

OS
NOVOS
DESEJOS

Mirian Goldenberg

ORGANIZADORA



**DAS ACADEMIAS DE MUSCULAÇÃO
ÀS AGÊNCIAS DE ENCONTROS**

*Seis visões sobre mudanças de
comportamento de homens e mulheres na
cultura brasileira contemporânea*



OS NOVOS DESEJOS

Mirian Goldenberg

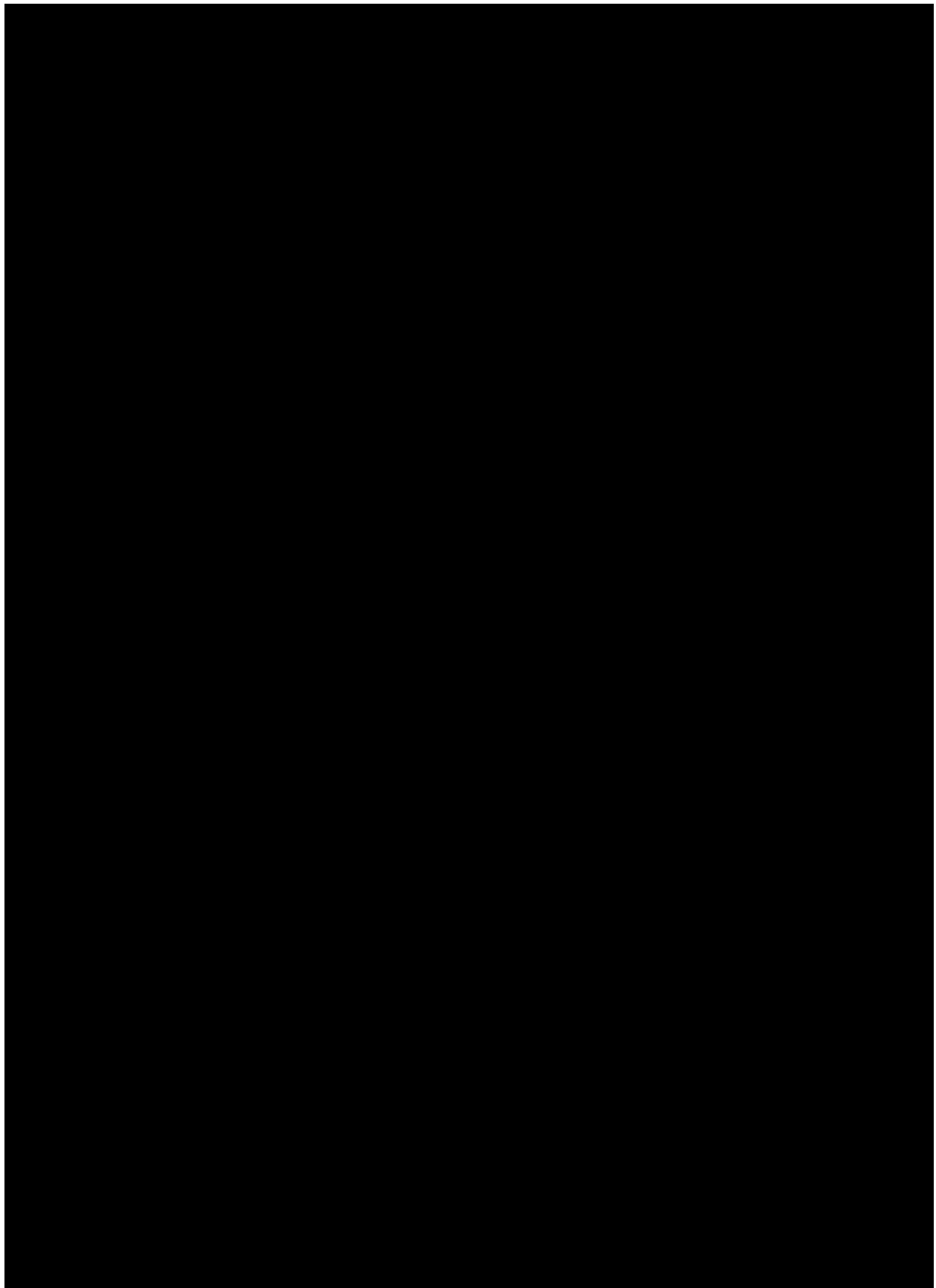
ORGANIZADORA



**DAS ACADEMIAS DE MUSCULAÇÃO
ÀS AGÊNCIAS DE ENCONTROS**

*Seis visões sobre mudanças de
comportamento de homens e mulheres na
cultura brasileira contemporânea*





Outras obras da organizadora

Toda mulher é meio Leila Diniz

Record, 1995

A arte de pesquisar

Record, 1997

A outra

Record, 1997

Mirian Goldenberg

ORGANIZADORA

**OS
NOVOS
DESEJOS**

**DAS ACADEMIAS DE MUSCULAÇÃO
ÀS AGÊNCIAS DE ENCONTROS**



E D I T O R A R E C O R D
RIO DE JANEIRO • SÃO PAULO

2000

CIP-BRASIL. CATALOGAÇÃO-NA-FONTE
SINDICATO NACIONAL DOS EDITORES DE LIVROS, RJ

N848 Goldenberg, Mirian

Os novos desejos [recurso eletrônico] : das academias de musculação às agências de encontros / Mirian Goldenberg, organizadora. – Rio de Janeiro : Record, 2011.

Recurso digital

Formato: ePub

Requisitos do sistema: Adobe Digital Editions

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

ISBN 978-85-01-09685-2

1. Masculinidade. 2. Feminilidade. 3. Relação homem-mulher. 4. Livros eletrônicos. I.
Título.

11-
4685

CDD: 305.3
CDU: 316.346.2-055.1/.2

Copyright © 2000 by Mirian Goldenberg

Capa: Victor Burton

Direitos exclusivos desta edição reservados pela
EDITORA RECORD LTDA.

Rua Argentina, 171 – Rio de Janeiro, RJ – 20921-380 – Tel.: 2585-2000

Produzido no Brasil

ISBN 978-85-01-09685-2

Seja um leitor preferencial Record.
Cadastre-se e receba informações sobre nossos
lançamentos e nossas promoções.



Atendimento e venda direta ao leitor:
mdireto@record.com.br ou (21) 2585-2002.

Sumário

INTRODUÇÃO

O MACHO EM CRISE: Um tema em debate dentro e fora da academia

Mirian Goldenberg

UM OLHAR SOBRE O MASCULINO: Reflexões sobre os papéis e representações sociais do homem na atualidade

Marcelo Silva Ramos

MUSCULAÇÃO: Expansão e manutenção da masculinidade

Cesar Sabino

DE AMÉLIAS A OPERÁRIAS: Um ensaio sobre os conflitos femininos no mercado de trabalho e nas relações conjugais

Mirian Goldenberg

AMOR SOB ENCOMENDA: Um estudo antropológico sobre agências de encontros

Erika Souza Vieira

VIVENDO UM CONTO DE FADAS: O imaginário de gênero entre cariocas e estrangeiros

Renata de Melo Rosa

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Introdução

Mirian Goldenberg

Este livro pretende abordar temas atuais na antropologia de gênero, seguindo uma linha de reflexão desenvolvida especialmente nas duas últimas décadas, que analisa as representações existentes sobre homens e mulheres na cultura brasileira. Tomando como foco a questão da construção social da identidade feminina e masculina, busca-se refletir, comparativamente, sobre os desejos, as expectativas, os estereótipos, as dificuldades, as escolhas conjugais e os comportamentos sexuais de homens e mulheres. O objetivo destes artigos é analisar as transformações ocorridas nas relações de gênero, a partir dos discursos de homens e mulheres. O que mudou e o que permaneceu na relação entre os sexos? O que querem os homens e as mulheres? Quais as diferenças e semelhanças entre os desejos e as experiências masculinas e femininas no que se refere à sexualidade e à conjugalidade? Como homens e mulheres lidam com as rápidas mudanças que afetam os papéis de gênero? Como se dá a convivência entre modelos considerados tradicionais e os “novos” modelos de masculinidade e feminilidade? Quais as causas apontadas, por homens e mulheres, para as dificuldades e os problemas enfrentados nos relacionamentos atuais? Aparecem (ou não) indícios de uma

“crise” nas relações entre os sexos? Ao buscar responder a estas e outras questões, pretendemos contribuir para uma melhor compreensão das transformações que ocorrem nos modelos de “ser homem” e “ser mulher”, e seus reflexos nos comportamentos e valores dos indivíduos.

Preocupações relativamente recentes trazem para o debate as mudanças dos papéis de gênero, que se refletem nas idéias de crise e invenção do novo. Inúmeros exemplos podem ser tomados como referências para se discutir essas transformações: a constituição de “novas famílias”; a constatação da crise de um modelo hegemônico de masculinidade; a coexistência de modelos antigos e “novos” de conjugalidade; a elaboração de “novas” formas de ser mãe e mulher. O conceito de gênero possibilitou que se enxergassem as relações entre os sexos não como algo inscrito na eternidade de uma natureza inacessível, mas como produtos de uma construção social que é importante “desconstruir”.

Os estudos reunidos aqui permitem pensar certa concepção de normalidade sobre o que é “ser homem” e “ser mulher”, as concepções hegemônicas sobre masculinidade e feminilidade na cultura brasileira, o que é considerado “desvio” em termos de gênero, sexualidade e conjugalidade, as representações de gênero, em termos dos atributos considerados essencialmente masculinos e daqueles considerados essencialmente femininos, e, por fim, as expectativas de um modelo ideal de casamento e os principais problemas enfrentados em um relacionamento conjugal.

Desde 1987 desenvolvo pesquisas que têm como tema a questão de gênero. Já em meu primeiro livro *Nicarágua, Nicaraguita: um povo em armas constrói a democracia* (1987) dedico um capítulo à discussão dos problemas enfrentados pelas mulheres nicaragüenses em sua busca pela igualdade com os homens. Em seguida, em meu doutoramento no Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social do Museu Nacional/Universidade Federal do Rio de Janeiro, produzi três estudos focalizando questões como gênero, sexualidade e conjugalidade, tendo como eixo a construção social de identidades percebidas como desviantes. Estes estudos foram publicados no livro *A outra: estudos antropológicos sobre a*

identidade da amante do homem casado (Record, 1997) e tiveram como consequência uma crescente preocupação com os temas gênero, sexualidade, conjugalidade e desvio, que foram ainda mais desenvolvidos em minha tese de doutorado, na qual discuti as transformações dos papéis femininos na sociedade brasileira a partir da trajetória de uma mulher considerada “revolucionária”. Os comportamentos femininos que Leila Diniz passou a personificar permitiram que eu percebesse a concorrência, na época em que ela viveu (1945-1972), entre padrões femininos considerados “normais” e outros percebidos como “desviantes”. Esta tese foi publicada com o título *Toda mulher é meio Leila Diniz* (Record, 1995).

É nesse quadro de interesse, desenvolvido nas duas últimas décadas, que se insere esta coletânea. Como professora do Departamento de Antropologia Cultural e do Programa de Pós-Graduação em Sociologia e Antropologia do Instituto de Filosofia e Ciências Sociais da Universidade Federal do Rio de Janeiro, venho orientando alunos de graduação e pós-graduação em pesquisas que têm como foco central a questão de gênero. Estes trabalhos de alguns de meus orientandos aqui publicados se destacaram por uma contribuição original e instigante no campo de estudos de gênero, assim como o estudo de Renata de Melo Rosa, orientanda da antropóloga Yvonne Maggie, pela afinidade do tema e criatividade do seu olhar.

A proposta foi reunir artigos de diferentes autores com uma mesma preocupação: discutir as transformações nos papéis de gênero na cultura brasileira e seus reflexos na vida cotidiana dos indivíduos. Nos seis artigos pode-se notar a defasagem entre as mudanças de comportamentos ocorridas nas últimas décadas e valores que insistem em permanecer os mesmos.

O livro foi organizado em duas partes. A primeira trata da (des)construção da masculinidade. O primeiro artigo, de minha autoria, analisa matérias de jornais e revistas de grande circulação que tratam do “homem em crise”. Desde o momento em que fui convidada para um debate sobre a crise do masculino, comecei a colecionar (meio aleatoriamente) notícias de jornais e revistas que se relacionassem ao tema. É impressionante a quantidade de matérias que abordam essa suposta crise, o

que demonstra que esse é um fato social extremamente atual, merecedor de algumas reflexões e análises. O que está acontecendo com o homem?

O artigo de Marcelo Silva Ramos questiona a chamada “crise da masculinidade”, utilizando imagens do cinema e da grande imprensa para pensar as representações sobre o masculino na atualidade. Cesar Sabino faz uma original análise da construção do corpo feminino e masculino a partir de sua imersão em duas academias de musculação na cidade do Rio de Janeiro.

A segunda parte do livro trata da discussão sobre os novos papéis femininos, no que diz respeito aos mundos público e privado. O meu artigo discute a inserção da mulher brasileira no mercado de trabalho e as conseqüências sobre os relacionamentos afetivo-sexuais. Erika Souza Vieira analisa as agências de encontros e as expectativas femininas em relação à busca de um parceiro amoroso. Renata de Melo Rosa revela as estratégias de mulheres das camadas baixas cariocas para se casar com seus príncipes encantados (estrangeiros loiros de olhos azuis).

Tendo em vista a relevância do conceito de gênero para a análise social, esperamos, com estes estudos, oferecer um olhar, que, juntamente com o de outros antropólogos, sociólogos e psicólogos, contribua para fornecer a essa variável um caráter cada vez mais explicativo da cultura brasileira, por intermédio de grupos que acredito serem “bons para pensar” a nossa realidade.

O MACHO EM CRISE:
Um tema em debate dentro e fora da academia

Mirian Goldenberg

É inegável o crescimento e, ainda mais, o reconhecimento da produção científica sobre gênero no Brasil. Tendo sua origem nas preocupações das feministas em denunciar a opressão sofrida pelas mulheres, os estudos de gênero questionam a idéia de “natureza” feminina (e masculina) e reforçam a concepção de que as características atribuídas à mulher (e ao homem) são, na verdade, socialmente construídas. Diferencia-se, assim, o sexo (a dimensão biológica dos seres humanos) do gênero (um constructo cultural), o que é útil para mostrar que muitos comportamentos, sentimentos, desejos e emoções, vistos como partes de uma essência masculina e feminina, são produtos de determinado contexto histórico e social.

Mas o que mudou para que esses estudos, antes desprestigiados e considerados pouco científicos pelos mais ortodoxos, adquirissem legitimidade e uma visibilidade tão ampla? Algumas hipóteses podem ser levantadas.

O debate, nesse campo, tem se intensificado e permitido a convivência (nem sempre pacífica, mas bastante rica) de múltiplas posições. Se, no início, a preocupação dominante era a denúncia das discriminações e

violências sofridas pelas mulheres e homossexuais, hoje existem autores que acreditam que as diferenças entre os sexos estão desaparecendo (e falam de uma androgenização) e outros apontam as conquistas femininas como as principais responsáveis por uma suposta “crise da masculinidade”. A problematização do conceito de gênero, colocando em xeque sua própria existência, tem tornado a discussão muito mais profícua e elaborada teoricamente.

Durante décadas, os estudos de gênero foram realizados quase exclusivamente por pesquisadoras feministas, passando, nos últimos anos, a despertar o interesse de pesquisadores não-militantes, assim como antropólogos, sociólogos e historiadores renomados, como, por exemplo, Pierre Bourdieu, Anthony Giddens e Christopher Lasch. Tal mudança no perfil dos estudiosos pode ser pensada como um reconhecimento da importância do gênero como uma variável cada vez mais explicativa da sociedade atual.

A existência de revistas dedicadas a questões de gênero, centenas de dissertações de mestrado e teses de doutorados, núcleos de estudos, grupos de trabalhos em reuniões científicas refletem o amadurecimento desta linha de estudos, dentro e fora do Brasil, desde a publicação do clássico *O segundo sexo*, de Simone de Beauvoir, em 1949.

Por último, os estudos sobre gênero abriram um espaço de reflexão sobre grupos estigmatizados socialmente, como prostitutas, homossexuais, travestis e amantes de homens casados, temas considerados interessantes para um público mais amplo (o que talvez explique o sucesso do meu livro *A outra*, que está na sétima edição). Dessa forma, leitores que não pertencem ao meio acadêmico têm se interessado pelo assunto, que ocupa espaço considerável nos meios de comunicação de massa.

Ao deixar os muros das universidades, o que facilita o entendimento de fenômenos sociais e amplia seu leque de questões, os estudos de gênero são, hoje, objeto de atenção da mídia e passaram a ser percebidos como um produto importante para o mercado editorial, que já publicou muitos títulos sobre o tema.

Uma das questões que mais têm atraído a atenção do mercado editorial é a chamada “crise da masculinidade”, cujo interesse também pode ser avaliado em matérias em jornais e revistas de grande circulação. Neste artigo, pretendo analisar algumas das matérias que colecionei durante os dois últimos anos.

Entre a paternidade e a carreira: um novo dilema?

Uma das primeiras matérias que analisei, na revista *Exame* (10/1998), tinha a seguinte chamada: “É possível conciliar a paternidade com a carreira?” Fiquei interessada pois esta é uma questão encarada como um conflito que não se coloca para os homens (pelo que me lembrava de minhas aulas e conversas). Artigos em revistas femininas e matérias em jornais mostram, freqüentemente, o dilema da mulher brasileira: *dá para ser mãe e profissional?* Quase sempre essas matérias apontam para uma solução conciliatória: ser uma profissional sem deixar de optar pela maternidade. Moral da história: a mulher que não é mãe é uma egoísta ou uma frustrada, é uma mulher com faltas, ou melhor, não é uma verdadeira mulher. A maternidade é a maior prova de feminilidade, enquanto a virilidade é provada de diferentes maneiras (tamanho do pênis,¹ quantidade de parceiras sexuais, desempenho na cama e, também, capacidade de produzir filhos). Mesmo que isso ainda não ocorra de forma tão ampla, a mídia noticia casos de homens que cuidam dos filhos sozinhos, casais *gays* alugando barrigas para realizar o sonho de ser pais, homens que brigam na justiça pela guarda do filho e, até, a possibilidade de o homem vir a engravidar em um futuro próximo. São casos ainda isolados mas que refletem uma das grandes mudanças no comportamento masculino.

Retrato da crise do masculino? Parece justamente o contrário. Um direito que era negado ao homem, o de ser afetuoso e acompanhar o crescimento dos filhos (mesmo direito que era negado aos seus filhos, obrigados a verem no

pai uma figura violenta ou ausente), agora não só é permitido como estimulado.

Uma matéria em *O Globo* (Jornal da Família, 11/4/1999) tem como título: “Pai com jeito de avô: aumenta o número de homens que têm filhos e netos com idades muito próximas.” São homens de mais de cinquenta anos que estão no segundo ou terceiro casamento com mulheres muito mais jovens, têm filhos adultos do primeiro casamento e agora assumem uma nova paternidade “com mais prazer, segurança e serenidade”. Um deles, o diretor da Rede Globo Carlos Manga, de 71 anos, revela:

Não acompanhei com tanta dedicação o crescimento dos meus filhos do primeiro casamento. Quando eles nasceram, eu estava mais preocupado em ganhar dinheiro e em ser um diretor de sucesso. Com o tempo, percebi que esses valores não tinham a menor importância. Hoje participo do desenvolvimento de Maria Eduarda (de seis anos) com afinco e acompanho passo a passo seu crescimento. Fiz questão de estar presente no seu primeiro banho e na primeira papinha. Sou muito mais feliz.

O psicanalista Luiz Alberto Py, de 59 anos, tem um filho de um ano e seis meses com sua mulher 29 anos mais nova, após três filhos adultos e netos. Diz que hoje tem mais disponibilidade de tempo e é um pai mais dedicado e presente porque não está preocupado apenas com o reconhecimento profissional. O psicoterapeuta César Vasconcelos de Souza analisa:

O pai idoso encontra num novo filho a oportunidade que esperava para corrigir erros afetivos cometidos com filhos anteriores, erros estes que ocorreram devido à imaturidade e às pressões do trabalho. Agora, mais maduro, ele poderá desejar acertar muito mais que no passado.

Poderíamos acrescentar que, até recentemente, esta participação maior na vida familiar não era cobrada do homem. A nova cobrança obriga determinados pais a rever seu papel e a estar mais presentes na vida de seus filhos. Aqueles que não tiveram tempo para acompanhar o crescimento dos primeiros filhos, há vinte ou trinta anos, sentem, hoje, essa necessidade. Mesmo que esse desejo (ou cobrança social) não atinja todos os homens (nem da maneira tão forte como atinge as mulheres), trata-se de uma grande

mudança, que abre mais uma possibilidade para o masculino, antes tão restrito à *performance* pública.

Um interessante reflexo dessa mudança de papel pode ser observado na matéria de *O Globo* (25/4/1999):

*ELAS FICAM GRÁVIDAS, ELES TÊM
TODOS OS SINTOMAS*

A psicóloga Luciana Soto explica que, nos dias de hoje, a gravidez é compartilhada ao máximo pelos casais e já não se fala mais em “mulher grávida”, mas em “casal grávido”.² O homem não é mais um mero coadjuvante. Não é raro alguns sentirem os sintomas comuns às gestantes. Esta é uma forma que eles têm de vivenciar este momento em sintonia com a mulher. E bota sintonia nisso. Alguns homens têm náuseas, vômitos, cólicas, alterações no peso e no ciclo do sono, dor de dente, dor de estômago, mudanças no humor e dormência nas pernas.

A matéria destaca o caso do decorador carioca Éder Meneghine, primeiro voluntário da América do Sul a se candidatar à gravidez masculina. Éder recebeu o convite de uma equipe de médicos paulistas e, “feliz da vida”, aceitou. Sonha ter um útero e viver as emoções de ser mãe.

Mas retornemos à matéria da revista *Exame*, que entrevista cinco executivos que afirmam “que não basta ser pai, tem que participar”. O primeiro executivo diz que existem muitas semelhanças entre os desafios que enfrenta como dirigente de uma pequena empresa e os de ser pai. Ele sugere que se administre o tempo com os filhos por intermédio de contatos relativamente breves e objetivos, com o aproveitamento de oportunidades e planejamento de atividades futuras. Na casa e na empresa, diz ele, deve-se delegar, responsabilizar, cobrar resultados e premiar pelo desempenho. O segundo executivo valoriza a qualidade e a intensidade do tempo que lhe resta fora do trabalho. Como freqüentemente está fora do país, ele liga três vezes por dia para o filho de um ano e quatro meses. Outro executivo viaja constantemente nos fins de semana e passa no escritório doze horas por dia e, quando chega em casa, a filha está dormindo. Costuma passar as férias com a filha, o que “contribui para ela entender o lado profissional do pai”. O

último diz que a Internet, o fax e o celular facilitaram sua rotina familiar, visto que ele mora em uma cidade diferente da filha e tem pouca possibilidade de vê-la.

Esses foram os modelos de pais participativos mostrados na revista. Ao ler a matéria, torna-se evidente a capacidade dos homens de justificar e considerar natural a ausência na vida dos filhos tendo em vista algo mais importante: a carreira. É exatamente o oposto do que ocorre com a maioria das mulheres, para quem o trabalho é que deve ser administrado em função de algo mais essencial: os filhos. O sentimento de culpa, a necessidade de se dividir para ter mais tempo com os filhos, as saudades em viagens, sentimentos tão presentes nas mulheres, não aparecem nesses modelos de pais.

Outra matéria analisada, bastante relacionada à primeira, estava na primeira página da *Folha de S. Paulo* de um domingo (1/11/1998): “Ausência do pai cria confusão nos filhos”.

As mudanças na família brasileira, como o aumento da participação da mulher na divisão de responsabilidades e a crescente ausência do homem, têm criado confusões prejudiciais às crianças. Entre as conseqüências está a delinqüência juvenil.

O enfraquecimento da figura paterna tem levado o pai a se distanciar da família. Pesquisa mostra que os lares de 48% dos infratores da Febem foram abandonados pelo pai.

A leitura do texto sugere a seguinte questão: o enfraquecimento da figura paterna leva o pai a se distanciar da família, ou ao contrário, a distância leva ao enfraquecimento? Outra questão que a matéria levanta é a seguinte: se 48% dos menores infratores foram abandonados pelos pais, e esta é a principal causa da delinqüência juvenil, o que ocorreu com os 52% de delinqüentes restantes que não sofreram esse abandono? Cabe lembrar que a figura do pai está ausente em grande número de famílias, o que não gera, necessariamente, delinqüentes juvenis, pois outras pessoas cumprem o papel de educar e orientar as crianças, talvez com mais afeto e equilíbrio do que teriam os pais, muitas vezes violentos, apesar de presentes.

A discussão prossegue ao longo de quatro páginas da *Folha de S. Paulo*.

“FOME DE PAI” DEIXA MENINOS PERDIDOS

A questão é que as crianças crescem a partir de modelos, e a mãe hoje virou uma espécie de “mulher maravilha” — que trabalha, administra a casa e cuida dos filhos — e o pai, ao perder a condição de provedor exclusivo da casa, ora compensa isso trabalhando mais ora simplesmente se afastando da família. Especialistas da área apontam que, para os meninos, a situação está ainda mais complicada do que para as meninas, já que, enquanto as mulheres adquiriram mais poder, os homens perderam.

O leitor da matéria rapidamente conclui que a culpa é das mulheres que trabalham e criaram uma confusão no homem e na família, incentivando, portanto, a delinqüência juvenil. Essa matéria recente repete, descaradamente, os mesmos argumentos dos que eram contra o voto feminino e o trabalho da mulher fora do lar há quase um século. O código civil brasileiro, de 1917, reservava à mulher casada um estatuto de total submissão à autoridade do marido, que lhe proibia ter conta bancária em seu próprio nome ou qualquer vínculo de emprego sem autorização do marido. O direito ao voto feminino, conquistado em 1932 no Brasil, teve opositores que diziam que a “única missão da mulher deveria consistir em ser o anjo tutelar da família”.³

A matéria aponta novas causas da crise da masculinidade:

Pais estão ausentes da criação dos filhos: trabalham demais ou estão desempregados (o que tende a levar ao estresse, depressão, alcoolismo ou violência); perderam status e poder na família com a entrada da mulher no mercado de trabalho, ficando com sua autoridade fragilizada.

A grande vilã da crise do macho

A culpa, mais uma vez, recai sobre a emancipação econômica da mulher. Revistas femininas, e outras como *IstoÉ*, *Veja*, *Exame*, tentam mostrar que a

mulher está sendo cada vez mais bem-sucedida no mercado de trabalho por ser intuitiva, flexível, sensível, dividir responsabilidades, saber ouvir e pedir desculpas. Ao mesmo tempo em que destacam as qualidades femininas, as matérias realçam o que consideram defeitos do homem: ser centralizador, ter pressa de decidir, ser competitivo, dar muitas ordens, ser frio e racional. Consideram positivas as características femininas e condenam as masculinas, as mesmas que eram vistas, até bem pouco tempo atrás, como essenciais a um mercado de trabalho competitivo e desumano. Matérias como essas, além de esconder a realidade do mercado de trabalho feminino, estimulam a guerra entre mulheres e homens, sendo que estes só enxergam o que estão perdendo dentro e fora de casa.

A revista *Veja* (24/2/1999), por exemplo, publicou dois estudos que mostram que, para a contratação de funcionários, as empresas valorizam características tipicamente femininas, mesmo dos candidatos homens.

As mulheres estão roubando as vagas dos homens, ascendendo mais rapidamente aos altos postos das companhias e ganhando mais do que eles em alguns casos. As três condutas femininas mais valorizadas na praça são: saber trabalhar em equipe, fazer planejamento a longo prazo e preocupar-se com detalhes. Ou seja, além de tomar o emprego deles, elas estão começando a servir de modelo. Estas características estão valorizadas a ponto de orientar os recrutadores mesmo na hora de selecionar homens. Até algum tempo atrás, as companhias buscavam profissionais competitivos e ousados, que gostavam do risco e prezavam a autoridade como bem maior. Essas qualidades, tipicamente masculinas, estão em baixa.

Na verdade, são pouquíssimas as mulheres que conquistaram um bom emprego acompanhado de um bom salário — existe, no Brasil, o que é chamado de feminização da pobreza. No entanto, as matérias citadas vendem a ilusão de que o homem é o grande perdedor nesta guerra.

Voltando à matéria da *Folha*, novo título: “Para filhos, pai é o ‘chefe’.”

Apesar das mudanças na família, pai continua representando modelo de autoridade e poder.

Ser sexualmente ativo e sustentar financeiramente a família, exercendo a autoridade e o poder (quando não a força e a violência física) no meio familiar e no trabalho, eram (ou ainda são) condições básicas para ser considerado um homem. Talvez por esse motivo, pesquisa feita pelo Datafolha (*Folha de S. Paulo*, 20/9/1998) constatou que 79% dos homens pesquisados acham que a mulher deve ficar em casa se o marido puder sustentar sozinho a família.

É interessante olhar estas matérias buscando encontrar o “bode expiatório” do momento: de forma nada sutil, o trabalho feminino e o aumento do poder da mulher na família são apontados como responsáveis pela ausência cada vez maior do homem em casa, assim como pelo enfraquecimento de sua imagem diante dos filhos.

As matérias ainda dizem que as mulheres ficaram muito exigentes e quanto maior o seu nível de instrução mais difícil encontrar o parceiro desejado. Reportagem da *Folha de S. Paulo* (22/11/1998) afirma que as mulheres cultas têm menos chances de encontrar um companheiro porque não se interessam por homens intelectualmente inferiores, enquanto os homens não adotam esse “filtro” para escolher suas parceiras. Uma das entrevistadas diz:

É comum encontrar homens complexados, que não aceitam o fato de a mulher saber mais. Eles dizem que mulheres como eu assustam. Mas homem incompetente, fraco, infantil não me interessa.

Comprovando essa tendência de vitimizar o homem ao perceber uma inversão dos papéis sexuais socialmente estabelecidos, *O Globo* (8/11/1998) publicou uma matéria com o título “Homens ficam inseguros diante de mulheres ativas”. A reportagem afirma que a liberação sexual fez com que as mulheres se tornassem obcecadas em ter prazer e em ditar as regras na cama. Diz a reportagem:

A figura da mulher ativa sexualmente incomoda, causa insegurança e até medo. Significa, para os homens, que estão numa posição mais passiva e assim se sentem dominados, subjugados. Nunca vimos tantos casos de impotência e nunca lemos tanto

sobre avanços em pesquisas para a cura deste mal como hoje. O homem de hoje teria se tornado o escravo da mulher no ato sexual, diz a sexóloga entrevistada. Sua preocupação em satisfazê-la é tanta que ele abre mão, muitas vezes, do próprio prazer.

Em resumo, o homem moderno não apenas está em crise mas está sendo ameaçado de extinção.⁴ E a mulher pode ser apontada como uma das principais causadoras do desaparecimento da espécie, como pode ser comprovado na chamada de capa do *Jornal do Brasil* (9/4/1999): “Incertezas do fim do século causam deterioração física e psíquica no homem moderno”.

Especialistas do mundo inteiro estão preocupados com a deterioração física e psíquica do homem moderno, que, além da competição agressiva com as mulheres, tem que enfrentar as grandes incertezas do fim do século. Na luta para a salvação do sexo masculino destaca-se o Canadá, onde já há programas de assistência psicológica ao homem.

A matéria assinala que a crise de identidade que os homens atravessam foi, em grande parte, provocada pela mudança no papel das mulheres, com quem eles passaram a competir em várias instâncias.

Já não ouvimos essa história antes, apenas com os papéis invertidos? É interessante pensar nesse tipo de matéria e, também, em muitos discursos femininos que repetem, exaustivamente, que “o homem tem medo de mulher independente”, “o homem se sente ameaçado com as conquistas femininas”, “o homem está inseguro e frágil porque perdeu sua identidade”. Esse discurso consolida a idéia de que a mulher independente representa um perigo para o homem e é determinante na crise que ele (e a família) atravessa. A mulher, em vez de ser vista como uma parceira que pode tirar dos ombros do homem uma série de obrigações que lhe eram exclusivas, transforma-se em rival, disputando poder, emprego e regalias. Não é mais uma companheira a ser conquistada, mas uma inimiga a ser vencida. É a “guerra dos sexos às avessas”. Durante décadas o discurso feminista bradava que as mulheres eram escravas do poder masculino. Agora é o

momento da revanche: “As culpadas são as mulheres.” Será que as gravatas devem ser queimadas como símbolo da luta contra a dominação feminina?

Elas preferem os *gays*

Quando concluí um estudo sobre as mulheres que são amantes de homens casados, *A outra* (1997), senti um desejo, ou melhor, uma necessidade de ouvir o outro lado da moeda. É comum mulheres estudarem mulheres, homens estudarem homens, *gays* estudarem *gays*, o que, além de estigmatizar o pesquisador (se ela estuda a Outra deve ser a Outra), produz uma compreensão muito limitada dos papéis desempenhados por homens e mulheres na cultura brasileira. Em 1991, publiquei o ensaio *A construção social da identidade masculina: sexo e casamento em camadas médias urbanas*. Com esta pesquisa, com homens de nível universitário e idades entre trinta e cinquenta anos, moradores da zona sul do Rio de Janeiro, percebi muitos estereótipos que me acompanhavam. Procurei seguir o pensamento de Michel Foucault: “Existem momentos na vida em que a questão de saber se se pode pensar diferentemente do que se pensa, e perceber diferentemente do que se vê, é indispensável para continuar a olhar ou a refletir.” Não podia mais continuar ouvindo só as mulheres. Precisava aprender um pouco mais sobre os homens. Nesse ensaio, sem nenhuma pretensão, abordei algumas curiosidades tipicamente femininas, como a iniciação sexual, experiências sexuais durante a vida de solteiro e de casado, relacionamentos extraconjugais e crises conjugais.

O dado que mais chamou minha atenção nessa pesquisa foi o fato de todos os homens se considerarem fora de um modelo de masculinidade. Com relação ao número de parceiras sexuais, alguns tiveram apenas uma, enquanto outros afirmaram que tiveram mais de cem. Todos, no entanto, acreditavam estar fugindo da regra, afirmando que os amigos “transaram” com muito mais mulheres. Também aqueles que nunca tiveram

relacionamentos extraconjugais acreditavam que eram exceções, e afirmavam que seus amigos tiveram vários casos e aventuras, mesmo amando as esposas. Em vários momentos da pesquisa, os entrevistados demonstraram o medo de serem acusados de “bichas”, “veados” ou “efeminados” por não corresponderem ao modelo de virilidade do brasileiro, ao mesmo tempo em que acusavam os homens com a *performance* idealizada de “machistas” e “galinhas”.

Na pesquisa que realizo no momento,⁵ com cerca de 1.300 homens e mulheres entre vinte e cinquenta anos, revelam-se outros dados interessantes. Quando peço para os homens responderem o que “todo homem é”, eles dizem “machista”, “safado”, “infiel”, “mentiroso”, “cafajeste”, “conquistador”, “voltado para o sexo”, “volúvel”, “mulherengo”. As mulheres também destacam “que todo homem é” “infiel”, “galinha” e “machista”. As mesmas apontam como o principal problema no relacionamento a infidelidade.

João Silvério Trevisan (1998) explica o donjuanismo como uma busca obcecada e insatisfatória de novas aventuras, que gera a “infidelidade típica do macho”, tão disseminada que, em muitas culturas, acabou se tornando evidência de virilidade. Este aspecto aparece de forma marcante na minha pesquisa. Mais de 70% dos homens pesquisados afirmam ter sido infiéis e os motivos mais apontados são “vontade”, “atração física”, “desejo”, “não consegui resistir” e “para não me arrepender das oportunidades que perdi”. Cerca de 40% das mulheres dizem ter sido infiéis por alguma insatisfação ou problema no casamento ou no namoro. O mais interessante a ser analisado talvez não seja o fato de os homens traírem mais que as mulheres, mas os motivos que os levam à traição e, mais ainda, os sentimentos diferentes que homens e mulheres atribuem a este fato. Somente nas respostas femininas aparece um sentimento de culpa muito grande pela traição, acompanhado de uma necessidade de se desculpar por ela ter ocorrido em função de uma carência ou insatisfação com o relacionamento. Nas respostas masculinas, o sentimento mais presente é o de disponibilidade ou inevitabilidade de algo previsto ou desejado.

Trinta por cento das mulheres pesquisadas afirmam ter tido um único parceiro sexual ao longo da vida e outras 30% dizem ter tido dois ou três; as demais sabem dizer exatamente com quantos homens “transaram”, sendo que o número máximo encontrado até agora foi 27 parceiros. Os homens respondem “não sei”, “não me lembro”, “difícil computar”, “bastante”, “milhares”, “várias”, “uma porção”, “algumas dezenas”, “poucas”, “algumas”, “mais ou menos cem”, “mais ou menos trinta”, “mais ou menos vinte”, “mais ou menos dez”. Será que isso significa que o relacionamento sexual para o homem é menos importante do que para a mulher? Que os homens continuam dissociando o sexo da afetividade? Ou será apenas um discurso masculino sobre a sexualidade que busca enfatizar o não-envolvimento com as parceiras, podendo corresponder (ou não) à realidade? Esses são dados iniciais da pesquisa mas já revelam algumas diferenças significativas no comportamento (ou discurso) de homens e mulheres. Como afirma Sócrates Nolasco (1995), as características socialmente prescritas para o papel masculino exigem que “um homem de verdade” seja viril, conquistador e competitivo sexualmente. Para o mesmo autor (1997), o sentimento de identidade masculina está fortemente relacionado ao de desempenho sexual.

Outra resposta curiosa é para a pergunta “O que as mulheres invejam no homem”. As respostas femininas mais frequentes têm sido “força física”, “poder”, “liberdade”, “independência”, “salário maior” e, ainda, “não ter cólica”, “não menstruar”, “não ter celulite”, “o prazer de sentir o pênis crescer”, “fazer xixi em pé”, “fazer xixi em qualquer canto”. A maioria dos homens diz que não inveja nada na mulher e apenas cinco responderam que invejavam a “maternidade” e um único “o fato de a mulher não ter de fazer barba”.

De acordo com esse quadro, não é de se estranhar a matéria publicada em *O Globo* (31/1/1999) que anuncia o verão de 1999 como “O verão dos espadas”. A matéria afirma que “espada” é a nova gíria da cidade que discute a idéia de masculinidade na década de 1990. O termo, agora recuperado, surgiu nos círculos dos *playboys* elegantes da década de 1950 a

partir de um ícone guerreiro eminentemente europeu. A gíria “espada”, para o psicólogo Sócrates Nolasco, lembra os heróis medievais e está sendo usada pela nova geração como uma tentativa de valorizar a virilidade, em um momento em que a figura do macho está tão desgastada.

O homem heterossexual branco está intimidado. Houve uma atualização da imagem social da mulher, do negro, do homossexual. O homem continuou como era. Nesta nova ordem do mundo, ele virou o opressor, o politicamente incorreto. A espada é uma representação do guerreiro, é viril. Resgata a força e o status.

Alguns homens, no entanto, parecem não querer ser “espada” e optam por descobrir novas possibilidades de “ser homem”. São homens que reconhecem e contribuem para as mudanças que o comportamento masculino vem sofrendo. Para João Silvério Trevisan (1997), muitas dessas mudanças podem ser vistas como produto dos espaços conquistados pelos homossexuais masculinos que se abriram também para os heterossexuais como, por exemplo, o uso de roupas mais descontraídas, os cabelos compridos ou tingidos, os brincos, os cuidados com a aparência e com o corpo e, até, operações plásticas por razões puramente estéticas. Não é à toa que matérias de jornais e revistas, assim como seriados (*Will & Grace*) e filmes americanos (*A razão do meu afeto*), mostram que o *gay* passou a ser objeto de desejo das mulheres ditas “independentes”. Em uma matéria da *Folha de S. Paulo* (11/10/1998), uma mulher que vive se apaixonando por *gays* diz: “Eles têm uma sensibilidade absurda, são mais bonitos, mais cheirosos, mais bem arrumados. Queria que a metade dos homens se cuidasse como eles se cuidam.” Outra diz que os *gays* são mais inteligentes, carinhosos e divertidos. Em um quadro sintético a matéria conclui:

Elas gostam de gays porque acham que...

Não têm atitudes machistas

São mais sensíveis

Se preocupam mais com a aparência

Ouvem mais e são compreensivos

Podem ser mais carinhosos e delicados na hora do sexo

Dançam bem e ficam no clube dançando até as 7h da manhã

*São boa companhia na hora de fazer compras
Não perdem tempo fazendo coisas como assistir
a mesa-redonda de futebol.*

Considerando, tal como Kimmel (1998), que tanto a masculinidade quanto a feminilidade hegemônicas, produzidas pela sociedade patriarcal, são “invisíveis” àqueles que tentam obtê-las como ideais de gênero, pode-se dizer que atualmente há uma maior consciência crítica das experiências e visões de mundos consideradas específicas de homens e mulheres. Papéis considerados masculinos — como homem provedor, forte, chefe de família — e aqueles femininos — como mulher, mãe, esposa, dona de casa —, que ainda aparecem de forma significativa nas respostas dos questionários analisados na minha pesquisa, são relativizados por outros atributos, como homem sensível, vaidoso e delicado, e mulher forte, trabalhadora, corajosa. Esse jogo permite observar, nitidamente, a coexistência de modelos tradicionais de ser homem e mulher e novas representações sobre o masculino e o feminino, traduzindo-se em múltiplos padrões que competem com os modelos hegemônicos.

É possível encontrar matérias de jornais e revistas com entrevistados que acreditam que o futuro aponta para o predomínio das relações bissexuais, quando o sexo biológico da pessoa pela qual se está atraído ou apaixonado terá pouca importância). Elisabeth Badinter (1986) já discutiu essa possibilidade em *Um é o outro*. Para a socióloga francesa, homens e mulheres estariam cada vez mais próximos e indiferenciados, sem traços culturais marcados como exclusivamente femininos ou masculinos.

Os estereótipos do homem viril e da mulher feminina estão pulverizados. Não há mais um modelo obrigatório, mas uma infinidade de modelos possíveis. Cada um se atém à sua particularidade, à sua própria dosagem de feminilidade e de masculinidade. As diferenças necessárias para a sedução se estabelecem na intimidade do casal. (Badinter, 1986: 262)

Atenção: Homens em obras

É essa liberdade para escolher entre uma multiplicidade de caminhos, e a conseqüente responsabilidade que ela acarreta, que parece assustar homens e mulheres. Eles (e elas) demonstram ter medo de perder as regras e classificações que tornavam relativamente fácil saber como se comportar, o que desejar e que papéis cumprir. Hoje, tanto as opções afetivo-sexuais quanto as profissionais são infinitas, e as escolhas podem provocar um verdadeiro pânico do desconhecido, ou podem ser vividas como uma deliciosa aventura.

Quando comecei a estudar homens e mulheres, há mais de dez anos, minha motivação foi compreender o que acontecia na sociedade brasileira e por que havia tantas queixas e insatisfações. O que anteriormente era considerado um tema menor nas ciências sociais hoje é estimulado por financiamentos e concursos, o que cria um campo fértil de estudos. Talvez isso signifique que, em vez de estar em crise, a masculinidade se tornou uma questão a ser pensada e debatida. Algo que era visto como natural, o poder do macho, passou a ser questionado, ou melhor, problematizado por homens e mulheres. Até recentemente, como lembra João Silvério Trevisan (1998), homens heterossexuais não se julgavam “discutíveis”. Hoje, não existe mais a possibilidade de eleger um único modelo que servirá como referência de masculinidade para todos. Não é mais possível acreditar que aquele amigo nunca “broxa” e “já comeu mais de cem”. Esse modelo é, agora, alvo de risos e críticas, não apenas das mulheres independentes.

Encontramos hoje, na cultura brasileira, uma multiplicidade de comportamentos e desejos masculinos e femininos, muitos convivendo nos mesmos indivíduos, o que gera conflitos e angústias. No caso das mulheres, algo como sonhar com príncipe e ser totalmente autônoma economicamente, ter a vidinha tranqüila de uma Amélia e toda a liberdade sexual de Leila Diniz.

O conceito de “desmapeamento”, proposto por Sérvulo Figueira (1985), é útil para analisar a presença de ideais aparentemente contraditórios nos meus pesquisados: a nostalgia da segurança e a valorização de um relacionamento sem vínculos obrigatórios e sem o desgaste do cotidiano. De

acordo com o autor, as mudanças sociais são rápidas e “visíveis”, não sendo acompanhadas no mesmo ritmo e intensidade pelas subjetividades individuais, que incorporam ideais “modernos” sem eliminar os “arcaicos”, que permanecem “invisíveis” dentro dos sujeitos. Esse descompasso entre aspectos “visíveis” e “invisíveis” leva à coexistência de mapas, ideais e normas contraditórias muitas vezes insuportável. A convivência do ideal “arcaico”, que permanece ativo e poderoso num plano mais inconsciente, com um ideal “moderno”, no plano mais consciente, gera o “desmapeamento”. Apesar dessa ambigüidade, motivo de desorientação e sofrimento, a sociedade reforça a idéia de que as pessoas são livres para optar, escolher e construir seus estilos de vida e relacionamento.

Se, de um lado, percebemos que persiste uma estigmatização daqueles que são percebidos como um desvio do modelo dominante — como os homossexuais —, de outro, começa a existir um reconhecimento, e até mesmo uma valorização, desses comportamentos socialmente desviantes. Percebe-se facilmente uma oscilação entre um modelo tradicional de gênero e o desejo de inventar e questionar os comportamentos e papéis sexuais existentes. Assim, cada indivíduo pode sofrer na pele o dilema de mudar ou permanecer, hesitante entre o medo de ser diferente dos demais e a liberdade de poder ser tudo o que deseja. Essa ambigüidade se reflete na mídia e se traduz em muitas dificuldades que heterossexuais, homossexuais e bissexuais devem enfrentar em seu cotidiano.

É possível imaginar uma conclusão para esse eterno debate? Percorri matérias que mostram o pai totalmente participativo e outras que retratam o típico pai ausente; outras ainda defendem o homem-espada ou trazem o *gay* como modelo desejado de masculinidade; há homens que criticam o comportamento “galinha” e aqueles que se sentem desviantes por terem poucas parceiras... Do outro lado, mulheres brigam por igualdade e outras sonham engravidar de um homem famoso para garantir uma polpuda pensão para o resto da vida; algumas mulheres idealizam um casamento entre iguais e outras sonham com príncipes encantados e fazem de tudo para agarrar um estrangeiro de olhos azuis; há mulheres que conquistam posições respeitadas

no mercado de trabalho e outras que ganham milhões para rebolar a bunda... É possível uma conclusão? Talvez o melhor a fazer seja aprender a conviver com as contradições de gênero presentes na cultura brasileira e — quem sabe? — aproveitar a possibilidade de ter, ao mesmo tempo, o comportamento mais tradicional e o mais moderno (ou pós-moderno).

As mulheres ganharam muitas batalhas nas últimas décadas: o controle da sexualidade, da procriação, espaços profissionais, liberdade e poder. E os homens? Só perderam? Nunca se discutiu tanto a possibilidade de cada um viver a própria vida, seja ela qual for. Será que podemos falar em crise quando tantas portas foram abertas? Talvez o machão esteja realmente em crise, mas é possível que até ele consiga sobreviver, só que será obrigado a coexistir com outras formas de ser homem. O que não sobrevive mais é um modelo hegemônico de masculinidade com base em força, poder e virilidade, embora homens (e mulheres!) continuem alimentando esse ideal.

Este estudo poderia se tornar interminável, pois nunca, como hoje, se debateu tanto o papel masculino, suas crises e mudanças. Enquanto eu concluía este artigo, novas matérias continuam a explorar o tema: “O homem em crise” (*O Globo*, 6/11/1999), “Homem: sexo frágil” (*Jornal do Brasil*, 6/11/1999), “Ela ganha mais” (*O Globo*, 7/11/1999), “Homens querem ser Amélia, que era ‘mulher de verdade’” (*O Estado de S. Paulo*, 29/5/1999), todas mostrando que já “não se fazem homens como antigamente”. O homem da década de 1990 parece ocupar o espaço de reflexão que teve a mulher nas décadas de 1960-70, no mundo acadêmico e fora dele. Os debates nos programas de televisão são outro reflexo dessa mudança de enfoque. Na verdade, continuamos preocupados com os mesmos temas que, a cada momento, ganham nova roupagem. É interessante observar como essas preocupações, antes restritas a grupos de elite, se expandiram para todos os setores sociais. Sinal dos tempos?

Notas

¹ Ao lembrar de alguns fatos marcantes de sua infância em uma pequena cidade do interior de Minas Gerais, Roberto DaMatta destaca a obsessão dos meninos com o tamanho do pênis, já que “ter o pênis grande era sinal de orgulho e marca de masculinidade” (p. 41). Essa obsessão gerava concursos para medir o tamanho do pênis (ou, como lembra o autor, outras metáforas para o órgão masculino: “pau, pica, espada, mastro, marreta, canhão, porrete, pistola”). “Diz-se no Brasil que, numa situação de confronto, um homem vai decidir tudo ‘mostrando o pau’, isto é, apresentando o seu falo para os outros homens implicados no conflito. Do mesmo modo, fala-se em ‘dar (ou levar) uma porrada’ em ‘dar (ou levar) um esporro’ e em ‘meter o pau’ em alguém como atos que denotam agressão ou depreciação de uma outra pessoa” (p. 39).

² Salem (1987) analisou, brilhantemente, o perfil e os valores dos indivíduos que compartilham a ideologia do “casal grávido”.

³ Uma análise mais detalhada sobre a posição da mulher na sociedade brasileira na primeira metade do século XX pode ser encontrada em Toscano e Goldenberg (1992).

⁴ Em sua coluna em *O Globo* (18/1/2000), Luís Fernando Veríssimo brinca com esta situação dizendo: “Não admira que se esteja fazendo experiências com métodos de inseminação que dispensam o espermatozóide. Do jeito que vão as mulheres, não demorarão para decidir que homens simplesmente não servem para a reprodução, pois seus genes molengas apenas as atrasariam. Precisarão de genes com o mesmo ritmo dos seus. Seus próprios genes, se não aparecer coisa melhor. Em pouco tempo transar com homem será considerado bestialismo: sexo com animais inferiores. E só poderemos esperar que, quando fizerem a retrospectiva do século XXI, dediquem algumas linhas ao nosso fim, à nação vencida, e sejam gentis.”

⁵ Esta pesquisa teve início em janeiro de 1998 e consta de um questionário com 37 perguntas abertas.

UM OLHAR SOBRE O MASCULINO:
Reflexões sobre os papéis e representações
sociais do homem na atualidade

Marcelo Silva Ramos

“Modernidade tardia”, “alta modernidade”, “modernidade avançada” ou “pós-modernidade”. Seja qual for o nome dado ao contexto histórico atual, quando se fala do mundo em que vivemos, seja numa linguagem técnica, seja nas manifestações mais comuns do discurso cotidiano, fala-se de uma época em que a flexibilidade, a pluralidade, a heterogeneidade e a incerteza sobressaem.

Percebidas como peculiares à sociedade moderna contemporânea, tais características parecem corroborar a emergência de debates e análises sobre supostas “crises” que compõem o cenário desses “novos tempos”: “crise dos paradigmas”, “crise das metanarrativas”, “crise da família conjugal moderna” e até mesmo uma “crise masculina”, impensável até bem pouco tempo atrás.

Nos últimos anos, a exemplo do que vem acontecendo nos EUA desde a década de 1980, começou a surgir, no Brasil, uma literatura que discute a chamada “crise masculina”, tomando como base as mudanças nos papéis femininos e masculinos na sociedade contemporânea. Impulsionado por essa literatura relativamente recente (de autores brasileiros) sobre homens,

comecei a pensar “o masculino” como objeto central de minhas reflexões no campo dos estudos de gênero,⁶ procurando refletir sobre um movimento que, segundo alguns estudiosos, estaria possibilitando que os homens se diferenciasssem do padrão de masculinidade socialmente estabelecido: “o desaparecimento do modelo de homem produzido pela sociedade patriarcal”.

A partir de um material composto de alguns livros, artigos, reportagens de jornais e revistas, filmes e cerca de 450 questionários⁷ respondidos por homens, na faixa etária de 23 a cinquenta anos, com nível superior, pertencentes às chamadas “camadas médias urbanas” (Velho, 1981), procurei, neste estudo, pensar, entre outras questões: o que mudou e o que permaneceu em relação aos papéis de gênero? Há, de fato, uma crise masculina? Quais as representações, os estereótipos e os clichês sobre o masculino que foram desconstruídos e quais (ou como) foram (re)construídos atualmente? Focalizo a discussão de gênero em torno de temas como comportamento, sexualidade, identidade e desvio e procuro discutir os papéis e representações sociais do homem na atualidade.

O masculino e a “confusão de gênero”⁸

“Todo Homem é Homem, até que se prove o contrário.”⁹ Imperativos como esse expressam, em poucas palavras, o caráter condicional da masculinidade, que, de acordo com Badinter (1995), é percebida como algo a ser permanentemente conquistado pelos indivíduos do sexo masculino, devendo estes passar por determinadas “provações” para se tornarem “homens de verdade”.

Em seu livro *XY: Sobre a identidade masculina*, Badinter, parafraseando o célebre enunciado de Simone de Beauvoir (“Não se nasce mulher, torna-se mulher”), enfatiza o caráter fundamentalmente social das distinções com base no sexo e afirma: “O homem não nasce homem, ele se torna homem.”

Como destaca a autora, não existe uma essência masculina, pois o “tornar-se masculino” envolve fatores psicológicos, sociais e culturais que nada têm a ver com a genética e que desempenham, talvez, papel mais determinante do que ela.

Desde muito cedo, o menino ouve referências às diferenças entre ele e uma menina, com o objetivo de direcioná-lo para o mais adequado desempenho de seu papel social. Antes mesmo de aprender o que pode ser, o menino recebe mensagens sobre o que não deve ser (ou fazer). “Menino não chora!” é o enunciado clássico que a infância de cada um preserva na memória e que se constitui em uma das primeiras “tarefas” a serem cumpridas pelo menino a fim de tornar-se um “verdadeiro homem”.

Como lembra Nolasco (1997), ao se admitir como parâmetro para socialização dos meninos o modelo de um “homem de verdade”, admite-se, também, quais cuidados devem ser tomados para que os meninos, quando adultos, sejam esses tais homens, sendo o macho e a bicha, o bem-sucedido e o fracassado, o ativo e o passivo, entre outros, polaridades que servem para demarcar o que é “norma” e o que é “desvio”¹⁰ em termos de masculinidade.

Minha vida em cor-de-rosa, filme franco-belga produzido em 1997 e dirigido por Alain Berliner, nos conta um caso de desvio. Ludovic, um menino de sete anos de idade, diferentemente de seus irmãos e amigos, não gosta de carrinhos, nem de brincadeiras violentas, não sabe jogar futebol e, o que é mais grave, sonha ser uma menina, gostando de se vestir e se comportar como uma. Os constrangimentos vividos pelos pais e as acusações e discriminações sofridas pelo menino dão a tônica dessa premiada produção.

Ludovic vive um conflito identitário por ser um menino e não possuir comportamentos, gostos e desejos socialmente esperados de um indivíduo do sexo masculino da sua idade. Assim, como um sujeito liminar, posto que ambíguo em sua fantasia, Ludovic parece buscar, ansiosamente — nas roupas de menina que veste, nos cabelos compridos que usa, na cólica menstrual que diz sentir e até mesmo num suposto “erro científico” na sua fórmula cromossômica —, símbolos que possibilitem a passagem da sua condição de

menino para a de menina, ou melhor, que lhe confirmam uma identidade de gênero feminina. Seus pais, em contrapartida, procuram eliminar tudo aquilo que denote feminilidade. Numa cena muito simbólica, a mãe, descontrolada, não sabendo mais como lidar com a situação, corta, bem curtos, os cabelos¹¹ de Ludovic.

De acordo com Roberto DaMatta (1997), na sociedade brasileira, há poucas décadas, quem nascia homem tinha de comportar-se como tal, devendo ter atitudes, hábitos e desejos masculinos. “Até a roupa, a comida, a bebida, os sapatos e as meias podiam ser tomados como ausência (ou deficiência) de masculinidade” (p. 40). Aquele que não cumprisse todas as exigências para a conquista do “título” de “homem com agá maiúsculo”, tinha sua masculinidade posta em dúvida.

Na atualidade, quando o mercado da moda aposta num visual mais libertário, que muitas vezes desafia os gêneros, pode-se pensar que padrões rígidos sobre o que deve ser camisa, calça ou sapatos de homem são coisa do passado. Porém, em matéria publicada na revista *Vip*, sob o título “O hábito é que faz o Don Juan”,¹² as mulheres entrevistadas são unânimes em dizer que a maioria dos homens ainda tem medo de ousar, de caprichar demais no visual e parecer “afetado”. E, quando questionadas sobre o que olham nas roupas de um homem antes de aprová-lo (ou não), as mesmas mulheres — por intermédio de comentários do tipo: “Se numa viagem ele leva um pijaminha você já pensa ‘ihh... mamãe fez a mala’” ou “Cueca *slip* pequenininha é que não dá. Fica *gay* demais” — mostram que, apesar da maior liberdade atual, a associação entre roupa e masculinidade não deixou de existir.

No entanto, considerando que o sentimento de identidade masculina está diretamente relacionado ao de identidade sexual (Nolasco, 1998), pode-se dizer que é sobre o campo da sexualidade que ainda recaem as maiores exigências.

A afirmação da masculinidade, por meio de relacionamentos sexuais potentes, freqüentes e variados com as mulheres e a negação da homossexualidade são, como mostrou Goldenberg (1991), dois componentes

fundamentais para a construção da identidade masculina. Nos questionários analisados, o valor atribuído a esses componentes se faz notar. O primeiro, a partir de perguntas como “Com quantas pessoas você teve relações sexuais até hoje?” e “Como é sua vida sexual?”. Imprecisos com relação à quantidade (como ressaltou Goldenberg em artigo dessa coletânea) — sendo, porém, raros os casos em que o número de parceiras sexuais apareça abaixo dos “mais ou menos dez” — e, na grande maioria das vezes, “otimistas” com relação à sua *performance*, os homens avaliaram suas vidas sexuais como “ativa”, “muito ativa”, “muito boa (cinco vezes por semana)”, “ativa e heterossexual”, “altamente satisfatória”. O segundo componente, a negação da homossexualidade, pôde ser mais fortemente notado nas “indignadas” respostas à pergunta sobre o que mais os atrai em um homem. Apesar de muitos não terem respondido a essa questão, as respostas que aparecem, para citar apenas alguns exemplos, foram: “Fala sério!”, “não respondo isso”, “tem nada que me atrai não!”, “a quantidade de mulheres que ele pode me apresentar”, “a mulher dele”, “a distância”, “sou espada!”, “não sou *gay*”.

É interessante destacar que, como tudo o que diz respeito ao masculino, os símbolos de masculinidade, a princípio, também não devem conter ambigüidades ou gerar dúvidas. Por esse motivo, “espada” — gíria popular que em pouco tempo se tornou sinônimo de macho — está caindo em desuso e, atualmente, já é utilizada para fins jocosos, uma vez que “espada corta dos dois lados”. Segundo matéria publicada no jornal *Extra*¹³ com depoimentos de atores “globais”, “macho que é macho é punhal. No mínimo sabre ou facão”, pois “o punhal é preciso, vai direto ao ponto” e, como os outros dois, “só corta de um lado” ou, em outras palavras, simboliza apenas o pólo ativo na relação sexual, quem “come”.

Tradicionalmente, como bem definiu Badinter (1995), “ser homem significa não ser feminino; não ser homossexual; não ser dócil, dependente ou submisso; não ser feminino na aparência física e nos gestos; não ter relações sexuais nem relações muito íntimas com outros homens; não ser impotente com as mulheres”. Mas, dentre todos os “não ser” sob os quais é

construído o gênero masculino em nossa sociedade, aquele que parece mais fundamental é o “não ser passivo”. Uma pequena pesquisa realizada pela revista *Nova*¹⁴ é reveladora nesse sentido. Quando lhes perguntaram sobre o que jamais fariam para dar prazer a uma mulher, grande parte dos homens disse que “jamais concordaria em ser passivo no sexo anal”. “Se me pedirem para colocar o dedo no meu ânus não vou topar”, “não acho graça nessas maluquices de introduzir coisas estranhas” ou “não deixaria colocar um vibrador em mim”. Daí se pode concluir que, ainda que seja para dar prazer a uma mulher ou, dito de outra forma, mesmo que isso comprometa a sua *performance* na cama (um componente fundamental na construção da identidade masculina, como já vimos), muitos homens se negam a desempenhar um papel passivo quando fazem sexo. Talvez para não serem considerados “homens com tendências homossexuais”¹⁵, o que é apontado por Mott, a partir dos dados do relatório *Folha* da sexualidade brasileira,¹⁶ como um grande medo dos homens brasileiros.

Outra questão, intimamente relacionada à da *performance* sexual, e que tem sido muito abordada pela mídia — principalmente pelas revistas e cadernos de comportamento dos grandes jornais —, é a “iniciativa” da conquista entre homens e mulheres. São várias as reportagens que constroem a idéia de que os homens, acostumados com o papel mais “ativo” na aproximação entre os sexos, estão agora acuados frente aos avanços das mulheres. Fala-se da reação masculina a uma “nova mulher”, produto do movimento das mulheres por igualdade de oportunidades no trabalho e maior liberação sexual. Essa mulher “independente”, “emancipada” e não mais “passiva”, entre outras atitudes, toma a iniciativa na relação sexual, dando origem a um novo clichê: de que “mulher independente assusta”. “A mulher, antes representada como dependente, sensível e submissa, aprendeu a ousar e a tomar iniciativas, ancorada numa eventual independência financeira e numa maior segurança emocional. Ao homem comum, restou um conflito: ele guarda os resquícios do machão remanescente da história da civilização e, ao mesmo tempo, quer descobrir uma maneira eficaz de se relacionar com o ex-sexo frágil”, atesta uma dessas reportagens.¹⁷ Tais matérias também têm

em comum o fato de apontarem a independência da mulher como uma das principais causas da “falha” masculina, sempre explorando a idéia de que, se um homem “caçador” vira “caça” e ainda “broxa”, não é um “homem de verdade” .

Seguindo a lógica de que “fracassar” sexualmente é “fracassar” como homem, uma matéria publicada no jornal *O Dia* destaca: “Caiu por terra um dos maiores mitos do machismo latino. E com ele despencou a fama do produto mais famoso da indústria farmacêutica dos últimos anos. O cantor espanhol Julio Iglesias, *latin lover* de 55 anos, confessou ter tomado duas vezes o Viagra, remédio contra a impotência do laboratório Pfizer, e ter ficado insatisfeito com os resultados.”¹⁸

O mito do orgasmo masculino, de John Hamilton, filme americano produzido em 1994, é “bom para pensar” como as representações sobre “ser homem” (e também sobre “ser mulher”) se baseiam em alguns atributos, comportamentos e características que mantêm estereótipos e clichês com relação aos sexos.

Tendo como personagem principal um jovem professor universitário de psicologia, Jimmy Ruvinsky, o filme nos conduz ao centro de uma experiência realizada por um grupo de feministas da universidade na qual ele leciona e que consiste em uma pesquisa em que homens são questionados sobre seus valores e atitudes com relação às mulheres. Num clima de “advogado do diabo”, Jimmy entra numa sala em que o “jogo de luz” não permite que ele veja com quem fala, mas apenas ouça a voz de uma mulher que parece querer julgá-lo pelo crime de ser homem.

Por não concordar com algumas concepções, como a de que todo homem mente para se defender, assim como faz tudo motivado pelo sexo, expressadas claramente pela mulher que o entrevistou, Jimmy vai para a segunda entrevista disposto a questioná-la. Ele discute com sua entrevistadora, dizendo que sabe o que os homens fazem, mas que está cansado de ver as mulheres se colocarem na posição de vítimas e generalizarem o que é e o que faz um homem. “Eu sou um homem e não sou assim.” Jimmy chama a atenção para o fato de as mulheres não olharem para

os homens, não cortejarem, em outras palavras, não tomarem a iniciativa, mesmo quando estão a fim de sair com um cara. “A sociedade diz: ‘quem caça é o homem’. Por isso, ele olha... e por estar sendo ‘caçada’, a mulher não teria de olhar. (...) Elas nunca tomam a iniciativa”, atesta Jimmy. “Você sabe o que o homem pensa da mulher que toma a iniciativa? (...) Se a mulher não convida o homem para sair é porque ele não aceita isso. (...) Ele quer controlar a situação”, retruca a feminista. “Que nada”, responde Jimmy, “todo homem quer que a mulher tome a iniciativa. Sempre nos arriscamos a ser rejeitados. (...) É hora de a mulher se arriscar também.”

Porém, tomando como base os depoimentos de alguns homens a uma reportagem do jornal *O Globo*,¹⁹ que também tinha como tema a iniciativa da conquista, parece que o discurso do personagem Jimmy, apesar de mais audível nos dias de hoje, merece ser relativizado. De acordo com a reportagem, os “novos Don Juan” — uma espécie contemporânea de sedutores que não conquistam: são conquistados — vivem um certo mal-estar em suas paqueras. A maioria dos entrevistados concorda que as mulheres têm o direito de tomar a iniciativa, mas impõem limites: “A mulher deve seduzir, mas de maneira delicada e agradável.” Ou seja, as mulheres podem ousar, mas sem perder a feminilidade.

Parece que, no jogo da conquista, já é permitido às mulheres mostrar-se a fim, “dar mole”, mas não partir para o ataque, “caçar”, pois, ao que tudo indica, apesar da postura mais flexível de alguns com relação a quem deve (ou pode) tomar a iniciativa, é a inversão total de papéis (de “caçador” a “caça”) que causa “mal-estar” nesses “Don Juan” nem tão “novos” assim.

Atualmente, num contexto caracterizado por mudanças significativas no campo das relações de gênero — maior liberdade sexual para a mulher, controle pela cultura do processo natural de reprodução, “novos arranjos conjugais” (Durham, 1983), quebra da dicotomia entre papéis públicos e privados (Vaitsman, 1994), ampliação da participação feminina no mundo público, entre outras —, uma verdadeira “revisão” da masculinidade tem sido promovida. Esse movimento pode ser pensado como consequência do

desenvolvimento crescente da reflexividade²⁰ (individual e social) na sociedade moderna contemporânea.

Pode-se dizer que o ritmo acelerado das mudanças ocorridas nas últimas décadas tem exigido um desenvolvimento acentuado da reflexividade por parte de homens e mulheres. Depois das conquistas do feminismo e da revolução dos costumes, os “desencaixes” (Giddens, 1991) promovidos pelo fim das distinções tão claras de papéis entre os sexos (no trabalho, na família e na vida social em geral) levaram as mulheres e, meio que reativamente, os homens — que durante séculos tiveram um papel inquestionável, sabendo exatamente como comportar-se, em especial frente às mulheres — a (re)pensarem sua condição.

Os homens estão em “crise”?!

“Crise?” “Que Crise?!” Se perguntarmos aos homens se eles estão em crise, talvez falem de uma crise financeira, problemas de emprego, ou então de uma crise mais localizada como a dos quarenta anos (ou cinquenta), mas dificilmente falarão de uma crise relacionada à masculinidade.

Segundo Trevisan (1998), o masculino não está em crise, o masculino é, em si, um gênero em estado de crise permanente e endêmica na sociedade patriarcal. Essa afirmação parece fazer sentido, uma vez que o preço da masculinidade (que, como já foi dito, não é percebida como algo dado, devendo ser permanentemente conquistada pelos indivíduos do sexo masculino) é uma vigilância eterna das emoções, dos gestos, do próprio corpo etc. Para o autor, as conquistas do feminismo, por muitos consideradas as grandes responsáveis pela “crise” masculina, não determinaram a crise, apenas a tornaram mais visível.

Considerando, tal como Kimmel (1998), que a masculinidade hegemônica, produzida pela sociedade patriarcal, é “invisível” (não muito clara) àqueles que tentam obtê-la como ideal de gênero, pode-se dizer que o

que ocorre atualmente — para utilizar uma distinção analítica feita por Domingues (1998) entre tipos de reflexividade — é um maior desenvolvimento de uma “reflexividade racionalizada”²¹ entre os homens, enquanto antes, ao que tudo indica, predominava a do tipo “prática”, em que decisões e opções eram tomadas e assumidas sem clareza, no fluxo das vivências dos sujeitos inseridos em situações interativas.

No entanto, muitos “peritos”, talvez numa tentativa de contribuir para “reencaixes”, preferem falar do surgimento de um “novo homem”, que veio se configurando nos últimos anos: um homem “sensível”, “vaidoso”, “feminino”, que se permite ter incertezas, demonstrar sua sensibilidade e fragilidade, assumir sua vaidade. Um homem que não dizem ao certo se é estopim ou fruto dessa “crise de identidade masculina”, que tem sido a tônica de praticamente toda a literatura recente sobre homens.

Fala-se muito sobre os “novos papéis” masculinos e femininos delineados nas últimas décadas e se considera o surgimento do “novo homem” como um movimento de reação a uma “nova mulher”. Fala-se de uma mulher que não se contenta mais em ser a “rainha do lar” e quer ser a “dona do mundo”, uma mulher batalhadora, que pode ser uma profissional exemplar, uma esposa dedicada, uma mãe cuidadosa e uma dona de casa exigente, uma mulher que de “frágil” não tem nada e que “não foge à luta”.

Assim, na tentativa de estabelecer “novos modelos” de ser homem e de ser mulher, criam-se tipos ideais weberianos, que parecem não existir na realidade. Considerando que, mais do que uma ruptura com o passado, o que se vive hoje ainda é um processo de mudanças, pode ser necessário relativizar as oposições clássicas pelas quais o pensamento opera. Nas oposições “tradicional *versus* moderno”, “velho *versus* novo”, o que é “tradicional” pode estar presente no que é percebido como “moderno” e o que é “velho” no “novo”. Seria ingênuo pensar que as mentalidades mudaram radicalmente, pois isso leva tempo e, como se pode atestar, apesar das profundas transformações ocorridas nas últimas décadas no que diz respeito à relação entre os sexos, os simbolismos ou representações de gênero (em especial do masculino) ainda não sofreram grandes mudanças.

Como lembra Domingues (1998), “as representações que se tecem na vida social e na mente dos sujeitos, seja na reflexividade prática seja na racionalizada, somente incompletamente se depuram a ponto de abandonar totalmente ambigüidades” (p. 215).

Jablonski (1995), num ensaio intitulado “A difícil extinção do boçalossauro”, utilizando-se de uma metáfora, afirma que o dinossauro que ainda persiste em cada um de nós não foi extinto, nem aqui nem na China, nem em Nova York nem em Paris. Essa constatação não se limita aos bolsões machistas radicais de setores de classe sociais menos sofisticados (motoristas de táxi, policiais, porteiros, torcedores do Vasco etc.). Nós mesmos, profissionais liberais progressistas, humanistas, urbanos pós-modernos e pós-graduados, pós-tantas coisas, precisamos ter consciência de que ainda não extingüimos de todo o boçalossauro que espreita em cada um de nós, conclui Jablonski.

Destacando que o modelo de masculinidade mudou, mas que a educação ainda se baseia em velhos preceitos — como “menino não chora” —, uma reportagem publicada na *Folha de S. Paulo*²² é “boa para pensar” como os “desencaixes” da atualidade podem levar a “reencaixes” que, ao contrário do que se diz, não rompem completamente com as “tradições”. Quanto às meninas, diz a matéria:

Se for para seguir o modelo da mãe, terão de se tornar, também, ‘mulheres maravilha’: fortes, trabalhadoras, seguras, mas também afetivas, sensíveis, carinhosas’. [Já os meninos,] “recebem mensagens duplas o tempo todo: o homem hoje deve ser mais sensível, mas “menino não chora”; o homem deve ser mais afetivo, mas menino que fica grudado na saia da mãe é fraco.

Acredito que falar de uma crise de identidade masculina associada ao surgimento de um “novo homem”, que veio se delineando nas últimas décadas, soa como uma tentativa de estabelecer um novo modelo de “ser homem”, que parece sem sentido em circunstâncias em que não cabe falar em unicidade, mas em multiplicidade. No atual contexto — devido à flexibilização de certos aspectos da vida social — os sujeitos se tornaram

mais “plásticos” e as identidades, conseqüentemente, mais “flexíveis e plurais” (Vaitsman, 1994).

Entendendo, tal como Durkheim e Mauss, que o procedimento que consiste em classificar os seres, os acontecimentos, os fatos do mundo em gêneros e espécies, em subordiná-los uns aos outros, em determinar suas relações de inclusão e exclusão, se dá segundo um modelo construído socialmente, no que diz respeito aos gêneros, o que ocorre é uma “crise” no sistema classificatório, uma “crise para classificar”, já que as muitas fronteiras de um mundo dividido em gêneros foram “borradas”.

Pode-se pensar, seguindo uma lógica parecida com a levantada por Foucault (1988),²³ que o fato de se falar, atualmente, de um “novo homem” e também de uma “nova mulher”, concebendo novas idéias de feminilidade e masculinidade por meio do que se pode chamar de um “intercâmbio de atributos” entre os sexos — dando origem a “homens femininos” e “mulheres masculinas” —, nada mais é do que uma forma de (re)ordenar, tornar inteligível o que parece confuso. Quando não se pode mais falar de um único modelo hegemônico de ser homem e de ser mulher, do qual uma simples classificação binária (masculino *versus* feminino) dava conta, essa parece ser uma boa “técnica” para “restaurar” a classificação de gênero, mesmo às avessas.

Notas

⁶ Gênero é entendido, tal como Joan Scott (1990), como uma construção socio-cultural dos papéis masculinos e femininos (padrões de comportamento, representações socialmente compartilhadas) e distingue-se de sexo (o domínio biológico do homem e da mulher).

⁷ Os questionários utilizados foram elaborados pela antropóloga Mirian Goldenberg e fazem parte de um projeto de pesquisa sobre mudanças nos papéis de gênero, sexualidade e conjugalidade em camadas médias urbanas, que vem sendo desenvolvido no Núcleo de Estudos Urbanos Industriais e de Gênero (NURBIGEN) do Laboratório de Pesquisa Social — IFCS/UFRJ.

⁸ O termo “confusão de gênero” é comumente utilizado para denominar o fenômeno atual, caracterizado por uma flexibilização dos papéis masculinos e femininos na sociedade.

⁹ Afirmativa encontrada nos questionários analisados em resposta à pergunta “O que você considera que todo homem é?”.

¹⁰ O desvio não como uma qualidade do ato em si, mas, conforme Velho (1981), como uma relação entre atores que acusam outros atores de estarem, consciente ou inconscientemente, quebrando, com seus comportamentos, limites e valores de determinada situação sociocultural.

¹¹ Roberto DaMatta (1997), num artigo sobre identidade masculina, fala da relação entre pêlos/cabelos e masculinidade, destacando que, há poucas décadas, “homem que era homem” devia usar cabelos curtos e bem penteados, o que denotava disciplina e/ou controle da sexualidade.

¹² Seção Conversa de Mulher. Revista *Vip*. Edição 158, ano 17, nº 6, junho de 1998.

¹³ “Eu sou punhal!” Caderno Sessão. Jornal *Extra*, 14/10/1999.

¹⁴ Seção *Nova* pergunta, eles respondem. Revista *Nova*, setembro de 1999.

¹⁵ Em matérias ou seções de revistas femininas que pretendem tirar dúvidas sobre sexo, não é raro encontrar perguntas como: “Se um homem gosta de estimulação anal, isso significa que ele tem tendências homossexuais?”

¹⁶ *Folha de S. Paulo*, caderno Mais!, 18/1/1998.

¹⁷ Reportagem publicada na revista *IstoÉ*, 1/2/1995, sob o título “Heróis da resistência”.

¹⁸ “Não foi bom para Igrejas”. Seção Ciência e Saúde. Jornal *O Dia*, 9/10/1998.

¹⁹ “O novo Don Juan”. Jornal da Família. *O Globo*, 31/10/1999.

²⁰ Reflexividade, conforme Domingues (1999), é a capacidade que todo ser humano possui de tecer símbolos, perceber sua situação no mundo e alterar tanto esses símbolos quanto a interpretação do lugar que nele ocupamos.

²¹ As opções e decisões tomadas levam em conta as condutas possíveis em determinado momento da vida do sujeito, com consistência e maximização da adequação de meios a fins (Domingues, 1998).

²² Reportagem publicada no caderno Cotidiano da *Folha de S. Paulo*, 1/11/1998, sob o título “Fôrma antiga ajuda a gerar o homem ‘novo’”.

²³ Foucault, em seu livro *História da sexualidade*, nega a tese da repressão sexual ao falar de uma incitação permanente ao discurso sobre o sexo na sociedade moderna. De acordo com o autor, tal incitação ou “vontade de saber” é peça essencial de uma estratégia de controle, de “ordenação”, da sexualidade.

MUSCULAÇÃO:
Expansão e manutenção da masculinidade

Cesar Sabino

Este estudo tem por objetivo compreender as representações sociais e as práticas dos freqüentadores de academias de musculação (os “marombeiros”) em dois bairros de classe média do subúrbio carioca: Tijuca e Vila Isabel. Pretende-se entender de que forma estas práticas e representações podem contribuir para a construção social do corpo e para a reprodução das desigualdades de gênero. Apresentaremos aqui algumas breves análises do material proveniente do trabalho de campo.

Nas relações sociais realizadas nas academias de ginástica e musculação, a forma física constitui item fundamental de interação social, existindo rigorosas normas estéticas nas quais os indivíduos tentam, ininterruptamente, enquadrar seus corpos. O padrão corporal constitutivo dessas normas consiste em ressaltar determinados tecidos corporais, desenvolvendo músculos e enrijecendo-os, “levantando” seios e nádegas, tornando forte e ampla a musculatura sob uma porcentagem cada vez menor de gordura. A imagem de força, beleza e juventude se torna sinônimo de saúde, ou melhor, a saúde está subsumida à estética; o que pode significar

que não estar “em forma”, não compartilhar as práticas do grupo, é estar sem saúde, e, por conseguinte, excluído de sua convivência.

Está estabelecida, nesse meio, uma cultura somatófila, na qual o corpo é o critério básico de reconhecimento e classificação, o que possibilita o fundamento de uma reciprocidade calcada em uma concepção de mundo centrada no indivíduo, típica desse determinado extrato das camadas médias urbanas. A busca do “corpo em forma” ou do “corpo perfeito” é sinônimo de busca pelo sucesso, *status* e dinheiro. Assim, o corpo individual é o centro do universo simbólico desse grupo. As relações sociais ficam dependentes da forma ostentada pelo corpo. As possíveis relações de cooperação ou solidariedade que venham ultrapassar o âmbito das academias se realizam, apenas — e mesmo assim raramente — entre iguais na dimensão estética.

Nesse contexto os indivíduos estão interessados em construir um corpo que possa ser utilizado como instrumento de promoção social e ascensão, seja para a conquista de pares em mesmo nível estético no mercado sexual, seja para a inserção nos setores do mercado de trabalho baseados na forma física, como no caso das atividades de modelo, ator ou segurança.

Os marombeiros têm como motivação de suas ações a busca da forma ideal — em geral veiculada pelos meios de comunicação —, mas que é inalcançável, pois se radica em modelos abstratos. Por mais exercitado (“trabalhado”, como dizem) que esteja o corpo de um marombeiro, ele nunca se dará por satisfeito com sua forma, querendo sempre perder adiposidade, definir abdômen, aumentar o tríceps e o quadríceps. Este processo é respaldado em uma ética ascética em que a disciplina constante se define na frequência diária às academias, nas dietas alimentares e até mesmo no consumo ilegal de drogas (anabolizantes ou “bombas”, como são chamadas). No âmbito dessa disciplina normatizante da forma, o corpo é considerado uma máquina que deve ser conectada a outras máquinas — os aparelhos de musculação — para ser aprimorado. O corpo é tratado como objeto sobre o qual o espírito se debruça com sua razão instrumental para melhor conhecê-lo e dominá-lo. Essa racionalidade está ligada ao paradigma científico clássico — base da abordagem biomecânica utilizada pelos instrutores de

musculação. A insatisfação estética e a incessante busca do “corpo ideal” movimentam, portanto, a indústria da forma física que abarca desde nutricionistas e cirurgias plásticas até a indústria da informação, passando pela indústria farmacêutica. Todo esse complexo industrial da forma fornece às academias os itens necessários para que se tornem usinas do corpo, acessíveis apenas àqueles indivíduos detentores do capital necessário para o aprimoramento da forma.

Seguindo a mescla de consumo e ciência, a decoração das academias remete a uma dinâmica que combina o aspecto asséptico dos laboratórios científicos com a decoração que lembra os *shopping centers*. Determinadas áreas, onde ficam os aparelhos mais utilizados pelos homens, apresentam uma decoração sóbria, com predominância de cores neutras, enquanto nas áreas onde estão as bicicletas ergométricas e onde são realizadas aulas de ginástica, a decoração é feita com cores vivas que remetem à ação e à energia: vermelho, amarelo, roxo, verde fluorescente e abóbora. Lembram lojas de *fast food*. Os espelhos, onipresentes em tetos e paredes, promovem constante consumo da imagem. Ocorre, então, uma espécie de economia das trocas imagéticas, em que o olhar se torna normatizador. Ao contrário, por exemplo, do olhar balinês ressaltado por Geertz: um olhar que toma o outro como inexistente, como parte imperceptível da paisagem, o olhar marombeiro efetiva o desprezo ou a aceitação no próprio instante da ação de olhar. O marombeiro vai à academia para ver e ser visto. Não apenas exercita músculo, mas o olhar, e nesse exercício faz questão de concretizar suas classificações estéticas por meio da expressão dos olhos. Região panóptica, a academia se torna o local onde cada um observa todos e onde todos observam cada um. Esse processo produz um autocontrole constante da aparência e, sobretudo, uma invasão corporal de infinitas formas ao espelho, o que intima o comportamento a se refletir pelo olhar sobre si e sobre o corpo alheio. A imagem de cada um se torna parte da decoração. Nas academias pesquisadas para a realização desse trabalho, toda atividade realizada em seus interiores pode ser vista pelos transeuntes na rua, pois

apenas grades ou vidraças separam o interior do exterior, o que muitas vezes dá a impressão de uma grande vitrine de corpos.

O espaço físico das academias é delimitado por uma divisão sexual do trabalho muscular. Esses espaços são ocupados de forma distinta por homens e mulheres em conformidade com as representações de masculinidade e feminilidade presentes no campo. Existem exercícios direcionados para “esculpir” o corpo feminino, ressaltando peculiaridades físicas tidas pela cultura como sinais de beleza. Assim, elas buscam otimizar determinadas regiões corporais consideradas pelos homens como itens desejáveis: coxas, cintura (com ausência total de barriga) e, principalmente, nádegas. A região dos glúteos é a que mais preocupa as mulheres, seguida pela preocupação de “secar” a barriga e “definir” o abdômen, ou seja, atingir o nível mais baixo possível de gordura corporal. Aos glúteos é dada uma importância crucial, sendo que muito tempo é despendido com exercícios que trabalham esta região. Quando se perguntou o motivo dessa obsessão calipígica, as entrevistadas responderam: “Porque esta é a parte do corpo que os homens mais olham em uma mulher.” Outra mulher disse: “Mulher sem bunda é igual a escola de samba sem bateria; quando passa ninguém olha.” Aparelhos de musculação e aulas de ginástica aeróbica que priorizam exercícios dessa parte do corpo são disputados por grande número de mulheres. Por outro lado, os homens têm verdadeira aversão às aulas de aeróbica, salvo raras exceções, e jamais utilizam aparelhos que exercitam a região das nádegas. Eles dão preferência aos exercícios que desenvolvem os ombros, costas, peito e braços, ou seja, as regiões superiores do corpo, enquanto as mulheres priorizam as regiões inferiores. Esse processo promove a concentração de mulheres em determinados espaços e homens em outros, afetando a decoração dos recintos. Nas salas de ginástica aeróbica, os pesos são menores e pintados de rosa, azul-claro, amarelo e roxo. As paredes são sempre de cores vivas. Já nas salas onde se concentram os homens, as cores são neutras, tanto as das paredes (pintadas de branco) como a dos aparelhos ou pesos (pretos e cinzas).

Em relação às mulheres, tem sido observada a busca obstinada de dois padrões estéticos: a mulher hipermusculosa e a hipermagra. Essa busca parece indicar uma “nova” representação de feminilidade: a que é cultivada adotando-se técnicas de corpo e signos físicos tradicionalmente pertencentes à masculinidade. Neste processo de busca do “corpo ideal” parece ocorrer uma espécie de masculinização estética que leva as marombeiras a se comportar como homens na definição de seu valor radicado na musculatura. Assim, o uso de hormônios masculinos (“bombas”) tem sido freqüente para ultrapassar os limites impostos pela morfologia e cultivar músculos cada vez mais definidos.

Parece haver, por parte das mulheres, uma aceitação do padrão estético masculino como ideal a ser perseguido na transformação de seus corpos. O único item que se contrapõe à androgenia e à androlatria desse novo modelo corporal parece ser a preocupação com as nádegas avantajadas, mas mesmo tal aspecto perdura devido à importância que os homens dão a essa parte do corpo feminino. As mulheres “fortes” ou magras (quase sem curvas, parecendo meninos) cada dia mais têm sido alçadas a modelo de estética pela mídia. Esse processo pode ser o indício de uma nova estratégia de reprodução da dominação masculina. A percepção que a mulher tem de si por intermédio do olhar masculino e a tentativa de se tornar igual ao homem, cobiçando os itens que fundam a masculinidade hegemônica e elevando a masculinidade a modelo ideal a ser perseguido tanto estética quanto eticamente parecem perpetuar a dominação masculina.

Uma prática burguesa

A musculação é uma atividade esportiva que tem como participantes um significativo número de indivíduos pertencentes às camadas médias urbanas. São pessoas provenientes da classe média baixa, da classe média em busca de ascensão até a parcela dos recém-enriquecidos ou emergentes.

Como atividade esportiva que tem por objetivo o aprimoramento da forma física, a musculação constitui-se como a realização de uma estética e de uma ética em estado prático (Bourdieu, 1993). Ela remete diretamente a uma visão de mundo radicada, entre outros aspectos, na virilidade e na honra, no vigor e na força do corpo e da imagem, na determinação e abnegação e em uma concepção específica de saúde que engloba os itens anteriores, utilizando-os como capitais a serem investidos no mercado econômico e simbólico, visando, obviamente, a sua maximização.

O presente trabalho é produto de oito meses de pesquisa de campo (observações etnográficas, observações participantes e entrevistas) com homens e mulheres em três academias nos bairros da Tijuca e Vila Isabel. Tais pessoas exercem atividades variadas; são advogados, estudantes de segundo grau de escolas particulares, estudantes de universidades públicas, pequenos empresários, arquitetos, funcionários públicos, engenheiros, professores de educação física, administradores, estagiários de escritórios, comerciários e um pequeno número de mulheres casadas que “cuidam do lar”. Todos, em geral, em busca do “corpo ideal”, com raras exceções. Foram realizadas, até o momento, dezessete entrevistas com homens e vinte com mulheres. O entrevistado mais jovem tinha dezessete anos e o mais velho, 48.

A otimização da forma pela prática da musculação pressupõe uma resoluta fé naquilo que Habermas (1985) denomina razão sistêmica ou instrumental. Essa razão atua por si mesma, autonomizada burocraticamente em seu afã de calcular os meios para atingir determinado fim a qualquer preço.

Constituída por séries de movimentos abstratos e repetitivos, calculados, compostos e recompostos mecanicamente por referência específica e técnica a um fim, a musculação é um exemplo de prática radicada na racionalidade mecanicista, uma das vertentes da cultura ocidental moderna.²⁴ Ela exige a disposição ascética peculiar àqueles indivíduos que se preparam para achar sua satisfação no esforço disciplinar em si mesmo e aceitar o suposto contentamento — esse nunca se concretiza plenamente por se basear em um

ideal — que recompensará, sempre no futuro, seu sacrifício. Essa recompensa é individualista e individualizante; o sucesso ou fracasso dependerá exclusivamente do empenho solitário do indivíduo em sua prática, e o espelho será seu confessor. Nele, e por vezes na fita métrica, estará o termômetro para medir o progresso na busca do paraíso da forma ideal — progresso que só poderá ser atingido, em última análise, pelo esforço solitário: não há jogo em equipe e um indivíduo servirá no máximo para ajudar o outro a levantar alguns pesos, indicar um tipo de exercício mais aprimorado, algum suplemento alimentar ou servir de comparação de medidas para ver quem atingiu mais rápido a melhor forma e, por conseguinte, a aprovação momentânea do deus Beleza,²⁵ conforme disse Paulo,²⁶ 23 anos 23 anos:

O ânimo vem quando a gente vê no outro o resultado da malhação... quando você percebe que aquele cara que era gordo está conseguindo emagrecer e ficar musculoso, aí você sente gana de malhar mais ainda pra ficar legal também.

Esse processo exigirá constante domínio de si mesmo por uma vontade metódica racionalizante do comportamento, investimento monetário em dietas, acessórios e roupas, complementos alimentares e, freqüentemente, a penitência da aplicação e ingestão de drogas como a insulina e esteróides anabolizantes que, se usadas em excesso, podem causar câncer, impotência ou mesmo a morte súbita dos usuários. Segundo DaMatta (1996), a prática da musculação exprime a mais completa realização da filosofia calvinista que quer controlar o corpo, colocando-o no mundo e não num convento situado longe dele.

Assim, a racionalização instrumental ascética do cotidiano, realizada em nome da saúde (mas visando, efetivamente, à construção da forma ideal), pode cobrar desses indivíduos o preço da perda da mesma. Não apenas devido ao uso indiscriminado de drogas, mas também ao excesso de exercícios, que comumente causam lesões por esforço repetitivo nos praticantes. Marcelo, 32 anos, instrutor de uma das academias, afirma:

Quase todos os alunos que freqüentam as academias em que dou aulas já sofreram de tendinite ou bursite pelo menos uma vez na vida. Isso porque a gente passa o exercício certo e o cara exagera no peso ou então exagera nas repetições quando a gente não tá vendo porque ele acha que fazendo isso vai ficar forte mais rápido (...).

O preço, porém, é pago com prazer pelos marombeiros, pois, como DaMatta registrou em sua pesquisa, é freqüente entre eles a máxima popularizada por Jane Fonda: “*No pain, no gain!*” (Sem dor não há ganho!).

Formas e papéis

O público masculino das academias de musculação constitui-se de halterofilistas (em pouquíssimo número), fisiculturistas (em número um pouco maior) e pessoas que têm por objetivo otimizar a forma de uma maneira geral (a maior parcela dos freqüentadores). O fisiculturismo ainda não é considerado um desporto e não se constitui como esporte olímpico, enquanto o halterofilismo o é. Apesar das aparências, são atividades bastante distintas, não raro confundidas pelos observadores superficiais. Não tenho aqui o objetivo de estudar os praticantes de fisiculturismo e muito menos os halterofilistas. Apenas busco compreender, focalizando as relações de gênero, a lógica das práticas e representações de uma parcela das camadas médias urbanas que freqüenta academias de musculação onde porventura existem esses outros dois grupos menores. Adianto, brevemente — e de forma canhestra —, que o halterofilismo é a prática competitiva de levantamento de pesos. O vencedor é aquele que consegue, por meio de técnicas aceitas mundialmente, levantar o maior peso. Já o fisiculturismo é a competição estrita da forma. O praticante se posiciona diante de um júri que vai julgar sua aparência física (o mesmo que ocorre, *mutatis mutandis*, em concursos de misse); mais especificamente, julgam-se o volume e a suposta harmonia da conformação muscular.

Como afirmei anteriormente, nas academias existe um grupo destacado de freqüentadores, não muito extenso, que denomino, em caráter sumário, *fisiculturistas*. Faço uma distinção polarizada entre eles e os demais atores baseada na dedicação (o longo tempo despendido em academias diariamente, dietas ricas em carboidratos e proteínas e complementos alimentares, além do uso freqüente das drogas denominadas esteróides anabolizantes)²⁷ e na aparência. Não me detenho no grupo dos halterofilistas porque não representam papel importante na problemática que irei abordar. Os fisiculturistas são, em geral, atletas amadores ou semiprofissionais (no Brasil ainda há pouca profissionalização do fisiculturismo, ao contrário de países do Primeiro Mundo, principalmente Estados Unidos), que participam de competições. Em relação aos demais freqüentadores de academias, os fisiculturistas chamam a atenção de qualquer observador pela considerável quantidade de músculos. Em sua maioria, são praticantes de musculação há muitos anos, o que lhes confere enorme prestígio dentro de sua própria academia e em outras, não apenas devido à sua aparência, mas também ao conhecimento prático de séries de exercícios, remédios, anabolizantes e dietas que os jovens professores oriundos das universidades não têm. Apesar da freqüente oposição dos donos das academias, os fisiculturistas também intermedeiam o fornecimento de anabolizantes nacionais e importados para outros alunos freqüentadores. São os mais admirados pelo contingente masculino das academias, não apenas por causa de seu tamanho, por vezes assustador, mas pela experiência e conhecimento de todo o processo de fabricação de um corpo musculoso. Entre os homens, eles representam o ponto máximo a que se pode chegar com a prática da musculação, e por isso também são respeitados, embora muitos não alimentem o desejo de se tornarem iguais no cultivo dos músculos. Alguns vencem competições e têm seu prestígio aumentado, pois suas fotos são publicadas em revistas especializadas, o que os torna famosos entre os aficionados do fisiculturismo, e podem conseguir algum patrocínio.

Não raro os fisiculturistas entram em conflito (em geral velado) com os professores formados em universidades em relação à eficácia de

determinados exercícios. Os professores não reconhecem a autoridade desses atletas em prescrever exercícios. Esses atletas algumas vezes lhes tiram o emprego, pois além da aparência musculosa utilizada pelos donos de academias como propaganda, pelo fato de não serem formados, aceitam ganhar salário abaixo do piso profissional. Os professores reclamam da intromissão dos fisiculturistas em seu trabalho. Os fisiculturistas indicam exercícios para alunos que já foram introduzidos à prática da musculação, interferindo na série que o professor prescreveu. Nesse processo, dá-se um confronto de opiniões sobre o exercício certo que o aluno deve realizar para atingir seus objetivos. No confronto, os professores utilizam o argumento do estudo e do diploma para reforçar sua autoridade freqüentemente colocada à prova pelos fisiculturistas. Algumas academias, temendo fiscalização, aceitam o trabalho de fisiculturistas apenas como *personal trainers*²⁸ sem vínculo empregatício, eximindo-se da responsabilidade direta pela sua atuação não respaldada institucionalmente. Outras, mais ousadas, os têm como “professores”.

Não é o estudo específico dos praticantes de fisiculturismo que este trabalho se propõe. Todavia, a compreensão do *papel* e da imagem do fisiculturista amador ou semiprofissional é fundamental para o entendimento das relações sociais estabelecidas no campo das academias, pois ele é uma espécie de líder entre os praticantes de musculação.

Entre o praticante comum (aquele que quer manter a forma ou perder peso para ficar com aparência melhor para o verão) e o fisiculturista existe uma grande quantidade de massa muscular que os separa. O fisiculturista é hipermusculoso. Há, porém, um meio-termo que denomino aqui *veteranos*. Não têm a grande quantidade de massa muscular dos fisiculturistas, mas desfrutam quase o mesmo *status* entre os freqüentadores das salas de musculação. Ao contrário do fisiculturista, os veteranos geralmente são admirados por grande parte das mulheres, e, em razão disso, também pelos homens, pois exibem músculos acima da média da maioria das pessoas comuns. Diferente dos fisiculturistas, porém, eles possuem musculatura

menos agressiva. Os veteranos buscam a forma clássica de beleza masculina, ostentam corpo atlético, sem o exagero da massa muscular.

Cátia, 25 anos, casada, sem filhos, freqüentadora de uma academia do bairro da Tijuca, respondeu à pergunta sobre o que acha da forma física dos fisiculturistas:

Eu acho horrível, eles tomam muita “bomba”, ficam enormes, desproporcionais, parecem uns monstros de tanto músculo que têm, em todo lugar que passam todo mundo fica olhando. Se pintar de verde, parecem o Hulk (...).

Outra entrevistada na mesma academia, Ana, solteira, dezenove anos, cursando veterinária, respondeu sobre qual o tipo de corpo masculino que achava bonito:

Um homem com corpo definido... bem trabalhado, barriga “tanque”, alto, elegante e de pernas grossas. O Zulu, sabe?! Pois é, aquele homem é bonito, tem corpo e rosto bonito (...).

Em outra conversa, agora com um fisiculturista de nome Carlos, 24 anos, solteiro, 123 quilos e 1,90m, estudante de universidade pública, freqüentador de academia no bairro de Vila Isabel, ouvi o seguinte relato que evidencia o que por vezes pode constituir um tipo de reação feminina à forma física desses homens:

Fui outro dia a umas termas lá perto do Maracanã, chamei uma garota, maior gatinha (...) a gente ficou conversando. Ela foi logo me dizendo que comigo não transava de jeito nenhum porque eu era muito grande. Tudo bem, parti pra outra, tinha muitas mesmo. Aí a outra disse a mesma coisa; comecei a me irritar e fui chamar outra garota que começou com a mesma ladainha. Fiquei puto! Fui reclamar com o gerente do puteiro, que mandou eu escolher a que eu queria e mandou ela transar comigo (...).

Longe de lamentar o episódio, o informante o relatou com visível satisfação, como se o acontecimento fosse um atestado de superioridade física. Confrontado com a afirmação de que seu tamanho poderia assustar muitas mulheres, respondeu que não se importava, já que era isso mesmo que queria, “crescer cada vez mais”. Continuou o relato dizendo que:

Minha namorada terminou comigo porque ela acha que eu estou ficando louco (...) fanático com mania de malhar e tomar “bomba”. Cara, eu era raquítico, parecia um bambu, alto e magro; cheguei a esse tamanho que você está vendo. Você acha que eu vou parar por causa de mulher? De jeito nenhum! Se elas quiserem têm que gostar de mim assim, do jeito que eu sou... Não malho por causa delas, malho pra mim.

Ao que tudo indica, o fisiculturista, símbolo do excesso de músculos que impressiona o observador, apesar do prestígio entre os homens das academias por seu saber específico e do respeito medroso que sua ampla forma e força física provocam, não é tido pelas mulheres como exemplo de beleza masculina. Já o praticante que se aproxima formalmente do tipo denominado veterano — aquele que ostenta um corpo com músculos “definidos” sem excesso de tamanho e de conformação mais medianamente harmoniosa — é por elas apreciado. Os fisiculturistas são mais admirados pelos homens como símbolos de força; os veteranos o são pelas mulheres como símbolo de equilíbrio de formas. Eles são cobiçados por elas como “exemplo de beleza máscula”, que se relaciona às formas equilibradas de seus corpos, com músculos sensivelmente desenvolvidos mas não em demasia. Os fisiculturistas, ao contrário, representam para elas o excesso e a desmesura de uma masculinidade amplificada até a distorção. Mas é necessário ressaltar que “a beleza é item importante mas não fundamental para um relacionamento legal”, como disse uma entrevistada. O carisma de uma personalidade singular se mostra mais importante que a beleza corporal, compensando sua falta:

A beleza não é o principal item. Muitas vezes o cara é lindo e é um babaca, metido a gostosão, não tem um papo legal, quer logo te levar pra cama, enquanto que o outro cara que não é bonito pode ser legal, gentil, compreensivo, maneiro (Carina, 22 anos, estudante).

Ou:

Detesto esses caras metidos que se acham o tal e ficam contando vantagens pra todo mundo, se for ver é tudo mentira (...) prefiro os caras discretos que têm potencial em todos os sentidos, não precisa ser rico, nem bonito, mas tem que ser diferente, tem que

ser um cara especial, sabe? Aquela coisa de você sentir na pele, nos olhos, na conversa que ele é diferente e que mesmo que não tenha nada, tem tudo pra ter, é isso! Um homem especial, di-fe-ren-te...” (Gisele, 23 anos, estudante de economia).

Já os homens, pelo menos os que freqüentam as academias pesquisadas, não utilizam esta espécie de dispositivo compensatório que permite substituir a deficiência de um item pelo excesso do outro. Para eles, a beleza parece ser fundamental, embora não necessariamente a do rosto:

A bunda é o meu fraco! Aquela cinturinha fininha realçando uma bundinha redondinha e empinada é o máximo, como disse o poeta: “Me desculpem as feias, mas beleza é fundamental.”

Ainda:

Mulher pra mim tem que ser gatinha, é claro, às vezes você vê uma garota linda e vai conversar não tem muito a ver, mas o que mais atrai é a beleza, principalmente a sensualidade, um corpo bonito, bem torneado, com bunda roliça e arrebitada (...) o resto a gente deixa pra lá.

Os entrevistados apontam para um aspecto pouco enfatizado pelas entrevistadas e que está relacionado à dicotomia entre a mulher para a cama e a mulher para o lar. Ou, como enfatizou DaMatta, mulher da casa e mulher da rua.

Existem, para determinados tipos de homens, principalmente aqueles mais prestigiados nas academias, a “mulher bonita, gostosa e sensual, pra dar uma saidinha e pegar”, ou “transar, levar pra cama” e depois largar — esse tipo de mulher não precisa ter personalidade interessante, saber conversar ou combinar com a personalidade do homem: para ele basta ela ter um corpo bonito, ser “gostosa”.

É comum entre alguns fisiculturistas, e mais entre veteranos “com corpos definidos, trabalhados” (conjugados com carros e motos de última geração), a prática da caça sexual. Percebi que algumas vezes eles manipulam suas identidades da seguinte maneira: aproximam-se de forma simpática e gentil das “gostasas da academia” por quem estão interessados, elaborando,

durante semanas — e até meses —, um jogo de sedução que passa pela conversa amigável e descontraída, pelo esforço de demonstrar compreensão e simpatia, pelas caronas na volta para casa, processo que vai envolvendo a “escolhida” até que o conquistador consegue levar sua “caça” para a cama, e termina o relacionamento logo em seguida. Após algum tempo, passa a se deter em outro objeto, em geral alguma aluna nova. Assim, fingindo ser gentil e compreensivo, o homem elabora uma espécie de ação teatral, dirigindo e direcionando as impressões que provoca em conformidade com seus interesses. Esse processo não se realiza de forma muito fácil, sem certo constrangimento para a mulher. Em geral, o conquistador conta para os outros homens suas proezas sexuais com a conquistada e o assunto acaba chegando às outras mulheres, que dificilmente tomam partido da “outra”; ao contrário, estigmatizam-na como “galinha”. Várias vezes (ocasiões em que fingia ler alguma revista colocada à disposição daqueles que se exercitam nas bicicletas) ouvi conversas que indicavam categorias de acusação. Por exemplo, algumas relatavam a “galinhagem de fulana” que havia saído com um daqueles belos e cobiçados homens e depois “ficou chorando... tolinha”. O interessante é que, nessas conversas realizadas nas salas de aquecimento, o que mais se escuta, além de amenidades sobre dietas e exercícios, são críticas de uma mulher ou um grupo de mulheres a outras. As criticadas são consideradas muito bonitas tanto por elas quanto — e principalmente — pelos homens, de certa forma são prestigiadas entre eles. As críticas acabam sempre enumerando “defeitos escondidos” nas “gostosas”, como celulites ou estrias (vistas de relance quando trocavam de roupa no banheiro), cabelos “grandes demais” ou “muito pintados”. Algum defeito sempre é encontrado pelo grupo naquelas consideradas mais belas e a acusação de maior efeito é a de “galinha porque já saiu com fulano e/ou sicrano”.

Os homens formam uma espécie de confraria que defende e encoberta as investidas dos colegas ou amigos sobre as mulheres, louvando os de comportamento mais ousado e dando sempre razão ao lado masculino das questões de gênero. As mulheres, ao contrário, acusam-se mutuamente, numa verdadeira disputa endógena, e dizem coisas do tipo “se fulano fez isso com

ela é porque ela teve alguma culpa”. No mínimo, “a culpa” é ser bonita ou sensual e chamar a atenção dos homens e das outras mulheres em demasia. Esse é o paradoxo dos dominados, que só conseguem se ver com os olhos dos dominantes, contribuindo assim para a manutenção do *status quo* favorável aos últimos. Longe de perceberem as estratégias de conquista masculina que as transformam em objetos de uso sexual, essas mulheres classificam sua realidade com as mesmas categorias elaboradas pelos homens para classificá-las em conformidade com seus interesses. Repetem o mesmo discurso deles: mulher que “cai na lábia” é “mulher fácil”.

Há, para efeito de análise, três *tipos ideais* de freqüentadores do sexo masculino de acordo com suas características corporais. *O fisiculturista*, aquele que tende a cultivar proporções físicas gigantescas, existe em número reduzido nas academias (a característica amplificada neste caso seria o excesso de massa muscular). *O veterano*, aquele que tende a cultivar a forma clássica (diríamos, próxima à estatuária grega) de físico masculino (o que se amplificaria, nessa construção ideal típica, seria a harmonia da forma atlética), existe em maior proporção que o fisiculturista, embora seja raro também. *O comum*, sem massa muscular aparente (a característica principal seria a ausência visível de prática esportiva na forma deste tipo e conseqüente falta de musculatura), é muitas vezes neófito. É o gordo, o muito gordo, o gordinho, o magro, o muito magro, o magrinho, o nem gordo nem magro, o que tem gordura localizada, enfim, a imensa maioria que não se aproxima do ideal atlético já cultivado pelos outros dois tipos. Eles são “atletas de verão”, freqüentadores sazonais que afluem às academias em grande número e rotatividade. Matriculam-se por alguns meses, abandonando em seguida a academia para voltar quando o calor do verão se aproxima e o imperativo social de mostrar o corpo se faz premente. Durante a primavera e principalmente o verão constituem maioria nas academias por nós pesquisadas.

Esses *tipos ideais*, como definiu Weber (1997), não existem exatamente de forma pura na realidade: são construções abstratas do pesquisador para melhor compreender o contexto social sobre o qual se debruça, são modelos

que servem de instrumento para a análise. No cotidiano das academias, são encontrados indivíduos que em determinado momento se aproximam mais de um modelo ideal típico que de outro e a variedade é certamente infinita, como atesta o último tipo classificado. Apenas esse tipo, se alguém quiser se deter na realidade que ele abstrai, demandaria uma construção ideal típica bem mais extensa, devido à ampla variedade de indivíduos que comporta essa realidade. Mas, para as necessidades aqui exigidas, basta a construção dos três tipos acima relacionados. Vale ressaltar que o tipo fisiculturista é sempre aquele que tende a cultivar o maior volume de músculos possível. O tamanho e a forma daqueles indivíduos vão variar de acordo com o tamanho e a forma dos outros dois tipos em determinada academia. Assim, o que se considera fisiculturista em uma academia com poucos indivíduos extremamente musculosos pode não ser considerado dessa forma em outra.

Hierarquia das formas masculinas

A musculação constituir-se-ia, também, em atividade radicada em certa concepção de mundo de base platônica. É produto de uma cultura que jamais se desvencilhou totalmente dos esquemas abstratos e ideais (*eidos*), tidos freqüentemente como fim (*télos*) a ser perseguido. Esses esquemas-modelos seriam a visão da perfeição ideal que o ser humano projetaria sobre a realidade tentando ininterruptamente conformá-la. Tais indivíduos manteriam os olhos fixos no ideal, perseguindo-o como objeto e objetivo perfeito durante toda a vida. Assim, o mundo material, reino da imperfeição, seria o portador por excelência de formas desarmônicas com tendência à degradação e à feiúra, enquanto o mundo das idéias e dos ideais seria o oposto, reino da perfeição eterna da harmonia e da beleza. Aquele que consegue aproximar-se mais do ideal seria também o que mais se aproximaria da participação no eterno. Esse é o cerne da ética propiciadora dos olhos fixos no ideal, que tem permitido que grande parcela da cultura

ocidental moderna busque a execução dos planos projetados sobre o mundo, determinando a concessão de formas à realidade. O “homem platônico” não deve desistir de buscar o ideal (*skopos*) a fim de tentar realizar, em suas obras, as formas eternas, as essências, “o exemplar divino” que constitui este mesmo ideal. Mas o paradoxo frustrante dessa concepção, como veremos adiante, é que existe sempre um abismo entre o modelo e a prática que ele dirige, o que significa que “retirado de seu céu, o ideal é inacessível” (Jullien, 1996).

No cotidiano das academias de musculação, a busca da “forma perfeita”, ideal, é de fato o verdadeiro motor dessa realidade. Esse ideal obviamente tem história, varia no tempo, mas em geral se radica na afirmação dos itens inerentes ao que nossa cultura considera beleza masculina. Não só toda a prática gira em torno dessa busca mas também o próprio cerne das distinções e honras sociais. Os frequentadores jamais se dão por satisfeitos com a forma que exibem. Buscam sempre “crescer mais”, “endurecer mais”, “perder mais gordura para definir a musculatura”. Nesse processo, os indivíduos que mais se aproximam do tipo fisiculturista são também os que mais se aproximam do ideal perseguido na busca de construção da forma pelos homens, os que detêm o maior prestígio entre eles. Se, no discurso feminino, a forma dos tipos veteranos é a princípio a mais louvável, na prática, aqueles que desfrutam o maior poder simbólico são os fisiculturistas. Isso não se dá em razão do que comumente se considera beleza masculina, característica mais comum entre os veteranos, mas porque os fisiculturistas são um ícone da força e da virilidade. O poder desses homens nas academias exalta um determinado tipo de classificação da realidade que se radica também na distinção de gênero, pois o tipo fisiculturista é a amplificação das características que, segundo as entrevistadas e os entrevistados, conformam a masculinidade e a beleza a ela relacionada: braços fortes e delineados, peitoral proeminente, ombros largos, pernas grossas, postura ativa, ausência de barriga e abdômen definido; embora, como dissemos, o tipo seja constituído pelo exagero desses aspectos. Além do mais, como dizem os informantes, a razão por que

se exercitam é a satisfação pessoal e não para agradar as mulheres. Esse aspecto seria secundário, conseqüência do primeiro. Eles se preocupam mais com a busca de aceitação entre seus pares por meio do poder da simbologia da forma física do que em exercitar-se especificamente para agradar as mulheres.

A musculação não é um esporte de contato físico nem se realizam disputas imediatas, como partidas, em seu cotidiano. A “competição” diária se constrói por intermédio do olhar lançado ao corpo do outro e da comparação de formas. Aquele que conseguir o bíceps maior, o quadríceps proeminente e o peitoral protuberante é o vencedor, ao menos momentaneamente. A busca do maior volume muscular é obsessiva e a comparação diária entre bíceps, tríceps, trapézios e panturrilhas se torna disputa entre os homens; aqueles que exibem os maiores músculos são os que detêm maior prestígio. Isso está em consonância com os ideais de masculinidade, calcados, entre outros aspectos, na força e no tamanho, sinônimos da virilidade.

O fisiculturista, ou “marombeiro”, é aquele que detém não apenas capital simbólico tornado matéria em forma de grande quantidade de músculos, mas também determinado tipo de saber que poderia ser denominado “capital de competência”, adquirido ao longo de alguns anos de prática que permitiram que seu nível esportivo fosse elevado (Waser, 1989). Esse saber muitas vezes os leva a entrar em conflito com os professores das academias e também lhes confere autoridade quando sua forma agigantada não o consegue. Pois os fisiculturistas, mais do que os professores, são constantemente alvo de muitas perguntas por parte dos novatos e até dos veteranos das academias. As perguntas (“o que você fez para ficar assim?”, “há quanto tempo você malha?”) abrem a possibilidade para o fisiculturista, se for do seu interesse, responder, demonstrando todo seu saber ao iniciante em troca de dinheiro ou ajuda na hora de fazer exercícios. Isso não significa que todos os homens das academias desejam tornar-se fisiculturistas, compartilhando a construção do tipo de corpo que ostentam. Aos olhos dos iniciantes, o excesso de musculatura dos fisiculturistas indica uma possível

via de adequação da forma. Pois os iniciantes sustentam que, se o fisiculturista conseguiu amearhar aquela quantidade de músculos em determinado tempo, eles poderão chegar mais rapidamente e com mais facilidade — realizando, na sua opinião, o suposto processo correto — a uma forma física menor que a do fisiculturista, porém adequada a seu ideal de boa forma.

Por utilizarem muita carga na prática de seus exercícios, os fisiculturistas geralmente necessitam de “escudeiros” (em geral são iniciantes na prática; mas nem sempre, algumas vezes um veterano, ou mesmo outro fisiculturista, serve para a função) que, nos exercícios mais pesados, os ajudam a levantar os pesos. Isso também é uma maneira de diminuir o aspecto solitário da prática. Inicia-se dessa forma, quando o “escudeiro” é um neófito, uma espécie de relação mestre-discípulo. A cultura da musculação vai sendo transmitida ao novato por meio de informações discretas e dos modelos normativos, de complexos de gestos e posturas, além do que por ele é vivenciado e que constitui o que Bourdieu denomina de *habitus* ou *hélix*, complexo de visão e divisão de mundo que contribui para produzir e reproduzir o funcionamento do campo. Esse *habitus* sustém as ações e é sustentado pelas mesmas; sua atuação se realiza nos traços peculiares que inscreve sobre os corpos.

Ao incorporar um capital constituído por um conjunto de técnicas e atos eficazes que se tornam esquemas radicados no cotidiano de seu esporte (Mauss, 1950), no convívio com seu “mestre”, o aprendiz é por ele introduzido no campo e aprende quais tipos de roupa deve usar, quais exercícios deve realizar — não raro desprezando as séries oficiais de exercícios que os professores indicam —, e também que tipos de anabolizantes e suplementos alimentares deve tomar e que dietas deve seguir para “crescer”. Com o tempo, galgando a hierarquia em conformidade com o aumento de sua massa muscular, realiza, *pari passu*, a condensação de sua socialização: surgem convites para festas; as mulheres de maior prestígio da academia se apresentam ou lhe são apresentadas; outros praticantes começam a dirigir-lhe atenção e seu *status* aumenta gradativamente com o

aperfeiçoamento de sua forma. Esse processo é ainda mais acelerado se o indivíduo dispuser de considerável capital econômico que lhe possibilite o dispêndio de mais tempo que o comum em exercícios (em geral, o freqüentador habitual gasta em média duas horas de exercícios por dia de segunda a sábado). A isso se acrescentam maior freqüência à academia, a contratação de *personal trainers* e a aquisição de suplementos e anabolizantes, com a ostentação não apenas de sua forma em processo de otimização, mas de carros, roupas e tênis caros, muitas vezes importados.

Os iniciantes de maior prestígio entre as freqüentadoras são os que estacionam carros importados ou novos nas entradas das academias e fazem questão de carregar telefones celulares dependurados em seus *shorts* (esses objetos são ainda símbolos de *status*, apesar da crescente popularização de seu uso no Brasil), além de utilizarem brincos e cordões de ouro durante as práticas de exercícios. A ostentação do capital econômico e social será inútil na conquista amorosa, contudo, se o indivíduo não souber ao menos representar para as mulheres das academias (sem que elas percebam) que é compreensivo, carinhoso, possuidor de uma personalidade especial. Assim, aquele que ingressa no campo da musculação tem não apenas sua forma física literalmente esculpida pelo *body building*, mas suas representações de mundo são remodeladas segundo as exigências próprias do campo (Wacquant, 1989). Se, por um lado, o capital econômico pode ser investido na aquisição de capital corporal, aliando o poder da ostentação econômica com a ostentação da boa forma física na conquista de algumas mulheres, por outro, sem o que denomino *estratégias de conquista* — ou seja, a capacidade de representar para o objeto do desejo aquilo que ele, o objeto, acredita ser seu ideal —, a mesma não se realiza. Os indivíduos que conseguem juntar capital econômico, social e corporal com essa estratégia de conquista sexual radicada na manipulação da identidade se tornam os mais bem-sucedidos nas academias — provavelmente o mesmo processo ocorre em outras dimensões sociais —, pois são os que mais se aproximam do ideal de homem, tanto para os homens quanto para as mulheres.

Esta manipulação da identidade, da qual falam os interacionistas, não vai ao encontro de posições teóricas mais estruturais, já que o indivíduo atuaria em determinado âmbito que a própria estrutura lhe confere. Sua atuação como “sujeito” realizar-se-ia, de fato, mais como “produção de subjetividade” (Deleuze, 1995), proporcionada por “uma margem de liberdade” (Parsons, 1975) doada estruturalmente, do que como construtor, na autonomia de suas interações, da suposta contingência estrutural.

Ethos masculino

Se levada a sério como instrumento para se alcançar a forma física perseguida nas academias pelo praticante, a musculação é um esporte ascético que exige dedicação quase monástica, “uma doação quase sacrificial de si mesmo” (Wacquant, 1995) e investimentos econômicos, como em alimentação rica em frutas, massas e carne branca, vitaminas, aminoácidos, complementos alimentares diversos (algumas marcas famosas dentre centenas: Metrex, Megamass, Ripped Fuel). Há também investimento de tempo, no mínimo duas horas por dia — algumas academias abrem aos domingos e feriados —, e esforço físico repetitivo, em geral a mesma série de exercícios, com aumento gradativo de carga, é repetida dia sim, dia não, muitas vezes durante meses, até ser trocada pelo professor ou *personal trainer*, sofrendo apenas ligeira variação. A musculação é realizada, embora de forma diferente, tanto por homens quanto mulheres, mas temos percebido os diferentes objetivos de ambos os sexos e como estes se relacionam às classificações de desigualdades de gênero.

Paulo, 28 anos, professor de educação física em uma academia do bairro da Tijuca, respondeu a perguntas sobre as diferenças entre práticas de exercícios de homens e mulheres:

A musculação é feita por homens e mulheres, mas seria basicamente um esporte de homem em sua essência; é um esporte, digamos assim, triste e duro; o cara sofre muito

pra conseguir um corpo legal e, se ele pára um mês, já perdeu grande parte do condicionamento muscular que havia adquirido, e é triste também porque é muito solitário. Se você prestar atenção, as mulheres em sua maioria malham pouco na musculação, mais perna e glúteos e mesmo assim malham leve. Elas fazem mais ginástica, esteira e bicicleta porque são exercícios em grupo. A ginástica também é em grupo, tem aquela coisa da sincronia, do companheirismo, e na esteira e bicicleta elas ficam fazendo e conversando umas com as outras, isso tem um efeito psicológico legal pra elas (...).

Dizer que a musculação é “um esporte triste” é significativo. A concepção de nosso informante pode indicar que a musculação, em sua totalidade prática, não é compatível com a natureza espiritual e fisicamente mais frágil da mulher. Por ser mais fraca, a mulher não suportaria a tristeza do ascetismo. A monotonia e o excesso de exercícios repetitivos com pesos, por seu turno, seriam por demais refratários à condição do corpo feminino. Continua o professor:

A mulher, sendo por natureza mais fraca, tem tendência a escolher práticas mais leves, é da natureza mesmo. Além do mais, elas gostam mais de fofocar que os homens, então os exercícios em grupo possibilitam essa prática... é só você observar.

Um número considerável de mulheres não se comporta da maneira como esse professor descreve, pois no cotidiano das salas de musculação não é difícil perceber a frequência assídua de mulheres que conseguem ter mais massa muscular e força do que muitos homens. Essa conquista se dá pela prática ininterrupta dos exercícios que ele diz serem de homens e, portanto, inadequados às mulheres. Em conformidade com a concepção de desigualdade de gênero indicada pela fala do professor, a musculação pode constituir-se como prática e expressão inconsciente (pré-reflexiva) da perpetuação do *habitus* constitutivo e constituinte das identidades radicadas no comportamento e nos ideais masculinos. Tentarei aprofundar esse aspecto daqui por diante.

Segundo Badinter (1995), diferente da feminilidade, percebida como componente natural da mulher, a masculinidade é considerada, em nossa cultura, como algo que deve ser conquistado pelos indivíduos do sexo

masculino. Tais indivíduos devem passar por “processos de provação”, os quais permitirão a conquista e a construção desse item fundamental para a afirmação de sua condição de homem. Os processos de provação, em geral, constituem-se de demonstrações de força, destemor e virilidade que constroem a honra de um homem perante a sociedade ou grupo em que vive. A falta de um desses itens obviamente coloca em risco a honra masculina, construída em contraposição a determinadas características femininas que um “homem de verdade” jamais deve dar indícios de ter. Um homem jamais deve ser submisso, medroso (indício de covardia), sentimental. Deve resistir à dor sem reclamar muito (“homem não chora”); deve ter porte altivo, “ másculo”, e olhar que nunca se abaixa diante do desafio de outro homem; enfim, deve ter inscrito em seu corpo um dever-ser, uma *virtus* que não coloca em dúvida sua hombridade. Esse conjunto de disposições, construído culturalmente e naturalizado no cotidiano, toma formas visíveis de maneiras de ser, se portar, andar, sentar, falar, manter o corpo, de pensar e de agir, um *ethos* que deve governar honrosamente seu corpo e seu espírito (Bourdieu, 1998). É desnecessário dizer que a imagem dos tipos fisiculturista e veterano, com seus corpos musculosos, alude diretamente a essa masculinidade.

Em um grupo de praticantes comuns (iniciantes) em uma academia no bairro de Vila Isabel, ouvi de um jovem a seguinte acusação direcionada, em tom jocoso, a outro jovem do grupo:

Deixa de ser boiola, mané!!! Fica malhando com esse pesinho de moça aí! Parece até uma florzinha. Vê se malha que nem homem! Vê se bota vinte quilos de cada lado dessa barra!

Esse tipo de acusação é muito comum entre os homens das academias. A virilidade dos praticantes de musculação está sempre sendo posta em dúvida em tom de brincadeira pelos próprios praticantes e qualquer indivíduo que apresente um indício de características que remetam à feminilidade é motivo de desconfiança. A categoria de acusação mais freqüente em brincadeiras é a de “bicha”, quase sempre associada à fraqueza física ou àqueles indivíduos

que olham demasiado e furtivamente outros homens e por isso são julgados como “aqueles que não gostam de mulher”. Nesse último caso, a acusação pode se tornar séria. Assim, um grupo pode estigmatizar (o que ocorre com frequência) algum frequentador novato que venha a destoar demais dos perfis de macho considerados “normais” pelos membros das academias. A acusação de homossexual provoca reações de desprezo e mutismo por parte da maioria dos homens, que temem também ser considerados assim pelo grupo se continuarem mantendo qualquer tipo de interação com o estigmatizado. Não raro esse processo faz com que o acusado deixe de frequentar a academia. Para enfrentar a estigmatização, no sentido que Goffman (1975) confere ao termo, percebemos que os indivíduos se utilizam de duas estratégias: 1) procuram, quando podem, ir à academia no horário de menor frequência, entre as doze e quinze horas; 2) reúnem-se em grupos que buscam certa auto-suficiência *gay*, não necessitando interagir diretamente com outros grupos. Nesse caso, é necessário ressaltar a importância que esses grupos *gays* — raros nas academias pesquisadas — dão à construção de um corpo não-afeminado, másculo, musculoso e viril. Ou seja, um corpo dentro dos padrões de masculinidade que facilite sua aceitação social.

Entre os praticantes de musculação parece existir, assim, a concepção de que a verdadeira masculinidade procede diretamente da imagem corporal do macho; esse corpo deve exprimir a essência do masculino, traduzindo em músculos, gestos, posturas e olhares a hombridade contraposta a tudo que é fraco, leve, suave, feminino e que, por consequência, ameaça e angustia essa mesma masculinidade. Os homens são, portanto, prisioneiros e vítimas de sua própria representação social. Têm o dever de afirmar a cada circunstância sua virilidade, entendida como capacidade de reprodutividade sexual e social e até mesmo como disposição para a violência diante daqueles que porventura coloquem sua honra viril em dúvida (Bourdieu, 1998). Um corpo hipermusculoso, além de ícone desta masculinidade, pode servir como defesa da mesma.

Divisão sexual do trabalho muscular

Ousarei afirmar a existência de uma espécie de divisão sexual do trabalho muscular nas academias. Divisão que se radica, a princípio, no espaço físico, estendendo-se à prática dos exercícios que definem o que é correto para um homem realizar em conformidade com seus objetivos de aquisição de características viris e aquilo que é correto para uma mulher realizar em conformidade com seu objetivo de aquisição de características femininas.

Nesta divisão, a ordenação androcêntrica de mundo inscreve-se no cerne da classificação da realidade sob formas de princípios de organização dos espaços físicos e dos corpos; sob as formas das diversas maneiras de usá-lo: cuidado, postura, aparência. O que faz a circularidade das relações de dominação simbólica é que “as estruturas inscritas na objetividade e aquelas que o são na subjetividade, quer dizer, nos corpos sob a forma de disposições corporais visíveis na maneira de usar o corpo e nos cérebros sob forma de princípios de percepção dos corpos dos outros” (Bourdieu, 1996: 31), estão intimamente interligadas, de acordo tácito, ou seja, a dimensão objetiva reproduz-se nas estruturas mentais que ao mesmo tempo reproduzem as estruturas objetivas.

A reprodução inconsciente da desigualdade de gênero nas academias se realiza, entre outros aspectos, por intermédio das classificações espaciais e de tarefas consideradas adequadas a cada sexo. Os pesos da ginástica utilizados por mulheres são coloridos de rosa, roxo e amarelo, enquanto os pesos da musculação são pretos. Os homens raramente freqüentam de forma significativa as aulas de ginástica — normalmente encontram-se apenas três ou quatro homens em turmas freqüentadas por quinze a vinte mulheres ou mais —, recusam-se a fazer ginástica aeróbica, pois a consideram “coisa de mulher porque tem muito exercício para a bunda”, e também dizem que “não é muito eficaz para dar volume muscular.” Por outro lado, as mulheres realizam poucos exercícios que envolvam o desenvolvimento dos músculos dos braços, das costas e do peito; ao contrário dos homens, elas exercitam

em demasia glúteos, coxas, pernas, reservando poucos exercícios para a parte superior do corpo. Cristina, uma entrevistada de dezoito anos, disse:

Eu malho porque quero ficar “gostosa” [risadas], com bunda durinha, perna grossa, torneada e cintura fina... ter uma bunda legal é que é o bicho (...) uma mulher, se for bonita mesmo e souber usar a beleza dela, ela consegue tudo que quiser na vida.

Uma estudante de pedagogia de 22 anos respondeu à pergunta sobre o motivo por que fazia musculação:

Pra ficar legal, me sentir bem, é muito bom quando você se sente “poderosa”, cobiçada pelos homens... quando a gente faz lambaeróbica aqui, fica uma porção de “babão” olhando, eles não podem ver uma bunda que ficam doidos (...) além do mais, faz bem à cabeça porque, se você se sente bem fisicamente, sua cabeça também fica legal.

Carina, de 28 anos, economista, disse que

Ser bonita, ter um corpo legal ajuda muito (...) você vê, eu sou uma ótima funcionária na empresa onde trabalho, mas já há dois anos não conseguia uma promoção. Descobri que um dos membros da diretoria se interessava por mim e comecei a corresponder a seus olhares e começamos a sair. A promoção veio logo em seguida (...) Por isso me cuido, faço musculação pra ficar “durinha”; dança e ginástica quando dá tempo.

Alguns homens responderam sobre o que achavam das meninas que dançavam:

São muito gostosas! A começar pela professora, que tem o maior “rabão”; e dança muito... cada rebolada que ela dá eu fico doido! (José, dezenove anos, estudante)

Tem muita gata, só corpão “sarado”; e elas são muito sensuais, ainda colocam às vezes esses tops claros e quando suam ficam transparentes... (Reginaldo, 48 anos, funcionário público)

Apesar de os espaços serem compartilhados por ambos os sexos, existe na academia uma clara distinção de como utilizá-los e o que realizar neles. A musculação serve, em geral, para a otimização daqueles itens corporais que destacam na mulher sua feminilidade e, conseqüentemente, aquilo que

algumas vezes elas mesmas denominam “poder”, ou seja, a capacidade de seduzir os homens. Poderosa e sedutora, neste caso, são sinônimos.

Aquelas que mais se aproximam do ideal de mulher bonita e “gostosa” são as mais invejadas pelas outras e cobiçadas pelos homens. Cintura fina, pernas grossas e glúteos avantajados, tudo isso com a maior ausência possível de adiposidade, estria e celulite, constituem características próximas da forma ideal almejada, o que leva as mulheres a utilizarem espaços e aparelhos de musculação diferentes dos usados por homens, que buscam ideais distintos. As frequentadoras — tanto das aulas de ginástica quanto de musculação — buscam otimizar o volume das nádegas apontando para uma característica que Gilberto Freyre denominou “dignificação das ancas” (1986). Segundo o autor, na cultura brasileira, a mulher de formas mais salientes (leia-se: nádegas e quadris) tende a ser considerada mais ortodoxamente feminina devido à adoração calipígia do homem brasileiro. Possuir nádegas volumosas, arrebitadas e bem torneadas confere às mulheres brasileiras uma espécie de “insígnia de estabilidade”, uma espécie de poder efetivo no jogo da sedução. Esse poder é potencializado por toda uma técnica corporal adquirida (*habitus*), tanto no cotidiano como nas academias, a qual confere a determinadas mulheres características de sensualidade valorizadas em nossa cultura: a malemolência do andar “mexendo as cadeiras” avantajadas, o leve empinar das nádegas e dos seios, forçando uma ligeira lordose, o ato de mexer com viradas bruscas a cabeça erguida “jogando os cabelos” e olhando sedutoramente de lado.²⁹ Todos esses itens se relacionam às técnicas de balançar os quadris (rebolar), o famoso “jogo de cintura”, aprimorado pelas mulheres atualmente por meio de aulas de lambaeróbica e todos os tipos de danças baianas associadas ao remexido do samba. A aquisição desse capital corporal confere à mulher o tão valorizado poder de sedução que permite que ela escolha o homem que acredita que melhor se enquadra em seu ideal e propósito.

A relação entre as formas masculinas e femininas segue determinada configuração que remete para a dimensão da dominação de gênero. As mulheres pesquisadas, em suas práticas e discursos, se preocupam

basicamente em agradar determinado tipo de homem, o que é traduzido pela preocupação de “ser gostosa”, “ter uma bunda legal” e “perna grossa”. De fato, elas investem em exercícios que otimizam essas partes do corpo, por vezes “testando” os resultados entre os próprios homens das academias por meio da sedução direta ou indireta que articulam dentro dos parâmetros instituídos pelas representações do grupo. Os “exercícios de mulher”, que permitem a otimização da forma feminina, são obviamente “vetados” aos homens, que devem, segundo a ótica por eles compartilhada, ter outros objetivos. Daí podemos entender o porquê da baixa frequência masculina às aulas de ginástica e a total falta de utilização, por parte dos homens, de aparelhos de musculação que trabalham glúteos. Para eles não é estabelecida a busca da “beleza-masculina-para-a-mulher” e sim a força muscular e a forma musculosa radicada, a princípio, no tamanho, sendo as nádegas (masculinas) terra sagrada e intocável.³⁰ Os homens exercitam-se para “se tornarem grandes”, “temidos e respeitados” entre eles mesmos, amealhando prestígio e *status*. Conquistar mulheres nas academias é consequência da aquisição desse *status*. Os homens se exercitam para si, enquanto as mulheres se exercitam mais diretamente para o homem, já que seu “poder”, como dizem, é proporcional à capacidade de sedução de sua forma. Ser “poderosa” é, no caso, “ser gostosa”, e ser gostosa é ter a possibilidade de seduzir os homens. Assim, a busca feminina da forma é a busca feminina da aprovação masculina, já que a representação do que é belo para o corpo das mulheres se radica em classificações que priorizam o ponto de vista masculino e sua preferência. Em consonância com esse aspecto, a otimização da forma feminina se relaciona ao poder de sedução próprio a fazer honra aos homens dos quais a mulher depende ou está ligada, ou ao homem do qual quer depender e estar ligada. Por outro lado, esses homens, como elas dizem, não são necessariamente os bonitos:

Eu prefiro homens fortes. Me sinto protegida, não que eu não goste de beleza, mas ela não tem muita importância, me sinto segura com um homem forte e de preferência com boa situação financeira. E, é claro, acima de tudo tem que ser um cara legal. (Paloma, dezoito anos, modelo)

Ainda:

Gosto de homens com o corpo musculoso, aspecto de macho, que passam aquela força máscula, não ligo muito pra beleza, aquela coisa de modelo, acho bonito, mas não ligo, o que importa é a segurança que o cara pode me dar e isso a gente sente assim que vê... e segurança não é só física e financeira, mas emocional acima de tudo. (Camila, vinte anos, estudante de direito)

As mulheres consideradas bonitas pelo grupo investem no capital corporal para conquistar os homens que representam a síntese da masculinidade (sucesso social e financeiro), o que traduz a estratégia de seleção na qual elas escolhem aquele que a princípio se enquadra no seu padrão de homem ideal. Não se deve deixar de reiterar a importância que as mulheres pesquisadas conferem ao caráter e à personalidade singular desse homem desejado. É preciso que ele seja “legal”, o que quer dizer que seja alguém compreensivo e diferente. Mas o paradoxo dessa exigência é que algumas vezes o indivíduo que demonstra ter essas qualidades está fingindo, manipulando sua identidade no ato da conquista. Por ser detentor dos atributos cobiçados — forma máscula, não necessariamente bela, personalidade cativante e bens materiais —, o escolhido pode se dar o luxo de escolher mais entre aquelas que o escolhem, o que causa uma espécie de “escassez de homens interessantes”, como elas mesmas dizem, pois “a concorrência é grande”. São poucos aqueles que se aproximam do ideal por elas perseguido, enquanto são muitas “gostosas”, conforme dizem, oferecendo sua sedução aos poucos homens “interessantes” existentes. Esse processo com frequência causa um descompasso nos relacionamentos. Enquanto elas, em geral, têm o desejo de ser as únicas (Goldenberg, 1997), eles contam com uma oferta considerável de mulheres (muitas vezes há várias investindo sua sedução naquele tipo paradigmático), além de necessitarem, para provar aos outros homens e a si mesmos a dimensão de sua virilidade, ter ou usufruir a companhia e o amor de várias mulheres. Nas conversas entre homens nas salas de musculação, é comum, entre os de maior prestígio, a enumeração das proezas sexuais, tanto mais valorizadas

quanto mais bela for a mulher que delas participou e quanto maior a quantidade de mulheres com as quais o homem se relacionou. Parece ser comum entre os pesquisados a manutenção de um relacionamento estável com apenas uma mulher (namorada, noiva ou esposa), enquanto saem furtivamente com outras. Assim, o prestígio do homem entre os companheiros aumenta proporcionalmente à quantidade de relacionamentos que mantém, e a qualidade destes relacionamentos é medida pela quantidade de beleza (atributos físicos) que a mulher detém. Quanto mais “bonita e gostosa” for a mulher que ele “pegou” (termo comumente usado entre os homens pesquisados), mais prestígio conquistará entre os companheiros. Dessa forma, a necessidade de conquistar o “homem interessante” — aquele com quem a mulher se comprometerá — contribui, nesse processo de sedução, para que o homem utilize a mulher como objeto, uma espécie de troféu de caça a ser ostentado entre seus pares como prova de poder. O paradoxo das belas é que, quanto mais a promessa de segurança por meio da otimização e ostentação de suas formas se concretiza, mais vulneráveis elas se tornam à utilização como troféu por parte dos homens que detêm o capital que possibilita sua utilização.

Conclusão

Como instrumento de maximização da forma a musculação se radica na prática estética de uma ética baseada em classificações da realidade que reproduzem, por meio das categorias de belo e feio, forte e fraco, viril e feminino, as distinções funcionais de gênero e econômicas de classe. Na superfície fabricada dos corpos esculpidos a suor, ferro, dietas, complementos alimentares e anabolizantes, inscreve-se a visão de mundo burguesa que tende a reproduzir, no cerne de sua economia simbólica, aspectos da própria economia monetária que a constitui enquanto *locus* na estrutura social. A aparência se torna, assim, uma espécie de *capital*

corporal a ser investido em harmonia com a lógica do lucro inerente ao mercado. Mulheres bonitas empregam sedutoramente suas formas e trejeitos trabalhados em academias na busca de homens fortes, interessantes e bem-sucedidos (adjetivos que também são símbolos de masculinidade em nossa cultura) e homens buscam instituir e ampliar seu prestígio por intermédio da produção da forma viril conjugada à ostentação de símbolos de poder que venham proporcionar-lhes *status* e desfrute da beleza e dos favores sexuais das suas pretendentes. A beleza e os favores também se tornam objetos simbólicos que contribuem para o aumento do prestígio masculino enquanto senhor de todos estes bens.

Notas

²⁴ Tal abordagem tende a conceber o corpo humano, a sociedade e o universo como máquinas, assim como fazia a física clássica (Newton e Galileu). Essa visão de mundo é comum tanto na fisiologia aprendida pelos professores de educação física nas universidades quanto no discurso cotidiano dos frequentadores leigos das academias.

²⁵ Estes aspectos nos remetem às pesquisas clássicas de Weber em *A ética protestante e o espírito do capitalismo* sobre a ética do calvinismo.

²⁶ Os nomes de todos os entrevistados são fictícios.

²⁷ Esteróides anabolizantes, mais comumente conhecidos como “bombas” nas academias de musculação, são drogas nacionais e importadas fabricadas à base de hormônios masculinos. Os fisiculturistas utilizam tais produtos para aumento rápido e significativo de força e massa muscular. Atualmente essas drogas estão proibidas no Brasil pelo Ministério da Saúde (só podem ser administradas sob prescrição médica, tendo venda farmacêutica sem receita proibida por lei). O artigo 28 da portaria 344/98 proibiu a entrada irregular dessas drogas no país por reembolso postal ou tráfego aéreo, que eram os meios utilizados pelo narcotráfico internacional para burlar a legislação. O artigo 60 da mesma portaria limita o uso em cinco ampolas por pessoa durante sessenta dias de tratamento. Alguns fisiculturistas injetam num só dia uma quantidade muito maior do que esta, prescrita para dois meses. O ator Arnold Schwarzenegger, por exemplo, usava 400 ml por dia, enquanto hoje alguns atletas chegam a injetar entre 2 e 3 mil ml diariamente (*O Globo*. Esportes, 2/11/1998, p. 6).

²⁸ Treinadores individuais que recebem pagamento dos alunos que treinam, repassando porcentagem à academia.

²⁹ Maria Dulce Gaspar (1985), em seu estudo sobre prostituição em Copacabana, também aponta para estas características que configuram estratégias de sedução feminina.

³⁰ Em artigo denominado “Tem pente aí?” (1997), Roberto DaMatta aponta para a “sacralidade” das nádegas masculinas em nossa cultura. Estas jamais devem ser tocadas, pois tal fato colocaria em risco a própria masculinidade, profanando-a. A bunda do homem remete a uma espécie de existência negativa nas representações masculinas; é uma região que não deve nem mesmo ser olhada, ao contrário das louvadas nádegas femininas. Nossas entrevistadas, porém, várias vezes disseram apreciar nádegas masculinas arrebitadas e torneadas e lamentaram o desprezo que os homens conferem a essa parte de seus corpos.

DE AMÉLIAS A OPERÁRIAS:
Um ensaio sobre os conflitos femininos no
mercado de trabalho e nas relações conjugais

Mirian Goldenberg

Fui convidada para debater o filme *Presente de grego*, que trata das angústias e escolhas de uma mulher de quase quarenta anos que investiu toda a sua vida na carreira e recebeu de herança, inesperadamente, um presente de grego: um bebê. O tema do filme sugere que maternidade e trabalho são opções aparentemente incompatíveis. Ainda hoje, mesmo com as enormes mudanças ocorridas nas três últimas décadas, a identidade feminina é construída, principalmente, a partir do papel de esposa e mãe.

O filme me fez pensar em três modelos de mulher. O primeiro modelo é o de uma mulher que decidiu ser, principalmente, esposa e boa mãe, que colocou em segundo plano a profissão e estudos e pensa que, quando os filhos estiverem maiores, poderá retomar de novo de onde parou. Sente que sua realização profissional deve ser *sacrificada* em função de sua total disponibilidade para os filhos. Algumas vezes ela olha com inveja para amigas bem-sucedidas profissionalmente, que têm independência econômica para fazer o que lhes der na telha.

Outro modelo é o da mulher que decidiu não ter filhos para investir totalmente em sua carreira e realização pessoal, que entra no mercado de

trabalho para competir em condições de igualdade com os homens, sem nenhum tipo de vínculo que a impeça de vencer. Essa mulher, em número ainda pequeno no Brasil, tem medo de ter feito uma escolha errada e de se arrepender no futuro, quando estiver sozinha, sem filhos ou netos para cuidar. Ela se pergunta constantemente: “Vou perder (ou já perdi) alguma coisa na vida por não ter filhos?”

O último modelo é o da mulher que decidiu ter filhos mas não abriu mão da carreira e investe toda a sua energia nessas duas escolhas. Ela se vê muitas vezes estressada e *culpada* por não conseguir *conciliar* como gostaria a casa e a carreira.

Entre esses três modelos, muitas variações são possíveis, mas de uma forma ou de outra todas nós, mulheres do final do século XX, podemos nos enquadrar em uma dessas opções.

Quando se fala de mulher e trabalho, sempre se pensa na realização feminina. Mas ao que parece as mulheres brasileiras estão trabalhando muito mais para viver ou sobreviver do que para se realizar. São pouquíssimas as brasileiras que podem se dar ao luxo de falar em realização profissional e autonomia econômica. Quero pensar um pouco mais sobre este problema: onde estão as brasileiras que trabalham e *como estão*?

O crescimento da participação feminina no mercado de trabalho brasileiro foi uma das transformações sociais mais marcantes ocorridas no país desde a década de 1970. O ingresso acentuado da mulher no mercado de trabalho ocorreu em função de alguns fatores, tais como: a necessidade econômica; a elevação da expectativa de consumo; as mudanças econômicas e a abertura de novos empregos; o movimento feminista; a queda da fecundidade e a expansão da escolaridade, com o ingresso das mulheres nas universidades.

A proporção de mulheres economicamente ativas cresce significativamente no Brasil. Em 1980, 31% das mulheres brasileiras trabalhavam. Em 1990, este número cresceu para quase 40%. Atualmente, mais de 50% das mulheres trabalham. Destas, as que entraram em maior proporção no mercado de trabalho são mulheres maduras, casadas, com

responsabilidades familiares, entre trinta e 39 anos. Quanto mais instruída, mais a mulher trabalha fora de casa: 64% das mulheres com nove anos ou mais de escolaridade são ativas economicamente. Este índice cai para 28% entre as sem instrução. É curioso que, na faixa entre 24-30 anos, quando as mulheres estão tendo e criando seus filhos pequenos, há uma queda da participação das mulheres no mercado de trabalho, enquanto a taxa dos homens é constante, sem alterações.

Além disso, as mulheres estão concentradas em um pequeno número de ocupações, que podem ser consideradas guetos tipicamente femininos. Cerca de 70% das brasileiras estão em atividades de baixa remuneração, baixo prestígio social, sem qualificação profissional e sem proteção trabalhista ou previdenciária. É o que pode ser chamado de *feminização da pobreza*. As ocupações femininas mais freqüentes são: empregadas domésticas e trabalhadoras no campo para as menos instruídas; secretárias e balconistas para as de nível médio; e professoras primárias e enfermeiras para as mulheres de escolaridade mais elevada. De cada cem trabalhadoras brasileiras, vinte são domésticas; doze são secretárias; doze trabalham no campo; oito são professoras e seis, vendedoras.

Mesmo mulheres universitárias se restringem a profissões que consideram melhores para *conciliar* seu papel de mãe com o de profissional. Um bom exemplo está na área da medicina, em que os melhores alunos são mulheres. Ao se formarem, porém, elas escolhem especializações mais desprestigiadas no campo, deixando para os homens as de maior prestígio social, como neurocirurgia ou cirurgia plástica.

Outro exemplo interessante é o da engenharia. Homens engenheiros ganham em média dezessete salários mínimos por mês, enquanto as mulheres engenheiras ganham nove. Mesmo no magistério, onde a presença feminina é de 87%, os homens ganham mais de cinco salários mínimos por mês, enquanto as mulheres ganham menos de dois, em média. Moral da história: mesmo nas profissões femininas, os homens ganham mais. Mesmo exercendo profissões masculinas, as mulheres ganham menos.

Até a década de 1970, a mulher só era considerada chefe de família se fosse viúva, desquitada ou sem um pai ou marido em casa, mesmo se o homem não fosse o provedor da família. Só a partir da década de 1980 é que a pessoa que responde ao censo tem a tarefa de designar quem tem a chefia familiar. Quero dar um exemplo que ocorreu comigo no último censo. A pesquisadora me perguntou: “Quem é o chefe de família?” Eu respondi: “Nesta casa não tem chefe, eu e meu marido ganhamos a mesma coisa e dividimos todas as despesas.” Ela insistiu: “Mas tem de ter um chefe.” E eu: “Mas não tem, os dois são os responsáveis pela casa, então coloque os dois.” Ela já estava nervosa: “Mas não tem esta resposta.” E eu: “Então coloque nenhum dos dois.” Ela: “Também não tenho essa resposta, preciso colocar *um* dos dois.” Acabei desistindo e disse: “Já que você tem de colocar, coloque que *eu* sou o chefe de família.” Quantas respostas não devem ter sido diferentes pelo fato de o marido estar em casa e responder à entrevista?

Talvez a forma como a pergunta está sendo feita dificulte a análise de uma realidade que vem se transformando rapidamente. De acordo com dados do IBGE, uma em cada quatro famílias brasileiras é hoje chefiada por mulheres — um crescimento de 50% em relação a 1981, quando 16% das famílias tinham mulheres como chefes.

As comemorações do Dia Internacional da Mulher, em 8 de março, provocaram um balanço da situação atual da mulher brasileira: são 79,6 milhões de mulheres, 50,7% da população, 51% dos alfabetizados, 49,8% do eleitorado, 40% da população economicamente ativa. De acordo com o Fundo das Nações Unidas para a Infância (Unicef), 1,3 bilhão de pessoas em todo o mundo vivem abaixo da linha da pobreza — e 70% desse total são mulheres.

A *Folha de S. Paulo* (28/3/1999) destaca que nos EUA, onde as mulheres avançaram enormemente em termos de igualdade de direitos, uma pesquisa revela que as mulheres casadas ainda fazem 70% do trabalho doméstico. É fácil imaginar que no Brasil a porcentagem é muito maior. A

pesquisa mostra que a divisão desigual do trabalho doméstico pode levar mulheres à depressão.

Uma pesquisa norte-americana quantificou a divisão de trabalho doméstico e mostrou que, apesar de décadas de feminismo, a mulher continua perdendo feio no terreno onde seria “a rainha”, no lar. A pesquisa, feita pelo Centro de Gerontologia e Saúde, da Brown University (Rhode Island, EUA), é a primeira a fazer uma quantificação objetiva — e ampla (foram 1.256 entrevistados) — da divisão das tarefas domésticas. O principal número mostra que as mulheres casadas ainda fazem 70% do trabalho doméstico.

Outra matéria da *Folha de S. Paulo* (30/5/1999) sugere que a solução para a desigualdade entre homens e mulheres seria a divisão igualitária das tarefas domésticas e da responsabilidade pelos filhos.

A remuneração pode ser baixa porque a referência é a gratuidade do trabalho doméstico. Acostumadas a trabalhar em casa e sem receber um tostão, muitas mulheres se sentiriam “no lucro” mesmo ao ganhar menos que homens que realizam funções idênticas. Uma maior divisão das responsabilidades familiares facilitaria a participação das mulheres, mas isso não parece evoluir num ritmo satisfatório. Essas atribuições criariam o chamado “risco mulher”. Os empregadores torceriam o nariz na hora de contratá-las, preocupados com a possibilidade de gravidez e com suas responsabilidades em casa, o que induziria à ausência do trabalho.

A própria divisão entre as licenças maternidade e paternidade poderia ter uma melhor distribuição. No Brasil, ela é de uma semana para os homens e de quatro meses para as mulheres. Em alguns países já se pensa em dividir igualmente o período de afastamento.

Um dos primeiros domínios afetados pela inserção da mulher no mercado de trabalho é o da divisão de tarefas domésticas. Se antes era “natural” que o cuidado da casa e dos filhos fosse realizado pela mulher, hoje, essa tarefa é objeto de negociação, a maior parte das vezes bastante turbulenta. A matéria da *Folha de S. Paulo* assinala que as brasileiras de classe média têm pelo menos uma vantagem em relação às norte-americanas: as empregadas domésticas. Segundo o IBGE, as empregadas domésticas são quase cinco milhões de mulheres, em todo o país. Destas, 65% ganham até um salário mínimo, reproduzindo um sistema quase escravagista. Na

Alemanha, por exemplo, as mulheres estão muito mais próximas da igualdade de direitos e deveres entre os sexos, uma realidade ainda distante para as brasileiras. Só um exemplo: em julho de 1999 foi votada a chamada Lei dos Maridos, que obriga a divisão das tarefas domésticas.

Um recente estudo da Organização das Nações Unidas mostrou que, no ritmo atual, somente daqui há *quatrocentos anos* homens e mulheres serão iguais no mundo do trabalho. Enquanto não chegamos lá, acredito que é importante lembrar as idéias de duas das mulheres mais importantes do nosso século.

Simone de Beauvoir escreveu no clássico *O segundo sexo*, publicado em 1949, que foi pelo trabalho que a mulher cobriu grande parte da distância que a separava do homem, e que só o trabalho pode lhe assegurar a liberdade concreta. “Desde que a mulher deixe de ser uma parasita, o sistema baseado em sua dependência desmorona; e entre o universo e ela não há mais necessidade de um mediador masculino.”

Com as conquistas das últimas décadas, no entanto, parece que as mulheres ficaram mais estressadas, mais competitivas, mais preocupadas com necessidades que não preocupavam tanto as de antigamente, como dinheiro, consumo, sucesso, carreira... Elas criam novos desejos, novas ambições e novas culpas. Buscam novas experiências, brigam mais e, muitas vezes, sentem-se profundamente solitárias.

A feminista americana Betty Friedan responde a essa angústia ao alertar:

Cuidado com o retorno da nostalgia dos dias simples em que a mulher não tinha escolha. Em meio ao medo e até ressentimento das difíceis escolhas que a mulher enfrenta hoje, cuidado com a tentação a acreditar que é possível, e desejável, retroceder. Precisamos formular novas perguntas para nos livrar de conflitos desnecessários antes de poder resolver problemas reais dos quais nos esquivamos sustentando ilusões de escolha onde a escolha não existe. É perigoso para as mulheres se iludirem de que há uma escolha real que pode evitar os problemas complexos que encaram hoje em dia ao tentar uma nova configuração para a família, para o trabalho e para o amor.

Homens são de Marte, mulheres são de Vênus?

As transformações do papel da mulher no mundo público afetaram, dramaticamente, todos os seus papéis sociais. Tudo mudou nas relações afetivo-sexuais e uma série de novos desejos e exigências surgiram em função da independência econômica da mulher.

Além da disputa relacionada ao trabalho doméstico e ao cuidado dos filhos, outro tipo de reclamação tem sido muito freqüente nos últimos anos. Em debates de que participo, em aulas ou papos informais, sempre acaba surgindo a mesma queixa: depois de tantas discussões e lutas na relação entre os sexos, na verdade nada mudou, tudo ficou muito pior. Essa queixa parte tanto de mulheres quanto de homens esclarecidos, que acreditam que os desencontros atuais, as inúmeras separações e a permanente insatisfação masculina e feminina são os principais resultados do movimento de libertação da mulher das décadas de 1960-70. Afinal, dizem eles, parece que os homens e as mulheres falam línguas diferentes, desejam relacionamentos incompatíveis e não conseguem conviver sem um clima permanente de guerra. A principal queixa dos homens é que as mulheres são muito exigentes, reclamam de tudo e eles não conseguem satisfazê-las nunca (por mais que tentem). As mulheres reclamam que falta homem interessante no “mercado” e que os poucos que existem são muito ausentes e prestam mais atenção ao jogo de futebol do que às necessidades femininas. Em resumo: as mulheres demandam demais e os homens dizem que elas são umas chatas que nunca estão satisfeitas. Não é por acaso que best sellers americanos, como por exemplo *Homens são de Marte, mulheres são de Vênus*, ficaram meses na lista dos mais vendidos no Brasil.

Na mesma linha, os debates da televisão brasileira e as revistas perceberam que essa queixa feminina é um tema que interessa ao público, ou melhor, que “vende”.

A revista *IstoÉ* (30/6/1999) estampa em sua capa uma mulher com um binóculo e o título: “Está faltando homem: as mulheres buscam ansiosamente o par ideal e reclamam que os homens são tolos e galinhas.” A matéria de sete páginas afirma:

Mulher solteira procura. Homem romântico, sincero e culto, para relação duradoura: isso não existe mais, dizem mulheres de todas as idades. O que elas encontram, em verdadeiras caçadas, são tipos bobocas, com cantadas grosseiras, ou homens charmosos e... galinhas! Os homens interessantes simplesmente sumiram! Aquele cara charmoso, inteligente e interessado num relacionamento duradouro virou espécie em extinção. Só encontram sujeitos chatos e sem graça, que buscam, com cantadas ridículas, a oportunidade de ir para a cama por uma noite e tomar rumo próprio no dia seguinte.

Outra matéria da *IstoÉ* (31/3/1999), com o sugestivo título “Jogo de gata & rato”, começa descrevendo o eterno desencontro entre homens e mulheres:

Elas dizem que querem casar; eles esticam o máximo que podem a adolescência, adiando a hora do compromisso. Elas dizem que faltam parceiros interessantes; eles assumem que há muitas mulheres legais, mas nem por isso querem relações duradouras. As mulheres idealizam demais o parceiro, pois já estão supridas profissionalmente. Ficaram muito exigentes. Essa tendência deixa perplexos os homens, por tanto tempo acusados de não querer compromissos.

São centenas de livros e matérias para “agarrar” o príncipe já não mais tão encantado. A indústria do rejuvenescimento explora lucrativamente a preocupação obsessiva das mulheres com o corpo e o envelhecimento. As revistas femininas vendem conselhos que irritam profundamente as mulheres que brigaram muito para conseguir um espaço de valorização dentro e fora de casa:

Não se mostre disponível, nunca telefone a primeira vez, seja misteriosa e sedutora, saiba ser uma ouvinte interessada, capriche no visual, surpreenda seu homem com pequenos agrados, não reclame demais, não apresente a família logo de cara, preste atenção nas coisas de que ele gosta, preocupe-se com ele, supere as barreiras para ficar do lado dele, não vá para a cama antes do terceiro encontro.

Depois de décadas de lutas, deve ser difícil engolir matérias como esta da *Folha de S. Paulo* (6/6/1999):

Duras na queda. Algumas mulheres apostam que evitar o sexo é a melhor maneira de segurar de vez o namorado.

Parece-me que quem reclama que nada mudou (ou piorou) não consegue enxergar em sua própria vida as transformações da relação homem-mulher nas últimas duas décadas. Acreditam que, por não terem ainda uma relação totalmente satisfatória e igualitária, não têm nada. É zero ou cem. Como não mudou tudo, então não mudou nada. Não percebem que séculos de uma cultura escravagista e de silêncio feminino não mudam em dez ou vinte anos e que, mais do que uma ruptura definitiva com o passado, estamos vivendo um processo, até bastante acelerado, de transformações dos papéis masculinos e femininos na sociedade brasileira. Não são poucos os que tentam voltar ao passado, quando os papéis destinados a homens e mulheres eram muito mais bem delimitados, em casa e na rua. Era muito mais fácil saber o que alguém seria quando crescesse: variações em torno de pai, médico, engenheiro ou advogado; esposa-mãe, dona de casa ou professora primária. O sonho era ter uma casinha, filhos saudáveis, uma geladeira branca, um telefone preto e um carro Ford ou Chevrolet de segunda mão. A sociedade atual não permite sonhar com o futuro, preocupados que estão todos em viver hedonisticamente o presente, consumindo ao máximo bens materiais e relações afetivo-sexuais. É bem verdade que a Aids deu um grande susto em todos nós que estávamos começando a aproveitar a liberdade sexual duramente conquistada pelas mulheres na década de 1970.

Mas, apesar dessas mudanças, muito ainda merece ser discutido. Como, por exemplo, o fato de as mulheres brasileiras continuarem exercendo profissões de menor prestígio social e ganhando salários menores do que os dos homens, mesmo com o nível de escolaridade tendo crescido significativamente. A violência doméstica contra a mulher continua assustadora e são poucas as que denunciam os maridos, amantes ou pais que as desrespeitam, humilham, espancam e estupram. As mulheres “naturalizam” a violência masculina e por isso, ou por medo e vergonha, não denunciam seus agressores. Também é preciso destacar que a auto-estima feminina parece continuar perdendo para a masculina. Homens continuam sendo valorizados no “mercado matrimonial”, enquanto as mulheres vivem reclamando que “falta homem” para um relacionamento sério.

Homens e mulheres mudaram profundamente, mas muitos estereótipos sobre os sexos permanecem. Para muitas mulheres, todos os homens são “galinhas”, têm inúmeras parceiras sexuais ao longo de suas vidas e não perdem uma oportunidade de ter novas aventuras. Estudos recentes mostram que a realidade não é bem assim. São muitos os homens que tiveram poucas parceiras sexuais e que não repetem o comportamento tradicional masculino de dissociar a esposa da amante, a mãe de seus filhos da prostituta ou da mulher que tem prazer sexual. Enquanto isso, o estereótipo da mulher como vítima indefesa e frágil continua sendo alimentado por homens e mulheres: a coitadinha que não pode enfrentar as dificuldades do mundo profissional e político e precisa ser permanentemente defendida por homens fortes e poderosos.

Acredito que muito mais pode ser acrescentado a essa discussão, desde que todos os envolvidos deixem de lado a postura de vítimas, para enxergar as transformações sociais que estão ocorrendo e pelas quais somos todos responsáveis.

E agora?

Mas, se mudou tanto, por que ambos continuam insatisfeitos? Talvez porque a insatisfação permanente é inerente ao ser humano e não haverá nunca um relacionamento perfeito para os dois.

Afinal, o que quer a mulher? E, como consequência dessa pergunta, o que quer o homem? Após mais de vinte anos de intensos debates sobre a desigualdade entre homens e mulheres, o que realmente mudou na sociedade brasileira e o que permanece o mesmo?

Simone de Beauvoir escreveu, em *O segundo sexo*, que o casal equilibrado não é uma utopia. Ela acreditava que alguns casais são unidos por um grande amor sexual que os deixa livres em suas amizades e ocupações; outros são ligados por uma amizade que não proíbe sua

liberdade sexual; e outros ainda são ao mesmo tempo amigos e amantes, mas sem procurar um no outro sua razão exclusiva de viver. Assim, existem numerosas possibilidades nas relações de um homem com uma mulher: a camaradagem, o prazer, a confiança, a ternura, a cumplicidade, o amor. A célebre feminista acreditava que não são os indivíduos os responsáveis pelo malogro do casamento: mas a própria instituição, pervertida desde a origem. Declarar que um homem e uma mulher devem bastar-se de todas as maneiras durante toda a vida é uma monstruosidade que engendra necessariamente hipocrisia, mentira, hostilidade, infelicidade. Simone de Beauvoir apostava em casais equilibrados em que as noções de vitória e derrota dariam lugar a uma idéia de reciprocidade. É a própria Simone quem nos dá a chave para essa discussão, quando diz que se interessa pela transcendência, superação e expansão dos indivíduos, e não se preocupa com a questão da felicidade, já que não se sabe muito bem o que essa categoria significa. Liberdade e reciprocidade me parecem as categorias que melhor representam as profundas transformações que resultaram nos atuais arranjos afetivo-sexuais entre homens e mulheres.

No lugar das antigas categorias utilizadas pelas feministas, e disseminadas para a sociedade em geral — como luta por igualdade e reivindicação dos direitos da mulher —, temos hoje novas idéias que expressam melhor o que efetivamente ocorre no cotidiano de um casal, como respeito às diferenças e ao espaço do outro, negociação diária, diálogo permanente, troca, crescimento mútuo. Muito mais do que modelos sociais a serem reproduzidos, homens e mulheres procuram “inventar” suas formas de parceria amorosa. Casar, separar, casar de novo, namorar, “cada um na sua casa”, ter um amante, ter um filho sem casar... São tantas as possibilidades que a escolha parece cada vez mais difícil.³¹

Cada um de nós, mesmo vivendo alternativas vanguardistas de conjugalidade, convive interiormente com um modelo tradicional de família e de casamento. A forma tradicional do casamento vem sofrendo inúmeras modificações, mas o casamento continua a constituir um problema que homens e mulheres sentem de maneira diferente. Hoje, mais do que nunca,

homens e mulheres são quase iguais; escolhem-se mais livremente; podem muito mais facilmente separar-se; há entre o casal menor diferença de idade e de cultura do que antes; cada parceiro reconhece com maior boa vontade a autonomia e o espaço que o outro reivindica; algumas vezes partilham em igualdade de condições os cuidados da casa e dos filhos; têm amigos, prazeres e distrações comuns. A mulher não passa mais os dias em casa esperando a volta do marido; o marido não espera ser o único responsável econômico da família nem alguém que deve ser sempre forte e potente. A fidelidade valorizada pelos casais é baseada não em prescrições morais mas em uma disposição consciente de pessoas que se amam, que exigem direitos iguais no domínio da sexualidade e que têm medo de destruir um relacionamento amoroso em função de uma aventura. As expectativas do casal são tão grandes que são quase impossíveis de realizar. Assim, os casamentos são mais facilmente desfeitos e novos casamentos se realizam. Acontece o que pode ser chamado de casamentos monogâmicos sucessivos, nos quais os pares são fiéis e vivem intensamente tudo de forma partilhada, mas cuja duração não ultrapassa alguns poucos anos.³²

Somos parte de uma geração que aposta e investe em uma maior qualidade do relacionamento amoroso. Mudar implica perdas e riscos, abrir mão de privilégios e questionar as imposições sociais, ter uma atitude criativa e crítica frente à própria vida, deixando de lado falsos mitos de felicidade.

Temos a oportunidade — e o *desafio* — de “inventar” o casal, o casamento, a família, a vida que queremos para nós. Nesta “invenção”, em que os estereótipos sobre “ser homem” e “ser mulher” não deveriam ter lugar, acredito que lucram homens e mulheres que, ao sentirem-se responsáveis pela construção cotidiana da relação amorosa, não aceitam falsas promessas de uma existência mais fácil e segura, não adotam posturas de vítimas e não gastam suas energias em acusações mútuas, cobranças e chantagens.

As mulheres estão mostrando que não precisam mais de um homem para sustentá-las economicamente, protegê-las fisicamente ou para construir uma

família segura e confortável. O que querem é um parceiro que saiba trocar afetivamente, goste de ouvir suas histórias e falar de suas emoções. Alguém que possa ser, acima de tudo, seu melhor amigo. E se ainda for gentil, sensível e a faça rir... seria pedir demais?

Apesar de ainda serem poucos os homens que despertaram para essa realidade — e por isso se discute tanto a crise e perplexidade masculina diante das novas expectativas e exigências femininas —, ainda existe esperança. Principalmente para aqueles que descobriram (depois de muitas decepções) que, em um mundo consumista e individualista, o amor deve ser construído em bases mais sólidas e maduras, e não na aparência ou na busca desenfreada pelo prazer.

Concluo com uma poesia de Rainer Maria Rilke que faz pensar sobre o processo de transformação que estamos vivendo, de maior insegurança mas, também, de maiores possibilidades:

*Seja paciente com tudo que não há solucionado em seu coração
E procure amar as próprias perguntas.
Não procure as respostas que não lhe podem ser dadas
Porque não poderia vivê-las
E o que importa é viver tudo
Viva as perguntas agora
Talvez gradativamente e sem perceber
Chegue a viver algum dia distante as respostas.*

Notas

³¹ Sobre as transformações do casamento e da família, ver Durham (1983).

³² Sobre uma nova forma de viver o casamento e a família, ver Vaitsman (1994).

AMOR SOB ENCOMENDA:
Um estudo antropológico sobre
agências de encontros

Erika Souza Vieira

Este estudo tem por objetivo refletir sobre empresas comerciais que têm como clientes pessoas que “desistiram” das formas mais comuns de aproximação, como a paquera ou flerte, e acreditam em uma maneira “alternativa” para encontrar um companheiro.

Tal tema foi escolhido como objeto de estudo por permitir pensar sobre os “arranjos conjugais”³³ presentes em nossa sociedade, que vêm sendo estudados por antropólogos, sociólogos e psicólogos como Goldenberg (1991), Vaitsman (1994), Dauster (1987), Durham (1983), Figueira (1987), Jablonski (1998). Por intermédio da decisão de procurar uma “agência de encontros”, homens e mulheres revelam, simbolicamente, o que está ocorrendo no relacionamento entre os sexos. Dessa forma, considere importante compreender os motivos que levam homens e mulheres a optarem por uma agência, no lugar de seguirem técnicas mais comuns de aproximação.

Como funcionam tais agências? Quem são seus clientes (sexo, faixa etária, estado civil, nível educacional, nível socioeconômico)? O que procuram? Por que procuram uma agência? O que encontram nas agências?

Escolhi agências com sede na cidade do Rio de Janeiro para que a pesquisa na imprensa local e as entrevistas pudessem ocorrer com mais facilidade. Procurei pesquisar “agências de encontros” com um público mais amplo, e não aquelas destinadas a grupos específicos, como negros, evangélicos, homossexuais ou pessoas de terceira idade. Por fim, escolhi as agências que se destacavam nos jornais e revistas pesquisados.

Após esse recorte, encontrei cinco agências. No entanto, apenas os donos de três agências concordaram em dar entrevistas: Affinity, InterConnection e Lunch for Two. Apesar de ter enviado diversos e-mails e telefonado muitas vezes para a La Bohème, não consegui resposta, e o dono da PAIMI não autorizou nenhuma aproximação.

A pesquisa dessas três agências foi realizada por intermédio de matérias em jornais e revistas, das home pages de cada uma na Internet, dos seus questionários, dos anúncios publicitários e, especialmente, de entrevistas com seus donos. Realizei, também, entrevistas com quatro clientes do sexo feminino, com idades entre 28 e 39 anos, moradoras da cidade do Rio de Janeiro, profissionais de educação física, letras, publicidade e fonoaudiologia.

O funcionamento das três agências é semelhante, consistindo no preenchimento de questionários, pagamento de taxas, realização de entrevistas com psicólogos, pesquisas de idoneidade e cruzamento de dados no computador. No entanto, existem algumas particularidades que dão um perfil diferente a cada uma delas, como marcar o primeiro encontro na hora do almoço (Lunch for Two) ou palestras sobre “almas gêmeas” (InterConnection). Cada agência define sua clientela e constrói seu nome. Cabe lembrar que os preços também são muito variados, o que delimita a clientela.

As três agências pesquisadas para este trabalho — Affinity, InterConnection e Lunch for Two — iniciaram seus serviços no ano de 1996, assim como a Paixão Consult, localizada na Bahia, com a qual mantive contatos por e-mail. Apesar de não ter sido possível fazer um histórico de todas as empresas, é fácil notar que há um aumento de interesse por esse tipo

de serviço na segunda metade da década de 1990.³⁴ Este parece ser um negócio em franco crescimento.³⁵

Ao buscar a origem das agências no Brasil, pude ver, na home page da InterConnection, que as primeiras empresas do gênero datam de 1950, quando

possivelmente uma dona de casa casamenteira percebeu que tinha um talento especial para apresentar pessoas e resolveu abrir um negócio. Desde então, o negócio de pessoas procurando pessoas com fins pessoais tem crescido aritmeticamente.

As “agências de encontros” funcionam com um “banco de dados”: os clientes se inscrevem, pagam o valor estipulado, respondem a um questionário e têm seus dados inseridos em um programa de computador. Com as respostas, através de programas especiais as agências são capazes de “cruzar” os dados e encontrar homens e mulheres que consideram “compatíveis”: clientes que têm maior chance de se combinar em razão do grande número de características e desejos comuns.

O fato de algumas pessoas procurarem outras por intermédio de agências pode ser mais bem compreendido por meio de uma lógica demográfica que anuncia um desequilíbrio entre homens e mulheres no chamado “mercado matrimonial”,³⁶ fortemente desfavorável para as mulheres. Ou ainda sob uma perspectiva de gênero, já que as modificações ocorridas nas últimas três décadas, no que diz respeito às relações afetivo-sexuais, podem estar gerando dificuldades para homens e mulheres que ainda não conseguiram administrar seus “novos” papéis sociais. Se antes o homem tinha como função prover o sustento da família a partir de sua inserção no espaço público, enquanto à mulher era entregue o papel de cuidar do lar e educar os filhos, com a “flexibilização” de fundamentos como a divisão sexual do trabalho e a dicotomia entre público e privado, o tipo moderno de família e casamento entrou em crise (Vaitsman, 1994).

Além de prometerem formar casais com grandes possibilidades de “darem certo”, as “agências de encontros” parecem exercer outra forte atração sobre os clientes: o sentimento de serem escolhidos. Uma das

clientes confirma esta idéia ao dizer o que sentiu quando foi informada de que havia alguém interessado em conhecê-la: “Foi como um elogio.”

A procura pelas “agências de encontros” é justificada, pelos clientes e donos de agências, pelo medo de se ficar sozinho e pelo desejo de ter um companheiro. Como observa Lévi-Strauss, há uma distinção conferida ao estado de casado em quase todas as sociedades, além de uma repulsa em relação aos solteiros. O solteiro, de acordo com o autor, é percebido como “meio ser humano”, por não se beneficiar do trabalho de um cônjuge em sociedades em que existe uma divisão de trabalho bem demarcada entre os sexos.

O empreendimento comercial das “agências de encontros” aponta para uma das funções anteriormente destinadas à família, agora destinada a empresas comerciais.

Aqueles que acreditam que a idéia de agenciar encontros é nova, devem se lembrar dos termos “casamenteiros” e “alcoviteiros”, que mostram a presença, ao longo do tempo, de pessoas interessadas na função de “facilitar” a aproximação de duas pessoas. Macfarlane (1990) observa que em sociedades rurais da China, da Índia ou da Europa existiam “agentes” de casamento profissionais.³⁷

Macfarlane discute a constituição da noção de amor como motivação, ou mesmo única justificativa, para se firmar um contrato como o casamento. Afirma ainda que, na Inglaterra do século XVIII, o namoro podia ser iniciado pelos próprios indivíduos ou indiretamente, por intermédio de instituições que se encarregavam de procurar o parceiro adequado. Tais pessoas eram peritas em descobrir os parceiros convenientemente dotados: entendiam do assunto e sabiam reconhecer um bom “investimento”. Marcavam encontros e datas, funcionando geralmente como uma espécie de agência matrimonial.

Para analisar os motivos que levam pessoas a procurar uma agência, é necessário pensar sobre as mudanças ocorridas na demografia brasileira nas últimas décadas.

A década de 1980 reflete mudanças significativas na estrutura etária da população brasileira: as taxas da população com 65 anos ou mais vêm

aumentando. Ou seja, nossa população está envelhecendo. De acordo com Elza Berquó (1989), a população idosa brasileira cresce a taxas muito mais elevadas (5% ao ano entre 1970 e 1980) do que a população total (2,5% na mesma década). Essa faixa mais idosa é composta majoritariamente por mulheres, numa proporção (em 1980) de cem homens para 115 mulheres, com 65 anos ou mais, e de cem homens para 211 mulheres na faixa etária acima de 85 anos.

Analisando a população com mais de 65 anos no censo de 1980, Berquó (1989) constatou que, enquanto 76% dos homens estavam casados, só 32% das mulheres estavam acompanhadas (55% eram viúvas, 9,5% eram solteiras e 3,5% estavam descasadas). Em relação aos homens, restam apenas 24% entre viúvos, solteiros e descasados. A viuvez é um estado civil mais presente entre as mulheres, que apresentam uma expectativa de vida superior à dos homens em mais de sete anos.

De acordo com um gráfico chamado por Berquó de “pirâmide dos não-casados”, enquanto o número de homens não-casados se mantém praticamente constante, o número de mulheres não-casadas, à medida que se avança em idade, cresce muito. Berquó chama atenção para a importância desse fenômeno, pois nossa pirâmide social está se transformando no que chama de “pirâmide da solidão”, particularmente para as mulheres.

PIRÂMIDE DOS NÃO-CASADOS — BRASIL

HOMENS	IDADE	MULHERES
19%	65-69	57%
16%	60-64	47%
13%	54-59	37%
12%	50-54	32%
12%	45-49	25%
12%	40-44	21%
13%	35-39	20%
18%	30-34	21%
35%	25-29	29%
71%	20-24	50%

É interessante destacar que somente até os 29 anos o número de homens não-casados é superior ao de mulheres não-casadas.

Essa “pirâmide dos não-casados” pode ser explicada não só pela mortalidade diferenciada entre os sexos, o que leva a um superávit de mulheres na faixa mais idosa, mas também por aspectos culturais que garantem ao homem a possibilidade de casar com uma mulher mais jovem. Os homens de 25 a trinta anos têm ampla escolha, podendo se casar com as mulheres dessa faixa etária e com as mais jovens, a partir dos quinze anos. Entretanto, às mulheres dessa faixa correspondem homens de mesma idade ou mais velhos. À medida que elas envelhecem, as chances de casamento diminuem, ressaltando-se que a taxa de mortalidade dos homens é maior.

Entre as análises de Berquó, cabe destacar a da crescente opção pela coabitação sem vínculos legais, ou união consensual, no Brasil. De acordo com Berquó e Loyola (1984), esse aumento se dá nas uniões mais recentes e parece começar a atrair principalmente os grupos mais jovens dos grandes centros urbanos, fato que talvez ajude a explicar a preferência dos

“agenciadores” pelo termo “agências de encontros” e não “agências de casamentos”.

No entanto, é possível pensar se a preferência pelo termo “agência de encontros” não está relacionada à intenção, por parte das agências, de demonstrar isenção de responsabilidades com relação aos resultados da “aproximação”, reafirmando, apenas, o compromisso de indicar pessoas para possíveis encontros. Conforme observa a psicóloga da InterConnection, “pode-se indicar uma pessoa e o cliente não se interessar”. Dessa forma, ao se classificar como “agências de encontros” ou “de aproximação”, elas cumprem sua função ao cruzar os dados dos clientes e apontar uma pessoa compatível, sem, com isso, assumirem para si a responsabilidade de o relacionamento “dar certo”.

Para a dona da agência Lunch for Two, o termo “agência de casamentos” não é apropriado porque “muitas pessoas, hoje em dia, têm outros tipos de relação que não são casamentos, mas que também são relacionamentos sérios”.

A Pesquisa Nacional por Amostras de Domicílio do IBGE (PNAD 93)³⁸ destaca que em São Paulo há 85 homens para cada cem mulheres. Segundo reportagem da *Folha de S. Paulo* (a partir de uma pesquisa do Datafolha, com 401 mulheres solteiras, descasadas e de classes sociais A, B e C da cidade de São Paulo), existe um déficit de homens que satisfaçam as exigências do público feminino.

A pesquisa aponta que, no imaginário feminino, o “homem ideal” é moreno, branco, não-musculoso, solteiro, sem barba e bigode. Mais do que bonito, tem de ser culto, viajado, bem-sucedido, honesto, companheiro, solteiro, sensual e ter de vinte a quarenta anos.

No entanto, a maioria dos brasileiros não possui as características apontadas pelas mulheres. Segundo a PNAD (1993), a faixa etária masculina mais numerosa é de quinze a dezenove anos. Há cerca de 47,5 milhões de homens com mais de quinze anos no Brasil, sendo menos da metade — 22,5 milhões — os que se encontram na faixa etária predileta.

Se o estado civil solicitado como perfil ideal — solteiro — for incluído, o universo masculino de onde sairá o parceiro ideal já está reduzido a 17% do grupo inicial. Para avaliar o sucesso profissional pode-se observar os rendimentos mensais. De acordo com a PNAD, a maioria dos homens com ocupação profissional recebe até R\$ 224,00 por mês. Avaliando-se a característica culto, cuja única forma de análise seria por intermédio de diplomas, chegar-se-ia à conclusão de que a maioria não concluiu o primeiro grau.

Com isso, sobram apenas 703.768 homens. Em resumo, de cada mil homens que entraram nessa corrida, apenas quinze ainda estariam no páreo. Acrescentando-se a exigência de serem brancos, apenas nove chegariam ao final. Diante disso, as mulheres pesquisadas estariam condenadas ao celibato. No entanto, mais da metade das brasileiras maiores de quinze anos está casada com homens mais velhos, menos cultos e sem tanto sucesso profissional. A explicação para essa “solução” encontrada pela mulher brasileira talvez seja a constatação de que o mercado matrimonial lhe é fortemente desfavorável, principalmente para as mais velhas. São as mulheres mais velhas as principais “vítimas” desse desequilíbrio demográfico.

No discurso dos donos das agências, estas aparecem como mediadores ideais para pessoas desacompanhadas que buscam um parceiro ou se sentem insatisfeitas por serem consideradas “encalhadas” ou “solteironas”. Além de diminuir o risco de relacionamentos que não sejam sérios, as agências podem favorecer um encontro com pessoas que tenham um perfil “compatível”. Procurando estabelecer um perfil de seus clientes, as agências afirmam que sua clientela é a mais variada possível. Pertencentes a todas as classes, de “A até C”, a faixa etária “varia de dezoito a oitenta anos”. Tentam mostrar que qualquer pessoa pode se tornar um cliente, independentemente de idade ou classe social. No entanto, ressaltam que são pessoas cultas.

Procurando príncipes e princesas

De acordo com os donos das agências pesquisadas, a maior dificuldade é corrigir a idéia que muitos fazem sobre as agências, tendo por base informações das “falsas agências”. Uma das sócias da Affinity diz que uma de suas maiores dificuldades é convencer as pessoas de que se trata de um serviço sério e não um serviço de prostituição. Como observa uma das sócias da InterConnection,

Tem pessoas que ligam pra cá: “Hoje é sexta-feira, será que vocês não podem me colocar em contato com alguém?” Eu digo: “Aqui, não! Você está procurando o serviço errado! Aqui é uma coisa diferente. Nós não temos ninguém pra programa de final de semana.” As pessoas misturam muito. O brasileiro tem uma mentalidade um pouco difícil de aceitar.

Ao se dirigirem a uma agência, os clientes esboçam o perfil desejado para o seu companheiro. Algumas vezes, por ser um perfil idealizado, torna-se difícil encontrar o parceiro almejado. O alto padrão de exigência, de acordo com os donos das agências, pode dificultar o encontro de um parceiro. Quanto mais se eleva o grau de exigência das características do parceiro, mais este se torna um ser “ideal” que só existe nos desejos dos clientes. Dessa forma, a agência sugere que as características desejadas no parceiro não sejam muito restritivas, a ponto de dificultar as buscas e aumentar o tempo de espera e a ansiedade. Quando a demora angustia o cliente, mudanças podem ser feitas no cadastro para facilitar a procura.

Nem todas as pessoas, no entanto, concordam em fazer essas modificações nas suas preferências. O engenheiro elétrico Juan Alexandre Suarez, por exemplo, solteiro, 36 anos, quer uma “princesa encantada”, de até 25 anos, “que trabalhe pouco, não deixe os filhos entregues a babás e seja doce e apaziguadora, o que considera ser o papel da mulher”. Para encontrá-la, inscreveu-se em três “agências de casamentos”.³⁹

Ele diz: “Prefiro uma pessoa mais ingênua para trancá-la na família e evitar que viva neste mundo conturbado.” O engenheiro afirma ter uma vida propícia a encontrar pessoas interessantes e interessadas, já que pratica ciclismo, é instrutor de mergulho e gosta de pilotar motos e jipes em trilhas enlameadas, além de trabalhar em um escritório de engenharia. As agências parecem garantir a segurança de que necessita, pois todos têm o mesmo objetivo: encontrar um parceiro para “relacionamento sério”.

A psicóloga da InterConnection afirma que é muito difícil os clientes mudarem suas exigências

porque já vêm para cá com a idéia formada. Aos poucos você consegue que eles mudem, passem a aceitar e a reformular aqueles padrões. Porque eles começam com um nível de exigência muito alto, o tempo vai passando e eles não encontram ninguém.

Outro sócio da InterConnection confirma o desejo por um “homem ideal” ou uma “mulher ideal” quando os clientes se inscrevem. Com o tempo, alguns clientes percebem que não estão conseguindo a pessoa que sonhavam.

Porque é o ideal da pessoa. Aí vai demorando um tempo e vai caindo o padrão. É quando a pessoa chega e diz: “Vamos aumentar um pouquinho essa faixa de idade, vamos tirar esses olhos verdes daqui, já está servindo o castanho.” E vai abrindo o leque.

Em um folheto de apresentação distribuído pela InterConnection aos seus clientes no momento da inscrição, existem alguns conselhos para evitar os modelos idealizados:

Príncipes e princesas encantados só existem nos livros de histórias infantis. Ao traçar um perfil da pessoa que deseja encontrar é bom ser realista e não dar “asas à imaginação”. Pergunte para você mesmo: “O que espero da pessoa com quem desejo compartilhar a minha vida? Apenas um bom perfil físico?” Ou você também se importa com valores internos?

O texto prossegue, afirmando que a escolha do parceiro deve ser baseada no equilíbrio entre a emoção e a razão. O cliente deve adequar o perfil do companheiro à sua rotina, suas qualidades, defeitos e manias, lembrando-se

de que a outra pessoa também tem qualidades e defeitos. “Na vida a dois é preciso saber doar, compreender e, principalmente, saber ceder e compartilhar.”

Há que se destacar uma diferença importante entre homens e mulheres no que diz respeito ao parceiro desejado. Segundo as donas das agências pesquisadas, os homens estão em busca de um padrão físico de beleza, e não admitem mudanças no perfil escolhido, enquanto as mulheres se interessam mais por características internas, como a personalidade e o caráter do parceiro, admitindo alterações caso enfrentem dificuldades para encontrar o que desejam.

Uma das sócias da Affinity observa que os homens fazem mais solicitações de ordem física em relação à candidata: preferem mulheres cinco a dez anos mais novas, que não sejam “dondocas”, que saibam o que querem, trabalhem fora e com nível social igual ao dele. As mulheres também fazem algumas solicitações físicas, mas priorizam o caráter de seus possíveis parceiros. O nível social deve ser igual ou superior, pois “não querem sustentar ninguém”.

As donas da Lunch for Two e da InterConnection enfatizam essa diferença entre os sexos. “Os homens se prendem muito a padrões físicos”, enquanto as mulheres “são mais pensantes” e “consideram a estabilidade emocional mais importante”. Para a sócia da InterConnection, “as mulheres querem conhecer uma pessoa com uma aparência agradável mas estão muito mais preocupadas com os valores internos”. As mulheres não se preocupam tanto em traçar características físicas do futuro companheiro. Os homens, ao contrário, por mais que falem do caráter da mulher, “se não forem fisicamente como desejam, todo o trabalho cai por terra. São muito ligados na aparência.”

A psicóloga também afirma que os homens preferem as mulheres mais novas. Principalmente após os 45 anos, há uma predileção por mulheres jovens, com cerca de 25 anos. Os homens querem que a mulher tenha o mesmo nível educacional mas não exigem padrões financeiros, o que pode combinar com o interesse das mulheres em ter “estabilidade”.

As dificuldades das agências, segundo seus donos, giram em torno dos sonhos e fantasias dos clientes, que retardam, ou até mesmo impossibilitam, o encontro de um parceiro. Talvez o elemento impulsionador para alguns clientes buscarem as agências tenha sido a idéia de que poderiam dar asas à imaginação, escolhendo características idealizadas para o parceiro. Porém, é necessário lembrar que os clientes podem escolher, mas também precisam ser escolhidos. Por isso, quanto mais clientes (homens e mulheres) com exigências irreais, mais difícil se torna um encontro entre duas pessoas reais.

É impossível ser feliz sozinho...

O que faz algumas pessoas se inscreverem em “agências de encontros”? Categorias como “relacionamento sério”, “cara-metade”, “alma gêmea”, “compatibilidade” e “segurança” aparecem para justificar a existência das agências. Os donos das agências afirmam que algumas pessoas preferem as agências porque é um meio seguro de unir pessoas com o mesmo objetivo: ter um relacionamento sério e duradouro. O cruzamento de dados reforça a idéia de compatibilidade, abolindo, ou encurtando, as fases iniciais de um relacionamento. A investigação da idoneidade garante a segurança que falta nos relacionamentos entre desconhecidos.

O sentimento de solidão e o desejo de ter um companheiro com os mesmos propósitos que os seus são os principais motivadores dos clientes. Uma das sócias da Affinity acredita que os clientes têm dificuldades, “sentem medo e insegurança em se relacionar com pessoas que conhecem na rua”. São pessoas tímidas e também “modernas”, que por trabalharem muito não têm tempo de procurar pessoalmente um parceiro. Ela abriu a agência ao perceber que as pessoas têm dificuldades para encontrar “pessoas legais”. Um dos principais motivos dessas dificuldades é o maior número de mulheres, o que, por outro lado, facilita a oferta para os homens.

Um dos sócios da InterConnection escreveu o texto “Solidão urbana — Um mal inconsciente que afeta milhões de pessoas”, no qual afirma que “a falta de amizade sincera e profunda gera no ser humano uma enorme angústia, uma ansiedade constante”, o que dificulta as relações. Esses sentimentos abrem um espaço explorado pelas “agências de encontros”. Como uma empresa, seu objetivo é comercial e cada uma oferece serviços que interessem seus possíveis clientes. A partir dessa idéia, lista alguns bons motivos para se procurar uma agência: as contínuas decepções com os falsos amigos, a diminuição do círculo de amizades com eventuais afastamentos de amigos que encontraram um parceiro, dificuldades em travar amizades sinceras no “ambiente difícil” das cidades grandes, o que leva ao isolamento social. A falta de tempo, a praticidade, o medo da solidão, a vontade de encontrar um companheiro e casar, constituir família também são apontados como motivos para a inscrição.

A “praticidade” apontada tanto pode ser vista pela ótica de quem trabalha muito e não tem tempo para se dedicar às formas de aproximação mais comuns como também por profissionais de ambos os sexos, na faixa etária de trinta a quarenta anos que se dedicaram por vários anos à carreira profissional e, agora, estão se sentindo solitários.

Dá certo?

A empresária Cláudia Soares, dona da Alma Gêmea, no Rio de Janeiro, diz que é possível encontrar a “pessoa certa” em menos de quatro meses.⁴⁰ “Não temos a fórmula do sucesso. O que fazemos é colocar em contato pessoas com os mesmos interesses.”⁴¹

De acordo com a dona da Lunch for Two, o fato de duas pessoas terem o mesmo objetivo garante à empresa uma grande chance de “dar certo”: “Eu acho que é isso que faz com que o nosso índice de acerto seja muito grande, porque como as pessoas que vêm aqui estão procurando a mesma coisa, são

90% de chances de dar certo; a gente só precisa dos outros dez.” Em termos de relacionamentos sérios, com continuidade — como namoro, casamento ou coabitação —, ela diz que sua agência conseguiu concretizar cerca de 40% de relacionamentos dos que a procuraram.

A sócia da agência Affinity, que tem setecentos clientes cadastrados, quatro casamentos oficiais e trinta casais morando juntos, acredita que “encontrar o par ideal vai depender de cada um e, principalmente, da química entre o casal. O que podemos assegurar é que a pessoa será apresentada a outras que se enquadram ao perfil pretendido”.⁴²

A sócia (e psicóloga) da InterConnection acrescenta que, apesar de os clientes não darem retorno, o fato de não pedirem para voltar ao cadastro⁴³ pode ser um indicador de que encontraram alguém. Apesar de não ter números precisos, acredita que 30% dos casais aproximados por ela “deram certo”.

Em relação ao tempo para que o encontro ocorra, outro sócio da mesma agência diz não ser tão importante quanto apresentar a “pessoa certa”. “A gente está preocupado em apresentar a pessoa adequada. Pode demorar um mês, dois meses, oito meses, dez meses.”

Eu sempre falo para os clientes não colocarem nas nossas costas a responsabilidade de encontrar alguém. Nós somos mais um canal, mas elas devem continuar a sair, ir ao teatro, cinema, à praia, continuar vivendo. Não podem depender só da gente. Porque as pessoas vêm com uma carga de ansiedade muito grande.

De acordo com os depoimentos dos clientes e dos donos das agências, percebe-se, nitidamente, que a busca principal de uma pessoa que se inscreve em uma “agência de encontros” é de um “relacionamento sério e duradouro”. Apesar de se utilizarem de uma forma pouco usual de aproximação, os clientes procuram um modelo de relacionamento bastante tradicional, repleto de “príncipes” e “princesas encantadas”.

O discurso de modernidade e inovação que aparece nos depoimentos para justificar tal escolha (“são pessoas práticas, que não têm tempo para

sair porque trabalham muito”) parece contraditório com esse ideal de “relacionamento sério e duradouro” com o “homem (ou a mulher) certo(a)”.

O conceito de estigma pode ajudar a entender melhor os clientes das “agências de encontros”. Quando se inscrevem em uma agência, os clientes parecem desejar facilitar a busca de um parceiro encontrando outras pessoas com o mesmo “problema”. Buscando fugir do estigma de “solteironas”, “encalhadas”, “incompetentes” e “desesperadas”, algumas pessoas podem estar procurando outras que sofrem o mesmo estigma. Assim, entre indivíduos estigmatizados, talvez se sintam um pouco mais “normais” ou, pelo menos, não tão diferentes dos outros.

As agências se tornam “facilitadores” não só pelo processo de aproximar pessoas vistas como “compatíveis”, mas porque facilitam o encontro de pessoas estigmatizadas socialmente (e, talvez, por isso mesmo, mais “compatíveis”).

A classificação “agências de encontros” ameniza esse estigma, pois parece comprometer menos do que “agência de casamentos”. Uma pessoa que se dirige a uma “agência de encontros” pode substituir a idéia de que “ficou para titia” por uma idéia de “pessoa moderna”.

De acordo com os donos das agências, o perfil dos clientes é bastante amplo, contemplando pessoas de todas as faixas etárias (em especial de trinta a cinquenta anos), em sua maioria com nível educacional superior (algumas com pós-graduação) e pertencentes a todas classes sociais. Desta forma, procuram passar a idéia de “normalidade” ou até de “melhores do que o normal” quando afirmam que são pessoas “acima da média”. Justificam o fato de seus clientes não encontrarem um parceiro não por uma “deficiência” ou “anormalidade” (por serem piores do que os que conseguem arranjar um parceiro sem a ajuda da agência) mas, pelo contrário, por serem pessoas “acima da média”, “bem-sucedidas” e, portanto, muito exigentes e que “não têm tempo para perder”. Em outros momentos, no entanto, os donos das agências dizem que seus clientes são pessoas com “muitas dificuldades emocionais, que precisam fazer análise”.

Os relacionamentos conjugais sofreram inúmeras transformações nas últimas décadas. A realidade demográfica brasileira, fortemente desfavorável para as mulheres, constitui uma das principais dificuldades para o encontro de um parceiro amoroso. São as mulheres que “sobram” no “mercado matrimonial” as principais clientes das “agências de encontros”. Essas mulheres pensam ter maior possibilidade de serem “escolhidas” por um homem dentro da agência do que teriam fora dela. Com esse desejo, podem, pelo menos em um primeiro encontro, se sentir “especiais”, mesmo que depois o relacionamento “não dê certo”.

Por que há um crescimento tão significativo das “agências de encontros”? Porque existe um mercado em expansão para este tipo de serviço? Pode-se pensar que as mulheres, ao se inserirem em massa no mercado de trabalho, se tornaram consumidoras em potencial de inúmeros produtos, muitos oferecidos especialmente para elas. As agências seduzem porque parecem ser uma forma mais fácil e segura de arranjar um namorado ou marido. Conquistam clientes, principalmente mulheres, que estão cansadas de ficar sozinhas.

Notas

³³ Este termo é utilizado por Duhram (1983) para definir as diferentes formas de relações conjugais.

³⁴ De acordo com a revista *Bárbara* (abril de 1998), as agências Match Makers e Perfume de Amor (Rio Grande do Sul) começaram em dezembro de 1997; a Vida Nova (Rio Grande do Sul) em janeiro de 1998; a Happy End (São Paulo) em 1990.

³⁵ Durante o período da pesquisa para este trabalho (1997-1999), o número de home pages na Internet cresceu de 22 para 54. No entanto, é preciso lembrar que existem agências que não estão nesta página, como a Affinity e a Lunch for Two, o que faz crer que o número é superior às 54 registradas na Internet.

³⁶ Termo utilizado por Berquó (1989).

³⁷ Na entrevista com a sócia-gerente da Lunch for Two, foi lembrado que na religião judaica existem os casamenteiros. Estas pessoas recebem dinheiro dos interessados para buscar uma pessoa do sexo oposto que tenha as características desejadas.

³⁸ *Folha de S. Paulo*. “Cadê o homem?”, 9/6/1996.

³⁹ *O Estado de S. Paulo*. “Aumentam serviços de amparo a solitários”, 20/6/97.

⁴⁰ Seu sonho mais próximo — Agências de casamento”. *Mulher de Hoje*, outubro de 1998.

⁴¹ Idem.

⁴² Idem.

⁴³ Quando há um encontro, automaticamente os dados das pessoas saem do banco de dados para não haver a possibilidade de ela ser apresentada ao mesmo tempo a outras pessoas.

VIVENDO UM CONTO DE FADAS:

O imaginário de gênero entre
cariocas e estrangeiros

Renata de Melo Rosa

As classificações que levam em consideração o recorte de gênero não estão circunscritas ao rigor acadêmico. Ao contrário, ocupam um extenso espaço no imaginário, constroem “fantasias” e formas ideais — supostamente perfeitas. O “homem perfeito” ocupa uma dessas “fantasias” no imaginário feminino do grupo que será apresentado ao longo do texto, e é em torno desse tipo que este artigo construirá suas bases. Quem é esse homem “perfeito”? Quem são as mulheres que estão à sua procura? O homem “perfeito” pode ser brasileiro, negro ou pertencer às classes populares?

Minha pesquisa investiga o imaginário feminino em relação a parceiros desejáveis, em um grupo de mulheres com idades entre 22 e 35 anos, da cidade do Rio de Janeiro. A análise partiu da observação de doze mulheres, cariocas, “negras” e “brancas”,⁴⁴ moradoras das Zonas Norte ou Oeste do Rio de Janeiro, a respeito do relacionamento “afetivo”⁴⁵ que desenvolveram com estrangeiros “loiros de olhos azuis”. Elas esboçam a intenção de conjugalidade com esses parceiros, atitude que implica saída do país, aprendizado de outro idioma e “mudança de vida”, interpretada pelas moças como “ascensão social”.

A construção das diferenças nesse tipo de casal pode ser elaborada sob diversos aspectos, os quais tratarei rapidamente ao longo do presente trabalho. São eles: 1) *“racial”*: pois trata-se de um casal misto, já que a diferença de cor é pensada por minhas interlocutoras como um dos traços marcantes do casal e possível implicador para atitudes preconceituosas; 2) *identidade nacional*: o valor atribuído às identidades nacionais obedece, para o grupo estudado, a uma escala hierárquica, segundo a qual os homens de nacionalidade europeia “valem mais” do que os de nacionalidade “africana”, “asiática” ou “latino-americana”. Neste aspecto, como brasileiras, elas se percebem num patamar inferior dentro da escala. Ao mesmo tempo, sentem-se “valorizadas” por despertar o interesse de um “homem europeu” ou norte-americano; 3) *gênero*: a combinação de identidade feminina e nacionalidade brasileira faz com que o grupo pesquisado se perceba e receba tratamento diferenciado das mulheres européias ou americanas. Apesar de estarem, a princípio, submetidas a um tipo de “dominação masculina”, que existe aqui e lá (no Brasil e fora dele), as informantes são consideradas pelos parceiros como “mulheres quentes”. Ao contrário, as européias e americanas são vistas como “frias”. A classificação “quente” e “fria” destinada ao gênero faz com que, de um lado, as brasileiras pesquisadas se sintam “superiores” às “frias”, pois seriam mais descontraídas e “não teriam problemas sexuais”. Por outro lado, sentem-se inferiorizadas por não serem vistas como mulheres emancipadas, tal como a mulher europeia/norte-americana: sem necessidade de “ter um homem por perto”.

As diferenças apontadas acima são, para as entrevistadas, fonte tanto de “valorização” quanto de “desvalorização”. Não há, em suas trajetórias, uma orientação linear acerca do que são e de como as pessoas as vêem. O movimento entre uma e outra categoria está presente em suas “histórias”. Elas se vêem muitas vezes e são vistas a partir de estereótipos diversificados. Elas percorrem um lugar social sem nele se deter. Passam de “brancas” a “mestiças”; de “negras” a “mulatas”; de “namoradas” ou

“mulheres casadas” a “prostitutas”; de “latinas” a “européias ou americanas”.

A partir desse quadro complexo de onde brotam as identidades das pesquisadas, tentarei descrever e analisar o modo particular com que este grupo constrói sua própria história, se “autovaloriza” e enfrenta as situações de preconceito e conflito. Em suas trajetórias, a construção de uma identidade de “mulher internacional” constitui um desses pontos ambíguos, a saber, o conflito e a “valorização”, pois “ser internacional” por intermédio de casamento ou namoro com um estrangeiro deixa transparecer dúvidas a respeito de sua integridade moral, ao mesmo tempo que as diferencia das mulheres que casam com brasileiros e nunca saíram do país.

Conforme afirmei, as mulheres pesquisadas residem nas Zonas Norte ou Oeste do Rio de Janeiro. Muitas conheceram seus parceiros estrangeiros na área turística do Rio de Janeiro: Zona Sul, principalmente nos bairros de Copacabana, Ipanema e Leblon.⁴⁶ Esta não é, contudo, a única forma de contato com estrangeiros. Anúncios em jornais do exterior ou inscrições em agências de casamento também fazem parte do campo de possibilidades desses encontros. No primeiro caso, é necessário um deslocamento do bairro de origem da moça para outro, a fim de que o encontro seja possível.

O comportamento das mulheres envolvidas nesse tipo de relação obedece a um processo que chamei de “transnacionalização”. A adoção do termo leva em consideração o processo de construção de suas identidades. A interpretação da trajetória das mulheres que moram fora do Brasil encontra sentidos ambíguos, os quais variam de acordo com o contexto do local onde a entrevistada se encontra. Pelo fato de se relacionarem com um estrangeiro, suas identidades são confrontadas tanto no Brasil como no exterior. No Brasil, duvida-se de sua integridade moral, porque gostam de estrangeiros e querem “abandonar” a nação. No exterior, a associação do exotismo como parte de suas identidades transmite insegurança.

É como se a identidade que a emigrada desejasse ter estivesse suspensa no trânsito entre dois países e fosse construída a partir do deslocamento entre um local e outro, sem encontrar um ponto de repouso. Daí a associação

com uma identidade “transnacional”, apesar de em suas falas aparecer o desejo de construção de uma identidade de “mulher internacional”.

Acredito que, no grupo estudado, a tentativa de construção de uma identidade “internacional” adquire outros contornos após o casamento com um estrangeiro e a ida para outro país. A tendência de a trajetória apresentar um caráter “transnacional” se deve ao fato de a mulher não se sentir à vontade nem no Brasil nem no exterior e de todas enfrentarem conflitos de identidade por conta disso. Enquanto o processo de “internacionalização” se baseia em um “projeto de vida” com intenções de ida para a Europa ou para os Estados Unidos, por meio de um casamento com um estrangeiro, o de “transnacionalização” opera quase como um modo dramático de convivência entre dois “mundos”, em que o simples “ir” para fora do país adquire um formato muito mais complexo.

As idéias que hierarquizam as relações de gênero, cor e nacionalidade estão expressas tanto pelo lado “masculino” quanto pelo “feminino”. No contato por meio de cartas, os estrangeiros expõem algumas “exigências” como condição de relacionamento com uma brasileira, entre elas a procura por uma esposa, a intenção de formar uma família (era claro no conteúdo da carta o desejo de ter filhos), o pedido de fotos com trajes de banho, o envio de dinheiro. Tais “pedidos” são elaborados a partir do pressuposto de que a mulher brasileira, de forma genérica, teria uma “vocação” para cuidar da casa, para ser amável e uma predisposição a mostrar seu corpo, sem implicações morais subseqüentes. Essa expectativa “masculina”, “branca”, “européia” ou norte-americana era, por vezes, corroborada pelas entrevistadas, que concordavam em enviar fotos seminuas e alimentar, ao mesmo tempo, o desejo de “formar um lar”.

O relato a seguir expressa o reconhecimento de Kátia, dentista, 24 anos, “branca”, da Ilha do Governador, de que o namorado americano teria tido várias mulheres, pelo fato de ser marinheiro e ter viajado durante seis meses. Essa atitude é interpretada como sintoma de masculinidade e como fonte de “valorização” para Kátia, pois, entre todas, o namorado a escolheu para ser sua esposa:

Lógico que ele teve um monte de mulher, mas não teve nenhuma importância para ele porque eu passei dois meses na casa dele e ele não recebeu nenhuma carta desses lugares. Quer dizer, ele não deu o endereço dele para ninguém. E, para mim, ele deu o endereço dele, da mãe, o telefone. Tudo isso foi aqui no Brasil, uma semana depois que me conheceu. Então, isso tudo me deu uma segurança muito grande. Ele fala que comigo ele quer ter filhos e tudo...

A noção de identidade nacional no contato com homens estrangeiros também imbricou-se nessa problemática, em que os contrastes são, em princípio, a tônica da relação. Nela, pude perceber em que medida são acionadas ou não determinadas ideologias *conflitivas* da sociedade brasileira como a de “democracia racial”, já que os estrangeiros loiros de olhos azuis eram desejados e os estrangeiros “negros”, relegados e ridicularizados; de *feminilidade versus masculinidade*, por meio da oposição “quente” e “frio” no contato com parceiros estrangeiros e com o exterior; e de *construção da identidade nacional*, pois, apesar de se declararem “nacionalistas” e “amarem o Brasil”, algumas mulheres se recusam a morar fora da Europa ou dos Estados Unidos. Ao analisar relacionamentos desse tipo, também me debrucei sobre ideologias *constitutivas* da sociedade brasileira, como o ideal de branqueamento, que consistia, para as entrevistadas, em parte, em uma “fantasia” velada, expressa especialmente por intermédio da atração por homens loiros de olhos azuis.

O fato de se estabelecer e se desejar contato com o exterior e com um estrangeiro pode ser entendido como uma tentativa de agressão ao modelo nacional. No caso “racial”, a procura pelo “branco” europeu e/ou americano, entendido como o “mais branco”, mais “puro racialmente”, mais “rico”, põe em xeque a própria construção do “branco” nacional, que seria o parceiro utópico de uma mulher em vias de ascensão social. No entanto, a idéia de agressão ao modelo nacional é combinada com a de caricatura do mesmo modelo.

Vivendo um conto de fadas

Sou casada, sou bem casada e tenho certeza de que sou adorada pelo meu marido.

(Ângela Cristina)

De onde são as mulheres pesquisadas e quem são os estrangeiros sobre os quais elaborei as perguntas iniciais e primordiais da análise? Apesar de as mulheres pesquisadas residirem nas Zonas Norte e Oeste do Rio de Janeiro, elas têm um estilo de vida que difere sensivelmente dos habituais moradores desses bairros, pois possuem nível superior ou estão cursando, algumas falam mais de um idioma e cultivam o hábito de freqüentar a Zona Sul do Rio, onde ficam localizados bairros representados como de “elite” .

Os estrangeiros variam entre os de origem européia, americana, canadense, argentina e uruguaia. Eles são, contudo, invariavelmente loiros de olhos azuis. Este ponto é importante, pois os candidatos que fogem deste tipo físico/racial são automaticamente descartados pelas mulheres pesquisadas. Todas, de maneira geral, se sentem atraídas pela imagem de um estrangeiro loiro de olhos azuis e, conseqüentemente, pela mensagem simbólica que essa imagem carrega. É interessante notar o caráter da relação pretendida pelas informantes. A “fantasia” é estar ao lado de um homem “modelar”. O exemplo a seguir define o modelo desejado: uma das entrevistadas recebeu uma carta, pelo intercâmbio internacional via anúncios em jornais, cuja resposta demonstrava o desejo de relacionamento de um empresário do Sri Lanka, que se descrevia como “*brown in complexion*”, interpretado por ela como “negro” e que foi automaticamente rejeitado.

Regina se mostrou indignada pelo fato de o rapaz não se caracterizar diretamente como “*black*”. Depois achou graça da expressão “*brown in complexion*”. Disse-me que essa expressão era desconhecida para ela e houve necessidade de pesquisa junto aos seus colegas do curso de inglês. Eles lhe explicaram que essa classificação era uma expressão eufemista da categoria “negro”. Em contrapartida, as descrições de rapazes europeus do

tipo “*I have blue eyes*” são plenamente aceitas não só por Regina, como por todo o grupo pesquisado. Há apenas uma exceção no meu universo de pesquisa: Mônica foi a única pessoa que se relacionou com um angolano. Esse caso é excepcional entre as mulheres pesquisadas, e consegui chegar a ele devido a uma rede que elas formavam para se relacionar com estrangeiros através de cartas, anúncios no exterior ou idas a danceterias em Copacabana e no Leblon. Mônica era uma amiga comum que fugia desse estilo pois, apesar de ter se relacionado com um estrangeiro, não obteve o mesmo *status* que as amigas, pois o parceiro era angolano e “negro”. Tomei conhecimento dessa delicada distinção através de outra amiga comum, que me forneceu valiosas informações a respeito desse grupo. Mônica, contudo, não foi apontada como integrante do grupo.

O “príncipe encantado” e a construção do amor romântico

A abordagem dos homens europeus é mais elegante. Não existe aquela baixaria que o homem brasileiro faz. (Amanda)

A profissão dos estrangeiros “loiros de olhos azuis” não é, em princípio, fator de preocupação para as brasileiras, pois seu *status* está atrelado à sua identidade nacional e seu fenótipo, comparado ao de um “príncipe”. A preferência por rapazes loiros de olhos azuis é marcante em Regina. O trecho a seguir compara o namorado americano a um “príncipe encantado”:

E ele era lindo, ele era um príncipe encantado, eu falo que ele era um príncipe encantado porque ele tinha tudo que um príncipe encantado tem que ter: ele era lindo, lindo, lindo, tinha dinheiro e era carinhoso, era perfeito.

Michele, casada com um alemão, sente-se atraída pela imagem do “loiro de olhos azuis”:

Ele logo me chamou a atenção ao chegar: loiro, alto, de olhos azuis, sabe como é, né, o protótipo do homem europeu. Depois de nos conhecermos, ele também me disse que eu

logo chamei a atenção dele, sabe como é, o protótipo da mulher brasileira.

No decorrer da pesquisa percebi que as moças que entrevistei viviam um “conto de fadas”, devido ao tipo de elaboração discursiva de sua própria história com um rapaz estrangeiro. Esse conto pode ser visto como o modo como elas assumem a identidade feminina e a de “ser mulher”. A junção é exemplificada pela maneira como elas se autoconstroem e auto-relacionam com o mundo de modo muito particular.

Eu acho que quando você conhece um estrangeiro tem todo um encanto. Ele vai pensar coisas que você não tinha pensado antes, vai te mostrar coisas que aqui você não tem. Então, eu acho que você se apaixona pela imagem. A primeira coisa que acontece é essa paixão pelo cara que vem de fora, que vai te levar para outro país. Ele tem um tipo físico completamente diferente dos brasileiros. Ele vai te levar para uma outra vida, entendeu? O cara vai arcar com todas as tuas despesas, vai te carregar com ele para onde ele for e vai te levar para um país que pode te dar uma oportunidade de vida que você não tem aqui. É a imagem do príncipe encantado. Você se apaixona pela história de amor que você pode realizar. (Regina)

O tipo de relacionamento almejado por essas mulheres supõe a intenção não só de conjugalidade com os “estrangeiros”, mas o desejo de saída do país rumo à Europa ou aos Estados Unidos.⁴⁷ Verificou-se essa idéia em muitos momentos da fala das entrevistadas, como a citada anteriormente. O depoimento de Kátia, dentista, 24 anos, “branca”, da Ilha do Governador, expressa um desejo conjugado pelo homem americano, pela língua inglesa e pelos Estados Unidos. Atualmente, ela está morando na Virgínia com o namorado americano:

Olha, eu vou ser sincera. Eu sempre gostei do idioma inglês. Eu ia para a Cultura Inglesa com o maior prazer. Eu me formei lá. E eu queria ir morar nos Estados Unidos, sempre quis ter uma experiência de vida lá. E sempre gostei dos homens americanos. Eu apreciava, eles me atraíam fisicamente. E, no fundo, no fundo, eu sempre achei que ia acabar morando lá em algum momento da minha vida, sempre tive isso na minha cabeça. Os homens americanos são muito diferentes dos brasileiros.

A construção do “amor romântico” é elaborada a partir do contato com homens europeus ou americanos. Segundo as informantes, eles são “diferentes”, pois são educados, gentis, apreciadores da beleza da mulher brasileira e guardam as características de um cavalheiro, tal como no “conto de fadas”. O homem brasileiro seria grosseiro, exigente e vulgar. A “elegância” aliada à “beleza”, própria dos europeus ou americanos, seria a mola mestra da elaboração do romance. Ângela Cristina, “negra”, 35 anos, residente em Veneza e casada com um italiano, expressa a diferença e quase oposição entre europeus e brasileiros e delega ao homem nacional a categoria mais baixa da escala.

A grande maioria dos homens europeus é muito romântica. Os homens se apresentam no primeiro encontro com um maço de flores, coisa que aqui não se faz minimamente. Aqui o primeiro encontro é para tomar um chopinho. Aquele clima de romantismo aqui praticamente não existe.

O jantar em frente à lareira faz parte dessa mesma construção do “clima de romance” e do “amor romântico”. Regina rememora a conversa que teve com Neil, da Inglaterra, no dia de seu aniversário:

Ele me ligou no meu aniversário, da Inglaterra, de surpresa. Eu achei uma gracinha. Eu nem estava esperando. E eu achei aquilo o máximo. Ele disse que, se eu estivesse lá, ele me levaria para jantar. E eu achei superlegal: pô, pela primeira vez eu ia jantar com lareira. Eu sei que a gente ficou no telefone um tempão. A carta que chegou depois do meu aniversário veio com um presentinho e a seguinte veio com umas declarações tipo eu tenho pensado muito em você... Nessa carta depois do meu aniversário, ele disse: “Você vai achar meio estranho, mas eu vou aí em julho ver você. Eu sei que você tem namorado, mas eu quero conhecer você.”

O “conto de fadas”

Será que o conto de fadas pode ser realidade? Por mais que eu tenha me decepcionado, eu ainda me pergunto isso. Eu tenho aquela sementinha do sonho. Eu acho que sim.
(Amanda)

O fato de ouvir muitas histórias parecidas faz com que, passado um momento, a ouvinte descubra uma estrutura comum, algo que lhes seja peculiar. Percebi, depois de um considerável espaço de tempo e muitas entrevistas, que o conceito de “felicidade”, “amor” e “riqueza”, uma história de alguém que “ama” e é “amado”, lembrava histórias bonitas da infância, porém inverossímeis quando se chega à vida adulta.

A idéia do “conto de fadas” é relatada na maioria das vezes por mulheres, já que toca mais profundamente o ideário feminino, embora possa ser construída tanto por escritores como por escritoras. A percepção do namorado como um “príncipe” é uma analogia sugerida pelas próprias mulheres do grupo investigado. A correlação indicada pelas entrevistadas lembra mitos e fantasias. A Europa é o “sonho” — o “mundo maravilhoso” —, o marido é o “príncipe” (qualquer candidato estrangeiro seria um “príncipe” em potencial). As entrevistadas se vêem “desvalorizadas” em seu mundo de origem. Seu “valor” só pode ser descoberto e exaltado a partir de um contato com um mundo hierarquicamente superior ao seu, o mundo da Europa e dos Estados Unidos. Há uma lição de moral subjacente a essas representações: em um mundo “ignorante”, não é possível enxergar as verdadeiras “pérolas”. Vê-las em um mundo “ignorante” só é possível aos estrangeiros, pois estes vêm de uma terra “civilizada”.

O “conto de fadas” pode ser entendido como uma metáfora possível do encontro entre os dois mundos. Essa relação é necessariamente hierárquica. Contudo, ela supõe uma pretensão de igualdade no desfecho final da história. Os contos de fadas, bem como as narrativas míticas, têm o caráter de conter uma auto-explicação da história. São situações ambíguas ou até mesmo contraditórias convivendo num mesmo plano inteligível.

Segundo o discurso das informantes, elementos de naturezas diferentes estavam presentes na história. Por exemplo, as situações de preconceito e discriminação eram relatadas ao lado das de admiração, estima e “amor”. Tudo isso, dito dessa forma, pode ter um caráter falso. Contudo, não se trata de hipocrisia, mas de narrativas sem uma amarração definitiva. Tudo o que é considerado negativo, em princípio, pode adquirir outra conformação final,

na qual as contradições desaparecem (Leach, 1969). As informantes sempre se recusavam a se perceber como desvalorizadas também pelo parceiro estrangeiro e dentro do mundo europeu ou americano, no círculo de amigos do namorado. É dessa forma que o “conto de fadas” assume seu papel social. Ele une, no nível da linguagem, universos separados por meio da aproximação entre indivíduos de sexo, “raça”, língua e cultura diferentes.

O “projeto” de encontro com estrangeiros

A partir de um processo de individualização das entrevistadas, a construção de um projeto para o encontro de um estrangeiro é um modelo de “estratégia” para a mudança de vida e “ascensão social”. Esse projeto é articulado segundo os interesses de estar ao lado de um homem “modelar”, mudar do país e se “autovalorizar”. A meta do projeto é transformar a identidade das informantes, que de “suburbanas” desejam se construir como “internacionais”. Veremos os processos pelos quais o projeto de encontro com estrangeiros se desdobra, entre eles, o curso universitário, a ida a restaurantes da Zona Sul do Rio de Janeiro, o aprendizado de outro idioma e a saída do país.

O surgimento do termo projeto para distinguir comportamentos sociais traduz uma mudança ou a passagem de uma identidade socialmente dada para uma adquirida em função das opções que os sujeitos fazem em suas vidas. É a expressão da mudança de um pensamento tradicional, segundo o qual “as coisas teriam seu lugar”, para o moderno, cujo valor máximo estaria no indivíduo.

O modo como Ângela Cristina articulou seus interesses por meio da construção de um projeto de vida é exemplar das trajetórias que venho tratando aqui. Ela percebeu que, se continuasse em Irajá (subúrbio do Rio), não teria “chances” de conhecer um estrangeiro e ir morar na Europa. Desse

modo, cultivou amizades na Zona Sul, onde, segundo ela, existiriam chances de “ascender socialmente”.

Se você frequenta um determinado ambiente, você vai colher frutos daquele ambiente. Eu nunca vi ninguém arrumar alguma coisa que prestasse dentro da escola de samba. Eu me lembro do que muitos anos atrás uma senhora falou para mim. Eu me lamentava que os namorados que eu arrumava não valiam uma moeda de dez centavos. Ela virou-se para mim e disse: “Quem quer dinheiro tem que gastar dinheiro. Se você quer arrumar um namorado que preste e vai para o Bob’s, você não vai arrumar nada. Mas, se você for jantar com uma amiga num restaurantezinho decente, seguramente ali você vai ‘pescar’ alguma coisa que seja compatível com o ambiente em que você se encontra.” E é uma realidade. Porque, se você sair daqui e for jantar num restaurante do Méridien, você não vai encontrar um balconista da padaria. Então, dali para a frente, aceitando esse conselho e mudando a mentalidade, eu passei a frequentar discotecas da Zona Sul. Porque, mesmo que você não arrume um namorado ali, você faz amigos de um certo nível. Veja: não é no primeiro ou segundo dia que você vai conseguir colher frutos do seu investimento. Na vida, tudo é um investimento. Não é nada por acaso. Tudo o que eu fiz na minha vida foi a título de investimento. Então, se você quer colher coisas boas, você tem que ter esforço. Pode demorar um mês, dois meses, um ano, mas um dia você vai colher “rosas”.

No discurso de Ângela Cristina estão presentes diversos elementos que indicam a elaboração consciente de um projeto que proporcione a ela uma mudança de classe social. Ela separa as pessoas de sua rua de origem das do grupo em que tenta se inserir — as que têm “nível”. As palavras “investimento” e os tempos passado e futuro interagem dentro de seu universo. O verbo “colher”, que ela usa repetidas vezes para dar sentido à própria trajetória, é significativo. Ela estaria tentando ultrapassar as “barreiras” contidas em sua história, pelo fato de ser “negra” e moradora do subúrbio, por intermédio da educação e da construção de “boas amizades”. E isso, como ela observou, demanda esforços, gastos, tempo e um processo de diferenciação simbólica entre ela e seus vizinhos.

Destino e projeto

A idéia de “projeto” indica a elaboração, por parte do indivíduo, do andamento que quer dar à sua própria dinâmica de vida. Essa idéia se contrapõe à de “destino”. Enquanto a primeira (a de “projeto”) estaria ligada a representações de camadas médias intelectualizadas, a segunda se vincularia a esquemas de interpretação de uma ordem referente à imutabilidade de condição social. Inspirada por essa linha de interpretação, acredito que a idéia central se refere a uma capacitação, por parte dessas mulheres, para direcionar o tipo de parceiro almejado, o país de moradia e até mesmo sua mudança de nacionalidade.

A “imposição” de um “destino” é um dos temas que preocupam as mulheres pesquisadas. É difícil imaginar que mulheres com curso universitário se inquietem com esse tipo de situação. As entrevistadas fazem parte da primeira geração de universitários de suas famílias. O ambiente de origem estaria, por assim dizer, construído com referência à idéia de imutabilidade social e conseqüentemente com a idéia de que a vida segue a partir de um “destino”. “Destino”, segundo as entrevistadas, é tudo aquilo que não se pode controlar por métodos racionais. O “destino” diz respeito a uma ordem “mágico-espiritual” que conduz os indivíduos, a despeito de suas vontades. Esse esquema de interpretação é próprio de grupos sociais com visão de mundo holista e menos baseada na idéia de indivíduo.

A partir dessas linhas de interpretação, apresentarei o modo como se articula o discurso das entrevistadas com relação à oposição entre “destino” e “projeto”. A fala de Ângela Cristina, de 37 anos, “negra”, de Irajá, casada com italiano e residindo em Veneza, é contundente quanto a essa perspectiva que coloca o homem brasileiro ligado à sociedade tradicional, holista e, portanto, avessa à noção de projeto e individualização:

O homem brasileiro não conhece o sentido da família. Para ele, a família, o bar e o futebol são iguais. Estão todos os três no mesmo degrauzinho. Já o homem europeu, ele tem o sentido da família... a família para ele está em primeiro lugar. Eu acho o homem brasileiro muito promíscuo.

Depois de algum tempo, comecei a compreender que a crítica ao homem brasileiro fazia parte de um sistema de representações baseado na crítica à idéia de “destino”. Se as mulheres pesquisadas estavam totalmente envolvidas com a idéia de “projeto de vida”, a qual coloca a razão no centro ou em todos os domínios de suas vidas, seria inconcebível admitir a idéia de um homem brasileiro em suas vidas, pois ele estaria representando o lado do “destino”, do imutável. As representações das entrevistadas têm a seguinte formulação: se sou brasileira, se nunca saí do meu país e se não conheço nenhum estrangeiro, meu destino será, obviamente, me casar com um brasileiro.

As mulheres entrevistadas procuraram conhecer rapazes de outras nacionalidades, assim, elas já não estariam mais fadadas ao “destino” reservado a quem mora nas Zonas Norte ou Oeste do Rio de Janeiro. Daí a ênfase tão forte em relação ao não-casamento com um homem brasileiro. Eles estariam representando o lado que elas já superaram, por meio do desenvolvimento de si, das viagens, do domínio de outro idioma e, especialmente, do contato com um “outro” hierarquicamente superior ao brasileiro.

A idéia de projeto por parte das mulheres significa capacidade de “produzir uma situação”. Mediante a possibilidade efetiva de se relacionar com um estrangeiro, a mulher “produz” uma situação a despeito de os homens almejados residirem em um país distante do Brasil física, social e economicamente. Essa idéia indica um processo de individualização, pois em quaisquer das “estratégias” seguidas na busca de construção do seu projeto, está contida uma espécie de disposição devidamente interiorizada a se relacionar com um estrangeiro.

Ascensão social e casamento

Percebi que a possibilidade de um casamento com um estrangeiro “branco” poderia significar uma forma de relação direta com o Primeiro Mundo, com o “branqueamento” e a valorização de uma mulher “negra” ou “branca” em vias de ascensão social. Essas representações fazem parte do imaginário social brasileiro. O contato com o Primeiro Mundo no Brasil é restrito e destinado a poucos, geralmente “brancos” e de camadas médias/médias-altas. Mesmo esses contatos parecem tangenciais: quando não são comerciais, são turísticos ou por motivo de estudo (geralmente, os que estabelecem tal contato são “brancos”, homens e pessoas da burguesia).

No caso estudado, o processo de mobilidade social pode ocorrer de forma imediata, com a realização de uma comunhão. Essa possibilidade de “ascensão” por meio dessas estratégias impressiona porque as chances de mulheres “negras” se casarem com homens “brancos” no Brasil são quase inexistentes, já que 48% das mulheres desse grupo exercem a função de empregadas domésticas. Os outros 52% se distribuem de forma não menos impressionante. As profissões consideradas como da classe média somam apenas 10%⁴⁸ e os casamentos tendem a obedecer a uma espécie de endogamia classista e envolver determinantes “raciais”. Minha hipótese é que o casamento de uma brasileira com um estrangeiro “branco” parece obedecer a um sistema de trocas simbólicas significativas para ambos os lados. Na união, existe a possibilidade de conjugação de diversas ideologias, entre elas a da valorização da Europa enquanto *locus* de agregação de valor ao indivíduo e a realização da “fantasia” de se tornar (na condição de brasileira) esposa de um homem “modelar”, europeu ou americano.

Em meu trabalho de campo, percebi que as informantes que iam para fora do país e lá estabeleciam sua vida conjugal voltavam periodicamente ao Brasil. Observei que, mais do que “matar a saudade”, o contato com o grupo de origem, suficientemente informado de sua condição de emigrada e, mais que isso, “casada” com um estrangeiro, era foco tanto da “valorização” quanto da “desvalorização” de alguém que saiu do grupo. “Valorização” de um lado, pois para seu grupo elas se apresentavam na condição de

“moradoras” da Europa ou dos Estados Unidos. Essa quebra de rotina era motivo de parada dos serviços habituais dos membros de seu grupo, dispostos a ouvir o que essas mulheres queriam mostrar como sintoma de mobilidade social.

A “desvalorização” se dá porque seu grupo de origem tem os instrumentos morais necessários para acusá-las de prostituição e para duvidar (sem demasiada eloquência) de sua real mobilidade. Indico, dessa forma, que a “valorização” de quem sai do seu mundo de origem não está nem em seu próprio grupo nativo (já que ele mesmo pode desconfiar tanto da integridade quanto da ascensão) nem na nova sociedade. As entrevistadas interiorizam essa sensação de ascensão, mas, por vezes, se vêem obrigadas a confrontá-la com a opinião de pessoas significativas. Isso não é possível na nova sociedade, pois lá não existem pessoas significativas — aquelas que poderiam realmente identificar a mobilidade. Ou seja, dificilmente existe um grupo que acompanhou sua história de vida, atestou seu “pioneirismo”, seu “espírito de mudança”, seu “sofrimento” e... sua “ascensão”. Para quem emigra sem os instrumentos necessários para ingressar com êxito nos padrões da nova sociedade, somente o grupo de origem é capaz de avaliar suficientemente sua trajetória em busca de “ascensão social”. Daí a importância fundamental do grupo de origem e, conseqüentemente, o “movimento” necessário de volta à sociedade nacional com pelo menos um discurso sobre “ascensão social”.

Tomarei o exemplo de Ângela Cristina, que indica um tipo de interiorização. Seu caso mostra que o indivíduo envolvido nesse contexto tem de construir e “procurar” seu próprio valor e é por isso que ele busca o movimento inicial de saída do país e um movimento posterior de retorno. Essa “mobilidade” não está determinada pelos critérios objetivos da teoria sociológica sobre mobilidade social, mas por uma construção pessoal.

Esse movimento não pode ser medido a partir de critérios quantitativos, pois trata-se de algo subjetivo que leva em conta a percepção do indivíduo. O espelho que julga o processo de mobilidade é o grupo de origem, que normalmente concorda com a construção de mobilidade da emigrada. No

entanto, a permanência muito prolongada na sociedade de origem pode gerar suspeitas em relação à sua própria condição de “ascendente”. Daí a necessidade de um movimento entre uma sociedade e outra, ou de um sistema e outro, contínuo e rápido. Esse processo segue uma medida subjetiva em que os tempos nas sociedades são medidos de acordo com o nível de desconfiança atribuído ao discurso da pessoa que emigra. O movimento também expressa o nível de integração de alguém na sociedade para a qual emigrou. Por essa razão, as entrevistadas se demoram muito mais tempo na nova sociedade do que na de origem. Contudo, é curioso o fato de retornarem anualmente ao Brasil.

Um exemplo significativo do processo de interiorização da ascensão social é expresso na fala de Ângela Cristina, que conversou comigo durante sua estada no Brasil, em sua casa em Irajá, subúrbio do Rio de Janeiro:

Eu adquiri certos hábitos. Eu gosto muito de vinho e tenho um hábito de bebê-lo à noite, isso foi um vício que o meu marido me colocou. À noite, antes de dormir, o meu marido leva um cálice de vinho do Porto. Ou então quando eu tomo banho de banheira, meu marido abre um champanhe. Porém, são hábitos que eu adquiri, porque eu nasci e vivi e me criei dentro de Irajá. Eu sabia que existia uma coisa chamada banheira, porém eu nunca havia tomado banho em uma banheira. Eu passei a tomar banho numa banheira depois que eu fui morar na Europa.

O valor atribuído ao processo de ascensão está, por assim dizer, dentro do indivíduo (internalizado), podendo ser atribuído pelos outros, mas não necessariamente. Nesse sentido, as entrevistadas buscam uma “valorização” exterior que nem sempre ocorre. Elas se sensibilizam e ficam ofendidas ao se perceberem “desvalorizadas” pelo grupo de origem.

Como pude observar, não existiam atributos externos que mostrassem por si sós os sinais da mobilidade: é o indivíduo quem constrói um discurso sobre seu próprio processo de mobilidade, que nem sempre é legitimado socialmente. Curiosamente, as entrevistadas procuravam vestir-se simplesmente e não demonstrar diferenciação em relação ao grupo de origem. No entanto, ao afirmarem que são “simples”, elas reforçam que

possuem jóias, vestidos, mas que não gostam de ostentar. Então, os sinais de mobilidade estão interiorizados, apresentam-se por meio da fala, da elaboração de um discurso. Esse discurso versa sobre a casa em que moram atualmente, sobre o marido ou namorado — invariavelmente loiro de olhos azuis, como símbolo máximo de “*status* conjugal”. Embora os possíveis sinais de mobilidade pudessem ter emanado da sociedade que as acolhe, ou do homem estrangeiro, é subjetivamente que a própria entrevistada organiza as aquisições simbólicas que possam ser demonstrativas de “ascensão” em sua sociedade de origem.

A mobilidade é pensada exatamente como um movimento de uma sociedade outra e não necessariamente nas condições objetivas ou ocupacionais que provavelmente acompanharão tal mudança. O simples “ir” para a Europa ou para os Estados Unidos é interpretado pelas informantes como “mobilidade social”.

A subjetividade dos processos de “transnacionalização” indica a posição particular de algumas mulheres que, de alguma maneira, desejam romper o vínculo necessário das redes estreitas no cotidiano urbano. Elas constroem estratégias muito específicas de “ascensão social”, cuja orientação não é observada em nenhum membro da família de origem. Chamei essas estratégias de “mobilidade antecipada”.

A “mobilidade antecipada”

O fato de falar de uma “mobilidade antecipada” visa a dialogar com um dos pensamentos significativos veiculados na literatura sociológica, segundo os quais o casamento entre duas pessoas de “classes” diferentes resultaria em “ascensão social” direta para quem estivesse no pólo “inferior”.

Nos casos estudados, a “ascensão social” era um processo pelo qual as mulheres estavam efetivamente passando. No entanto, ao se casarem com um estrangeiro “branco”, todo o investimento feito com educação, com o

aprendizado de um outro idioma, não é levado em conta. A marca central de suas personalidades acaba sendo a de “esposa de estrangeiro”. A partir desse diálogo, pretendo demonstrar que foi necessário um investimento relativamente alto para que as mulheres pudessem adquirir um parceiro estrangeiro e não se perceberem como “prostitutas” ou “exploradoras”. Elas dizem o tempo todo que possuem uma profissão e teriam como se “auto-sustentar”. No entanto, muitas informantes não exercem a profissão adquirida. Tânia, que cursa economia, trabalha como secretária. O mesmo ocorre com Helen, que cursa a faculdade de direito, mas trabalha como secretária. Kátia é dentista, mas trabalha como guia turística. Regina é historiadora mas trabalha em lojas de roupas em shopping centers da Zona Sul. Ângela Cristina é fonoaudióloga, mas já trabalhou em agências de casamento e atualmente é dona de casa. O mesmo ocorre com Michele, que é professora de alemão, mas tornou-se dona de casa após o casamento.

Esses dados são interessantes, pois as brasileiras casadas com estrangeiros europeus ou americanos que não têm uma profissão e não dominam o idioma do parceiro são acusadas de “prostitutas” pelas entrevistadas. A alegação sugerida é de que o grupo “sem instrução” não estaria “preparado” para viver ao lado de um homem “modelar” na Europa ou nos Estados Unidos.

Supondo-se que a união com um parceiro estrangeiro “loiro de olhos azuis” seja o *locus* da “ascensão social” — já que usualmente a imagem de homem europeu ou americano está associada à idéia de “riqueza” —, imaginei que, em realidade, a mobilidade social ocorre antes do casamento com um estrangeiro. Ela ocorre como movimento necessário para a aquisição de um parceiro desse tipo, ou seja, para que o contato se torne possível, é necessário que, antes, a pretendente adquira uma série de hábitos e conhecimentos que destoem do comportamento típico do bairro de onde provém. Dessa maneira, elas se afastam dos roteiros de entretenimento de seu próprio bairro e conseqüentemente desviam dos possíveis parceiros de vizinhança para adotar um estilo de vida totalmente voltado para a Zona Sul do Rio de Janeiro. Em outras palavras, elas já eram vistas pela família e

pelos vizinhos como pessoas em “ascensão social”, que recusam parceiros de seu bairro, falam mais de um idioma, ingressaram na universidade e vão constantemente à Zona Sul. A aquisição de um parceiro estrangeiro é um passo perfeitamente possível, em suas construções ideológicas, já que o casamento com alguém de camada média-alta da Zona Sul é um fato pouco provável e pouco cogitado. Chamei o processo que ocorre nesse momento da vida das entrevistadas de “mobilidade antecipada” porque, na verdade, elas já se vêem em ascensão antes do casamento.

A construção das identidades

O modo como se constroem as identidades de gênero, cor e nacional das entrevistadas é particularmente curioso. Elas se articulam à medida que compõem um discurso hierárquico e têm uma característica relacional. A identidade de gênero é construída tendo como referência a situação de outras mulheres esposas de estrangeiros, consideradas e interpretadas pelas informantes como prostitutas. Nesse caso, elas lançam a acusação, que poderia perfeitamente recair sobre elas próprias, para as mulheres “sem instrução” ou que não dominam a língua do parceiro. A identidade de cor e a identidade nacional obedecem a essa dinâmica relacional e hierarquizadora. A primeira é expressa por meio do ideal de beleza, que classifiquei como o “ideal da raça”. Neste ideário está embutida a analogia com a beleza do homem loiro de olhos azuis e estrangeiro. A identidade nacional é fonte de tensão para as informantes, especialmente para as que moram ou moraram no exterior. Os países para onde elas vão são interpretados como superiores ao Brasil em muitos aspectos. A identidade nacional sofre variações de acordo com o local de moradia do momento. Quando estão no Brasil, as entrevistadas se pensam como estando fora dessa cultura nacional. No entanto, quando estão morando fora defendem sua nação e cultura.

A formação e construção das identidades também prevê certo controle que o indivíduo administra segundo seus interesses. O acesso a determinadas informações que dizem respeito à sua identidade pessoal é organizado, para as informantes, de modo a não caracterizá-las como prostitutas. Tal quadro é, contudo, controverso, pois a sociedade estabelece os meios de categorizar as pessoas de acordo com os ambientes sociais. Os fatos de ser brasileira, namorar um estrangeiro loiro de olhos azuis e freqüentar a orla de Copacabana compõem um quadro considerado de prostituição. Para fugir desse estigma, as entrevistadas criam uma série de diferenciações entre elas e as “verdadeiras prostitutas”, aquelas que encontram na atividade sexual o objeto de trabalho.

O estigma da prostituição é alvo de diversas formulações por parte das informantes. Como indica Goffman, o termo estigma “é uma linguagem de relações e não de atributos”. No entanto, o discurso acerca dos atributos das “outras” é freqüentemente montado e usado como referencial de desqualificação. A elaboração de um discurso contrário à prostituição é um meio de construir para si e para os outros a segurança a respeito de sua integridade moral, que normalmente lhes é retirada quando se relacionam com um estrangeiro. Goffman observa que o medo de que os outros possam desrespeitá-la por algo que a pessoa exiba significa que ela sempre se sente insegura em seu contato com os outros.

“Gênero” e “raça” são construtos sociais, apesar de, no senso comum, se referirem à natureza e à biologia. A construção da identidade de gênero das informantes é moldada com base na negação da “prostituição”; na oposição à identidade de mulher européia e/ou norte-americana e em relação aos parceiros estrangeiros — elaborada por meio da noção de complementaridade. A categoria prostituição, com todo o seu peso inquisidor, envolve fantasias sobre atos que mulheres brasileiras são capazes de fazer no nível do erotismo. O fato é que ela é, em si, uma tentativa de controlar a definição de ser prostituta, que estaria localizada em determinado grupo de mulheres e não em outro. Sendo a categoria uma acusação, esse tipo de atitude pode nos levar a pensar que o preconceito

contra tal tipo de definição do comportamento revela uma forma de controle e a possibilidade de construção de alteridade, ainda que frágil, entre acusador e acusado. Dessa maneira, as possibilidades de acusação seriam inesgotáveis, sempre existiria aquela que se percebe como menos prostituta que outra. Daí a necessidade de considerar os discursos das próprias informantes acerca dessa definição.

As ditas “prostitutas” são alvo de constante reflexão das entrevistadas, que podem perfeitamente “perder” sua posição social, construída com base num discurso contrário ao caráter exploratório na relação brasileira/estrangeiro, já que, como as consideradas “prostitutas”, também se casam com os estrangeiros loiros de olhos azuis, a linha fronteira entre um grupo e outro tende a desbotar. Um dos pontos de reflexividade do grupo estudado é a capacidade de atualização de sucessivas diferenças simbólicas entre elas e as “prostitutas”. Tais diferenças podem ser, contudo, postas em xeque, tanto no Brasil como no exterior, pois, ao mesmo tempo que categorizam as “verdadeiras prostitutas”, elas podem ser estigmatizadas pelo mesmo estereótipo.

A diferença entre o “estado de natureza” e o “estado de cultura” (Simmel, 1971) representado pelas mulheres “cultivadas”, de nível superior, e as “prostitutas”, que estariam em seu “estado de natureza” puro, sem qualquer “cultivo” intelectual, cujos instintos e a ausência de uma “personalidade” é prescrita nos termos da “abstração de si”, constituiria uma das bases não só de distinção entre o grupo estudado e o acusado (das “prostitutas”) como também de severas críticas e incômodos morais.

Definir e construir diferenças entre as que utilizam a prostituição como profissão e o grupo pesquisado — que tem uma profissão, embora freqüentemente não a exerça — pode ser entendido como a marca central da construção de suas identidades. A oposição “casa” e “rua” serviu para definir os espaços de delimitação das identidades. A identidade de “dona de casa” italiana é utilizada por Ângela Cristina para marcar sua diferença em relação às garotas de programa na Itália. O acesso ao curso universitário também é uma das interfaces das identidades analisadas, que pululam entre a

tradicional (“dona de casa sustentada pelo marido” e restrita à esfera doméstica) e a moderna (“mulher universitária”, ocupando espaços públicos e profissionais).

Brasileiros não são bons

Homem brasileiro dá azar. Homem brasileiro não é pecado, é a própria maldição.
(Ângela Cristina)

Dentro dessa idéia de hierarquizar e opor culturas e territórios, apreciar um homem europeu é, para as informantes, desapreciar um brasileiro, pois ser sensível aos mesmos gostos, ideologias e estilos de vida indica um tipo de aliança cultural preexistente no casal. A preexistência prescinde do conhecimento efetivo entre a brasileira e o estrangeiro.

Kátia, 24 anos, “branca”, dentista, não trocaria seu “príncipe” americano, como dizia, por qualquer eventual “bom partido” de nacionalidade latina:

É uma aventura, mas só me arrisco porque é um americano. Talvez se fosse chileno, boliviano... eu não ia querer. Se ele morasse, sei lá, no Chile, eu não iria...Na Bolívia...? Na Bolívia eu não iria de jeito nenhum.

É interessante percebermos que a identidade nacional é um ponto muito forte, já que na maioria das vezes está atrelada à construção de “raça”. Amanda, 27 anos, historiadora, é contundente em sua afirmativa: “Eu só me caso com um homem de passaporte inglês.”

A negação de um homem brasileiro parte da experiência afetiva passada das informantes. A maioria já teve experiências com homens brasileiros, por vezes duradouras, e as interpreta como imaturas e “vazias” de sentimento. Os antigos parceiros “nativos” são descritos como incompreensivos, irresponsáveis e machistas.

No projeto de encontro com um estrangeiro, a sedução e as técnicas corporais não estão em jogo, mas sim a construção/representação de um modelo de mulher brasileira, interpretada como uma “mulher tradicional”, pois está envolvida com a idéia de casamento. O Brasil atrai em primeiro lugar. Os estrangeiros que estão à procura de uma mulher brasileira sugerem que sejam “bonitas”, “sensuais” e “atraentes”. Os padrões de beleza podem, contudo, variar de acordo com cada organização cultural e com cada representação que cada grupo constrói coletivamente um do outro. Os estrangeiros, em suas cartas, não especificaram a diferença entre mulher “bonita”, “sexy” ou “atraente”. Para a agência de casamento T.L.C., dos Estados Unidos, as mulheres “latinas” são “bonitas” e “sensuais”.

A beleza atrelada à nacionalidade tranqüiliza e valoriza a relação, pois cada envolvido enxerga no outro peculiaridades e sensualidades que, em seu país, estão preestabelecidas, aparecem sob forma “naturalizada” e, talvez por isso, são desprezadas. O perfil das informantes dificilmente se encaixaria em objetos de desejo dos homens brasileiros.

Considerações finais

Tentei mapear neste artigo, de modo resumido, as representações acerca dos estrangeiros, europeus ou americanos, das mulheres brasileiras e da formação desse casal. Dentre as idéias discutidas ao longo do trabalho, gostaria de retomar a idéia central, que dá título ao artigo: “o conto de fadas”. Para as mulheres pesquisadas, essa idéia é verídica. O “príncipe encantado” existe. Parte dessas “fantasias” se torna “real” a partir do modo pelo qual elas contam suas “histórias”. Este é o ponto fundamental: o “conto de fadas” é possível de ser vivido pelo tipo de elaboração discursiva que se arma para a construção da “história”. Não se trata de uma “história” de fatos, mas de uma história de “histórias”.

A fuga ou restauração das situações de preconceito e conflito que azedariam o “conto de fadas” é um recurso muito interessante. Apesar de as informantes relatarem suas histórias de preconceito, elas não as interpretam como algo ruim. Pelo contrário, muitas vezes são situações que trazem algo positivo e que em nada interferem na “fantasia” que elas acreditam viver. Elas não escondem ou deixam de contar os momentos conflituosos. O fato é que, em suas imaginações, não há espaço para outro tipo de interpretação ou reflexão de algo diferente do “sonho” vivido. Ao que parece, elas bloqueiam o olhar crítico sobre o homem europeu ou americano e, conseqüentemente, sobre a Europa ou os Estados Unidos. O mesmo ocorre com suas identidades. Elas jamais se vêem como prostitutas. O olhar é sempre direcionado para a “outra”. E, dessa maneira, constroem uma “história” exemplar, sem falhas, o que me fez duvidar de sua existência de fato.

De outro modo, penso que, por serem moradoras das Zonas Norte ou Oeste e formarem a primeira geração de universitários da família, o valor atribuído ao *status* recém-adquirido possa estar exacerbado. Elas não são apenas universitárias, mas namoram ou são casadas com um homem que é modelo para toda a humanidade, que geralmente pertence à Europa ou aos Estados Unidos. O fato de ser desejada por um europeu ou por um americano, este último habitante de um dos países mais ricos do mundo, é um toque especial para a trajetória de ascensão social. Vejamos como, mais uma vez, o desejo sexual do parceiro em relação às brasileiras (como fica claro em suas intenções de se relacionarem com uma mulher “sexy”, “atraente”, o desejo de fazer filhos etc.) não é lido dessa forma pelas informantes. Os estrangeiros são vistos como “carentes”, que necessitam de afeto e dedicação.

As “estratégias” e o projeto de encontro com os estrangeiros também não eram vistos dessa forma pelas informantes. Por mais óbvio e instrumental que parecesse o relacionamento, a linguagem do amor e do acaso era sempre recorrente. A linguagem usada pelas entrevistadas era como uma “poção mágica” que coloria e amenizava as relações tensas de interesse de ambos ao lados.

A elaboração de um conto, a organização da estrutura do “conto de fadas” e o processo sofisticado com que as informantes driblam o olhar das situações de preconceito, jogando-o para a “autodiscriminação”, são, de fato, muito curiosos.

Outro ponto a ser questionado é se a saída do Brasil significa estratégia de “valorização” ou apenas um desejo de viver na Europa ou nos Estados Unidos. As entrevistadas que saíram do país voltam anualmente ao Brasil, como Michele e Ângela Cristina. Não se trata, todavia, de uma visita depois de alguns anos, mas de uma visita anual. No caso de Ângela Cristina, a volta ao Brasil é uma forma de “autovalorização”. A ida para o exterior e a moradia lá servem como recurso à aquisição de uma posição social hierarquicamente superior aqui e não lá. Assim, o processo de internacionalização gira em torno de aquisição de *status* no âmbito nacional e não no país para onde migram.

Como podemos observar, o processo de internacionalização corresponde à forte individualização das informantes. Elas constroem as estratégias para “mudar de vida”, se “autovalorizarem”, procurarem *status* e movimentarem-se independentemente da orientação hierárquica predominante no bairro de origem ou no contexto europeu ou americano. A individualização permite construir um mundo que tem como referência primeira e última o próprio indivíduo. No caso estudado, as informantes construíram a “história” que quiseram, sem levar em conta as opiniões divergentes dos amigos e vizinhos, e namoraram ou casaram-se seguindo essa mesma orientação, alheias a críticas e estranhamentos.

Notas

⁴⁴ Cor declarada pelas interlocutoras. É necessário, contudo, muitas ressalvas acerca desse tipo de classificação. O fato de as moças se definirem inicialmente como “brancas” ou “negras” não significa que a rigidez dessas categorias tenha sido observada ao longo da pesquisa. Em diversos momentos, as que se classificaram como “negras” se percebiam como “mulatas” ou “morenas”. Em contrapartida, as “brancas” se percebiam como “não tão brancas”, especialmente ao se compararem com os namorados estrangeiros. Em regra, a identidade de “mestiça” pode ser extraída como a mais freqüente. No entanto, mantenho essa classificação polar ao longo do trabalho, somente para melhor instrumentalização dessas categorias.

⁴⁵ Apesar de reconhecer que o termo “relacionamento afetivo” é um tanto vago, pois afeto, segundo o *Aurélio*, significa “afeição, amizade, amor” e, como bem sabemos, estas três categorias não necessariamente precisam manter relações, adoto a expressão por considerar que, no âmbito da pesquisa, ela fornece o real significado semântico indicado. Nem sempre a conclusão do relacionamento com um estrangeiro resulta em conjugalidade, apesar de este ser o desejo de minhas interlocutoras. No entanto, o caráter sexualizado da relação, apesar de aparecer de modo nítido em alguns casos, não é, de forma alguma, assumido pelas entrevistadas. Portanto, a relação pode ir de amizade ou simpatia ao amor ou casamento.

⁴⁶ No Leblon, o restaurante mais mencionado por facilitar o encontro com americanos e italianos foi o Guapolouco, de comida mexicana e temperos fortes, freqüentado por jovens de classe média. O local parece expressar a valorização do aspecto “quente” da gastronomia e cultura latino-americanas.

⁴⁷ Nos casos em que o relacionamento era com argentino, uruguaio ou angolano, era visível o desejo das namoradas em conhecer o país natal de seus parceiros, mas não esboçavam, contudo, qualquer desejo de residirem lá.

⁴⁸ Fonte: Pesquisa Nacional de Amostra por Domicílio (PNAD), IBGE, 1990. Presente também no boletim estatístico *Os números da cor* nº 4, publicado pelo Centro de Estudos Afro-Asiáticos.

Referências bibliográficas

- Badinter, Elisabeth. *Um amor conquistado: O mito do amor materno*. Rio de Janeiro, Nova Fronteira, 1985.
- . *Um é o outro*. Rio de Janeiro, Nova Fronteira, 1986.
- . *XY: Sobre a identidade masculina*. Rio de Janeiro, Nova Fronteira, 1995.
- Beauvoir, Simone de. *O segundo sexo*. Rio de Janeiro, Nova Fronteira, 1980.
- Berquó, Elza. “A família no século XXI”. *Ciência Hoje*, vol. 10, nº 58, 1989.
- . e Loyola, Andrea. “União dos sexos e estratégias reprodutivas no Brasil”. *Revista Brasileira de Estudos de População* 1 (1/2): 35-98, jan./dez., 1984.
- Bourdieu, Pierre. “How can one be a sports fan?” *The Cultural Studies Reader*. Londres, Routledge, 1993.
- . “Novas reflexões sobre a dominação masculina”. *Gênero e saúde*. Porto Alegre, Artes Médicas, 1996.
- . *La domination masculine*. Paris: Liber Seuil, 1998.
- Connell, R.W. *Masculinities*. Berkeley: University of California Press, 1995.
- DaMatta, Roberto. “A ressurreição da carne. O culto ao corpo no Brasil moderno”. São Paulo, *Jornal da Tarde*, 7/4/1996.
- . “Tem pente aí? Reflexões sobre a identidade masculina”, in Caldas, Dario (org.) *Homens*. São Paulo, Senac, 1997.
- Dauster, Tania. “A invenção do amor: Amor, sexo e família em camadas médias urbanas”. *Uma nova família?* Rio de Janeiro, Zahar, 1987.
- Deleuze, Gilles. *Conversações*. Rio de Janeiro, Editora 34, 1995.
- Domingues, José Maurício. “Modernidade, tradição e reflexividade no Brasil contemporâneo”. *Tempo Social*. São Paulo, 10 (2):209-234, outubro de 1998.
- . *Sociologia e modernidade: Para entender a sociedade contemporânea*. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 1999.
- Duhram, Eunice. “Família e reprodução humana”. *Perspectivas antropológicas da mulher* (3). Rio de Janeiro, Zahar, 1983.
- Dunning, Eric. Maguire, Joseph. “As relações entre os sexos no esporte”. *Revista de Estudos Feministas*. IFCS/UF RJ, vol. 5, nº 21, 1997: 321-47.

- Durkheim, Émile & Mauss, Marcel. "Algumas formas primitivas de classificação". *Ensaio de sociologia*. São Paulo, Perspectiva, 1981.
- Figueira, Sérvulo. *Cultura da psicanálise*. São Paulo, Brasiliense, 1985.
- . *Uma nova família?* Rio de Janeiro, Zahar, 1987.
- Foucault, Michel. *História da sexualidade, vol I: A vontade de saber*. Rio de Janeiro, Graal, 1988.
- Freyre, Gilberto. *Modos de homem. Modas de mulher*. Rio de Janeiro, Record, 1986.
- Friedan, Betty. *A segunda etapa*. Rio de Janeiro, Francisco Alves, 1983.
- Gaspar, Maria Dulce. *Garotas de programa. Prostituição em Copacabana e identidade social*. Rio de Janeiro, Zahar, 1985.
- Giddens, Anthony. *As conseqüências da modernidade*. São Paulo, Editora da UNESP, 1991.
- Goffman, Erving. *Estigma. Notas sobre a manipulação da identidade deteriorada*. Rio de Janeiro, Zahar, 1975.
- . *A representação do eu na vida cotidiana*. Petrópolis, Vozes, 1983.
- Goldenberg, Mirian. *Ser homem, ser mulher: dentro e fora do casamento*. Rio de Janeiro, Revan, 1991.
- . *Toda mulher é meio Leila Diniz*. Rio de Janeiro, Record, 1995.
- . *A outra: estudos antropológicos sobre a identidade da amante do homem casado*. Rio de Janeiro, Record, 1997.
- Habermas, Jürgen. *Teoría de la acción comunicativa*. México, Taurus Ediciones, 1985.
- Jablonski, Bernardo. "A difícil extinção do boçalossau", in Nolasco, Sócrates (org.). *A desconstrução do masculino*. Rio de Janeiro, Rocco, 1995.
- . *Até que a vida nos separe: A crise do casamento contemporâneo*. Rio de Janeiro, Agir, 1998.
- Jullien, François. *Traité de L'Efficacité*. Paris, Grasset et Pasquellé, 1996.
- Kimmel, Michael. "A produção simultânea de masculinidades hegemônicas e subalternas". *Horizontes Antropológicos* n. 9 (4): 103:17, out. 1998.
- Leach, Edmund. *Genesis as myth and others essays*. Londres: Cape Editions, 1969.
- Macfarlane, Alan. *História do casamento e do amor*. São Paulo, Companhia das Letras, 1990.
- Maggie, Yvonne. "Aqueles a quem foi negada a cor do dia: as categorias cor e 'raça' na cultura brasileira". "Raça", *ciência e sociedade*. Rio de Janeiro: Fiocruz, 1996.
- Mauss, Marcel. *Sociologie et anthropologie*. Paris, PUF, 1950.
- Nolasco, Sócrates. *O mito da masculinidade*. Rio de Janeiro, Rocco, 1993.
- . "A desconstrução do masculino: uma contribuição à análise de gênero". *A desconstrução do masculino*. Rio de Janeiro, Rocco, 1995.
- . "Um homem de verdade". *Homens*. São Paulo, Senac, 1997.
- Parsons, Talcott. "Papel e sistema social". *Homem e sociedade*. São Paulo, Companhia Editora Nacional, 1975.
- Pitt-Rivers, Julian. "Honra e posição social". *Valores das sociedades mediterrâneas*. Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian, 1969.
- Salem, Tania. *Sobre o "casal grávido": inscrição em um universo ético*. Rio de Janeiro, PPGAS/MN/UFRJ, tese de doutorado, mimeo, 1987.
- Scott, Joan. "Gênero: uma categoria útil para análise histórica", in *Educação e realidade*, Porto Alegre, 16 (2), 1990.
- Simmel, George. *On individuality and social forms*. Chicago: The University of Chicago Press, 1971.

- Toscano, Moema e Goldenberg, Mirian. *A revolução das mulheres*. Rio de Janeiro, Revan, 1992.
- Trevisan, João Silvério. “O espetáculo do desejo: homossexualidade e crise do masculino”. *Homens*. São Paulo, Senac, 1997.
- . *Seis balas num buraco só: a crise do masculino*. Rio de Janeiro, Record, 1998.
- Vaitsman, Jeni. *Flexíveis e plurais: identidade, casamento e família em circunstâncias pós-modernas*. Rio de Janeiro, Rocco, 1994.
- Velho, Gilberto. *Individualismo e cultura: notas para uma antropologia social contemporânea*. Rio de Janeiro, Zahar, 1981.
- . *Desvio e divergência: uma crítica à patologia social*. Rio de Janeiro, Zahar, 1981.
- Wacquant Loïc. “Corps et ame. Notes ethnographique d’un apprenti-boxeur”, *Actes de la Recherche en Scienses Sociales*, nº 80, novembro, 1989:33-67.
- . “The pugilist point of view.” *Theory and Society*, vol. 24/4, 1995: 489-535.
- Waser, Anne Marie. “Le marché de partenaires. Études de trois clubs de tennis”. *Actes de la Recherche en Scienses Sociales*, nº 80, novembro, 1989:2-21.
- Weber, Max. *Economía y sociedad*. México, Fondo de Cultura Económica, 1997.

Este e-book foi desenvolvido em formato ePub
pela Distribuidora Record de Serviços de Imprensa S. A.