. A publicação ajudou a construir um novo homem, porém, em partes: senão na vida prática e cotidiana, pelo menos no plano das representações, essa mudança tem sido efetiva.

Essa noção ou ideia de um novo homem não é nova, tampouco teria sido inaugurada com os aparatos discursivos da *Playboy*. Encontram-se, de tempos em tempos, debates sobre as mudanças com relação a gênero, acompanhados por discussões acerca das transformações comportamentais dos homens. Tais debates ganharam mais destaque a partir da década de 1970, com a emergência de várias masculinidades. Segundo Mark Monteiro⁴⁹, o feminismo tem sido um dos principais motivos para essas discussões, principalmente o da segunda onda, inserido num momento de transformações sociais, culturais, econômicas e políticas. Como consequência dessas mudanças, as masculinidades começaram a se delinear de forma mais concreta — o que explica por que se encontra com uma frequência cada vez maior a expressão “novo homem”.

48. Revista *Playboy*, edição 12 (1988): 31, grifos do autor.

49. Mark Monteiro, “Masculinidades em revista: 1960-1990”, em *História dos homens no Brasil*, ed. Mary Del Priore (São Paulo: Universidade Estadual Paulista, 2013), 339.

Conclusões

Levando em conta o contexto social e cultural da época, marcado por fortes traços patriarcais e rodeado pelo machismo, poder apresentar um homem com sentimentos e interesses até então considerados tipicamente femininos, mas sem perder a sua masculinidade ou ter que se portar com total oposição ao feminino para prová-la, demonstra o início de uma transformação sociocultural. A possibilidade de um “novo homem” – culto, inteligente, preocupado com o corpo e a moda – tornava-se real a partir dos discursos da revista. Seria um homem “civilizado”. Assim, os discursos se voltavam a um padrão masculino composto por homens jovens e que buscavam um novo estilo de vida, marcado por consumo, sexo e conquista de mulheres. Com base no estilo de vida que a *Playboy* apresentava em suas páginas, desenhou-se uma masculinidade para um homem que deveria conhecer melhor o corpo feminino, os prazeres do sexo, além de ser mais “sensível”. No entanto, essas modificações não eram suficientes para afirmar que estaria nascendo um novo homem.

As mudanças que a *Playboy* buscava ilustrar eram transformações na “roupagem”: mudavam-se alguns comportamentos e atitudes, mas as estruturas sociais não haviam sido igualmente modificadas ou abaladas. Os privilégios e a dominação masculina continuavam inalterados. Por trás do discurso do novo, escondiam-se padrões normativos de como os homens deveriam ser e agir diante das mudanças sociais e culturais das últimas décadas. A *Playboy* não fez nascer um novo homem ou uma masculinidade totalmente diferente dos padrões da época; apenas fez uma atualização ao seu tempo. O que, porém, pode ser compreendido como novo em suas páginas foi outra noção de virilidade. Esse foi o grande diferencial da revista e sua grande invenção. A ideia de virilidade publicada em suas matérias passou a ter um novo sentido: ser viril não era ter força física e brutalidade, tampouco ser o protótipo do “macho dominador”. Ser viril passou a significar galanteio e conquista. Era viril o homem que pudesse exercer sua capacidade sexual não em quantidade, mas em qualidade, e isso fez com que as normativas sexuais mudassem.

Dessa feita, desenharam-se sobre os corpos padrões que, segundo Foucault, tinham como foco o poder disciplinador. Todas as investidas sobre comportamentos e atitudes que definiriam o que era “ser homem” e o que era “ser viril” podem ser compreendidas como mecanismos de construção de autoidentidade. Compreende-se, com isso, que a atualização da masculinidade e a promoção de uma nova virilidade constituíram elementos que ajudaram a compor esse homem que a *Playboy* chamou “novo”.

Bibliografia

Fontes primárias

Publicações periódicas

- [1] Revista Playboy. Brasil. 1986; 1987; 1988.

Fontes secundárias

- [2] Albuquerque, Durval. *Nordestino: uma invenção do falo: uma história do gênero masculino (Nordeste – 1920/1940)*. Maceió: Catavento, 2003.
- [3] Arilha, Margareth, Sandra Ridenti e Benedito Medrado. *Homens e masculinidades: outras palavras*. São Paulo: Ecos, 1998.
- [4] Bassanezi, Carla. “Mulheres dos anos dourados”. Em *História das Mulheres*, editado por Mary Del Priore, 607-639. São Paulo: Contexto, 1997.
- [5] Baubérot, Arnaud. “Não se nasce viril, torna-se viril”. Em *História da virilidade*, editado por Jean-Jacques Courtine, 189-220. Petrópolis: Vozes, 2013.
- [6] Carol, Anne. “A virilidade diante da medicina”. Em *História da virilidade*, editado por Jean-Jacques Courtine, 35-81. Petrópolis: Vozes, 2013.
- [7] Connell, Raewyn. “Políticas da masculinidade”. *Revista Educação e Realidade* 20, n.º 2 (1995): 185-206.
- [8] Connell, Raewyn. “Masculinities and globalization”. *Men and masculinities* 1, n.º 1 (1998): 3-23.
- [9] Connell, Raewyn. *Masculinidades*. Cidade do México: Universidad Nacional Autónoma de México – Programa Universitario de Estudios de Género, 2003.
- [10] Connell, Raewyn. “Masculinidade hegemônica: repensando o conceito”. *Revista de Estudos Feministas* 21, n.º 1 (2013): 241-282. <https://doi.org/10.1590/S0104-026X2013000100014>
- [11] Costa, Marisa. *Estudos Culturais em educação: mídia, arquitetura, brinquedo, biologia, literatura, cinema*. Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2000.
- [12] Courtine, Jean-Jacques. “Impossível virilidade”. Em *História da virilidade*, editado por Jean-Jacques Courtine, 7-12. Petrópolis: Vozes, 2013.
- [13] Foucault, Michel. “O sujeito e o poder”. Em *Michel Foucault: uma trajetória filosófica – para além do estruturalismo e da hermenêutica*, editado por Paul Rabinoy e Hubert Dreyfus, 229-249. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1995.
- [14] Foucault, Michel. *A ordem do discurso*. São Paulo: Loyola, 1996.
- [15] Foucault, Michel. *A história da sexualidade: a vontade de saber*, vol. 1. Petrópolis: Vozes, 2011.
- [16] Grossi, Miriam-Pillar, Maria-Luiza Heilborn e Carmen Rial. “Entrevista com Joan Wallach Scott”. *Revista Estudos Feministas* 6, n.º 1 (1998). <https://periodicos.ufsc.br/index.php/ref/article/view/12037>

- [17] Haroche, Claudine. “Antropologias da virilidade: o medo da impotência”. Em *História da virilidade*, editado por Jean-Jacques Courtine, 15-34. Petrópolis: Vozes, 2013.
- [18] Machado, Vanderlei. *O espaço público como palco de atuação masculina: a construção de um modelo burguês de masculinidade em Desterro (1850-1884)*. Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina, 1999.
- [19] Machado, Vanderlei. *Entre Apolo e Dionísio: a imprensa e a divulgação de um modelo de masculinidade urbana em Florianópolis 1889-1930*. Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2007.
- [20] Medrado, Benedito. *Homens e masculinidades: práticas de intimidade e políticas públicas*. Recife: Instituto PAPAÍ, 2010.
- [21] Monteiro, Mark. “Masculinidades em revista: 1960-1990”. Em *História dos homens no Brasil*, editado por Mary Del Priore, 335-358. São Paulo: Universidade Estadual Paulista, 2013.
- [22] Neckel, Roselene. “Pública vida íntima: a sexualidade nas revistas femininas e masculinas (1969-1979)”. Tese de doutorado, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2004.
- [23] Nolasco, Socrates. *A desconstrução do Masculino*. Rio de Janeiro: Rocco, 1995.
- [24] Oliveira, Pedro-Paulo. *A construção social da masculinidade*. Belo Horizonte e Rio de Janeiro: Universidade Federal de Minas Gerais e Instituto Universitário de Pesquisas do Rio de Janeiro, 2004.
- [25] Ribeiro, Cláudia-Regina. “Uma nova pedagogia da sexualidade para homens: discursos midiáticos e suas reverberações”, *Physis Revista de Saúde Coletiva* 23, n.º 2 (2013): 461-487. <https://www.scielo.br/pdf/physis/v23n2/v23n2a08.pdf>
- [26] Rusen, Jorn. *A constituição narrativa do sentido histórico*. Brasília: Universidade de Brasília, 2001.
- [27] Tagliamento, Grazielle. “Com a palavra, o prover: uma análise das masculinidades produzidas em contextos familiares nos quais a mãe é a provedora”. Dissertação de mestrado, Universidade Federal de Santa Catarina, 2007.
- [28] Vale de Almeida, Miguel. “Gênero, masculinidade e poder: revendo um caso do sul de Portugal”. *Anuário Antropológico* 20, n.º 1 (1996): 161-189.
- [29] Vale de Almeida, Miguel. *Senhores de si: uma interpretação antropológica da masculinidade*. Lisboa: Fim de Século, 2000.
- [30] Vale de Almeida, Miguel. “Masculinidade”. Em *Dicionário da Crítica Feminista*, editado por Ana-Gabriela Macedo e Ana-Luisa Amaral, 122-123. Porto: Afrontamento, 2005.
- [31] Vilarinho, Pedro Castelo Branco. *História e masculinidades: a prática escriturística dos literatos e as vivências no início do século XX*. Teresina: Universidade Federal do Piauí, 2008.
- [32] Welzer-Lang, Daniel. “A construção do masculino: dominação das mulheres e homofobia”. *Revista Estudos Feministas* 2, n.º 9 (2001): 460-482. <https://doi.org/10.1590/S0104-026X2001000200008>