

Imagens de homens nas revistas de cuidados infantis: estímulo à paternidade?

Images of men in childcare magazines: stimulus to paternity?

Resumo

Objetivo: Identificar, nas revistas voltadas para o cuidado infantil, quais imagens masculinas são apresentadas, analisando, de maneira crítica, os modelos de comportamento e de sociabilidade divulgados.

Métodos: Pesquisa exploratória e descritiva que analisou a publicação mensal do ramo com maior tiragem no Brasil: a revista Crescer. Analisaram-se imagens fotográficas de homens adultos, no período de um ano, de agosto de 2012 a julho de 2013. O material coletado foi analisado pelo programa Epi Info, na versão 3.5.2, de 2010. Os dados foram cruzados em tabelas produzidas pelo mesmo programa, sendo comparados com os da literatura presente sobre o tema.

Resultados: Identificaram-se 1.613 fotos que retratavam a presença de seres humanos. Dessas, somente 217 (13,45%) apresentavam imagens de homens adultos. Nem todas as imagens foram produzidas pela revista. Das 217 fotos de homens encontradas, 28,2% eram propagandas ou foram enviadas pelo leitor; portanto, não continham participação da equipe editorial. Na maioria das vezes (51,6%), o homem era retratado sozinho. Quando existiam crianças, as imagens retratavam fotos de família (10,6%), situações de afeto (10,1%) ou brincadeiras (7,4%). A pouca visibilidade do homem em situações de cuidado e sua intensa presença como colonistas (35,9%) revelam que a ênfase apresentada pela revista valoriza o papel do homem como especialista, mas não como pai.

Conclusões: Ressalta-se a importância da vinculação de outras imagens que valorizem o cuidado e o vínculo afetivo do homem em relação à criança, dados os desdobramentos positivos desses cuidados.

Palavras-chave: paternidade; cuidado da criança; fotografia; propaganda.

Aline de Carvalho Martins¹
Juranir Badaró Alves²

- ¹ Doutora em Serviço Social (UERJ)
Tecnologista em Saúde Pública (IFF/Fiocruz)
Rua Vaz Lobo nº 831,
Vicente de Carvalho, Rio de Janeiro, RJ, CEP:
21361-030.
Telefone: 99656-2010 e 2482-1317
E-mail: rjalinemartins@yahoo.com.br
- ² Especialista em Ciência, Arte e Cultura na
Saúde (IOC/FIOCRUZ)
Fotógrafo

Endereço para correspondência

Aline de Carvalho Martins.
Rua Vaz Lobo nº 831,
Vicente de Carvalho Rio de Janeiro,
RJ, CEP: 21361-030.
Telefone: 99656-2010, 2482-1317.
E-mail: rjalinemartins@yahoo.com.br.

Abstract

Objective: Identify images of male human beings at childcare magazines and analyze the models of behavior and sociability showed.

Methods: In this is an exploratory and descriptive research, we analyzed a magazine entitled *Crescer*, a monthly publication with the largest circulation in Brazil. We analyzed images of adult men, in the period of one year, from August 2012 to July 2013. The images were analyzed using Epi Info software, version 3.5.2, 2010. Using the same program, data were crossed in tables which were compared with the present literature on the subject.

Results: 1,613 photos of human beings were identified, of which only 217 (13.45%) had images of adult men. Not all images were produced by the magazine. 217 photos of men were found, of which 28.2% were advertisements or pictures sent by readers; therefore, editorial team did not produce them. In most cases (51.6%), men were alone. When there were children, the photos showed families (10.6%), situations of affection (10.1%) or play (7.4%). The low occurrence of men in situations of intensive care and their presence as a columnist (35.9%) reveal that the magazine emphasizes the role of men as an expert, but not as a father.

Conclusions: We emphasize the importance of showing other images which enhance the care and emotional bond between men and children, given the positive outcomes of such care.

Keywords: paternity; childcare; photography; advertisement.

Introdução

Já é consagrada na literatura a importância da participação do pai na vida das crianças e no desenvolvimento infantil. Pesquisas afirmam que a participação do homem na vida da criança começa antes mesmo de o bebê nascer, pois as atitudes do pai em relação à mulher grávida contribuem para que ela aceite ou rejeite a gravidez (MALDONADO, 1985) e influem diretamente no número de consultas realizadas no pré-natal (DOMINGUES, *apud* CARVALHO, 2001).

Um estudo realizado pelo UNICEF (2001) concluiu que a participação masculina na vida das crianças as torna fisicamente mais saudáveis, emocionalmente mais seguras e mentalmente mais perspicazes, com melhor desempenho em testes de inteligência.

Além disso, Organização das Nações

Unidas (ONU) afirma que essa participação contribui para a manutenção do sentimento de solidariedade humana, de pertencimento social e de igualdade, que são essenciais para seu bem-estar (ONU, 2000).

Cia, D’Affonseca e Barham (2004), em um estudo sobre o desempenho acadêmico das crianças e sobre a participação do pai nas vidas de seus respectivos filhos, realizado com 58 pais e seus filhos, estudantes do ensino fundamental, observaram que o desempenho escolar dos alunos era diretamente proporcional à frequência de comunicações entre os pais e os filhos e ao envolvimento deles nas atividades escolares, culturais e de lazer. Assim, o estudo ressalta a importância de conscientizar os homens para conhecer as ações que podem melhorar seu desempenho enquanto pais.

Cia, Williams e Aiello (2005), em uma revisão da literatura científica sobre o desenvolvimento infantil e sobre o relacionamento entre pais adultos e filhos de zero a seis anos, publicados entre os anos de 1999 e de 2003, concluíram que:

De modo geral, os estudos selecionados nesta revisão têm mostrado que os pais são importantes para o desenvolvimento dos seus filhos, prover financeiramente a família, envolver-se nos cuidados com o filho e no auxílio nas atividades domésticas. Além disso, a maior interação entre pais e filhos aumenta a satisfação do pai com seu papel, agindo diretamente na dinâmica familiar. Os pais passam a se interessar mais pelo relacionamento com a mulher, promovendo

do melhor status emocional para o casal (Fagan & Iglesias, 1999; Verschueren & Marcoen, 1999; Dessen & Braz, 2000; Harokopio, 2000; Marshall, English & Stewart, 2001; Flouri & Buchanan, 2003). Outros pesquisadores também apontaram que os pais são capazes, como as mães, de serem sensíveis e responsáveis na interação com os filhos (Fagan & Iglesias, 1999; Tudge & cols., 2000; Dubowitz & cols., 2001; Feldman & Klein, 2003). Entretanto, práticas parentais inadequadas (como por exemplo, pais com comportamentos hostis, intrusos e antisociais) podem acarretar problemas de comportamento nos filhos (Frosch & Mangelsdorf, 2001; Jaffee & cols., 2003) (CIA, WILLIAMS, AIELLO, 2005, p. 232).

O homem oferece condições para a construção de um suporte afetivo que será importante à formação das identidades das crianças e à construção de relacionamentos familiares menos baseados na hierarquia entre os dois sexos, o que facilitaria a construção futura de relações mais igualitárias. Fortalecer o envolvimento dos homens com seus filhos pode ser um importante mecanismo de prevenção da violência doméstica, bem como uma forma de garantir a manutenção do vínculo com os filhos após a separação do casal.

Nesse contexto, vale ressaltar que as imagens veiculadas pela mídia podem influenciar o tipo de participação dos homens no cotidiano dos filhos. A difusão e a divulgação de imagens possuem o potencial de apresentação de estilos de vida e modelos de comportamento que podem ser assimilados, problematizados e refletidos pelas pessoas que as visualizam e por outras que interajam direta ou indiretamente com ela.

De fato, as imagens com que nos confrontamos todos os dias oferecem modelos de comportamento que podem ser seguidos ou criticados. Particularmente no caso da paternidade, as imagens veiculadas na mídia, em geral, não oferecem modelos positivos de cuidados, nem retratam a realidade cotidiana. A literatura aponta que, quando se trata da questão da paternidade, o homem vem sendo apresentado pela mídia a partir dos estereótipos de homem atrapalhado, do abusador (NOLASCO, 1997) ou do sucesso do homem de extratos médios, o qual não corresponde à realidade da maioria da população brasileira (CARVALHO, 2001).

Ainda é nítido o comprometimento midiático com o padrão hegemônico de masculinidade. Em geral, busca-se reforçar a hierarquia de gênero, reiterando os ideais de poder, mobilidade e liberdade (SERRANO *et al.*, 2011), e opta-se por retratar o homem viril, guerreiro, com disposição para o confronto, associando masculinidade e superação de limites, ao passo que as características femininas são associadas à fraqueza e, portanto, são desvalorizadas (CECCHETTO *et al.*, 2012). Isso impõe flagrantes dificuldades para a presença do referencial de cuidador.

Essas imagens tradicionalmente veiculadas se traduzem em afastamento dos cuidados com as crianças, com prejuízos para elas. Sem o estímulo positivo da mídia, a sociedade em geral e os homens em particular tendem a subestimar esse vínculo e essa participação, gerando consequentes perdas de potencialidades de socialização e saúde física e mental das crianças. A apresentação de um padrão distinto de cuidados, centrados no homem como um ator capaz de desenvolver cuidados e relações afetivas e efetivas com seus filhos, pode propiciar um modelo de comportamento capaz de garantir vantagens futuras

às crianças.

Considerando essas questões, o presente estudo objetiva identificar, nas revistas voltadas para o cuidado infantil, quais imagens masculinas estão sendo apresentadas, analisando de maneira crítica os modelos de comportamento e sociabilidade nelas divulgados.

Métodos

Considerando a imagem como um elemento produtor de significados, com influência direta na sociabilidade humana por meio da divulgação de imagens a serem apreendidas no cotidiano social, a pesquisa foi orientada no sentido de verificar como essa questão se apresenta em revistas voltadas para os cuidados infantis.

Trata-se de uma pesquisa exploratória, descritiva, com o intuito de descobrir como as imagens masculinas são divulgadas nesses espaços. Também figuravam como objetivos da pesquisa a identificação e a análise dessas imagens, considerando ainda as interações sociais presentes ou não.

Elegemos como objeto de estudo a revista *Crescer*, publicação mensal do ramo com maior tiragem no Brasil, dispondo de mais de 80 mil exemplares (RMA, 2010), quase o dobro de sua principal concorrente, a revista *Pais e filhos*, que imprime 42 mil exemplares mensalmente (PAIS E FILHOS, 2012).

Foram analisadas as produções referentes ao período de um ano, a fim de que, com esse espaço de tempo, fosse possível identificar as imagens regularmente veiculadas, evitando possíveis vieses que poderiam existir em datas comemorativas específicas como o dia dos pais e o dia das mães.

Para esta pesquisa, foram utilizadas, como critérios de inclusão, imagens fotográficas de seres humanos reais, adultos, do sexo masculino. Excluíram-se do estudo quaisquer formas de desenhos,

pinturas ou técnicas de retratação de homens.

Como se trata de uma pesquisa documental, a partir de material de imprensa e sem o envolvimento de seres humanos, a pesquisa está dispensada de submissão a um comitê de ética em pesquisa. O material coletado foi analisado pelo programa gratuito Epi Info, na versão 3.5.2, disponível desde o ano de 2010.

Para a análise do material, foram identificadas a origem da fotografia (foto do leitor, matéria, propaganda ou colunista), a situação em que o homem estava (sozinho, em família, com a criança, com uma mulher) e a interação desse homem com a criança, nos casos em que havia uma (afeto, cuidado, observação).

Os dados foram cruzados em tabelas produzidas pelo próprio programa e foram comparados com a literatura presente sobre o tema.

Resultados

Para esta pesquisa, analisaram-se as revistas do número 226 ao 237, referentes aos meses de setembro de 2012 a agosto de 2013, perfazendo um total de 12 exemplares em um período ininterrupto de 12 meses. As revistas apresentaram um número de páginas que variou entre 98 e 138.

Em todo o corpo das revistas, foram identificadas 1.613 fotos que retratavam a presença de seres humanos, das quais, somente 217, ou seja, 13,45%, apresentaram imagens de homens adultos (em conjunto ou não com imagens de mulheres ou crianças). Encontraram-se entre 13 e 23 fotos de homens por revista, perfazendo uma média 18,08 imagens masculinas por exemplar publicado.

Optou-se, neste estudo, por categorizar a situação em que a imagem fora proposta. Para isso, as imagens foram

classificadas em: **(i)** colunista (fotografia que retrata o autor de uma matéria assinada); **(ii)** foto da matéria (imagem fotográfica produzida pela revista com o intuito de ilustrar a matéria); **(iii)** foto do leitor (fotografia produzida e enviada pelo próprio leitor); **(iv)** propaganda (fotografia voltada para a divulgação de um produto produzida por agências de propaganda). Assim, verifica-se que as duas últimas categorias, embora sejam parte integrante da revista, não foram propostas pela equipe editorial da revista.

No caso em análise, 61 imagens de homens (ou seja, 28,2% do montante total de imagens) não foram de iniciativa da produção da revista, constituindo fotografias que figuravam no corpo da revista e que foram produzidas pelo leitor ou por agências de propaganda. Quando contabilizamos as imagens que tiveram como origem a equipe que integra o comitê editorial da revista, verificamos que, por iniciativa da revista, foram retratadas somente 156 imagens masculinas em um ano, ou seja, uma média de 13 imagens por mês.

Tabela 1 Tipo de foto

Tipo de foto	Frequência	%
Colunista	78	35,9%
Foto da matéria	78	35,9%
Foto do leitor	19	8,8%
Propaganda	42	19,4%
Total	217	100,0%

Fonte: dados produzidos pelos autores deste artigo.

Ao analisar o contexto em que o homem aparece na foto, verifica-se que, em mais da metade das fotografias publicadas, o homem apareceu sozinho. O homem independente e não vinculado à criança ou ao cuidado infantil constituiu a imagem mais predominante, ou seja, não se enfatizou, visualmente, a interação entre o homem e seus filhos.

Tabela 2 Pessoas na foto

Pessoas na foto	Frequência	%
Família	31	14,3%
Homem e criança	49	22,6%
Homem e mulher	16	7,4%
Homem sozinho	112	51,6%
Outros	9	4,1%
Total	217	100,0%

Fonte: dados produzidos pelos autores deste artigo.

Quando o homem é retratado junto à criança, as imagens mais frequentes são as fotos de família, em que todos estão reunidos e posam para a realização da fotografia, ou imagens de afeto e brincadeira. São poucas as imagens em que o homem está indiferente à criança, e a única imagem de castigo físico ilustra uma reportagem de reprovação a essa prática.

Tabela 3

Na análise do conteúdo das imagens, é possível observar que, das 156 imagens masculinas de responsabilidade direta da equipe editorial seja a de colunista, seja a foto da matéria, o homem aparece sozinho em 41% das imagens. Essa tendência é menor do que na propaganda, em que 64% das vezes o homem não interage com outra pessoa. Já o leitor tende a apresentar-se sempre com uma mulher, haja vista que não foram identificadas fotografias em que o leitor apareceu sozinho com uma criança. Em sua maioria, trata-se de fotos de família ou de casais cuja mulher está grávida. De fato, o homem cuidar sozinho de uma criança constitui um evento pouco frequente nessas publicações (22,6% dos casos), em que a imagem é veiculada, na maioria das vezes, pela própria revista. Entretanto, o fato de o homem aparecer sozinho (51,6% dos casos) ou somente com a mulher surpreende, pois uma revista

Tabela 3 Situação com a criança

Situação com a criança	Frequência	%
Afeto	22	10,1%
Brincadeiras	16	7,4%
Castigo físico	1	0,5%
Cuidado pessoal	6	2,8%
Ensino	7	3,2%
Festividade	2	0,9%
Foto de família	23	10,6%
Indiferença	4	1,8%
Não há criança na foto	133	61,3%
Observador	3	1,4%
Total	217	100,0%

Fonte: dados produzidos pelos autores deste artigo.

voltada para o cuidado infantil apresenta, em 58,98% das vezes, o homem sem interação com a criança. Essa constatação reforça uma imagem social que não qualifica o sexo masculino para o cuidado infantil.

Tabela 4

Conclusões

O presente estudo aponta que as imagens de homens veiculadas pela revista *Crescer* refletem o padrão hegemônico de masculinidade: o homem em situ-

ação de saber e o consequente poder de definição das regras. As imagens reforçam o caráter de *expertise* e de autoridade do homem, apresentando, em grande parte, o homem sozinho, desvinculado da situação de cuidado, não valorizando seu papel de pai e de cuidador em condição de igualdade com a mulher, reforçando, assim, o papel de gênero tradicional na sociedade. As imagens afastam o homem da arena de cuidados com as crianças, valorizando interações que prejudicam o desenvolvimento e o bem-estar infantil.

Tabela 4 Tipo de foto

Tipo de foto	Família	Homem e criança	Homem e mulher	Homem sozinho	Outros	Total
Colunista	0	0	3	75	0	78
Foto da matéria	15	42	6	9	6	78
Foto do leitor	12	0	6	1	0	19
Propaganda	4	7	1	27	3	42
Total	31	49	16	112	9	217

Fonte: dados produzidos pelos autores deste artigo.

Ao negar o homem como cuidador cotidiano e afastá-lo das arenas de interação positiva com as crianças, reafirma-se o compromisso da publicação com a visão tradicional de família, negando e desconhecendo novas formas e interações sociais presentes na atualidade.

Chamou atenção o destaque ao reconhecimento da identidade e participação paterna, observado por meio das propagandas que apresentam algumas imagens em que o homem é retratado em situação de participação, de forma mais intensa que na revista.

Conclui-se que as revistas infantis possuem potencial para estímulo à paternidade e à participação ativa do homem na vida da criança, dado o impacto da imagem no cotidiano das pessoas. Entretanto, as imagens veiculadas estão abdicando desse papel e não contribuem para a reversão dos impactos adversos desse tipo de socialização na vida dos homens, buscando destacar os estereótipos tradicionais de gênero e de masculinidade, valorizando as formas tradicionais de família. Assim, o presente estudo conclui que urge a necessidade de repensar os potenciais éticos das imagens e o compromisso das publicações na construção de relações sociais mais progressistas, pautadas na construção de um novo *ethos* societário. Finalmente, considerando este contexto adverso, reforça-se a importância do profissional de saúde infantil incluir o pai nos atendimentos e capacitar os homens para o cuidado infantil, firmado, através do exercício profissional espaços de inclusão e construção de novas relações entre a criança e o seu responsável.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. CARVALHO ML. A participação do pai no nascimento da criança: as famílias e os desafios institucionais em uma maternidade pública [dissertação]. Rio de Janeiro (RJ), Universidade Federal do Rio de Janeiro; 2001.
2. CECCHETTO FR, FARIAS PS, SILVA PRP, CORRÊA JS. Onde os fracos não têm vez: discursos sobre anabolizantes, corpo e masculinidades em uma revista especializada. *Physis* 2012; 22(3): 873-93.
3. CIA F, D’AFFONSECA SM, BARHAM EJ. A relação entre o envolvimento paterno e o desempenho acadêmico dos filhos. *Paidéia*; 14(29): 277-86..
4. CIA F, WILLIAMS LCA, AIELLO ALR. Influências paternas no desenvolvimento infantil: revisão da literatura. *Psicol Esc Educ* 2005.
5. MALDONADO MT. Psicologia da gravidez. Petrópolis: Vozes; 1985.
6. NOLASCO S. Masculinidade, em fim de século. In: SILVA D. Saúde, sexualidade e reprodução. Rio de Janeiro: EdUERJ; 1997.
7. ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. Comité preparatorio del período extraordinario de sesiones de la asamblea general sobre la infancia. Un mundo apropiado para los niños. 2000.
8. RMA. Revista Crescer: dá para filtrar tudo? Disponível em: URJ:<http://www.rmacomunicacao.com.br/clientes-na-midia/revista-crescer-da-para-filtrar-tudo..>
9. REVISTA PAIS E FILHOS. Especificações. Disponível em: URJ:<http://revistapaisefilhos.com.br/publicidade/anuario/especificacao..>
10. SERRANO H, ZARZA MP, SERRANO C, GÓMEZ B, IDUARTE J. Códigos visuales de género y configuraciones sexuales evidenciadas en la fotografía. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 2011.
11. FUNDO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA A INFÂNCIA. Situação mundial da infância. Brasília: UNICEF, 2001.