



GIOVANA LOPES FEIJÃO

A VIDA SEXUAL POLITICAMENTE CORRETA EM REVISTA

CAMPINAS
2012



UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS
INSTITUTO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS

GIOVANA LOPES FEIJÃO

A VIDA SEXUAL POLITICAMENTE CORRETA EM REVISTA

Orientadora: Profa. Dra. Maria Filomena Gregori

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social do Instituto de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Estadual de Campinas para a obtenção do grau de Mestra em Antropologia Social.

Este exemplar corresponde à redação final da Dissertação defendida pela aluna Giovana Lopes Feijão e orientada pela Profa. Dra. Maria Filomena Gregori.

Assinatura da Orientadora

CAMPINAS
2012

FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA POR
CECÍLIA MARIA JORGE NICOLAU – CRB8/3387 – BIBLIOTECA DO IFCH
UNICAMP

F324v Feijão, Giovana Lopes, 1977-
A vida sexual politicamente correta em revista /
Giovana Lopes Feijão. - - Campinas, SP : [s. n.], 2012.

Orientador: Maria Filomena Gregori.
Dissertação (mestrado) - Universidade Estadual de
Campinas, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas.

1. Revista Nova. 2. Revista Men's Health.
3. Sexualidade. 4. Erotismo. 5. Mídia. 6. Mercado.
I. Gregori, Maria Filomena, 1959- II. Universidade Estadual
de Campinas. Instituto de Filosofia e Ciências Humanas.
III. Título.

Informação para Biblioteca Digital

Título em Inglês: The erotism politically correct in review

Palavras-chave em Inglês:

Nova Magazine
Men's Health Magazine
Sexuality
Erotism
Media
Market

Área de concentração: Antropologia Social

Titulação: Mestra em Antropologia Social

Banca examinadora:

Maria Filomena Gregori [Orientador]
Heloísa Buarque de Almeida
Guita Grin Debert

Data da defesa: 07-11-2012

Programa de Pós-Graduação: Antropologia Social

GIOVANA LOPES FEIJÃO

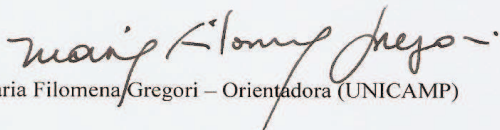
A vida sexual politicamente correta em revista

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social do Instituto de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Estadual de Campinas para obtenção do grau de Mestra em Antropologia Social sob orientação da Profa. Dra. Maria Filomena Gregori.

Este exemplar corresponde à redação final da Dissertação defendida e aprovada pela Comissão Julgadora em 07 de novembro de 2012.

Comissão Julgadora

Titulares:


Profa. Dra. Maria Filomena Gregori – Orientadora (UNICAMP)

Profa. Dra. Heloísa Buarque de Almeida (USP) 

Profa. Dra. Guita Grin Debert (UNICAMP) 

Suplentes:

Prof. Dr. Júlio Assis Simões (USP)

Profa. Dra. Isadora Lins França (UNICAMP)

CAMPINAS
2012

Para Pedro, pelo apoio, presença e amor incondicional.

Para Nuno, que sempre me lembra de que são as dúvidas, inquietações e a gana de
aprender que movem a vida.

AGRADECIMENTOS

Desde o primeiro parágrafo até o último ponto final dessa dissertação, foram muitas as pessoas que estiveram presentes na minha vida e deixaram nesse trabalho suas marcas. Alguns dessas aparecem de forma clara e visível, outras ainda que um pouco obscuras sempre estão presentes. Por isso, é com prazer que venho agradecer a cada uma dessas pessoas, esperando não esquecer ninguém.

Em primeiro lugar, essa dissertação não seria possível sem a orientação generosa, cuidadosa e paciente da Prof. Dra. Maria Filomena Gregori. Muito obrigada pelas leituras, conversas, puxões de orelha, mas principalmente pelo incentivo, carinho, e exemplos de trabalho, mulher e força.

Também agradeço os membros da banca avaliadora que leram esse trabalho com extremado cuidado e atenção: Profa. Dra. Heloísa Buarque de Almeida e Profa. Dra. Guita Grin Debert. Além da Profa. Dra. Regina Faccini, por sua participação em minha qualificação.

Essa pesquisa não teria sido possível sem o apoio financeiro da Capes. E também o apoio do Pagu – Núcleo de Estudos de Gênero, especialmente Jadison e Luciana a quem devo agradecimentos especiais.

Com certeza, sem a turma de pós-graduandos de 2008 esse trabalho não existiria. Foram horas de aulas, conversas, discussões, diálogos que os transformaram em co-autores, críticos, amigos – para toda uma vida: Paulete, Gra, Bob, Luís, Joanna, Suzane, Fernando, Roberta, André, Mauro, Lili, Laura, Taniele, Diego, Adriana e Desiré (adotada da turma de 2009) meu muito obrigada. Sem esquecer, um muito obrigada especial para Ana Laura, quem nunca me deixou desistir de terminar esse trabalho.

Agradeço também aos meus co-orientados, cujas discussões no grupo de estudos e a excelência de seus trabalhos enriqueceram o meu: Camilo, Carol, Fabi, Lari, Regina, Isa e Maria Elvira. E a alguns queridos amigos sempre presentes: Janu, Sandra, Adê, Afonso, Ti, Júlio, Paulo, Carol, Tatá, Caio, Teca, Uli e Gra.

E finalmente, meus agradecimentos eternos aqueles cujas contribuições pela vida me fizeram o que sou: Aos meus amores, Pedro e Nuno, pelo carinho, presença, apoio e paciência. Meus pais por me ensinarem o respeito pelas idéias, crenças e individualidade de cada ser humano. Meus irmãos - Ber, Sil, Mel, Guli e Mili que me ensinaram viver a

vida com paciência, determinação, jogo de cintura, perseverança e a certeza de que tudo nela é possível. E aos meus pequenos Yara, Tommy, Matteo, Gabriela, Lara e Bruno que sempre me lembram que a juventude da vida vem do aprender sempre.

Resumo

Essa dissertação tem início em outubro de 2004, quando trabalhei como assistente de pesquisa de Maria Filomena Gregori no Projeto Temático *Gênero, Corporalidades* do Centro de Estudos de Gênero (Pagu). O que essa pesquisa mostrou foi que, no Brasil, observa-se a difusão de um “erotismo politicamente correto” (GREGORI, 2010) pelo universo de produção, comercialização e consumo de bens eróticos, o mercado erótico. Erotismo que tem como características: O sexo/erotismo deslocado do seu sentido de transgressão e cada vez mais associado à fonte de prazer, saúde mental e corporal, em que uma vida sexual ativa se torna possível a todos os corpos e indivíduos, através do exercício e da domesticação desse corpo para o ato. Durante a pesquisa empírica realizada entre lojas e trabalhadores desse mercado erótico [pesquisa realizada de outubro de 2004 a dezembro de 2007], entrei em contato com um grande número de jornalistas e repórteres de revistas, que procuravam lojas de produtos eróticos para realizarem reportagens e matérias sobre sexo. Revistas como *Nova*, *Marie Claire*, *Claudia*, *Gloss*. Essa circulação fez surgir a hipótese de que, talvez, extrapolando o mercado erótico, o erotismo politicamente correto também estaria sendo disseminado pelas revistas. Essas revistas poderiam ser vistas como manuais pedagógicos desse tipo de erotismo? Quais as especificidades ele receberia em suas páginas? O objetivo dessa dissertação é observar como e se ocorre a disseminação do erotismo politicamente correto nas páginas de duas revistas de circulação nacional *Nova* e *Men's Health*.

Abstract

This dissertation begins in October 2004, when I worked as a research assistant on Thematic Project: Gender, corporeality of the Center for Gender Studies (Pagu.) What this research showed was that, in Brazil, there the diffusion of a "politically correct eroticism" (GREGORI, 2010) in the universe of erotic market . Eroticism whose characteristics are: sex / eroticism displaced from their sense of transgression and increasingly more associated with the source of pleasure, mental health and body health. During the empirical research conducted between stores and employees of this erotic market [survey conducted from October 2004 to December 2007], I contacted a large number of journalists and reporters, making in this places articles about sex for magazines. This gave rise to the hypothesis that perhaps extrapolating the erotic market, the "politically correct eroticism" also is being disseminated by magazines. These magazines could be viewed as manuals of this kind of eroticism? The objective of this dissertation is to observe how and if occurs the spread of "eroticism politically correct" on the pages of two magazines *Nova* and *Men's Health*.

Sumário

Apresentação.....	1
Capítulo 1 – Falando de sexo	7
<i>Aprendendo sobre sexo</i>	<i>8</i>
Capítulo 2 – Revista em revista	31
<i>A segmentação das revistas</i>	<i>35</i>
Capítulo 3 - Nova e Men's Health	49
<i>Nova.....</i>	<i>50</i>
<i>Men's Health.....</i>	<i>63</i>
Capítulo 4 – O erotismo politicamente correto nas revistas.....	79
<i>As seções de sexo de Nova e Men's Health</i>	<i>85</i>
Considerações Finais	121
Referências Bibliográficas	129

Apresentação

De outubro de 2004 a dezembro de 2007, trabalhei como assistente de pesquisa de Maria Filomena Gregori no Projeto Temático *Gênero, Corporalidades* do Centro de Estudos de Gênero (Pagu). A pesquisa que desenvolvemos dentro desse projeto tinha como objetivo discutir as novas formas do erotismo contemporâneo e suas implicações e articulações sobre a violência interpessoal e de gênero. Para isso, mapeamos e descrevemos a oferta e consumo de “bens” eróticos em lojas virtuais (em sites da internet) e sex-shops existentes na cidade de São Paulo e do Rio de Janeiro, através de pesquisa de campo e entrevistas. Durante a pesquisa de campo, trabalhei como vendedora em algumas lojas de São Paulo, fiz alguns cursos eróticos para mulheres e entrevistas com donos e trabalhadores desse mercado erótico. Esse campo me permitiu entrar em contato com diversas histórias, que foram o *start* dos questionamentos que deram origem a esta dissertação.

Histórias de mulheres que passam dias inteiros em uma maratona de cursos para aprender a fazer massagens eróticas, exercícios de pompoarismo, strip-tease para seus maridos; de homens que entram em um sex-shop, escolhem uma calcinha vermelha de rendinha minúscula, entram no banheiro da loja, trocam sua cueca pela calcinha e saem satisfeitos da loja, deixando uma cueca no lixo do banheiro; e as de mulheres que nomeiam seus vibradores e os tratam como parceiros sexuais, ou daquelas que compram cintas e dildos para penetrarem seus maridos. Histórias que me fizeram pensar: o que estava observando? Lugares trocados, da mãe e esposa pela prostituta, de homens pelas mulheres, de pessoas de carne e osso por objetos? Estamos diante de uma democratização do erotismo, de uma sexualidade liberta das convencionais posições de gênero?

O que a pesquisa mostrou é que no Brasil, a partir da década de 90, há a difusão de um *erotismo politicamente correto*¹ (GREGORI, 2003b) pelo universo de produção,

1 O erotismo politicamente correto será mais detalhadamente analisado e discutido nos capítulos 1 e 4 desta dissertação.

comercialização e consumo de bens eróticos - o mercado erótico. Em uma pesquisa realizada em alguns sex-shops de São Francisco e Berkeley, região dos Estados Unidos de visibilidade internacional como lugar de maior tolerância para o livre exercício de sexualidades alternativas, a pesquisadora observa o delineamento desse tipo de erotismo que nasce de práticas agregadas ao movimento feminista da década de 70, se consolida nas próximas décadas por meio da articulação com outros movimentos de direitos sexuais e passa a ser disseminado pelo mercado.

Parece haver uma espécie de duplicação entre essa tendência presente nos desenvolvimentos teóricos do feminismo – principalmente o das vertentes “pro-sex” ou “anti-objetificação” – e a abertura de um campo alternativo no mercado para o sexo. Nele, verifiquei toda uma série de tentativas que questionam o mercado convencional do sexo e uma promessa de um “erotismo politicamente correto”, cujo sentido seria o de transgredir restrições ao livre exercício da sexualidade. Se práticas sexuais qualificadas como violentas (S/M e alguns fetichismos) são condenadas nas relações heterossexuais, nos sex-shops para gays (lojas nas redondezas da Castro Street) e na Good Vibrations (sex-shop criado pelas lésbicas em 1975), elas ganham lugar, visibilidade, aceitação e acessórios. (GREGORI, 2010, p.40)

Uma das características desse tipo de erotismo seria o sexo/erotismo deslocado do seu sentido de transgressão e cada vez mais associado à fonte de prazer e saúde. Dessa forma, uma vida sexual ativa se torna necessária a todos os corpos e indivíduos, através do exercício e da domesticação desse corpo para o ato. Para a domesticação do corpo, é necessário, então, saber as técnicas e exercícios, outra de suas características, a pedagogia. A educação, a informação, a publicização das práticas através de “manuais de boa conduta sexual” são imprescindíveis. São esses manuais que trazem novas possibilidades para a vida sexual na defesa do livre exercício da sexualidade e da expansão das práticas, que ganham lugar, visibilidade, aceitação e acessórios.

Muitos estudos (BUITONI, 1990; BASSANEZI, 1996 e MIRA, 2001) já destacaram o caráter de manuais de comportamento das revistas². Alguns autores (BUITONI, 1990; BASSANEZI, 1996; CUNHA, 2001; MONTEIRO, 2001; BENATTI, 2005 e MIRA, 2001) mostram que as revistas são, em parte, responsáveis pela construção e percepção dos indivíduos dentro da sociedade. Trazendo em seus artigos um repertório de formas de agir, estilos de vida, valores e novas tendências. Informações que servem de referências para escolhas pessoais de seus leitores na construção reflexiva de sua identidade (GIDDENS, 1992). São manuais nos quais circulam possibilidades de ações e desejos. E como discursos existentes, mesmo antes de sua recepção, tornam-se meios interessantes para analisarmos estratégias discursivas, narrativas e convenções. Durante a pesquisa de campo referida acima, entrei em contato com um grande número de jornalistas e repórteres de revistas, que procuravam as lojas para realizarem reportagens e matérias sobre sexo. Dentre essas revistas, a *Nova* era uma das mais assíduas, mas não era a única, *Marie Claire*, *Claudia*, *Gloss*, entre outras, também frequentavam as lojas. Essa circulação de repórteres e revistas fez surgir a hipótese de que, talvez, extrapolando o mercado erótico³, o erotismo politicamente correto também estaria sendo disseminado por essas. Decidi, então, tornar esse meio midiático meu objeto de pesquisa. As revistas poderiam ser vistas como manuais pedagógicos desse tipo de erotismo? Quais as especificidades ele receberia em suas páginas? E quais revistas escolher?

A primeira revista sondada foi *Nova*, a revista feminina de maior vendagem no Brasil. Além da grande procura de suas repórteres pelas lojas e cursos eróticos para a realização de matérias, uma primeira pesquisa sobre a revista mostrou que essa possui uma seção específica sobre sexo, que traz a cada mês no mínimo 5 matérias, o que resultou em uma grande quantidade de material para pesquisa. Minha primeira idéia era fazer um estudo comparativo com outras revistas também voltadas para mulheres e procurar entender se e como uma clivagem de público, por idade, classe social, renda poderia, também, ilustrar uma diferenciação na disseminação desse tipo de erotismo. Em um dos primeiros intercursos pelas páginas de *Nova*, vi uma grande reportagem sobre brincadeiras e fantasias sexuais. Nela, havia uma nota dizendo que essa matéria tinha

2 A utilização das revistas como meio de análise será mais detalhadamente analisada e discutida no capítulo 2 desta dissertação.

3 Chamo de mercado erótico o universo de produção, comercialização e consumo de bens eróticos.

sido realizada junto com a redação de *Men's Health*, foi aí que surgiu a idéia de comparar a revista feminina com uma masculina.

Explicando melhor, em sua pesquisa, Gregori (2010) ressalta uma feminização do mercado erótico dentro do âmbito de disseminação do erotismo politicamente correto, tendência também destacada por Díaz-Benítez (2009) no mundo dos filmes pornô brasileiros. Feminização na realização e comercialização de produtos, no aumento do mercado de consumidoras, na maior intimidade dessas mulheres com essas novas práticas e discursos e uma reponsabilização dessas pela manutenção da vida sexual, que também permitiria essa ampliação das práticas por elas. Quando me dei conta da *Men's Health*, decidi mudar o objeto de comparação, porque essa nova revista masculina me permitiria ver se essa feminização também ocorre, ou se há uma diferenciação na disseminação desse tipo de erotismo nas revistas de acordo com o sexo de seu público.

Uma pesquisa rápida pela revista me mostrou algumas semelhanças iniciais entre as duas que as tornariam comparáveis. Primeiro e mais importante, a *Men's Health* também possui uma seção específica sobre sexo, com várias matérias sobre o assunto em cada número sobre o assunto e pelo menos uma como manchete de capa. Além disso, *Nova e Men's Health*, são de uma mesma editora, a Editora Abril, de uma mesma categoria⁴, são os títulos de maior vendagem no mercado brasileiro dentro de seu segmento, o de revistas de comportamento/estilo de vida, para seu público alvo específico, o feminino e o masculino⁵ respectivamente. Mais tarde, analisando-as através da bibliografia especializada, vi que a comparação poderia ser mais interessante ainda. As duas revistas que analiso nessa dissertação são frutos desse “moderno” mercado editorial e parte desses processos de mundialização e de segmentação. Por serem frutos dessa “nova era” das revistas masculinas e femininas que tem o sexo/sexualidade como um tema principal, tornam-se objetos privilegiados para minha pesquisa. São as

4 As duas revistas analisadas se enquadram na categoria: revistas de comportamento/estilo. Categoria imputada às revistas pela própria editora Abril, mas é uma categoria comumente usada pelo mercado editorial de revistas.

5 A *Men's Health* é a revista masculina de comportamento mais vendida do Brasil com uma tiragem mensal de 119.378 exemplares (Dados retirados do site da Editora Abril. Disponível em: <<http://publicidade.abril.com.br>> Acesso em: 01 dez. 2009). Sua tiragem só é menor do que a da revista masculina *Playboy* (204.094 exemplares mensais. Dados retirados do site da Editora Abril. Disponível em : <<http://publicidade.abril.com.br>> Acesso em: 01 dez. 2009), que se enquadra em outra categoria de revistas por ter como mote principal ensaios de nu erótico feminino.

características desse mercado editorial que também tornam essas duas revistas mais parecidas⁶: mesmo tipo de tema, incentivo ao consumo, erotização de imagens corporais, estratégia narrativa da intimidade, presença de especialistas. Parecidas, mas voltadas para públicos considerados diametralmente e naturalmente opostos – o feminino x o masculino – o que torna as duas objetos interessantes para esse estudo comparativo.

O que pretendo é observar se as duas revistas podem ser consideradas manuais do erotismo politicamente correto, se suas *dicas* de sexo se adequam a ele, se este se diferencia dentro das duas revistas graças a sua segmentação sexual e se também há nesse meio de disseminação uma feminização. O período de publicação que escolhi para análise é o que vai de agosto de 2007 a julho de 2009⁷, analisando um total de 24 edições de cada revista.

Minha dissertação está dividida em 4 capítulos. No primeiro, **Falando sobre sexo**, procuro, a partir de uma revisão bibliográfica, apresentar a construção dos problemas investigados e minhas hipóteses, demonstrando como as contribuições de vários teóricos da sexualidade informam minha pesquisa. Começando por Foucault e seu dispositivo da sexualidade, passando pela discussão das teóricas feministas Butler, Rubin, Scott, Vance e Douglas. Discuto, também, as contribuições de Gagnon, Weeks, Guillebaud, até chegarmos aos teóricos e pesquisadores brasileiros como Gregori, Heilborn, Simões, Parreiras e Díaz-Benítez.

No capítulo 2, **Revista em revista**, justifico a relevância do uso das revistas como fontes de dados para a pesquisa, através da discussão e análise de vários estudos sobre mídia e o mercado editorial de revistas no Brasil. Fazendo um pequeno histórico desse mercado editorial, de seu início até os dias de hoje. Discuto a importância dos processos de mundialização e segmentação para esse mercado e mostro as transformações que essa segmentação vem sofrendo.

No 3 capítulo, **Nova e Men's Health**, apresento as duas revistas analisadas,

6 Uma discussão mais aprofundada sobre o mercado de revistas no Brasil será realizada no segundo capítulo desta dissertação.

7 Período que coincide em parte com a vigência do meu curso de mestrado.

mostrando quais características as diferenciam e quais as igualam.

E no quarto capítulo, **O erotismo politicamente correto nas revistas**, analiso de forma comparativa e contrastiva as seções de sexo dessas duas revistas, tentando observar se essas são disseminadoras do erotismo politicamente correto e quais as especificidades que esse ganha nessas revistas. Por fim, apresento algumas considerações finais a respeito dos temas abordados ao longo de todos os capítulos.

Capítulo 1 – Falando de sexo

A elaboração de um estudo e de uma hipótese de pesquisa passa necessariamente por um exame de uma bibliografia especializada no tema. Neste capítulo faço uma visita à literatura sobre erotismo, sexualidade e gênero, elucidando as escolhas que fiz na construção do meu objeto.

Como, já foi dito, o que pretendo é analisar se e/ou como o erotismo politicamente correto (GREGORI, 2003b) aparece difundido nas seções de sexo de duas revistas brasileiras – *Nova* e *Men's Health*. Mas o que significa esse erotismo politicamente correto? Segundo Gregori (2003b), algumas de suas características são o deslocamento do sentido de transgressão do erotismo, proveniente da tradição ocidental desde o renascimento⁸, para um significado cada vez mais associado ao cuidado saudável do corpo e para o fortalecimento do *self*, e com isso, ampliação das possibilidades de práticas sexuais. Mas o que significa o erotismo deixar seu sentido de transgressão e passar a ser considerado fortalecimento do *self*? Como ocorre essa mudança? E o que a possibilitou? E a ampliação das possibilidades de práticas sexuais, ou do repertório sexual dos indivíduos – Como isso se dá na prática? Será que estamos diante de práticas sexuais ainda não tentadas? E essa ampliação da diversidade é a mesma para homens e mulheres? Ainda é possível falarmos em homens e mulheres? Podemos observar especificidades deste erotismo politicamente correto que se diferenciam graças a segmentação sexual das duas revistas?

Uma especificidade a se destacar das revistas que eu analisei é a segmentação sexual de seu público, *Nova* dirigida ao público feminino e *Men's Health* ao público masculino. Mas o que isso quer dizer? Essa segmentação diz respeito a sexo ou a gênero? Qual a diferença? E as seções de sexo das páginas onde encontramos as dicas de práticas, posições e exercícios sexuais. Qual o ganho de estudá-las para a

⁸ Para uma discussão mais aprofundada sobre o assunto, consultar Lynn Hunt *The Invention of Pornography – Obscenity and the Origins of Modernity, 1500-1800* (New York: Zone Books, 1993).

compreensão das convenções⁹ da sexualidade? Práticas e convenções sexuais – o que são elas? E a sexualidade e o erotismo – o que quero dizer quando falo neles?

Todas essas questões, constituíam as inquietações iniciais para o desenvolvimento do meu projeto de pesquisa. A leitura e a discussão da bibliografia que segue abaixo é uma tentativa de mostrar como essa bibliografia informa meu objeto e quais foram minhas escolhas conceituais.

Aprendendo sobre sexo

Há certo consenso de que foi a partir do final do século XVIII que a sexualidade humana passou a ser objeto privilegiado de investigação das ciências¹⁰. A medicina, a psiquiatria, a psicanálise, a demografia, a geografia, a história e as ciências sociais se tornaram grandes artífices no gerenciamento e na regulação da sexualidade através de seus estudos, teorias e na definição de normas de comportamento para que os corpos funcionassem segundo um padrão aceitável: sexo dentro da intimidade do lar e voltado para a procriação, uma sexualidade economicamente e politicamente útil (FOUCAULT, 1979). No século XIX, os estudos sobre sexualidade se caracterizavam por serem centrados na demarcação e nomeação dos desvios e anormalidades, eram as “perversões” e “transgressões” os objetos desses. Além disso, esses também eram marcados pela naturalização da sexualidade, esta era biologicamente definida, vista como uma herança da natureza, dos instintos do corpo humano. Pulsões, instintos, desejos eram necessidades físicas, era o “natural” dos corpos que definia o sentido da sexualidade.

Somente a partir da década de 1930, com os estudos de Kinsey, que as práticas da sexualidade “normal” passaram a ser objeto das “ciências sexuais”. Kinsey inovou ao focar seus estudos nas práticas sexuais das “pessoas comuns”. Com o intuito de conhecer a diversidade das práticas sexuais humanas, ele entrevistou milhares de

9 Entendo por Convenções o conjunto de normas, noções, padrões, práticas e narrativas que configuram, e/ou servem de referência, estruturam e tornam inteligível as relações e a vida social.

10 Alguns autores que corroboram essa idéia: FOUCAULT, 1979; GIDDENS, 1992; GAGNON, 2006 e GUILLEBAUD, 1999.

homens e mulheres para descobrir o que fazia parte de seu repertório sexual. Os resultados dos depoimentos revelaram que a masturbação, as relações homossexuais e até relações intergeracionais faziam parte da vida sexual humana, sendo a diversidade maior do que se pensava, o que gerou considerável polêmica. Mas apesar dessa inovação, Kinsey ainda considerava a sexualidade como determinada biologicamente, sendo a natureza dos corpos humanos o que definia as práticas de sexo/prazer. Foi apenas na década de 60 que as ciências sociais transformaram os estudos sobre a sexualidade através da introdução melhor de seu caráter de construção social e histórico¹¹.

Foucault em sua *História da Sexualidade: A Vontade de Saber* (1979) retirou qualquer possibilidade de naturalização do termo sexualidade. Todo o esforço do autor foi demonstrar que a sexualidade constitui dispositivo histórico de poder, e expressão de certas relações políticas da sociedade ocidental moderna:

A sexualidade é o nome que se pode dar a um dispositivo histórico: não a uma realidade subterrânea que se apreende com dificuldade, mas a grande rede da superfície em que a estimulação dos corpos, a intensificação dos prazeres, a incitação ao discurso, a formação dos conhecimentos, o reforço dos controles e das resistências, encadeiam-se uns aos outros, segundo algumas estratégias de saber e poder. (FOUCAULT, 1979, p.100)

Segundo o autor, a sociedade ocidental moderna foi marcada pela multiplicação dos discursos sobre sexo, argumento que ele elaborou em contraposição às teorias e tendências que focavam a sexualidade denunciando repressões:

O essencial é bem isso que o homem ocidental há três séculos tenha

11 Alguns estudos que me ajudaram na elaboração dessa síntese dos primórdios da pesquisa sobre sexualidade: BRUSCHINI e ROSEMBERG (orgs). *Vivência: História, sexualidade e imagens femininas* (São Paulo: Brasiliense, 1980). GAGNON *UMA INTERPRETAÇÃO DO DESEJO. Ensaio sobre o estudo da sexualidade* (Rio de Janeiro: Garamond Universitária, 2006). PISCITELLI, GREGORI e CARRARA (orgs). *Sexualidade e Saberes: convenções e fronteiras* (Rio de Janeiro: Garamond Universitária, 2003). GUILLEBAUD *A Tirania do Prazer* (Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1999). HEILBORN; BARBOSA; BASTOS; BERQUÓ e ROHDEN (orgs). *Sexualidade, Reprodução e saúde 1*. (Rio de Janeiro: FGV, 2009) MICELI (org). *O que ler nas ciência social brasileira (1970 – 1995)* (São Paulo: Editora Sumaré: ANPOCS, 1999). LAQUEUR *Inventando o Sexo. Corpo e gênero dos gregos a Freud*. (Rio de Janeiro: RELUME-DUMARA, 2001)

permanecido atado a essa tarefa que consiste em dizer tudo sobre seu sexo; que, a partir da época clássica, tenha havido uma majoração constante e uma valorização cada vez maior do discurso sobre o sexo; e que se tenha esperado desse discurso, cuidadosamente analítico, efeitos múltiplos de deslocamento, de intensificação, de orientação, de modificação sobre o próprio desejo. (FOUCAULT, 1979, p.26)

Essa “vontade de saber” e a “multiplicação dos discursos” constituíram, segundo o autor, uma verdadeira “Scientia Sexualis”. A partir do século XVIII, esses discursos passam a ser objeto e foco de ramos da ciência, deslocando o âmbito de intervenção sobre o sexo da moral para o da racionalidade, definindo normas e práticas lícitas ou ilícitas. São quatro os conjuntos estratégicos criados por essa “Scientia Sexualis” e que desenvolveram os dispositivos específicos de saber e poder a respeito do sexo: a histerização do corpo da mulher; a pedagogização do sexo infantil; a socialização das condutas de procriação; e a psiquiatrização de algumas formas de prazer.¹²

O discurso racional da ciência não condenaria ou julgaria as práticas sexuais, ele as definiria como saudáveis ou não. O sexo passou a ser algo que se deveria gerir, regular e adequar. Vemos assim definida uma nova tecnologia do sexo, segundo a terminologia foucaultiana, resultado dos novos contornos que ganhou o poder nas sociedades ocidentais a partir do século XIX. Como lei, ordem e organização, o poder passou a funcionar como constituinte e produtor das vontades. Como norma, regra e valores, ele condicionou os indivíduos e corpos, e ainda permitiu a “falsa idéia” de liberdade e de escolha individual.

...a lei funciona cada vez mais como norma, e a instituição jurídica se integra cada vez mais num contínuo de aparelhos (médicos,

12 A histerização do corpo feminino foi a associação de “distúrbios femininos”, como a histeria, à frustração ou desordens de natureza sexual. A pedagogização do sexo infantil, torna a criança um ser “assexuado”, que deve se manter assim para seu bem próprio e o da sociedade. “... dupla afirmação de que quase todas as crianças se dedicam ou são suscetíveis de se dedicar a uma atividade sexual; e de que tal atividade sexual, sendo indevida, ao mesmo tempo “natural” e “contra a natureza”, traz consigo perigos físicos e morais, coletivos e individuais...” (FOUCAULT, 1979, p.99) Agora pais, famílias, educadores, médicos, psicólogos devem se encarregar continuamente do sexo infantil. A socialização das condutas de procriação se dá através do controle demográfico, científico-médico e/ou econômico do sexo, que visa incitar ou frear a fecundidade dos casais. Já a psiquiatrização de algumas formas de prazer é o que institui e cria os “prazeres perversos”. A análise científica do instinto sexual classifica algumas práticas como vícios, doenças, patologias.

administrativos, familiares...) cujas funções são sobretudo reguladoras. Uma sociedade normalizadora é o efeito histórico de uma tecnologia de poder centrada na vida. (FOUCAULT, 1979, p.135) ¹³

A sexualidade como dispositivo desses novos procedimentos do poder apareceu como instância organizadora do discurso, dos corpos e das afetividades. Disseminar, inventar, anexar e penetrar nos corpos, transformando indivíduos em “seres sexuados”, seres submetidos a um conjunto de regras e normas sociais historicamente específicas que regulavam (e construíam) o sexo, o gênero, o prazer, o desejo e os tornavam inteligíveis numa identidade (ou auto-identidade) corporal.

Podemos dizer que para esse autor, o dispositivo de sexualidade é estratégia do biopoder¹⁴, que torna culturalmente inteligíveis as práticas sexuais nas sociedades ocidentais. Rubin (1992) seguindo essa idéia de Foucault, vai além, afirmando que esses dispositivos produzem nos discursos e corpos os valores sexuais que unificam artificialmente uma variedade de funções sexuais distintas e não relacionadas em uma identidade única, ou melhor em uma maneira única, natural e saudável de construção das identidades sexuais dos corpos - a heterossexualidade. Segundo ela, o sexo e as práticas sexuais são produtos sociais de discursos e relações de poder que organizam a sexualidade em um regime binário, organizado em termos de lícito e ilícito. Regime este que produz e torna inteligíveis as sensações de prazer e desejo, legítimas e específicas a cada um dos dois sexos (Um homem deve sentir desejo por uma mulher).

Para Butler (2002), Rubin (1975), Scott (1988), Vance (1995), entre outras, é a diferenciação dicotômica entre dois gêneros, revestidos e naturalizados pela idéia de dois sexos biológicos, que organiza as nossas práticas e valores em relação à sexualidade; e é através dessa dicotomia que se organizam posições, desejos, afetividades e atividades sexuais. Rubin, em sua obra *The Traffic in Women* (1975), nos apresenta o que chama de sistema de sexo/gênero, um conjunto de arranjos através dos quais na sociedade

¹³ Thomas Laqueur corrobora essa idéia de Foucault em sua obra: *Inventando o Sexo. Corpo e gênero dos gregos a Freud*, 2001.

¹⁴ Para Foucault esse dispositivo se associa ao “biopoder” na configuração de uma sexualidade economicamente e politicamente útil, dessa forma, o poder produz e conforma a vida erótica/amorosa, trata-se da gestão da vida.

ocidental a sexualidade é vista como biológica. Em termos mais gerais, a organização social das atividades sexuais humanas estaria ancorada nas idéias dicotômicas de gênero e heterossexualidade, ambas naturalizadas como efeitos da biologia da espécie humana. Para ela, é o sistema de parentesco que cria uma sociedade dividida em dois gêneros dicotômicos, a partir do sexo “que seria biológico”.¹⁵ Em um trabalho posterior, *Thinking Sex: Notes for a Radical Theory of the Politics of Sexuality* (1992), ela reafirma que os desejos e sexualidades não seriam entidades biológicas preexistentes e sim constituídos e determinados social e historicamente. Neste artigo, esta autora discute mais profundamente a forma como a sexualidade é vista em nossa sociedade, e mostra que nela a normatividade relativa ao sexo hierarquiza práticas, vista como algo que deve ser controlado e “feito de forma saudável”, sendo sua forma ideal ainda a praticada para a procriação dentro do casamento.

Rubin(1992), seguida por Vance (1995) e Butler(2002), assinala que essa hierarquização cria um verdadeiro ranking das práticas sexuais¹⁶, ou melhor, uma “estratificação sexual”. Essa hierarquia transforma a variação das práticas sexuais em algo negativo, apontando como coerente, “natural” e boa apenas uma certa ligação entre sexo, gênero, prática e desejo - a heterossexualidade –, transformando todas as outras sexualidades em incoerentes e antinaturais. “Segundo esse sistema, a sexualidade “boa”, “normal” e “natural” deveria ser, em termos ideais, heterossexual, conjugal, monogâmica, reprodutiva e não comercial.” (RUBIN, 1992, p.26). Mas a autora também mostra que a

15 Organizada por essa dicotomia, a divisão sexual do trabalho provoca a interdependência entre homens e mulheres e a regulação social da sexualidade, reprimindo arranjos divergentes do heterossexual. A divisão sexual do trabalho cria homens e mulheres e os criaria heterossexuais, por isso a diversidade da sexualidade é vista nas sociedades capitalistas ocidentais como antinatural e negativa.

16 “O grupo dos eleitos:

Sexualidade Boa, Normal, Natural, Abençoada.

Heterossexual /Conjugal / Monogâmica / Procriadora / Não comercial/ Entre casais/ Num relacionamento/ Mesma geração / Em particular / Sem pornografia / Só os corpos/ Pasteurizada /

Os excluídos:

Sexualidade Má, Anormal, Não Natural, Condenável.

Homossexual / Fora do casamento / Promísua / Não-procriativa / Comercial / Sozinho ou em grupo/ Ocasional/ Entre gerações / Em público / Pornografia / Com acessórios / Sadomasoquista

Hierarquia sexual: os eleitos *versus* os excluídos.” (RUBIN, 1992, p. 27/28)

linha que separa o bom do mau sexo é mutável, dependendo do momento histórico social, “tornando” mais aceitáveis algumas práticas antes mal vistas:

Como resultado das lutas travadas na última década, alguns comportamentos sexuais que se encontravam fora do limite da respeitabilidade estão começando a se tornar mais aceitos. Casais não casados que vivem juntos, masturbação e algumas formas de homossexualismo tendem a se tornar respeitáveis. (RUBIN, 1992, p.31)

A idéia de uma sexualidade ideal e única que caracteriza nosso sistema sexual, mesmo com certa variação de valores, hábitos e atividades, implica um modelo em que um padrão sexual é continuamente reafirmado. Parece ilógico para essas autoras, e também para mim, que diante de uma diversidade tão grande de hábitos e atos apenas uma sexualidade seja *coerente*:

É tão questionável insistir que todas as pessoas devam ser lésbicas, não monogâmicas ou pervertidas, como acreditar que todos deveriam ser heterossexuais, casados, ou “certinhos” – embora esta última corrente de opinião seja respaldada por uma força muito mais coercitiva que a primeira. (RUBIN, 1992, p.32)

A autora ainda ressalta que a moral sexual democrática devia julgar os atos sexuais pela forma como os parceiros tratam um ao outro, pelo grau de respeito mútuo, pela quantidade e qualidade dos prazeres proporcionados. Além da defesa política das minorias sexuais, as idéias da autora são relevantes por afirmarem que os estudos antropológicos sobre sexualidade devem assumir uma idéia positiva da variabilidade sexual, entender todas/outras formas de sexualidade como diferentes/diversidade, tentando problematizar o parâmetro moral hierárquico. Para isso a autora toma como estratégico distinguir nos estudos o gênero da sexualidade, para que a divisão binária de gênero e sexo não reifique a definição das diversas práticas sexuais. Segundo ela, se essa separação não for realizada, acabaremos sempre tratando as diversas sexualidades pela hierarquia sexual, a partir da forma do casamento heterossexual monogâmico para a reprodução como o padrão de medida das outras práticas.

Em diálogo com Rubin (1992), Judith Butler (2003) desenvolve sua teoria que busca entender como gênero e sexualidade são articulados socialmente e nos corpos dos indivíduos. Baseada no conceito da heterossexualidade compulsória a autora vê a sexualidade como uma identidade sexual política, culturalmente criada através da ligação de quatro estâncias – sexo, gênero, prática e desejo em uma matriz de normas coerente e inteligível. As relações de parentesco, as leis contra o incesto, a divisão sexual do trabalho e a idéia da necessidade de reprodução social criam homens e mulheres, e os criariam heterossexuais segundo tal matriz. Homens e mulheres, feminino e masculino são constituídos através de leis normativas que produzem os sexos, os gêneros, mas sempre e somente mediante a produção também de uma identidade sexual, ou de uma sexualidade. Essa concepção, ou *verdade*, como já disse acima, pressupõe uma relação causal entre as quatro estâncias (sexo, gênero, prática e desejo) de modo que um determinado sexo exprime um determinado gênero, esse gênero exprime um desejo pelo sexo oposto, e cada sexo tem práticas/hábitos sexuais específicos. Assim, outros tipos de sexualidade são vistos como errados, negativos, ilógicos, porque não se conformam com as normas da inteligibilidade cultural. Ou seja, não é apenas a forma normativa de sexualidade que é construída pelos discursos de poder, as outras possibilidades também se adequam a esses discursos e são construídas por ele, mas são concebidas com a *forma negativa da impossibilidade*:

Não ter o reconhecimento social como heterossexual efetivo, é perder uma identidade social possível em troca de uma radicalmente menos sancionada. O “impensável” está assim plenamente dentro da cultura, mas é plenamente excluído da cultura dominante. (BUTLER, 2003, p.117)

Para essa autora corpos, pessoas, gêneros e sexualidades são efeitos dos discursos de poder e materializados a partir de atos performativos. Seguindo as idéias de Mary Douglas (1976), ela afirma que os corpos são construídos, a partir de códigos de coerência cultural, que, no caso da cultura ocidental, criam uma ilusão de naturalização. Gestos, atos e práticas demarcam corpos e organizam identidades vistas como tendo uma essência natural. “Todo discurso que estabelece as fronteiras ao corpo serve ao propósito de instaurar e naturalizar certos tabus concernentes aos limites, posturas e

formas de trocas apropriados, que definem o que constitui o corpo.” (BUTLER, 2003, p.188) Dessa forma, não apenas as identidades consideradas apropriadas são demarcadas nos sistemas sociais, os “elementos estranhos” que estão à margem deles também fazem parte da lógica dos discursos de poder, e ajudam a estabelecer tanto as identidades *normais*, quanto as *abjetas*. É no jogo entre a adequação e não adequação que as identidades, corpos e sexualidades se delineiam:

Em outras palavras, atos, gestos e desejo produzem o efeito de um núcleo ou substância interna, mas o produzem na superfície do corpo, por meio do jogo de ausências significantes, que sugerem, mas nunca revelam, o princípio organizador da identidade como causa. Esses atos, gestos e atuações, entendidos em termos gerais, são performativos, no sentido de que a essência ou identidade que por outro lado pretendem expressão são fabricações manufaturadas e sustentada por signos corpóreos e outros meios discursos. (BUTLER, 2003, p.194)

Como construções de um sistema social, as identidades seriam, ao contrário de fixas e invariáveis, uma *ilusão* criada por essa cadeia de inteligibilidade que relaciona, por exemplo, no caso de identidades de gênero - sexo, gênero e performances de gênero. Mascaradas como se constituíssem verdade, essas construções contingentes regulam e são reguladas pelos discursos de poder. Assim a idéia de que há um *verdade natural do sexo* é produção de práticas reguladoras que geram essas identidades coerentes através de uma matriz normativa de gênero. A *verdade* sobre o sexo, a binaridade sexual, torna apropriado em nossa sociedade a identidade heterossexual. “Essa concepção de gênero não só pressupõe uma relação causal entre sexo, gênero e desejo, mas sugere igualmente que o desejo reflete ao exprime o gênero, e que o gênero reflete ou exprime o desejo.” (BUTLER, 2003, p.45) Mas os casos que não seguem essas normas da inteligibilidade cultural, constituem *impossibilidades lógicas*? Não, segundo Butler, são as diversidades, multiplicidades e identidades ilógicas que a matriz tenta suprimir, esconder e punir que rompem, subvertem a lógica, deixando claro o caráter contingente e construído socialmente dessa *verdade sexual*:

A *performance* do *drag* brinca com a distinção entre a anatomia do preformista e o gênero que está sendo performado. Mas estamos, na

verdade, na presença de três dimensões contingentes da corporeidade significativa: sexo anatômico, identidade de gênero e performance de gênero. Se a anatomia do preformista já é distinta de seu gênero, e se os dois se distinguem do gênero da performance, então a performance sugere uma dissonância não só entre sexo e performance, mas entre sexo e gênero, e entre gênero e performance. Por mais que crie uma imagem unificada da “mulher”, o travesti também revela a distinção dos aspectos da experiência do gênero que são falsamente naturalizados como uma unidade através da ficção reguladora da coerência heterossexual. (BUTLER, 2003, p.196)

O objetivo dos estudos de sexualidade, para Butler, então deve ser o de desmascarar, esclarecer e mostrar os processos que a conformam como construção social e não como verdade absoluta. Contestar o mito fundador da heterossexualidade compulsória, mais do que um ato científico, implica para ela um ato político na tentativa de modificar os discursos de poder. Como fazer isso? Talvez, promovendo o que Rubin (1992) propõe ao distinguir sexo, gênero, desejo e práticas, expondo a diversidade de relações que não seguem a matriz normativa, e a partir delas, as reformulações, deslocamentos ou reposições da lógica dessa matriz de inteligibilidade.

Meu intuito ao analisar a apropriação do erotismo politicamente correto por essas duas revistas brasileiras, esclarecer e compreender melhor esse processo social de construção de gênero e sexualidades, expondo sua diversidade. Além disso, entender melhor os mecanismos de incorporação, reorganização e apropriação dessa diversidade de práticas e relações, que expõem como contingente e construída socialmente essa *verdade sexual*.

Outros autores que nos ajudam a pensar sobre como se dá a lógica da sexualidade é John Gagnon e Simon. *Sexual Conduct: The Social Sources of Human Sexuality* (A Conduta Sexual), publicado em 1973, tinha com objetivo principal mostrar a sexualidade como construção histórica, social e cultural¹⁷. Idéia, na época, ainda inovadora, mas que

17 Para esses autores, a vida sexual, assim como todas as atividades da vida social, é composta pela

hoje é consenso nos estudos sobre o assunto, inclusive neste. Gagnon faz um exame de como os processos históricos e regimes de sexualidade moldam a vida sexual dos indivíduos. Focando seus estudos nos hábitos sexuais, ele vê a sexualidade vivenciada na forma de roteiros que os indivíduos usam para entender e atribuir os significados. Embora a sexualidade seja delimitada e determinada socialmente, os indivíduos também manipulam hábitos, que se transformam em novos roteiros sexuais significativos em determinados contextos históricos culturais. Como *tipo ideal*, de alguma forma esses roteiros sociais não conseguem *dar conta* da totalidade da realidade, e assim os indivíduos têm que atuar, improvisando sobre o *texto incompleto* fornecido pela cultura. A ação dos indivíduos modifica roteiros culturalmente definidos. Modificações que podem ser pequenas ou revolucionárias, mas devemos saber que todo ato (toda relação real) sempre traz algo do “velho roteiro” e algo da “improvisação”. Dessa forma, para Gagnon, os valores e discursos vão se modificando no decorrer da história social. Aos seres sociais é ensinado um mapa simbólico de práticas e convenções, que esses exploram como conjunto cultural de explicação sobre os comportamentos humanos e manipulam para explicar e significar as suas (e dos outros) motivações e ações, dessa forma, modificando e re-significando esse mapa no decorrer do tempo.

Assim, a *educação sexual* se torna caráter importante do regime de sexualidade, pois os indivíduos aprenderiam através desses roteiros que circulam socialmente a compreender, significar e resignificar suas práticas e valores sexuais. Para essa pesquisa essa idéia se torna interessante, pois a mídia, no nosso caso as revistas, seriam *lôcus* importantes de circulação desses roteiros. Seu conteúdo educacional sobre sexo ganha um papel importante na inteligibilidade dos atos sexuais e do regime de sexualidade. Mais do que isso, como parte do processo de produção de padrões e convenções sociais¹⁸,

atividade criada pelas circunstâncias sociais e culturais. As categorias, práticas e discursos relativos a sexualidade se diferenciariam totalmente de uma cultura para outra, e mesmo dentro de uma cultura através da história. O lugar da sexualidade na vida coletiva e dos indivíduos seria então consequência do significado social que lhe é atribuído nesse meio histórico social. “[...] não temos um comportamento sexual biologicamente nu, mas uma conduta sexual socialmente vestida.” (GAGNON, 2006, p.406). Além disso, as condutas também teriam significados individuais e sociais diferentes dentro da mesma sociedade, dependendo dos atributos sociais dos indivíduos implicados nelas ou de seu momento na história. “Todos os tipos de conduta sexual, não importa como sejam estudados, têm de ser entendidos como fenômenos locais, com sentidos e propósitos específicos em contextos cultural-históricos particulares.” (GAGNON, 2006, p.215)

18 No segundo capítulo faremos uma discussão mais aprofundada sobre a relação entre mídia e o processo de circulação, produção e redefinição de convenções e padrões sociais.

essas também se tornam *lócus* privilegiado para observarmos as *modificações* ou *inovações* desses roteiros culturais, para entendermos como e onde discursos vão se modificando no decorrer do tempo.

Podemos afirmar, então, que a sexualidade como dispositivo histórico e socialmente construído se instala nos corpos/indivíduos transformando-os em corpos/indivíduos sexuados. Graças ao seu caráter de construção histórica, ela é específica a cada contexto histórico social, e se modifica no decorrer dessa história. Ou seja, convenções, normas e práticas sexuais são re-significadas e ganham novos valores ao longo do tempo. Até pouco tempo atrás, a masturbação era uma prática condenável. Em algumas sociedades, as mulheres tinham seus clitóris cauterizados para acabar com o mau hábito. Meninos apanhavam ao serem pegos no ato. Pouquíssimas pessoas ousavam se declarar praticantes. Hoje o status da masturbação mudou. A masturbação é vista como fonte de prazer sexual, e recomendada como forma de autoconhecimento.

Rubin (1992) trata dessas mudanças das convenções sobre sexualidade e mostra como alguns comportamentos sexuais considerados anômalos passam a ser mais aceitos socialmente:

Como resultado das lutas travadas na última década, alguns comportamentos sexuais que se encontravam fora do limite da respeitabilidade estão começando a se tornar mais aceitos. Casais não casados que vivem juntos, masturbação e algumas formas de homossexualismo tendem a se tornar respeitáveis. A maior parte dos tipos de homossexualismo encontra-se ainda do lado mau da linha. Mas quando se trata de parceiros monogâmicos, a sociedade está começando a reconhecer que a relação comporta toda a gama de interações humanas. O homossexualismo promíscuo, o sadomasoquismo, o fetichismo, o transexualismo e o encontro entre pessoas de gerações diferentes ainda são considerados como horrores desregrados, que não comportam afeição, amor, livre escolha, ternura ou transcendência. (RUBIN,1992, p.31)

Convenções e normas que criam e reforçam a hierarquia sexual que dirige a forma

de vermos as sexualidades. Os valores morais ainda definem e separam as práticas e identidades sexuais em “anormais” e “ imorais”, valores expressados em regras, etiquetas, convenções. Mas e a ação individual como atua nessa mudança? Os indivíduos vivem as convenções e normas ao pé da letra? O sexo anal e masturbação deixaram de existir quando eram vistos como práticas perversas? Como as pessoas manipulam e vivem essa relação entre prática/convenção, lei/ ação, poder/ construção do self? Jeffrey Weeks (2003) é, em minha opinião, quem consegue definir melhor essa relação entre convenção e ação individual. Concordando com as idéias de Foucault e Rubin, a sexualidade na sociedade ocidental para ele é uma construção histórica que relaciona diferentes âmbitos e formas da vida social biológica humana – identidade de gênero, construção do corpo, capacidade reprodutiva, desejos, práticas eróticas, valores sexuais, entre outros. Construção que é marcada por uma negociação:

It is result of diverse social practices that give meaning to human activities, of social definitions and self-definitions, of struggles between those who have power to define and regulate, and those who resist. Sexuality is not a given, it is a product of negotiation, struggle and human agency. (WEEKS, 2003, p.19)

Negociação, relação, agência, convenções, valores, e hierarquia são conceitos que se misturam ao falarmos de sexualidade. Quais as convenções e práticas sexuais vigentes em nossa sociedade? Qual é hierarquia sexual que organiza nossas práticas? Como, em nosso contexto histórico, se dá a construção dessa sexualidade instaurada nos corpos pelas relações de saber/poder, externada como performance que torna inteligível o projeto do self, e que está em eterna negociação? Para Weeks, e também para outros autores como veremos mais tarde (GUILLEBAUD, 1999; GIDDENS, 1993 e BOZON, 2003), vivemos um momento de transição e de mudança nos padrões de sexualidade, momento marcado por uma maior liberdade de escolha individual e de possibilidade de diversidade sexual:

The reality is that across the world many thousand are making choices about how they want to live on a day-by-day bases. Most of them are not particularly preoccupied by theoretical or theological disputes. They are concerned, however, that they can live their chosen lives with openness

and legitimacy, that indeed they have the full freedom to choose, so that they can make their life decisions with a sense of mutual care, responsibility, respect, and transparency. Through their voices, in their stories, and the stories of thousand in similar positions, we see new claims being articulated, circulated and re-circulated, creating new communities of knowledge and empowerment, new realities. Through the vicissitudes of everyday, intimate life, new ways of living, life experiments, are being constructed. And slowly, often painfully, with due hesitation, sexual rights are being written into law. We are learning, at last, to live with sexual diversity, and are being to realize the meaning of full sexual citizenship (WEEKS, 2003, p.116).

Quais condições possibilitaram esse momento de transição? E para onde estamos caminhando? Uma das causas dessas transformações seria o advento dos direitos sexuais reprodutivos. Segundo Adriana Vianna (2008), a partir de 1948 há uma mudança nos direitos humanos, anteriormente voltados ao combate dos usos excessivos e repressores do poder, para uma nova concepção em torno do que se chama de direitos humanos de segunda geração, que centram sua ação na garantia de direitos sociais fundamentais à dignidade humana, promovendo e protegendo direitos cruciais aos indivíduos. É graças a esse novo posicionamento que a saúde reprodutiva e os direitos reprodutivos se tornaram temas de discussões de políticas globais. Em 1994, na Conferência Internacional de População e Desenvolvimento promovida pela Onu no Cairo, pela primeira vez o assunto se tornou pauta. A conferência colocou em questão a qualidade das políticas públicas existentes no campo da vida sexual e reprodutiva de mulheres e homens (mas mais especificamente de mulheres). Mostrou a necessidade da ampliação do foco dessas políticas sociais, para além da contracepção e controle de natalidade. E, a principal mudança: ressaltou a importância da inserção de políticas nos campos de educação e da saúde sexual. A partir desse momento, os direitos sexuais se tornaram parte integrante das políticas de população e desenvolvimento, que passaram a ser definidas através de uma intrincada relação entre economia/mercado/políticas/saúde¹⁹.

¹⁹ Devemos ressaltar que essa discussão da relação entre direitos reprodutivos e da mulher, saúde, pobreza e desenvolvimento já estava sendo feita no mundo, e também no Brasil, por movimentos sociais, principalmente pelo movimento feminista, desde antes da década de 80. (HEILBORN, 2009; BERQUÓ, 2002; BERQUÓ, 2000 e VIANNA, 2004)

Essa nova configuração dos direitos humanos uniu reprodução e/ou sexualidade à idéia da liberdade individual, compreendida como a possibilidade que os indivíduos têm de fazer suas próprias escolhas, e de fazê-las de acordo com um ideal de “bem estar” para sua vida e a dos outros. Ao Estado fica a responsabilidade de oferecer as condições para que isso ocorra, através de políticas de educação e assistência. A afirmação da saúde como um direito, inclusão dos direitos reprodutivos e da sexualidade como dimensões fundamentais do desenvolvimento humano, e o resgate da centralidade do corpo e das escolhas individuais são os novos paradigmas dos direitos sexuais a partir da década de 90. Paradigmas, segundo Arilha e Citeli (1998), vindos da luta dos movimentos de minorias sexuais como de gays, lésbicas, aidéticos, e principalmente dos movimentos feministas. Recentemente, as convenções e a construção da sexualidade passam a ser pautadas por dois ideários principais: o do “Meu corpo é meu”, ou seja, baseado no princípio de liberdade e direito de escolha, e de que a vida e as práticas sexuais de um indivíduo devem ser respostas de seus anseios e necessidades pessoais, *mas respeitando um ideal de saúde e bem-estar do corpo e mente*. E, o segundo, graças a atuação dos movimentos sociais, da disseminação de uma grande diversidade de identidades sexuais, que foram (e vão) sendo construídas e demarcadas por esses movimentos – especificação dos sujeitos.

Outra influência também destacada por vários autores como importante para a disseminação das transformações das práticas e convenções sobre sexualidade e erotismo na sociedade contemporânea foi o mercado. Segundo Guillebaud, em sua obra *A Tirania do Prazer* (1999), o mercado na sociedade contemporânea se tornou um meio circulante das normas e convenções da sexualidade e do erotismo – o que temos é uma mercantilização do erotismo, marca disso seria o grande desenvolvimento do mercado erótico. Para o desenvolvimento desse mercado foi necessário uma apropriação e re-significação do erotismo, retirando deste o caráter de transgressão e imputando um significado cada vez mais associado ao cuidado saudável do corpo, como também destaca Gregori (2010). “Em matéria de sexualidade, por exemplo, não se trata mais de contrapor o normal e o anormal, o permitido e o proibido, o moral e o imoral, e se passa a considerar apenas o bom ou o mau funcionamento orgânico.” (GUILLEBAUD, 1999, p.137) Dessa forma, o prazer não aparece mais como possibilidade, mais sim como algo

imperativo, se institui, como diz o autor, o *dever do prazer*. Oculto sobre uma máscara de liberação e democracia sexual o prazer se impõe como sensação necessária para uma vida saudável e satisfatória, devemos nos tornar verdadeiros *atletas do orgasmo*:

Esta utopia de uma saúde sexual perfeita, à qual de agora em diante todos podem e devem aspirar, esta percepção da sexualidade com um quase-problema de saúde pública, fará, logicamente, nossas representações do prazer deslizarem da liberdade para a obrigatoriedade, da permissão para a injunção. E aqui estamos nós! “O direito à felicidade”, escreve um pesquisador do CNRS, “isto é, entre outros, o direito ao orgasmo, transforma-se em ‘dever de orgasmo’: Já que as competentes autoridades tutelares reconhecem nosso direito à fruição sexual, seria tolice não utilizá-la ao máximo possível. Pois, como se diz, ‘estamos sempre apanhados por isto, como apanhados pelo Estado, ou pela morte. (...) A prescrição, portanto, é de ‘produzir orgasmos’ e, de modo geral, de ‘se deslumbrar’ com isto, ou seja, de ser stakhanovistas do hedonismo. (GUILLEBAUD, 1999, p.138)

Gregori (2003b) também discute a relação entre as convenções de sexualidade e o mercado. Para ela, este é um âmbito privilegiado onde essas convenções de sexualidade e gênero passam por um processo intrincado de normatização, re-significação e circulação. O *erotismo de mercado* teria como implicação imediata, como também destacou Guillebaud, o deslocamento do sentido de clandestinidade do erotismo para um significado cada vez mais associado ao cuidado saudável do corpo e ao fortalecimento do *self*. Além disso, influenciado e/ou se aproveitando da disseminação dos direitos sexuais e dos movimentos identitários das minorias sexuais, passa a fornecer aos indivíduos um maior acesso a uma diversidade de práticas sexuais, e de meios para a realização dessas práticas - bens e objetos eróticos, locais de serviços sexuais, ambientes de encontro presenciais e virtuais, entre outros. Enfatizando a expansão das fronteiras eróticas como meio privilegiado de aumento da auto-estima, e quebra de tabus e de preconceitos.

Nas últimas décadas, estaríamos sendo testemunhas de grandes mudanças nas convenções e normas relativas a sexualidade. A busca pelo livre exercício da sexualidade e pelo prazer sexual são marcas dessas mudanças observadas no tratamento do sexo

pelo mercado. Para se chegar ao prazer é preciso preparar o corpo, saber novas técnicas sexuais, conhecer posições sexuais que dão mais prazer, aprender como dar e receber prazer. Somos bombardeados diariamente²⁰ por receitas, dicas e manuais sobre sexo com o intuito de aprendermos a adestrar o corpo e mente para o sexo. Receitas que muitas vezes aparecem com o “pragmatismo de uma bula de remédio” (GREGORI, 2003a). Esse pragmatismo no tratamento do sexo transforma a prática sexual em prática para a manutenção de um corpo saudável. O erotismo se difunde como necessidade do corpo humano, e dessa forma se torna uma prática possível e necessária para todos os indivíduos (homens, mulheres, jovens, velhos, gordos, magros, etc.). O que vemos é a disseminação de um erotismo politicamente correto²¹, tipo de erotismo emergente que vem se difundindo pelos meios de produção, comercialização e consumo eróticos. Nesse tipo de erotismo, a sexualidade está associada ao cuidado do corpo e o fortalecimento do “self”, para que o indivíduo tenha corpo e mente saudáveis é necessário uma prática sexual compensadora. Além disso, há uma transgressão das restrições ao livre exercício da sexualidade, o que traz uma democratização das escolhas, tornando o erotismo possível para todos e ampliando as práticas sexuais. Essa ampliação das possibilidades de práticas sexuais expandiria as possibilidades de prazer, e quebraria com os antigos modelos convencionais de comportamento sexual. Tudo é permitido, desde que haja o consentimento de todos os envolvidos. Em nosso mundo hoje não é mais possível a um indivíduo a ausência de interesse pelo sexo. Mais do que isso, os atos sexuais se realizam através de práticas que deslocam fronteiras de sexo, de gênero, de idade (com exceção das crianças – a pedofilia é considerada prática abominável), e até de alguns limites corporais. O que interessa é sentir prazer, para se chegar a ele é necessário muito preparo, criatividade e diversificação.

Podemos afirmar então que esse “tipo de erotismo” seria base necessária para uma alteração na hierarquia sexual? A valorização da diversidade das práticas sexuais alteraria e deslocaria conteúdos? Teríamos também a alteração do modelo corrente de

20 Quem nunca recebeu em sua caixa de mensagens e-mails como os seguintes? - Sexo Anal Dói? Duvidas sobre sexo anal... / 10 duvidas masculinas respondidas facilmente/ Manual Definitivo do Sexo/Guia Sexual: Sexo à Serviço da Vida/ Manual do Sexo Tântrico/O manual do sexo em carros – 2009/ Manual do Sexo Oral: Como pagar um boquete!

21 O erotismo politicamente correto, segundo Gregori (2003a), foi criado por atores políticos ligados a defesa das minorias sexuais, principalmente por estudiosos e atores sociais ligados aos movimentos feministas, gays e lésbicos dos Estados Unidos.

sexualidade que vê apenas uma forma correta, coerente e natural de ligação entre sexo, gênero, prática e desejo - a “heterossexualidade compulsória” (BUTLER, 2003)? Será que o erotismo politicamente correto além de aumentar as possibilidades de práticas sexuais, acabaria com velhos modelos de sexualidade desvencilhando sexo, gênero, prática e desejo? Até que ponto o aumento da busca do prazer permite o apagamento das inscrições de gênero e a difusão de novas formas de sexualidade? Será que apesar da ampliação das práticas o que ocorre é a reafirmação e reiteração dos velhos modelos de sexualidade e dos papéis de sexo e gênero? ²² Viver na contemporaneidade é viver na democracia sexual (tão desejada por Rubin, Gagnon, Butler, Guillebaud e outros)?

Heilborn (2006), Giddens(1993), Bozon(2003), entre outros, discutem em suas obras as transformações pelas quais passam a sexualidade ocidental a partir da década de 60. Para eles, a sexualidade contemporânea se torna cada vez mais separada da reprodução e do casamento. Agora seu objetivo seria o prazer pessoal, o erotismo e o desenvolvimento do self, mesmo mantendo-se as velhas divisões e valores – a legitimidade do sexo dada pelo casamento / mulher boa x mulher fácil/ mulher sexo = amor / homem sexo = carne/ homem ativo x mulher passiva. Junto a isso, Gregori (2010) mostra que o mercado com a disseminação de seus novos produtos e da idéia de realização sexual como dever para uma vida saudável, traz novas possibilidades de práticas sexuais para todos. Livros, filmes, acessórios eróticos (vibradores, lingerie, bonecos infláveis, etc.) se inserem na vida dos indivíduos como necessidades desse novo

22 Essas questões nos apareceram durante pesquisa realizadas junto a lojas de Sex-Shops e cursos de “Artes Sensuais” em São Paulo. (Pesquisa realizada entre os anos de 2004 e 2006. Constituiu em pesquisas de campo em diversas lojas de sex-shops, na participação em cursos de artes sensuais e na entrevistas com proprietários das lojas e professoras dos cursos.) O que mais nos chamou atenção foi que no discurso das professoras dos cursos de artes sensuais e de algumas donas de Butiques Eróticas podíamos observar uma reiteração, mas também uma re-significação, dos modelos de sexualidade tradicionais. Em um curso de artes sensuais a professora antes de iniciar o curso disse: “Esse curso eu não faço para prostitutas. Vocês podem ver que não existe nenhuma garota de programa aqui entre vocês. Também não é para mulheres que fazem sexo com qualquer um, ou que fazem sexo com mulheres, nada dessas coisas... Esse curso é para mulheres que querem melhorar o seu casamento, para mulheres que querem deixar seus homens morrendo de tesão.” (Curso mulher diamante de Nelma Penteado. Realizado domingo dia 22 de janeiro de 2006. Sala de convenções do Flat Poeta Drummond na Rua da Consolação, 3101, Jardins – São Paulo) Em uma entrevista com outra professora desse tipo de curso: “Eu ensino a mulher a fazer tudo que uma puta faz. Porque a mulher tem que saber, se ela não faz em casa o marido vai procurar na rua. Para o marido não ir procurar puta na rua, ela passa a fazer tudo o que a puta faz.” (Entrevista realizada com a professora de artes sensuais Rita Gutierrez em 17 de outubro de 2005. Love Place Erotic Store – Alameda dos Jurupis, 1374, Moema – São Paulo) Pesquisa realizada dentro do Projeto Temático, financiado pela Fapesp, *Gênero, Corporalidades* do Centro de Estudos de Gênero (Pagu).

modelo de sexualidade e desejo que pressupõe o exercício do prazer. A ênfase na prática sexual como saúde e elevação de auto-estima causa a expansão de fronteiras eróticas, ampliando a diversidade de práticas sexuais possíveis aos indivíduos e seus corpos:

É inegável que hoje as pessoas têm acesso a uma maior diversidade de experiências sexuais sozinhas, acompanhadas e junto a pessoas do mesmo sexo ou não, bem como podem realizar experimentos sexuais com *sex toys*, cujos efeitos sobre as fronteiras materiais corpóreas são bastante interessantes [...] (GREGORI, 2010, p.31)

No Brasil, nos últimos dez anos, o mercado erótico vem sofrendo grandes mudanças. Esse mercado que movimenta mais R\$ 15 milhões por ano está em pleno crescimento. A oferta de produtos eróticos aumenta a cada ano no Brasil: cresce o número de sex-shops, de empresas produtoras de acessórios eróticos, de empresas importadoras de produtos eróticos, de publicações, de filmes, de cursos de erotismo, entre outros. Com 600 “sex-shops”, três mil motéis, 14 mil locadoras de filmes e mais quinze importadores de revista e produtos eróticos, este setor emprega cerca de 110 mil pessoas²³.

Além do grande crescimento do mercado, outra mudança que chama atenção é o aumento do consumo feminino nesse tipo de mercado. Segundo a ABEME, as mulheres já representam 60% dos consumidores de sex-shops no Brasil. De olho nessa grande fatia do mercado, surgiu uma nova geração de sex-shops, as chamadas butikues eróticas. Elas oferecem lingerie e fantasias, acessórios eróticos e prateleiras recheadas de DVDs e livros. O ambiente é sempre elegante, chique e voltado para as mulheres de alto poder aquisitivo. O aumento do consumo feminino de filmes eróticos também vem alterando a indústria de filmes pornô. Aos poucos, começam a surgir filmes do gênero feitos especialmente para o público feminino. Há aproximadamente 10 anos a Buttman, uma das maiores empresas produtoras de filmes do gênero no mundo, produz filmes voltados para as mulheres²⁴. A proliferação dos cursos de “Artes Sensuais” é outra marca do

23 Informações e dados divulgados pela ABEME, Associação Brasileira das Empresas do Mercado Erótico e Sensual. Com sede em São Paulo, essa entidade representa em torno de 14.750 empresas de produtos eróticos de todo Brasil.

24 Sobre a feminização da produção de filmes pornô, consultar Díaz-Benítez, *Nas redes do sexo: Bastidores e cenários do pornô brasileiro* (Universidade Federal do Rio de Janeiro: Rio de Janeiro,

crescimento do consumo feminino nesse mercado²⁵. Geralmente ministrado por mulheres e voltado para mulheres, nesses cursos, as mulheres aprendem a “arte” do strip-tease, da massagem sensual, do pompoarismo e os segredos masculinos. No Brasil, a pioneira nesse tipo de curso é Nelma Penteado em 13 anos ministrando cursos, já deu palestra para mais de 1.000.000 de pessoas.²⁶

O erotismo e a sexualidade também vêm ganhando bastante espaço fora do âmbito do mercado erótico, principalmente nos meios de comunicação de massa. Na Internet, multiplicam-se os sites de conteúdo erótico. Observa-se grande crescimento dos temas que envolvem sexualidade na TV, mesmo nos programas da TV aberta. Hoje o erotismo é comum nos filmes, novelas, publicidade, programas, cliques musicais. As operadoras de TV por assinatura trazem canais especializados (TVA - Canal adulto e Play Boy. Net Sky – Sex Hot e For Man). Mas mesmo não sendo assinante de nenhum canal erótico, o consumidor de tv por assinatura pode assistir alguns programas eróticos: shows de strip-tease (multishow), séries e filmes sensuais (multishow e telecine), dicas e orientação sexual (multishow, gnt, fx), pornochanchadas (canal Brasil)²⁷. Na TV aberta em alguns programas de auditório (Domingo Legal, SBT / Super Pop, Rede Tv / Boa Noite Brasil, Rede Bandeirantes), nos femininos (Pra Valer, Rede Bandeirantes / Bom dia Mulher, Rede Tv / A Tarde é Sua, Rede Tv), bem como nos de entrevistas (Programa do Jô, Globo / Hebe, SBT) está se tornando comum a discussão de assuntos sobre sexualidade e erotismo. Próximo de datas comemorativas como o dia dos namorados, é possível ligar a tv e se deparar com vibradores, óleos, fantasias, anéis penianos – dicas para você presentear seu parceiro.

Outro segmento de mídia onde a sexualidade e o erotismo têm ganhado grande

2009).

25 Esse tipo de curso foi e é assunto de várias matérias de revistas e jornais: Mulher aprende artes sensuais para apimentar relacionamento – Folha Online, seção equilíbrio. Strip-tease com amor – Revista Isto é, 2/4/1997. Sexy! Sexy! Curso de Strip-Tease – Revista Nova, março de 2006.

26 Nelma Penteado da palestras sobre erotismo para mulheres e casais; como equilibrar vida profissional e pessoal, com amor, auto-estima e felicidade; e motivação de equipes. Além de seus cursos abertos ela dá palestras de motivação em grandes empresas como: Pão de Açúcar, Alcatel, Petrobrás, Boticário, Incepa, Telemig, entre outras. Mais informações sobre Nelma Penteado no site: <http://www.nelmapenteado.com.br>

27 Dados apresentados por Giani Scarin, gerente de marketing dos canais Globosat, no 1º. Fórum “Marketing Erótico e Ética” da FGV-EAESP - O Erotismo como Propulsor de Consumo.

espaço nos últimos anos são as revistas. Hoje a grande maioria das revistas voltadas para o público jovem e adulto, masculino ou feminino, possui seções e artigos específicos sobre sexo. A cada número as revistas trazem um novo assunto sobre sexualidade²⁸. Além dos artigos em suas páginas, muitas revistas mantêm em seus sites fóruns, comunidades, testes e enquetes sobre sexo. Neles, as leitoras podem buscar dicas de como melhorar sua vida sexual e ter prazer e/ou deixarem seus relatos. A *Revista Cláudia*, por exemplo, possui uma comunidade chamada - *Sexo é bom e eu gosto*, na qual as mulheres participam dando suas opiniões. Já a revista *Nova* possui um fórum chamado - *1001 idéias de sexo!*, onde as leitoras podem deixar suas dicas.²⁹ As revistas trazem dicas e receitas de como preparar corpo, mente, e até o quarto para o sexo.

O que temos então é uma ampliação das ofertas do mercado erótico, do consumo ligado a esse mercado e da diversidade/ das fronteiras de práticas sexuais possíveis aos indivíduos. Isso, graças ao deslocamento do sentido de transgressão de práticas eróticas para o sentido de saúde do corpo e da mente. O sexo se torna uma técnica corporal, uma ginástica/dieta que visa o fortalecimento da auto-estima individual. Tudo é possível e desejável para todos - sexo oral, anal, bondage, SM, ..., até mulheres penetrando seus companheiros - desde que seja uma opção consensual. Mas será que essa ampliação das práticas sexuais vem acompanhada da transgressão de antigos modelos convencionais de gênero? Até que ponto o aumento da busca do prazer permite o apagamento das inscrições de gênero e a difusão de novas formas de sexualidade? Será que apesar da ampliação das práticas o que ocorre é a reafirmação e reiteração das velhas convenções e papéis? É o fim do binarismo e da essencialização na construção do que é ser homem e/ou mulher?

Parreiras (2008) em sua tese de mestrado *Sexualidades no ponto.com: espaços e homossexualidades a partir de uma comunidade on-line* analisa as relações interpessoais que se estabelecem em uma comunidade virtual de um site de relacionamentos composta

28 Falsos orgasmos: elas explicam por que fingem e eles contam que percebem, Marie Claire edição de Janeiro de 2006. Diversão Segura: Escolha a camisinha: clássica, básica, colorida, com aroma, com texturas..., Criativa edição de Fevereiro de 2006. Sexy! Sexy! Curso de Strip-Tease, Nova edição de Março de 2006. O sexo começa na boca, Cláudia edição de Janeiro de 2005.

29 "Quando peço baixinho que meu namorado rasgue a minha calcinha com os dentes, ele simplesmente enlouquece." SIMONE, BA. Dados retirados do site da Revista Nova - <http://nova.abril.com.br> – em maio de 2006.

por homens que se relacionam afetiva e sexualmente com outros homens, focando a maneira como categorias e convenções (homossexualidade, heterossexualidade, bissexualidade) apareceram nas discussões empreendidas entre os membros desse grupo estudado. Um de seus objetivos era compreender os discursos e imagens do ser gay veiculadas pelos membros da comunidade, em especial no que diz respeito a masculinidade/feminilidade. O interessante em sua pesquisa foi que a autora encontrou em seu campo – virtual e gay - uma reprodução das convenções sobre gênero e sexualidade. Analisando os tópicos de discussão o que observou foi a reprodução não apenas das convenções relativas ao que é ser homem e ser mulher, acompanhado pelo que pensam ser posturas masculinas e femininas, mas categorias relativas à sexualidade e às homossexualidades. O que encontrou foi a associação entre passivo/feminino e ativo/masculino, e a construção de um tipo ideal de gay, no qual aparecem exacerbadas a virilidade e masculinidade, em detrimento dos gays *florzinhas*, ou *afeminados*. A categorizações e classificações dos membros da comunidade ocorria em função desse tipo ideal, dos indivíduos apresentarem comportamentos e performances tidos como mais femininos ou masculinos:

De algum modo, estas categorias se comunicam com aquelas encontradas no off-line, sendo que em ambos os casos há uma tentativa de enquadrar as várias maneiras de vivenciar a homossexualidade em modelos classificatórios. E, o que se nota, é o estabelecimento de uma normatização das sexualidades, com a geração de figuras modelares (e, por que não, clichês) de homossexuais. Existe a “bichinha” afeminada (ou o viadinho), dotada de trejeitos considerados femininos e próximos de um “fantoche de circo” (depoimento de Slip citado acima); o gay macho que não frequenta o “meio” e não se enquadra no estereótipo gay padrão; o gay padrão, frequentador dos ambientes GLS e munido de um gestual, linguajar e indumentária específicos. E surge o “miguxo”, também afeminado e, sobretudo, sentimental. (PARREIRAS, 2008, P.164/165)

O que podemos notar é que ocorre uma reafirmação de categorias e convenções de gênero, baseadas no binarismo, na essencialização e no falocentrismo, que definem o que é ser homem e mulher no meio virtual gay. Mas não é só nesse meio que vemos essa exacerbação das convenções. Díaz-Benítez em sua tese *NAS REDES DO SEXO*:

BASTIDORES E CENÁRIOS DO PORNÔ BRASILEIRO (2009) também observa a reafirmação das convenções de gênero no âmbito da produção de filmes pornográficos no Brasil:

Assim, nas fotografias, os homens exibem seus pênis eretos, expressando seu potencial ativo/penetrador; as mulheres fazem o mesmo com relação a seus corpos, com destaque para vaginas e ânus, anunciando seu papel passivo/penetrado [...]

No pornô hétero, talvez como em nenhum outro, os sujeitos fazem uso repetidamente de signos corporais que colocam em cena marcas e estruturas normativas binárias do gênero e das relações sexuais. Se no sexo executado dentro do esquema pornô existe lugar para algumas transgressões desta estrutura – como tentarei mostrar mais adiante – o momento fotográfico, ao contrário, reitera as categorias e lembra que, nesta indústria, o gênero também se faz mediante a repetição de atos estilizados, parafraseando Judith Butler (2003). (DÍAZ-BENÍTEZ, 2009, p.132)

Ou seja, embora as práticas se diversifiquem os discursos reiteram, reafirmam as antigas convenções e estereótipos de gênero e sexualidade. Práticas corporais, performances de gênero e práticas sexuais de alguma maneira continuam a referendar os modelos dominantes de masculinidade e feminilidade. A contemporaneidade vive então ao mesmo tempo a reafirmação/manutenção de convenções de masculinidade e feminilidade, junto á valorização de práticas sexuais que, ainda que excessivas e “não-cotidianas” (sexo anal, penetrações masculina, swing), estão retiradas do território das “perversões”? Parece que sim. Segundo Gregori (2010), estaríamos tendo maior tolerância em relação ao polimorfismo sexual nos usos e práticas dos indivíduos, e ao mesmo tempo uma manutenção das convenções de gênero e sexualidade. Ou seja, as práticas permitem uma abstração das posições e papéis de gênero e sexualidade – Mulheres compram cintas com dildos para penetrarem seus maridos, por exemplo. O pênis (vibrador) pode pertencer e ser usado por qualquer indivíduo, até numa seção de sexo solitário. E Tanto homens quanto mulheres devem agora querer sexo e fazer sexo quando requisitados. Mas ao mesmo tempo, segundo essa autora e também Díaz-

Benítez (2009), os marcadores e convenções de gênero são reafirmados nos discursos, inclusive nos do mercado produtor. Esses marcadores, em vez de estarem sendo totalmente nublados e alterados, ainda são relevantes e continuam definindo o que é ser masculino (ativo) e feminino (passivo) dentro da lógica binária, essencialista e falocêntrica. Mesmo nas práticas sexuais que poderiam ser consideradas as mais transgressoras dessas marcas, elas ainda são de alguma forma ativadas na construção das fantasias e no start das relações: a feminilidade, representada pela passividade que pode ser penetrada; a masculinidade pela selvageria e voracidade sexual. E o mesmo ocorre quanto às dissimetrias de posições nas práticas, submissão x dominação. Temos um deslocamento dos termos que caracterizam a matriz heterossexual mesmo dentro de relações que definiríamos como heteronormativas (Casamento heterossexual), paródias, trocas de posições e performances são encenados (Homens sendo penetrado pelo dildo controlado pela mulher.), mas isso não dá a esses indivíduos uma nova identidade ou papel sexual. Há uma dissociação da conexão que se realizava entre práticas e identidade de gênero. Tudo isso, seria consequência da disseminação desse erotismo politicamente correto. Mas esse erotismo politicamente correto circula nos meios midiáticos brasileiros? Ele é parte da estratégia discursiva de revistas femininas e masculinas que tratam do assunto sexo? Quais especificidades que ganha no Brasil? São essas as questões que tentaremos elucidar ao fim dessa dissertação.

Capítulo 2 - Revistas em revista

Na sociedade contemporânea a construção da identidade do indivíduo, como já nos mostrou Giddens (1991), está cada vez mais centrada na construção do corpo que deve ser domesticado, exercitado e preparado. A juventude e a saúde são muito valorizadas e constituem responsabilidades do indivíduo (DEBERT, 1999), de forma que o cuidado com o corpo é essencial para o sujeito contemporâneo. Um sujeito se torna o uma “mulher” ou um “homem”, a partir de um controle rigoroso de seu corpo – seja através de exercícios físicos, dietas, cirurgias estéticas ou através da moda. A sexualidade também passa a ser central em relação à corporalidade na medida em que a prática e o prazer sexual passam a ser vistos como uma necessidade corporal e emocional. Uma vida sexual compensadora e satisfatória é considerada fonte de saúde para o corpo e a mente. O bem estar de cada indivíduo passa necessariamente por sua sexualidade. Assim a sexualidade se torna parte imprescindível do “projeto reflexivo do eu”, do fortalecimento do “self”. (GIDDENS, 1993; GREGORI, 2003b; DEBERT, 1999 e BOZON, 2003)

O sujeito, nesse contexto, é forçado a fazer escolhas constantemente; sua coerência e estabilidade se tornam uma tarefa reflexiva diária, em que referenciais múltiplos são filtrados e se incorporam ao indivíduo na forma de um estilo de vida particular, que passa a ser expressão de sua própria subjetividade e que não se refere somente à esfera do consumo ou da aparência, mas à narrativa de vida, do self, do sujeito. (MONTEIRO, 2000, p.130)

Dessa forma, “ser um sujeito” pressuporia a escolha de práticas e valores que criariam uma identidade, ou uma sensação de identidade estável, tornando o indivíduo alguém coerente e inteligível. Ou seja, a construção da identidade é baseada em um conjunto de referências que criam uma sensação de estabilidade identitária num contexto social povoado pela incerteza e pelo contingente (GIDDENS, 1993).

A mídia - revistas, televisão, filmes, entre outros – é um âmbito onde a circulação dessas convenções é muito ativa. Monteiro (2000), Morin (1990), Buarque de Almeida (2003), entre outros estudiosos, afirmam que na sociedade contemporânea tais veículos aparecem como fonte de referências e modelos para a construção dos indivíduos, e conseqüentemente de sua sexualidade/gênero. A cultura de massa funcionaria como uma grande fornecedora de tipos, modelos e imagens que dão forma as aspirações dos indivíduos. Na minha opinião, ela atua mais como um cardápio de opções de padrões, práticas e convenções, e menos como meio impositor de valores e modelos. Assim a mídia é parte importante de um processo de circulação social, de produção e veiculação dessas subjetividades e suas convenções. Essas convenções que são ao mesmo tempo produto e processo, que em sua repetição e circulação produzem e reproduzem sistemas que organizam e regulam comportamentos de gênero, etários, de raça, entre outros.

Esses produtos midiáticos seriam então meios preferenciais de circulação de padrões e referências para a construção dos sujeitos. Como Buarque de Almeida (2003) já ressaltou, esse processo não é uma via de mão única. Não há uma imposição de valores desses meios sobre seus consumidores, que comprariam para si valores e práticas sem nenhuma elaboração. O que ocorre, na verdade, é o que poderíamos chamar de incorporação ativa ou apropriação reflexiva (GIDDENS,1993) . Entendo que ao mesmo tempo, as imagens, símbolos e conceitos que circulam por esses meios ao serem consumidos são resignificados, reinterpretados por esse público, criando novas convenções que mais tarde serão incorporadas na produção midiática. Muito mais complexo do que uma relação de imposição, ou de mera emanção e incorporação de valores e padrões de vida, a construção das convenções e dos sujeitos é um processo dinâmico, contínuo e contingente. O que existe, penso, é uma relação muito dinâmica entre mídia e sociedade, onde a primeira tem um papel ativo e constitutivo (mas não impositivo e compulsório) dentro da vida social. Esse intrincado processo circula, produz, reestrutura e redefine, ao mesmo tempo, convenções e padrões sociais. Há uma via de mão dupla entre a produção cultural e o receptor: além de disseminarem/emanarem padrões de comportamento, ambos também fazem parte da dinâmica de construção e resignificação desses.

Dentre os produtos culturais, a mídia impressa, principalmente as revistas, tem um

papel de destaque no processo de circulação das posições de gênero, idade, raça. Além disso, são meios onde a sexualidade e o erotismo têm ganhado grande espaço nos últimos anos.

Edgar Morin, por exemplo, em sua obra *Cultura de Massa no Século XX* (1990), afirma que a imprensa escrita feminina dentro da cultura de massa seria uma promotora dos valores femininos tradicionais. Ele assinala que, apesar de sua modernização na forma de tratamento de certos assuntos e tabus, esse tipo de material continua reafirmando o papel feminino baseado no amor puro, maternal, sensível. Segundo o autor, as revistas femininas aparecem como conselheiras de suas leitoras. Trazendo informações, conselhos, formas de condutas, essas revistas se tornaram verdadeiras tutoras. Professoras que ensinam as mulheres como se tornarem uma “mulher ideal”, ajustando seu comportamento, discurso e corpo. Sarti e Quartim de Moraes (1980) também destacam as revistas femininas como reprodutoras das posições femininas convencionais. Mas, diferente de Morin, ressaltam que essas publicações também tendem a se adaptar às mudanças sociais e culturais, até para não perder seu mercado consumidor:

Este é, pois, o espaço em que se movem as publicações dirigidas à mulher: limitadas por uma perspectiva conciliadora em relação aos valores socialmente dominantes, mas obrigadas a levar em conta – ou de tomar como ponto de partida – o nível de expectativa e aspiração de suas leitoras. (SARTI E QUARTIM DE MORAES, 1980, p.20)

Outros estudos sobre a imprensa escrita (BUITONI, 1990; BASSANEZI, 1996; CUNHA, 2001; BABO e JABLONSKI, 2002 e MIRA, 2003a) também afirmam que as revistas são responsáveis pela construção e percepção dos indivíduos, trazendo em seus artigos formas de agir e pensar, estilos de vida, valores e novas tendências. Segundo esses autores, essas revistas não só disseminariam o que é ser mulher ou homem e a terminologia é essa, mas também ajudariam a definir culturalmente e a socializar essas posições. Elas buscam, na medida do possível, refletir as convenções sociais, ou melhor, as idéias dominantes sobre o masculino, o feminino, a juventude etc:

Por exemplo, alguns modelos presentes nestas revistas acabam

ênfatizando desigualdades de classe, de etnia e de gênero presentes na prática social como é o caso do “ideal de mulher”; branca, dona de casa, de classe média (ou alta), com determinado estilo de vida... Estes modelos - construídos socialmente – são apresentados como naturais, universais, frutos do bom senso, verdades incontestáveis. (BASSANEZI, 1996, p. 15/16)

Na minha opinião, as matérias e informações trazidas por essas revistas servem mais como referências para seus leitores, bases para suas escolhas pessoais na construção reflexiva de sua identidade (GIDDENS, 1993), não como imposição compulsória de valores como para os autores citados acima. Atualmente, as revistas parecem verdadeiros manuais, dando conselhos e mostrando como os indivíduos podem ou não agir. O que não significa que elas não forneçam um repertório baseado em noções que garantem ou reproduzem o que é referente às matrizes que dão inteligibilidade ao gênero, à sexualidade. Há um repertório com fronteiras e uma hierarquização. O interessante é justamente ver o que vai compondo essas hierarquizações. O que existe é um discurso onde algumas práticas e padrões são mais valorizados do que outros, mas no final, a escolha deve ser dos leitores (BECK, 1996). Esse tipo de imprensa se consolidou como espaço privilegiado para divulgação de informações relativas ao bem viver; e, para isso, recorre aos especialistas (médicos, psicólogos, artistas, modelos, entre outros) para dar dicas acerca dos cuidados com o corpo, no campo da sexualidade, moda, dieta, beleza, consumo e exercícios físicos. Cada vez mais segmentadas, as revistas vinculam o que é considerado preferência e interesse do seu tipo de público alvo. Homens, mulheres, adolescentes, gays e até pessoas da terceira idade têm seus gostos, opiniões, padrões de consumo e de conduta inspirados nessas revistas, que acabam servindo muitas vezes como guias de ação, conselheiras, cardápio e companheiras de lazer. Ou seja, as revistas têm um papel importante na construção dos indivíduos, pois são disseminadoras de referências e, ao mesmo tempo, são co-responsáveis pela construção, incorporação e publicidade de convenções e posições sociais.

Mais do que isso, graças a exacerbação da segmentação, assunto que discutiremos a seguir, o que vemos é uma ampliação e diversificação das possibilidades de posições, pois agora em vez de uma mulher, temos várias possíveis – a de *CLÁUDIA*, de *MARIE*

CLAIRE, de *CAPRICHIO*, ou até uma que é mix de todas – a escolha é sua. De alguma forma, esse tipo de mídia circula em suas páginas os significados, interesses e desejos que se entende ser, por exemplo, do “homem moderno” ou da “mulher de classe”. É por isso, através de estratégias discursivas, que elas trazem em suas narrativas as referências de padrões e práticas que se tornam material interessante para nossa análise.

A segmentação das revistas

O mercado editorial de revistas surge no Brasil ainda no século XIX, mas é a partir dos anos 30 do século XX que ele se consolida. Entre a década de 30 e o fim dos anos 50 existiam poucas revistas, a maioria delas publicações de interesse geral (informações, reportagens culturais e de entretenimento) preferência do público consumidor brasileiro. Nesta época, como já mostrou Mira (2003b), a revista mais lida e comprada do país era *O Cruzeiro*³⁰. A característica principal dela era a de ser voltada para “toda a família brasileira”, o que significava, as famílias de classe média (MIRA, 2003b). Essa revista trazia os mais variados tipos de reportagens - sobre cinema, artistas do rádio, futebol, entre outros. Mas na década de 60 ela começa a entrar em decadência, exatamente quando o mercado entra em um novo momento, o da segmentação. *O Cruzeiro* deixa de circular em 1975.

Em sua longa trajetória, a revista atravessa as décadas de 30 a 60 como veículo nacional responsável pela crônica social, política e artística não apenas do Brasil, mas do mundo, contando para tanto com correspondentes estrangeiros, fato até então inédito no Brasil. Vários elementos que hoje caracterizam o mercado de revistas já aparecem no ousado empreendimento: marketing, investimento técnico, preocupação com o padrão visual e esquema de distribuição. Desde o lançamento apostava-se na publicidade. (MIRA, 2003b, p.23)

30 O *Cruzeiro* foi criada em 1928 por Assis Chateaubriand como um veículo de propaganda para a campanha política de Getúlio Vargas. Em pouco tempo, a revista deixa de ser um meio de propaganda política e se torna o principal veículo de informação nacional de todo território brasileiro. Desde a década de 30 até a de 50 era a revista mais vendida em todas as regiões brasileiras e uma verdadeira integradora nacional.

Nos anos 60, intensas mudanças começam a ocorrer no mercado editorial de revistas brasileiro: há um grande aumento do número de publicações, a especialização ou segmentação dessas por assunto e público e o “abrasileiramento” de modelos internacionais, a *mundialização* (MIRA, 2003b).

A *mundialização*, como chamou Mira (2003b), começou a se desenvolver nessa época, se acentuou na década de 90 e continua até hoje. Títulos estrangeiros foram/são comprados e adaptados ao mercado brasileiro. *Cosmopolitan* (NOVA), *Marie Claire*, *Burda*, *Men's Health* e *Playboy* são alguns exemplos. Segundo a autora, essa mundialização de grandes revistas aconteceu graças à crença de que certos modelos de revistas serviriam para alguns segmentos de consumidores brasileiros, assim como ocorria em outros tantos países. A compra, bem como a adaptação desse material estrangeiro não acontecia pela falta de condições de produção no Brasil, mas sim pelo desenvolvimento do mercado mundializado³¹.

Cosmopolitan, a maior revista feminina do mundo (...). Em 1994 já somava 28 edições publicadas em 14 diferentes línguas, circulando em 80 países e atingindo 30 milhões de leitoras. Cosmopolitan é editada em países europeus como Grã-Bretanha, França, Alemanha, Itália, Holanda e Espanha, mas tem também uma edição latina que abrange dez países americanos de língua espanhola; além disso, circula na Austrália, Grécia, Turquia, África do Sul, Formosa, Hong Kong, Japão e, a partir de 1994, na Rússia e na República Tcheca. (MIRA, 2003b, p. 98)

Outra característica desse novo mercado editorial de revistas é a segmentação de público por temática – carros (*Quatro Rodas*), fotonovelas (*Capricho*, *Sétimo Céu*), notícias (*Realidade*, *Veja*), decoração (*Casa e Jardim*) etc. Antes de serem lançadas no mercado, são projetadas seguindo estratégias de marketing e pesquisas que determinam tipo de assunto, linguagem, tamanho etc. Além disso, as revistas que já estavam no

31 O público consumidor da revista Marie Claire, por exemplo, é parecido no Brasil, na França e na Austrália: mulheres da classe A com mais de 30 anos em média. Assim como os leitores da Playboy em todo mundo são homens de 18 a 50 anos das classes A, B e C.

mercado passam periodicamente por avaliações e são redimensionadas de acordo com as expectativas do seu público. Diversas variáveis entram na composição desta segmentação como gênero, geração, classe sócio-econômica, entre outros. É imprescindível que os editores tenham a noção do “estilo de vida”, das “visões de mundo”, dos desejos do grupo que forma seu público alvo. São essas referências que serão usadas na produção de cada número adequado aos seus leitores específicos (MIRA, 2003; CASTRO, 1994). Atualmente, podemos encontrar revistas voltadas a públicos cada vez mais particulares – publicações voltadas para mulheres sozinhas da terceira idade, ou para homens jovens de classe alta que apreciam esportes radicais, são apenas dois exemplos. Mais uma vez, gostaria de chamar a atenção para a relação dinâmica entre mídia e sociedade, onde a primeira tem um papel ativo e constitutivo (mas não impositivo e compulsório) dentro da vida social. Temos uma via de mão dupla entre a produção cultural e o receptor: além de emanarem padrões de comportamento e identidades, ambos também fazem parte do mecanismo de construção e resignificação desses, sendo a segmentação das revistas exemplo marcante dessa intrincada engrenagem. Ao mesmo tempo que são criadas e escritas seguindo os desejos e interesses de determinado tipo de pessoa ou público, essas revistas também passam a disseminar convenções que ajudam a moldar e constituir esse público.

Desde o início desse processo de segmentação, o gênero foi e é até hoje um componente fundamental de organização das revistas (BUITONI, 1980; CASTRO, 1994). Os primeiros títulos que seguiram essa nova fórmula, já traziam essa marca: produzir em suas páginas os “interesses específicos dos homens ou das mulheres”. Notícias, política, atualidades, carros seriam interesses masculinos (MONTEIRO, 2001; BENATTI, 2005), enquanto as disposições femininas estariam dirigidas para fotonovelas, moda, decoração e beleza (MIRA, 2003a; BUITONI, 1980; CASTRO, 1994). *Veja*³² e *Realidade*³³ as

32 *Veja* teve seu primeiro número publicado em setembro de 1968, foi criada por Victor Civita e Mino Carta e publicada pela Editora Abril. Hoje é a maior revista semanal brasileira, com uma tiragem de 1.222.178 exemplares. Traz notícias do cotidiano do Brasil e do Mundo, trata de assuntos como política, economia, cultura e comportamento.

33 *Realidade* era uma revista mensal de reportagens que foi publicada pela Editora abril de 1966 até 1976. Seu formato seguia a tendência do *new journalism* norte-americano, no qual o repórter procurava vivenciar a situação e escrevia de maneira mais literária. Como sua tiragem era mensal, seu tempo de produção era maior, o que possibilitava um tratamento mais adensado dos assuntos. Suas matérias eram sobre comportamento, saúde, ciência e religião, sempre provocando o debate sobre temas tabus. Essa revista é considerada por muitos um divisor de águas na imprensa brasileira, fazendo um

primeiras revistas de atualidades do mercado brasileiro eram voltadas para o mercado masculino, enquanto *Capricho*³⁴ e *Casa e Jardim*³⁵ eram voltadas para as mulheres.

As revistas masculinas eram organizadas com foco nos assuntos da vida pública: notícias do que acontece na economia e política mundiais, dicas e artigos sobre negócios e as novidades dos esportes. Além delas surgiram, para as horas de lazer, as revistas sobre: automotores – barcos, motos, carros, esportes – do futebol aos esportes radicais como escaladas e skate. E, as revistas eróticas – trazendo o nu feminino. As características principais desse tipo de revista eram suas matérias temporais e de formato jornalístico. E uma erotização do corpo feminino, observada principalmente nas revistas para “adultos”, mas que também apareciam em algumas matérias e publicidade das revistas não eróticas (MONTEIRO, 2000 e BELELI, 2005).

Já as revistas femininas tratavam de assuntos domésticos: moda, beleza, culinária, decoração, fotonovela, correios sentimentais e consumo. Os temas eram os cuidados da casa, do corpo e do “amor”. Diferente das revistas masculinas, as matérias eram marcadas pela atemporalidade, as notícias do cotidiano davam lugar a receitas e conselhos, que poderiam ser até reeditados anos depois, como destaca Buitoni (1990). Política, economia, negócios, os fatos sobre o cotidiano mundial não circulavam em suas páginas, e sim a literatura, os contos e romances das fotonovelas. Outra característica desse tipo de revista era o incentivo ao consumo, como mostram Morin (1990) e Buitoni (1990). Como esses autores assinalam, as revistas femininas sempre foram atreladas a venda de produtos. Cosméticos, roupas e acessórios, produtos para a casa lotavam suas páginas, que muitas vezes mais pareciam catálogos de compras. Mas segundo, Bonatti (1998) e Bassanezi (1996), a característica mais marcante das revistas femininas seria

jornalismo mais político e engajado.

34 *Capricho* foi lançada em 18 de junho de 1952, pela Editora Abril. Inicialmente era uma revista de foto novela, mas ao longo destes 51 anos de vida, a revista passou por uma série de mudanças até chegar, em 1999, no formato que tem hoje. É uma revista quinzenal, voltada à adolescentes (meninas de 12 a 19 anos), trata de assuntos como celebridades, moda e beleza, comportamento, atualidades, diversão e entretenimento. É a revista para adolescentes mais vendida no Brasil. Ver: MIRANDA-RIBEIRO, Paula. Papéis de gênero e gênero no papel: uma análise de conteúdo da revista *capricho*, 2001- 2002. In: TEXTO PARA DISCUSSÃO N° 216. Belo Horizonte: UFMG/Cedeplar, 2003.

35 *Casa e Jardim* é uma revista que trata de arquitetura e decoração de casas e jardins. Foi originalmente publicada pela Editora Monumento de 1953 a 1965. Depois disso foi publicada por 3 editoras diferentes, até ser comprada pela Editora Globo em 1995, responsável por sua edição hoje.

sua *psicologização*, seu caráter de aconselhamento sentimental: teste, artigos sobre relacionamento, seções de ajuda às leitoras que buscam em suas páginas autoconhecimento e padrões de comportamento, tornam esse tipo de revista não só a “melhor amiga conselheira”, mas também a “terapeuta” dessas leitoras.

Essa segmentação da produção em termos de gênero é fundamental no mercado editorial até hoje. Benatti (2005) mostrou em sua dissertação, que até mesmo a disposição das revistas nas bancas de jornal enfatiza essa segmentação. Sexo, tecnologia, negócios, notícias, automotores são “os assuntos de homem” e ficam, na grande maioria das bancas, na parede oposta dos “assuntos femininos”. Mas hoje já podemos encontrar algumas revistas de artesanato editadas por homens, de moda e comportamento voltadas para homens, e até revistas de nu masculino direcionadas para as mulheres. Mas como? Homens interessados em moda e artesanato? Mulheres comprando fotos de homens nus?

Embora ainda ponto chave da produção de revistas, essa segmentação marcada por gênero vem sofrendo importantes alterações. A primeira que podemos destacar começa a ocorrer a partir dos anos 70 nas revistas femininas, quando a mulher dona – de – casa dá lugar para a *mulher moderna* (BORGES, 1988; BUITONI, 1980). O cuidado com a casa, as receitas culinárias e as histórias de amor começam a perder espaço para ao sexo e a carreira, assuntos antes restritos às revistas masculinas.

... mulher-moderna, solteira, sexualmente ativa e independente. Esta mulher gosta de desafios, de se conhecer melhor e preocupa-se com o corpo (dietas) e a beleza está ligada à saúde e ao bem-estar. Luta pelos seus direitos e trabalho. (BORGES, 1998, p14)

O consumo e os cuidados com o corpo continuam sendo os assuntos principais, mas temas como a sexualidade e o trabalho também ganham centralidade. A sexualidade ganha sentido diferenciado, e passa a ser considerada uma parte importante da vida, fonte de saúde e prazer para o corpo e a mente. Graças a isso, ela se torna assunto importante nessas revistas como nos mostram Morin (1990), Mira (2003b) e Castro (1994).

Através da questão do gênero poderemos perceber, em primeiro lugar, que enquanto as revistas femininas tradicionalmente contemplaram as mulheres com temas como o lar, a moda, a beleza e o amor, as revistas masculinas voltaram-se para o mundo muitas vezes proibidos do sexo, do erotismo ou da pornografia. E, em segundo lugar, notaremos como o processo de emancipação da mulher, a chamada segunda onda feminista dos anos 60, levou as revistas femininas a abordar novos temas como o trabalho, a vida sexual dentro e fora do lar e até mesmo a política. (Mira, 2003b, p.100)

As mudança não atinge apenas as revistas femininas, que passaram a incorporar “assuntos masculinos”, o contrário também acontece. Na década de 90 as revistas masculinas se transformam como mostram alguns estudiosos desse tipo de mídia Monteiro (2000), Benatti (2005), Borges (1998) e Morin (1990). Monteiro (2000) nos fala da idéia de um *novo homem*, que começa a surgir nessa década – mais sensível, mais participativo da vida doméstica, mais preocupado com sua saúde, corpo, moda e beleza. Para Morin (1990) o que ocorre é uma espécie de *feminização* da masculinidade na mídia, o homem paternal, metrossesual³⁶, interessado em moda, culinária e decoração... *Novo homem*, novos interesses e temas antes tradicionalmente tratados pelas revistas femininas chegam às publicações masculinas.

O cuidado com o corpo sempre foi tema tradicional dentro das revistas femininas. Dicas de beleza, tipos de corte de cabelo, dietas, séries de ginástica, dicas dadas por essas revistas, que trazem verdadeiras bulas a seguir no objetivo de manter o corpo em forma. Mas, como diz Monteiro (2000), desde os anos 90, quando a idéia de um *novo homem*³⁷ passou a ser adotada por algumas revistas voltadas ao sexo masculino, o cuidado do corpo também se torna algo imprescindível para os homens. Esse autor

36 Metrossesual, termo usado pela primeira vez em 1994 pelo jornalista britânico Mark Simpson, para nomear aqueles homens urbanos excessivamente preocupados com a aparência, que gastam grande parte do seu tempo e dinheiro em cosméticos, acessórios, roupas e tem suas condutas pautadas pela moda e as "tendências" de cada estação. Termo mais tarde utilizado por muitas revistas masculinas britânicas e norte-americanas na definição de seu público-alvo.

37 É interessante notar, veja nota anterior, que o uso/criação do termo metrossesual se dá exatamente nessa época, pela necessidade de definição ou identificação deste *novo homem*.

mostra como a revista *VIP* começa a trazer matérias que ensinam os homens a cuidarem da aparência. “...revistas como a *VIP*, que trazem para o leitor heterossexual masculino temas tidos como tradicionalmente femininos, como cuidado do corpo e moda.” (Monteiro, 2000, p.82) Cosméticos, dietas, séries de musculação invadem as páginas das revistas masculinas, a boa forma física aliada à idéia de auto-estima torna o culto ao corpo obrigatório, agora para ambos os sexos.

Não são apenas alguns temas femininos que passam a ser tratados pelas revistas masculinas, a “relação” entre a revista e o leitor também muda. Como já disse acima, uma das principais características das revistas femininas destacadas por alguns estudiosos do tema³⁸ é um certo tipo de *psicologização*. Penso essa *psicologização* como uma estratégia discursiva que cria um “tipo de relação” entre essas revistas e suas leitoras. O tratamento direto e pessoal dos assuntos, a presença de narrativas pessoais e um texto mais coloquial, é a estratégia para criar uma “proximidade”, uma “intimidade”. Essas revistas se comprometem a falar com “você leitora” (é você o pronome mais utilizado por essas revistas ao se dirigirem à suas leitoras) de forma franca e aberta, até sobre os assuntos mais delicados. Elas escutam os problemas, mostram algumas possibilidades de escolha, orientam a leitora para que esta possa tomar uma decisão própria – desde o vestido a usar em uma festa até descobrir como anda um relacionamento amoroso. Dessa forma, as revistas femininas se tornam “amigas” de suas leitoras. Cria-se uma relação de confiança, credibilidade, e para responder a essa confiança, as revistas muitas vezes usam especialistas para informar suas leitoras.

A ciência vem reforçar a credibilidade dessas revistas para dar a melhor resposta, dica ou conselho essas revistas usam psicólogos, terapeutas, psiquiatras, médicos, sexólogos, entre outros. Como já disse Gagnon (2006), nossa sociedade acredita que a ciência é um conhecimento isento e neutro, sem as marcas morais ela expressaria a verdade pura e sem preconceitos. A palavra desses cientistas/especialistas dá às matérias dessas revistas seriedade e crédito. Mas é interessante notar que ao mesmo tempo em que a ciência é a responsável pela “informação mais correta”, fica claro que não há consenso e sim uma diversidade de opiniões especializadas. Por exemplo,

38 Ver: Bonatti (1998), Bassanezi (1996), Borges(1998), Buitoni (1980) e Morin (1990)

quando mostram as vantagens e desvantagens de uma reposição hormonal, ou convidam vários especialistas de diferentes áreas para falar de um mesmo assunto. O objetivo é informar da melhor maneira possível a leitora, para que essa possa fazer, ela própria sua escolha final. É esse tratamento pessoal, que tenta atingir as necessidades e desejos dessa leitora, cria uma identificação e a torna uma fiel consumidora.

Essa estratégia de intimidade e credibilidade deu muito certo no Brasil, onde as revistas femininas sempre tiveram alta vendagem. A receita é tão boa que as revistas masculinas também passaram a adotar essa estratégia a partir dos anos 90 (BORGES, 1998 ; BUITONI, 1980): elas se tornam conselheiras íntimas de seus leitores, através do tratamento mais personalizado e coloquial das matérias.

O consumo em nossa sociedade geralmente é ligado à figura feminina. É a mulher, e em princípio, a dona de casa a principal responsável pelas compras da família, por isso a propaganda de consumo teve, desde o século XIX, como um alvo principal as mulheres, e lotam as páginas das revistas voltadas a esse sexo. Mira (2003b) e Buitoni (1980) já mostraram que a propaganda (o incentivo ao consumo) é constituinte importante desse tipo de revista.

As revistas femininas de classe média, tipo “Cláudia” e “Desfile” são verdadeiros catálogos de mercadorias, entremeados de uma ou outra matéria realmente jornalística. A enorme quantidade de páginas coloridas reflete o espírito da época. O grosso dessas revistas, além dos anúncios, são matérias de moda, beleza, decoração, com indicações do nome do fabricante, às vezes preço, e endereços nas principais capitais, onde esses artigos podem ser encontrados. (...) O circuito está fechado: o conteúdo vende a revista para a leitora (ou a atrai) e a editora vende a leitora para o anunciante. (Buitoni,1980, p. 155)

Mas a partir da década de 90, como afirmam MONTEIRO (2000) e BENATTI (2005), o incentivo ao consumo também chega às revistas masculinas. Cremes, perfumes, xampus, sapatos, roupas, acessórios, lençóis, velas, panelas, relógios, entre outros começam povoar as páginas destas. E esse incentivo aparece, assim como nas revistas femininas, em diversas formas - editoriais, marketing composto, propagandas,

etc. Agora, algumas revistas masculinas, também passam a parecer *catálogos de compra* Morin (1990) e Buitoni (1990).

Outra mudança observada por Monteiro (2000) é o novo tratamento da imagem corporal masculina nas revistas voltadas para homens. Benatti (2005) e Monteiro (2000) afirmam que as imagens femininas sempre apareciam de forma erotizada/fetichizada nas revistas masculinas, mesmo naquelas que não traziam nus. Eles destacam que esse tipo de representação do corpo feminino era como um código desse tipo de revista, que mais tarde é absorvido pela propaganda (BELELI, 2005). As imagens sempre trazem corpos chamativos, ideais de beleza, “apetitosos”, seminus ou com todos seus atributos bem demarcados. Botti (2003) discute o que seria essa imagem feminina fetichizada – imagens onde há um apelo sexual, produzidas por homens e em sua maioria voltadas para o público masculino.

Nessas fotografias está claramente embutido o apelo sexual na figura da mulher, em um jogo de desejo entre ela e o espectador. O desejo é a chave para o entendimento destas imagens, e pode ser culturalmente decifrado a partir de alguns códigos que se articulam enquanto uma mensagem erótica: a indumentária utilizada pela modelo, o olhar direto para a câmera, a postura corporal, o cenário e os objetos escolhidos, entre outros elementos, são intenções pensadas e construídas. (BOTTI, 2003, p.111)

A grande mudança segundo Monteiro (2000) é que agora os corpos masculinos também passam a ser representados dessa forma.

... a novidade da revista VIP Exame no mercado de revistas masculinas: uma maior erotização das representações do homem, usando códigos antes restritos à representação do feminino; essas representações resistiriam, segundo o autor, a um sentido único, fixo e verdadeiro de masculinidade, caracterizando-se por uma versão muito mais autoconsciente do ser homem. (MONTEIRO, 2000, pp.81)

Erotização das imagens masculinas nas revistas para homens. E as mudanças continuam, quando esse tipo de representação passa a ser adotada pelas revistas

femininas também. Bassanezi (1995 e 1996) e Braga (2010) mostram que as imagens de mulheres nas revistas femininas até a década de 60 respeitavam *a moral e os bons costumes da época*. As mulheres apareciam impecáveis em seus toaletes e roupas da moda, mas sempre “cobertas” como deviam. O máximo que se via era um short ou um maiô (segundo Bassanezi (1995) – ousadia de algumas “garotas do cruzeiro”). A intenção das imagens era servir de exemplo – como se vestir, usar o cabelo ou a maquiagem, e não atrair ou incitar o desejo (BASSANEZI, 1996 e BRAGA, 2010). Com o tempo isso muda, e a partir da década de 90, os corpos femininos e masculinos passam a ser representados nessas revistas, da mesma forma que nas revistas masculinas – erotizados/fetichizados – incitando desejos.

O que acabamos por perceber, e que tentei mostrar neste capítulo, é que embora mantendo a segmentação baseada no sexo, as revistas feminina e masculina estão se tornando cada dia mais parecidas. Os assuntos tratados são os mesmos³⁹ - a boa forma, a beleza, a carreira, a moda, os esportes, o sexo, entre outros. Não é mais possível, como era até a década de 70, separar assuntos “exclusivamente” femininos e/ou masculinos. Além disso, as estratégias discursivas, o tratamento das imagens também ocorre da mesma forma. E, claro, o incentivo ao consumo é presença constante e maciça em ambas.

Para Morin (1990) o que temos é uma dominante “feminização” da mídia. Os temas e assuntos estariam agora misturados, mas com um predomínio daqueles antes considerados femininos. “Há, portanto, uma tendência ao mixage de conteúdos de interesses femininos e masculinos, com uma ligeira dominante feminina no interior desse mixage ...” (Morin, 1990, p.40). Monteiro (2000) e Benatti (2005) insistem que essa crescente semelhança, também para eles marcada principalmente por uma feminização da mídia masculina, é responsável por um movimento de resignificação dos sexos e reposição da distinção entre eles. A oposição entre os sexos estaria sendo

³⁹ No caso das revistas que escolhemos para análise, *Men's Health* e *Nova*, uma parece espelho da outra (O que mostro no próximo capítulo): o culto ao corpo, a boa forma, a beleza, ao cuidado de si são os seus temas principais, disseminados através de receitas e dicas de como consegui-los. O incentivo ao consumo é presença constante e maciça em suas páginas. Os corpos que ilustram suas matérias são representados sexualizados e expostos como mercadoria de consumo. Assuntos “tradicionalmente” femininos e/ou masculinos são abordados pelas revistas de ambos os sexos. E ambas dão ênfase especial as matérias que falam de sexo.

recontextualizada, mas no final sempre recolocada e reafirmada. Ou seja, embora haja uma incorporação de elementos antes pertencentes ao que definiria o outro gênero, isso não modificaria as fronteiras entre eles.

Como vimos no decorrer da discussão, não se pode falar numa dissolução dessa categoria no processo de produção de mensagens. Pelo contrário, revistas como a VIP investem bastante energia para falar a um “homem” num sentido unificado, que não se confunde com um homossexual nem com uma mulher. Como vimos, ao incorporar referências tradicionalmente femininas, a revista opera uma re-masculinização das mensagens, a fim de torná-las referências próprias para o “homem atual”. Ou seja: os homens devem ser modernos, abandonar um machismo rude, mas nunca devem deixar de ser homens, nunca devem se confundir com mulheres ou homossexuais. (Monteiro, 2000, p.137)

Concordo com esses autores, quando dizem que o que há é uma constante reafirmação da dicotomia de gênero que esse mercado de revistas, apesar das mudanças observadas, sempre repõe. É a diferença entre homens e mulheres, baseada na idéia essencialista de sexo, a base principal da segmentação. Hoje nesse mercado editorial, o número de títulos se multiplica a cada dia, sempre baseados no aumento da segmentação/especificação das revistas, e aí a “diferença entre os sexos” é fundamental e aparece mesmo que atrelada a outras características. Temos revistas para:

“homens na melhor idade” – **“ALFA para você que batalhou para conquistar seu espaço e chegou lá. Você está na idade da sabedoria, ainda mais curioso e aberto a novas idéias. Quer histórias e experiências contadas de um jeito especial, inteligente e atualizado. A revista ALFA vai ajudar você, com elegância e sabedoria, a aproveitar todas as possibilidades que a vida oferece.”** (Site Editora Abril. Disponível em: <http://revistaalfa.abril.com.br/> Acesso em : 14 set. 2010)

“meninas adolescentes” - **Capricho** – **“Ídolos, moda, beleza e comportamento. Do seu jeito. A cada quinzena, a moda que você pode usar, os truques de beleza que bombam o seu visual, as dicas para lidar melhor com os garotos, as amigas e a família e mais: conteúdo exclusivo**

sobre os seus ídolos favoritos.” (Site Editora Abril.
<http://capricho.abril.com.br/home/> Acesso em : 14 set. 2010)

Os títulos são inúmeros. E o interessante é notar que mesmo dentro de um segmento há uma diversificação, e em vez de uma mulher e um homem – temos várias mulheres e vários homens⁴⁰. De alguma forma, embora reafirmando a dicotomia, essas mudanças e aproximações entre revistas femininas e masculinas conseguem estremecer/nublar as fronteiras do que é associado ao homem e a mulher, ou a oposição hetero/ homossexual. Mais do que isso, permitem uma ampliação e diversificação de papéis e identidades. Beleli (2005) já disse ao analisar a publicidade, que embora pautada em idéias essencialistas do que é feminino ou masculino, a publicidade traz também modelos diferentes dos tradicionais.

Em meu pressuposto, a publicidade trabalha com concepções essencializantes que apresentam feminilidades e masculinidades baseadas em atributos inatos, naturalizados e, ao mesmo tempo, delineia claramente uma relação coerente entre sexo, gênero e desejo, afirmando a heterossexualidade como modelo. No entanto, se parte da publicidade utiliza essas estratégias afirmando modelos “tradicionais”, ele também cria imagens nas quais as relações entre gênero e sexualidade desafiam as normas vigentes. (Beleli, 2005, p. 46)

A idéia inicial de observar se e como o erotismo politicamente correto (GREGORI, 2003b) é disseminado nas revistas, me surgiu em uma pesquisa de campo realizada para o Projeto Temático *Gênero, Corporalidades* do Centro de Estudos de Gênero (Pagu)⁴¹. Pesquisa realizada dentro de boutiques e lojas de sex-shop de São Paulo, na qual entrei em contato com um grande número de jornalistas e repórteres de revistas, que procuravam as lojas para realizarem reportagens e matérias sobre sexo. Dentre essas

40 Mulheres de *CLAUDIA*, *NOVA*, *MARIE CLAIRE*, *CAPRICHIO*, entre outras. Homens de *ALFA*, *MEN'S HEALTH*, *VIP*, entre outras.

41 Nessa pesquisa de campo trabalhei como vendedora em algumas sex-shops e boutiques eróticas de São Paulo, participei de alguns cursos de artes eróticas e sensuais para mulheres e entrevistei donos e trabalhadores desse mercado erótico.

revistas, a *Nova* era uma das mais assíduas⁴², mas não era a única, *Marie Claire*, *Claudia*, *Gloss*, entre outras, também frequentavam as lojas. Essa circulação de repórteres e revistas fez surgir a hipótese de que, talvez, extrapolando o mercado erótico⁴³, o erotismo politicamente correto também estaria sendo disseminado por essas. Decidi, então, tornar esse meio midiático meu objeto de pesquisa.

A primeira revista sondada foi *Nova*, a revista feminina de maior vendagem no Brasil. Além da grande procura de suas repórteres pelas lojas e cursos eróticos para a realização de matérias, uma primeira pesquisa sobre a revista mostrou que essa possui uma seção específica sobre sexo, que traz a cada mês no mínimo 5 matérias, o que resultou em uma grande quantidade de material para pesquisa. Minha primeira idéia era fazer um estudo comparativo com outras revistas também voltadas para mulheres e procurar entender se e como uma clivagem de público, por idade, classe social, renda poderia, também, ilustrar uma diferenciação na disseminação desse tipo de erotismo. Em um dos primeiros intercursos pelas páginas de *Nova*, vi uma grande reportagem sobre brincadeiras e fantasias sexuais. Nela, havia uma nota dizendo que essa matéria tinha sido realizada junto com a redação de *Men's Health*, foi aí que surgiu a idéia de comparar a revista feminina com uma masculina.

Explicando melhor, em sua pesquisa, Gregori (2010) ressalta uma feminização do mercado erótico dentro do âmbito de disseminação do erotismo politicamente correto, tendência também destacada por Díaz-Benítez (2009) no mundo dos filmes pornô brasileiros. Feminização na realização e comercialização de produtos, no aumento do mercado de consumidoras, na maior intimidade dessas mulheres com essas novas práticas e discursos e uma reponsabilização dessas pela manutenção da vida sexual, que também permitiria essa ampliação das práticas por elas. Quando me dei conta da *Men's Health*, decidi mudar o objeto de comparação, porque essa nova revista masculina me permitiria ver se essa feminização também ocorre, ou há uma diferenciação na disseminação desse tipo de erotismo nas revistas de acordo com o sexo de seu público.

42 Algumas lojas até expunham em suas prateleiras números das revistas que traziam matérias realizadas nelas.

43 Chamo de mercado erótico o universo de produção, comercialização e consumo de bens eróticos.

Uma pesquisa rápida pela revista me mostrou algumas semelhanças iniciais entre as duas que as tornariam comparáveis. Primeiro e mais importante, a *Men's Health* também possui uma seção específica sobre sexo, com várias matérias sobre o assunto em cada número sobre o assunto e pelo menos uma como manchete de capa. Além disso, *Nova e Men's Health*, são de uma mesma editora, a Editora Abril, de uma mesma categoria⁴⁴, são os títulos de maior vendagem no mercado brasileiro dentro de seu segmento, o de revistas de comportamento/estilo de vida, para seu público alvo específico, o feminino e o masculino⁴⁵ respectivamente. Mais tarde, analisando-as através da bibliografia especializada, vi que a comparação poderia ser mais interessante ainda. As duas revistas que analiso nessa dissertação são frutos desse “moderno” mercado editorial e parte desses processos de mundialização e de segmentação. Por serem frutos dessa “nova era” das revistas masculinas e femininas que tem o sexo/sexualidade como um tema principal, tornam-se objetos privilegiados para minha pesquisa. São as características desse mercado editorial que também tornam essas duas revistas mais parecidas⁴⁶: mesmo tipo de tema, incentivo ao consumo, erotização de imagens corporais, estratégia narrativa da intimidade, presença de especialistas. Parecidas, mas voltadas para públicos considerados diametralmente e naturalmente opostos – o feminino x o masculino – o que torna as duas objetos interessantes para esse estudo comparativo. É através da análise dessas duas revistas que vou observar se a disseminação das características desse tipo de erotismo acontece nesse meio, se ele se diferencia dentro das duas revistas graças a sua segmentação sexual e, se também há uma feminização. O período de publicação que escolhi para análise é o que vai de agosto de 2007 a julho de 2009⁴⁷, analisando um total de 24 edições de cada revista.

44 As duas revistas analisadas se enquadram na categoria: revistas de comportamento/estilo. Categoria imputada às revistas pela própria editora Abril, mas é uma categoria comumente usada pelo mercado editorial de revistas.

45 A Men's Health é a revista masculina de comportamento mais vendida do Brasil com uma tiragem mensal de 119.378 exemplares (Dados retirados do site da Editora Abril. Disponível em: <<http://publicidade.abril.com.br>> Acesso em: 01 dez. 2009). Sua tiragem só é menor do que a da revista masculina Playboy (204.094 exemplares mensais. Dados retirados do site da Editora Abril. Disponível em : <<http://publicidade.abril.com.br>> Acesso em: 01 dez. 2009), que se enquadra em outra categoria de revistas por ter como mote principal ensaios de nu erótico feminino.

46 Uma discussão mais aprofundada sobre o mercado de revistas no Brasil será realizada no segundo capítulo desta dissertação.

47 Período que coincide em parte com a vigência do meu curso de mestrado.

Capítulo 3 – Nova e Men's Health

Como indico no capítulo anterior, analiso, nesta dissertação, duas revistas produzidas em meio a processos de *mundialização* de títulos e de segmentação de público a partir de uma distinção de gênero. Ambas de uma mesma editora, de uma mesma categoria⁴⁸, mas voltadas uma para o público masculino outra para o feminino - *Men's Health* e *Nova*, publicações da *Editora Abril*. Neste, capítulo, vamos conhecer essas revistas através de uma análise comparativa, na qual detalho como é cada edição, seus públicos e seus expedientes.

A *Editora Abril* é hoje um dos maiores grupos de comunicação da América Latina: a maior editora de revistas do país expandiu seus domínios para outros meios como a televisão e internet. Fundada em 1950 por Victor Civita, sua primeira publicação foi a revista em quadrinho *O Pato Donald*. Em 1968, ela lança *Veja*, periódico jornalístico de variedades que é hoje a publicação de maior circulação no Brasil. Expandindo os segmentos, passa a publicar revistas sobre automóveis (*Quatro Rodas*), turismo (*Viagem & Turismo*), Futebol (*Placar*), masculinas (*Playboy*, *Vip* e *Men's Health*), femininas (*Capricho*, *Manequim*, *Claudia*, *Nova* e *Elle*), entre outras. A Abril é responsável pela publicação de mais de 350 títulos, cerca 350 milhões de revistas por ano, que chegam a aproximadamente 23 milhões de leitores.

... ela é, há muitos anos, a maior do setor. Dos 371 milhões de exemplares que circularam em 1996, 199 milhões eram seus ou de suas subsidiárias ou seja, mais de 50% do volume do mercado. Juntando-se o setor gráfico, o maior da América Latina, com o editorial, esse número subia para 70% do mercado brasileiro. Em 1995, 65,3% da verba publicitária aplicada em revistas para adultos foi para os cofres da Abril. Dos 529 títulos vendidos em banca, 200 estampavam na capa seu logotipo (a conhecida arvorezinha) ou de suas coligadas. Dos dez títulos adultos de maior circulação, nove eram seus. Isso representava por volta de 30

48 As duas revistas analisadas se enquadram na categoria: revistas de comportamento/estilo. Categoria imputada às revistas pela própria editora Abril. Mas é uma categoria comumente usada pelo mercado editorial de revistas.

milhões de leitores, dos quais 4,7 milhões eram assinantes. Como veremos, ela foi a responsável pela consolidação no mercado brasileiro de quase todos os modelos de revistas mundializados: os quadrinhos Disney, as fotonovelas, as revistas femininas, masculinas, de informação de negócio, de esportes e outras ainda mais segmentadas. Em grande parte foi a abril que modernizou, a partir dos anos 60, todo o setor em seus aspectos produtivos, gráficos e de distribuição. Através dela pode-se deslindar grande parte do desenvolvimento do mercado de revistas no Brasil. (MIRA, 2003, p.8)

Nova

A revista *Nova* foi um dos primeiros títulos estrangeiros a ser adaptado e publicado no Brasil. Ela faz parte da rede *Cosmopolitan*, título publicado em quarenta e sete edições diferentes, vinte e três idiomas e que circula em mais de 100 países. Essa é a revista feminina mais vendida no mundo, vendendo mais de 8 milhões de cópias mensais e com cerca de 36 milhões de leitores todos os meses.

O lançamento da revista ocorreu no ano de 1886 no mercado americano pela editora Schlicht & Field. Em sua primeira edição, a intenção era fazer uma revista familiar. Em 1965, a revista foi totalmente reformulada pelas mãos da editora-chefe Helen Gurley Brown, uma ex-secretária e autora do livro *Sex and the Single Girl* (O Sexo e as Solteiras), tornando-se uma revista especificamente voltada para o público feminino.

Em um cenário de pós-guerra, no qual a maioria das mulheres trabalhava fora, a *Cosmopolitan* ganhou destaque no mercado, abordando assuntos relacionados à carreira profissional e relacionamento sexual. Foi a primeira revista a tratar da *mulher moderna*, enquanto as outras publicações enfatizavam a mulher como dona de casa e esposa.

Com a crença de que os interesses e preocupações das mulheres em todas as partes do mundo eram semelhantes, a revista começou sua expansão internacional em 1972, quando lançou a edição na Inglaterra com grande sucesso. É nesse processo de

internacionalização que a revista chega ao Brasil em setembro 1973. Na época de seu lançamento, a Editora Abril fez uma pesquisa e percebeu que havia maior aceitação por um nome brasileiro e batizou a revista de *NOVA/Cosmopolitan*. Pioneira, a revista veio quebrar tabus, tratando de assuntos antes voltados apenas ao público masculino, como finanças e carreira. Um dos ingredientes fundamentais de *Nova*, nesse sentido, é o debate sobre a sexualidade feminina, afirmando o prazer sexual como um direito inalienável da mulher. “NOVA incentiva e orienta a mulher na busca pela realização pessoal e profissional. Estimula a ousadia e a coragem para enfrentar os desafios, a busca pelo prazer sem culpa e a construção da auto-estima e da autoconfiança.” (Site Editora Abril. Disponível em: <<http://publicidade.abril.com.br/homes.php?MARCA=32>> Acesso em: 01 dez. 2009)

Sua tiragem mensal é de 233.303 exemplares, sendo 124.186 assinaturas e 109.117 vendidas nas Bancas. Estima-se que um total de 1.459.000 pessoas leiam a revista todo mês⁴⁹. O conteúdo editorial de todas as edições é composto dos seguintes temas: Amor, Sexo, Vida, Trabalho, Gente Famosa, Beleza, Saúde, Moda e Estilo. Sendo beleza, moda, saúde e sexo os que têm mais destaque. (BASSANEZI, 1996; PIRES, 1998). Além de suas páginas, a revista também mantém um site oficial - <http://nova.abril.com.br/>. Nele, encontramos a edição do mês, um arquivo com edições anteriores, o Clube da Leitora (linha direta onde as leitoras dão suas opiniões, fazem perguntas, participam de enquetes), algum conteúdo exclusivo da net (vídeos, enquetes, promoções, entre outros) e os links para as redes sociais de que a revista participa – Orkut, twitter, facebook e blip.

49 Esses números são uma projeção realizada pela editora. Dados retirados do site da Editora Abril. Disponível em: <http://publicidade.abril.com.br/marcas/nova/revista/informacoes-gerais> Acesso em: 01 dez. 2009



Imagem 3.1 - Nova, janeiro de 2009:capa

As capas das revistas servem como propaganda e apresentação – trazem os assuntos privilegiados em cada edição. A Capa de *Nova* sempre traz o título da revista em letras grandes, com a ressalva de que ela é uma *COSMOPOLITAN*, na primeira perna da letra N (ver imagem 3.1). O nome fica atrás da figura principal – a garota da capa - que é sempre uma famosa – atriz, cantora, esportista, jornalista, apresentadora, celebridade – exemplos de mulheres que venceram na vida. Como já destacaram Morin (1990), Bozon (2003) e Guillebaud (1999), em tempos contemporâneos, a mulher tem que ser tudo, sua eficiência deve ir da eficiência em sua carreira até sua performance na cama – são 24 horas de trabalho por dia. É essa imagem de mulher que a revista mostra em suas páginas, daquela que consegue dar conta de todas as esferas de sua vida, seguindo suas dicas. As musas de sua capa sempre aparecem em poses sensuais com seus dotes físicos bem demarcados e, na grande maioria das vezes, seminuas. Mulheres de sucesso, com carreiras consagradas, mas suas características mais valorizadas são mesmo a beleza e a sensualidade, pelo menos é essa imagem retratada delas nas capas – *Deborah Secco é fera em sedução* (Nova, novembro de 2008, capa); *Fernanda Vasconcellos que mulherão* (Nova, fevereiro de 2009, capa); *A explosão de beleza de Angélica* (Nova, dezembro de 2008, capa); *Sabrina Sexy Sato* (Nova, agosto de 2008, capa).

Ao lado da figura dessas mulheres, encontramos as manchetes das matérias da revista (ver imagem 3.1). Importante mencionar que, em *Nova*, encontramos, em todas as edições, pelo menos uma manchete sobre sexo, uma sobre beleza e uma sobre relacionamento.

Logo ao abrir a revista, a leitora encontra uma propaganda de duas páginas (na grande maioria das edições ocupadas por propagandas de produtos de beleza) seguida pelo índice da revista (ver imagem 3.2a e 3.2b). O índice possui as seguintes seções: *CAPA*, com as manchetes da edição; *AMOR E SEXO*; *BELEZA E SAÚDE*; *VIDA E TRABALHO*; *É QUENTE, É NOVA!*, matérias com dicas de consumo; *MODA E ESTILO*; *GENTE FAMOSA*, em que geralmente encontramos uma entrevista com a garota da Capa contando sua história de vida e uma com um personagem famoso masculino e *MAIS*, na

qual encontramos notícias da redação, informações e fale conosco.

novembro 2008

160
DEBORAH AMADIO RECE

172
SEXO: RESPOSTAS NA LATA

110
O QUE VAI BEM COM JEANS

CAPA

48 A Doce Vingança
Que as Mulheres Estão Praticando contra um Traidor Com apenas um clique é possível colocar um sacana daqueles no seu devido lugar. MARCIA KÊDOLIK

144 A Moça do Café Virou Cabeleireira Top E mais duas histórias de superação inspiradoras. ANGELA SENRA

164 Especial Barriga Chapada Descubra qual o "modelo" da sua barriga e conheça a fórmula para exterminá-la. SIMONE OTA E SHÂMIA SALEM

172 Sexo: 100 Perguntas Proibidas Sobre tamanhos, sensações esquisitas, DSTs, carícias incomuns... E muitas outras encanações. FERNANDA ALLEGRETTI

AMOR E SEXO

58 Coração de Homem FERNANDA ALLEGRETTI

59 Para Ele Ler KARINA HOLLO

60 Coisas de Casal FERNANDA ALLEGRETTI

64 Sexpert DALILA MAGARIAN

126 Clube do Livro Erótico Um sedutor veneziano revela como levou aos céus uma mulher recém-casada no trecho de *Eu, Casanova, Confesso*.

130 Insegura Entre os Lençóis? Sem essa de achar que precisa eliminar indícios de celulite antes de virar um furacão sexual. Seu corpo já é capaz de deixar qualquer marmanjo babando. FERNANDA ALLEGRETTI

28
CARTEIRA PARA ATRAIR OLHARES

150 "Eu Não Gosto de Sexo Oral" O depoimento de uma leitora que, diferentemente da maioria, dispensa o lambe-lambe.

154 Pequenas Notáveis Descubra os modelos de calcinha que fazem os homens ajoelharem e agradecerem aos céus pela visão do paraíso. MARCIA KÊDOLIK

158 Teste — Casais em Xequê Descubra se você e o lindo estão mesmo em sintonia. Garantimos que vão se divertir muito!

186 7 Desmandamentos do Amor Por que você precisa quebrar regras clássicas — como demonstrar ciúme e fantasiar com o vizinho — se quiser ser mais feliz com o lindo. JULIA MOREIRA

BELEZA E SAÚDE

34 Repórter de Beleza GIULIANA CURY

72 Consulta Íntima DRA. LUCILA PIRES EVANGELISTA

76 Menos Stress DALILA MAGARIAN

78 Comer Bem Faz Bem KARINA HOLLO

82 Personal Trainer GIULIANA CURY

114 Show de Cabelo MARCO ANTONIO DE BIAGGI

122 Fim da Queda Livre Pesquisas mostram que a calvície atinge mais mulheres jovens. Informe-se para não perder a cabeleira — e a cabeça. SANDRA HIRATA

Imagem 3.2a - Nova, outubro de 2008:índice



Imagem 3.2b - Nova, outubro de 2008:índice

Após o índice, entre mais algumas páginas de propaganda, começam as matérias. A revista não é dividida por suas seções temáticas, essas apresentam matérias diversas espalhadas pelo número. Não existe uma divisão pelos temas, mas podemos observar um padrão no subsequenciamento desses. Geralmente, as matérias seguem a seguinte ordem: *BELEZA E SAÚDE*, seguida de *VIDA E TRABALHO*, *MODA E ESTILO* e *AMOR E SEXO*, com essa disposição se repetindo até o fim do número. Esse padrão é menos rígido nas páginas iniciais da revista, nas quais se concentram as matérias *menores*⁵⁰, podendo sofrer algumas alterações, com a troca ou obliteração de algum tema da ordem. Já entre as matérias *maiores*, que se iniciam lá pela página cem, o sequenciamento temático é bem rígido. O formato de cada número é bem específico. Inicia-se com o *Índice*, as *Notícias da Redação* e o *Expediente*, seguidos das matérias.

Algo que chama a atenção na revista, é que, em sua primeira parte, concentra-se uma enorme quantidade de propaganda. Como já dissemos, as primeiras páginas são anúncios e depois deles seguem o *Índice*, as *Notícias da Redação* e o *Expediente*, entremeados de mais páginas de publicidade, e só então começam as matérias *menores*. Matérias que, além de sempre estarem intercaladas por no mínimo um anúncio, em sua grande maioria são marketing composto, excetuando as escritas pelos “especialistas”, com “dicas de consumo”, que trazem listas de produtos indicados pela revista - decoração, vestuário, acessórios, produtos de beleza, livros, CDs, DVDs, maquiagem e produtos eróticos (ver imagem 3.3). Embora continuem em toda revista, sem dúvida, a maior concentração de publicidade acontece nesse início: são propagandas grandes de folha inteira ou folhas duplas, de produtos de beleza, perfumes, roupas e acessórios, de grandes marcas famosas como Vichy, Arezzo, Seda, Dior, Avon, Nívea, Dumond, entre outras.

50 Separo as matérias em dois tipos de formato, as que chamei de *menores*, com no máximo duas páginas que se concentram no início da revista. E as *maiores* com mais de duas páginas, que se concentram, aproximadamente, a partir da página 100 e que, geralmente, são as matérias de capa.



Imagem 3.3 - *Nova*, dezembro de 2008:29

A seguir, também intercaladas por páginas de propaganda, temos algumas matérias *menores* escritas pelos “especialistas colaboradores⁵¹”, que respondem dúvidas de leitoras ou dão algum ensinamento sobre diversos assuntos⁵², e que servem de transição para as matérias mais longas.

É, então, a partir da página 100 que começam as matérias *maiores*, entre essas as manchetes da capa. Como já disse, a disposição de temas é mais rígida entre essas matérias. Primeiro temos as de *BELEZA E SAÚDE*, intercaladas com as de *VIDA E TRABALHO*, seguidas pelo subseqüenciamento das de *GENTE FAMOSA* e *MODA ESTILO* e, então, chegamos as sobre *AMOR E SEXO*. Apenas uma ou outra matéria, em algumas edições, subverte essa ordem. E as propagandas aparecem em menor número, menor tamanho e geralmente como marketing composto. A revista acaba com *NOVA DE OURO*, que traz notícias, novidades e formas de contatar a redação. *ENDEREÇOS*, lista de endereços onde encontrar os produtos indicados na edição. *EDIÇÃO DE ...*, com um resumo do que a próxima revista trará. Sua página final é uma tira da *Radical Chic* de Miguel Paiva.

Como se nota, a composição e o formato da revista são bem padronizados, são o que define a revista e o que nos mostra o que é central dentro dela. A primeira centralidade que se destaca é a da propaganda e do incentivo ao consumo. Nisso, *Nova* é caracteristicamente⁵³ uma “revista feminina”, suas páginas iniciais são praticamente catálogos de compras. Além das propagandas diretas que aparecem entre uma página e outra, as matérias trazem lista de produtos, com fotos, preço e indicação de onde comprá-los, ou seja, o consumo ainda é matéria principal dentro dela. Para a *Nova mulher moderna*, o consumo também é primordial, só que agora esse privilégio não é mais

51 Sobre a relevância desses especialistas nesse tipo de revista ver discussão no segundo capítulo desta dissertação.

52 *Algumas dessas páginas: Sexpert* - sobre sexo. *Para Ele Ler* - sobre sexo e relacionamento voltadas para os homens/ companheiros das leitoras. *Coração de Homem* – em que depoimentos masculinos contam/mostram experiências, sentimentos e como eles pensam. *Coisas de Casal* - como manter o relacionamento. *Terapia de 5 minutos* - respondida pelo psiquiatra Dr. Paulo Gaudêncio. *Consulta íntima* - pela ginecologista Dra. Lucila Pires Evangelista. *Comer Bem Faz Bem. Personal Trainer. Consultor de Carreira* - escrita pelo consultor empresarial Roberto Shinyashiki. *Show de Cabelo* - escrita pelo cabeleireiro Marco Antônio de Biaggi.

53 Uma discussão mais detalhada sobre a centralidade do incentivo ao consumo dentro das revistas femininas pode ser encontrada no segundo capítulo dessa dissertação.

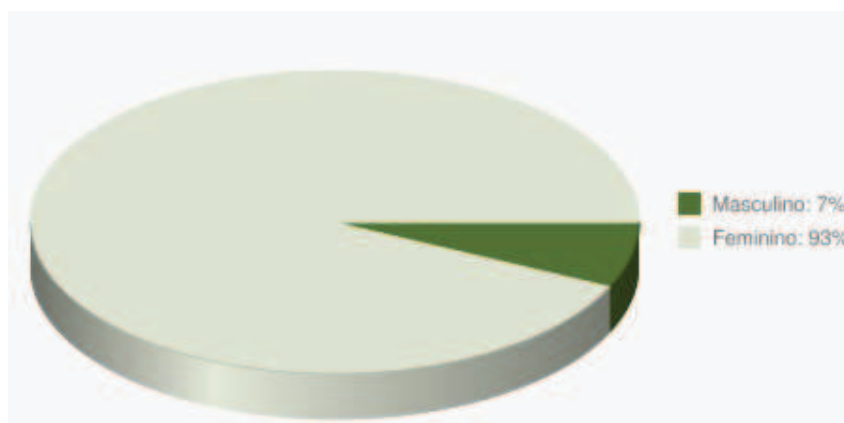
apenas dela como veremos mais abaixo.

Outra característica que temos a destacar, e que já esperávamos encontrar⁵⁴, é a centralidade da temática da sexualidade, que pode ser constatada não apenas nos destaques das manchetes de capa, mas pela maior concentração desse tipo de matéria entre as matérias *maiores*, além de entre essas serem as que possuem o maior número de páginas. Explico, existe um número maior de matérias *maiores* sobre sexo e sexualidade, além disso, se compararmos o número de páginas das matérias, vemos que essas também são as que possuem mais páginas. Enquanto as sobre outros assuntos têm em média 4 páginas, as sobre sexo têm entre 6 a 8. Consumo, cuidado pessoal e sexo, tudo junto e misturado, tornam *Nova* uma representante modelo das revistas voltadas para as *mulheres modernas*, mas quem são elas?

Quem compra a revista *Nova*?

Segundo a Editora Abril:

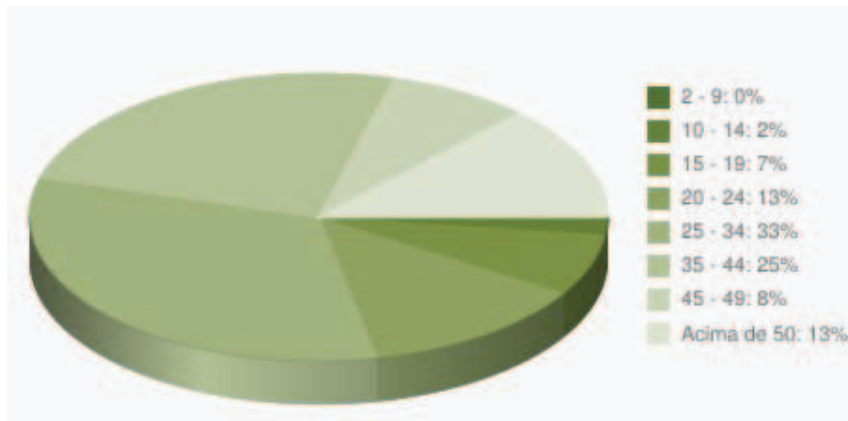
Consumidores de *Nova* por sexo⁵⁵



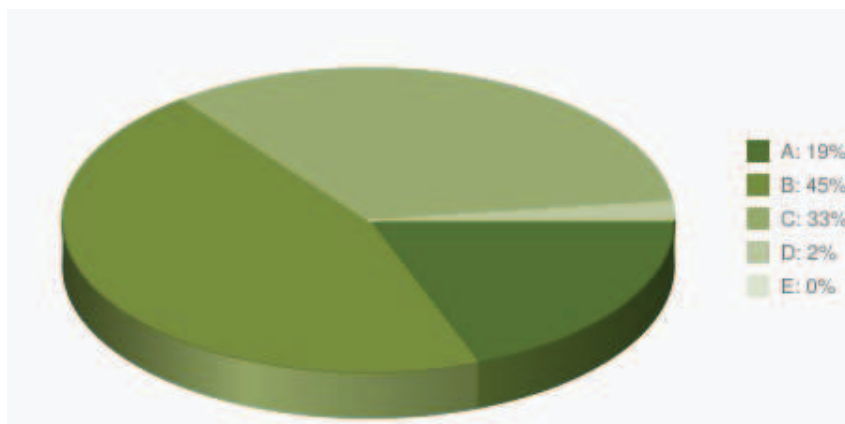
54 Uma discussão mais detalhada sobre a centralidade da temática sobre sexo dentro das revistas femininas a partir de sua *modernização*, na década de 70, pode ser encontrada no segundo capítulo dessa dissertação.

55 Dados retirados do site da Editora Abril. Disponível em:
<http://publicidade.abril.com.br/marcas/nova/revista/informacoes-gerais> Acesso em: 28 set. 2011

Consumidores de *Nova* por faixa etária⁵⁶



Consumidores de *Nova* por classe social⁵⁷



⁵⁶ Dados retirados do site da Editora Abril. Disponível em:
<http://publicidade.abril.com.br/marcas/nova/revista/informacoes-gerais> Acesso em: 28 set. 2011

⁵⁷ Dados retirados do site da Editora Abril. Disponível em:
<http://publicidade.abril.com.br/marcas/nova/revista/informacoes-gerais> Acesso em: 28 set. 2011

O público consumidor da revista é feminino, formado 93% por mulheres e apenas 7% de homens. As leitoras são em sua maioria jovens, 46% têm entre 20 e 34 anos, mas também devemos destacar que a participação da próxima faixa etária também é importante, 25% das leitoras têm entre 35 e 44 anos, ou seja, *Nova* é uma revista para mulheres entre 20 e 45 anos. Além disso, 64% mulheres de classe média e média alta, a maioria das classes A e B.

Nova é uma revista para mulheres feita por mulheres: seu expediente⁵⁸ é quase 100% feminino. No período que analiso a revista, ela possuía apenas 6 colaboradores masculinos permanentes, ou que escreviam em quase todas as edições: Dr. Paulo Gaudêncio, que responde a seção *Terapia de 5 minutos*; Roberto Shinyashiki, o *Consultor de Carreira*; Beto e Celso Cavalcanti, responsáveis por alguns editoriais de moda; e o cabeleireiro Marco Antônio de Biaggi escreve a coluna *Show de Cabelo*. O interessante é notar que os únicos homens que escrevem para a revista são “especialistas”. A figura masculina aparece sempre com o respaldo do conhecimento científico e/ou especializado de determinado assunto. Excetuando essas pequenas participações, são mulheres que fazem *Nova*, cerca de 95% das matérias de cada edição são escritas por elas. A maioria delas⁵⁹ possui curso superior completo, algumas também fizeram pós-graduação. Suas idades variam entre 20 e 45 anos, assim como a idade de suas leitoras e tiveram alguma experiência anterior em outras revistas (ou páginas online dessas) também voltadas para o público feminino, como *Cláudia*, *Marie Claire*, *Elle*, *Boa Forma*, *Gloss*, *Crescer*, entre outras⁶⁰. Podemos notar a existência de uma trajetória/circulação dessas jornalistas por diversos títulos de revistas femininas, e é através dessa circulação que essas se especializam, afirmam-se e crescem dentro de suas carreiras. O que se delineia é uma verdadeira estratégia profissional, que é adotada pela grande maioria das mulheres que

58 Expediente - Diretora de redação: Cynthia Greiner. Diretora de arte: Aline Leme. Redatora-chefe: Joyce Moysés. Editoras: Dalila Magarian, Daniela Folloni, Fernanda Allegretti, Giuliana Cury, Karina Hollo, Juliana Ali, Maina Helena Falavigna, Marcia Kédouk e Tamara Foresti. Repórter: Letícia Duarte. Editora de arte: Luciana Giansi. Estagiárias: Danielle Cruz Simões, Débora Machado, Gislene Vieira.

59 As informações sobre os profissionais de ambas as revistas foram conseguidas a través de conversas informais com esses, páginas digitais da editora que trazem algumas informações sobre seus profissionais e pelo site de relacionamento profissional - <http://br.linkedin.com>

60 Como veremos mais tarde, algumas das mulheres que fazem a *Nova* tem uma atuação importante como colaboradoras para outras revistas como *Crescer* e até para a *Men's Health*.

trabalham nesse nicho⁶¹.

Além de serem produzidas majoritariamente por mulheres, as matérias de *Nova* também são produzidas, principalmente no Brasil, pela redação brasileira. O número de matérias traduzidas de outras *Cosmopolitan* do mundo é pequeno e, geralmente, aparecem como matérias especiais. Assim, embora ligada a rede *Cosmopolitan*, a *Nova* tem uma produção bem brasileira, uma independência grande em relação à revista mãe e suas matérias, mas isso não é uma característica apenas da versão brasileira. Talvez pela longevidade do título e de suas edições internacionais, as revistas ligadas à rede *Cosmopolitan*, parecem ter uma “maior adaptação” aos lugares onde são produzidas. Embora compartilhem temas, assuntos e formato, as edições são bem diversas entre si e as matérias em sua maioria produzidas em cada país, mesmo sendo parte de uma rede, cada revista têm a “cara das mulheres” dos países em que são realizadas.

O mais interessante é notar que, no caso de *Nova*, há o que podemos chamar de replicação das mulheres que produzem, realizam a revista e do público que tentam atingir. A revista é voltada para mulheres brasileiras modernas, jovens entre seus 25 e 40, que prezam sua carreira profissional, de classe média alta, assim como a maioria das suas produtoras. Replicação que vem reforçar a estratégia discursiva da intimidade. Como vimos no capítulo anterior, é estratégia das revistas femininas criar uma pretensa relação de “intimidade” entre essas e suas leitoras. Uma relação de intimidade entre iguais, por isso mesmo, a figura masculina que fala é marcada como diferente. A fala dos homens é caracterizada como especialista e científica – racional e não sentimental. Já a das mulheres, as produtoras da revista e suas consumidoras, há ênfase na afetividade e em uma cumplicidade. As mulheres que fazem *Nova* tem a cara de *Nova*, são elas que produzem a revista, que aconselham as amigas, que dão dicas de compras, que comprem, que vendem, que são todas iguais – todas mulheres de *Nova*.

61 Só um exemplo dessa circulação: A Diretora Geral de *Nova*, nos anos que analisei, Cynthia Greiner, deixou a redação da revista e hoje é a Diretora de redação da revista *Cláudia*. Revista da qual a nova Diretora Geral de *Nova*, Monica Gailwitch era editora antes de participar da implantação da *Women's Health* no Brasil.

Men's Health

A revista *Men's Health* foi lançada em 1987, nos Estados Unidos, pela editora *Rodale*, como uma revista de serviços de saúde para homens. Essa editora, desde seu início, sempre produziu revistas voltadas para a disseminação da boa saúde e boa alimentação. Em 1942, seu primeiro título *Organic Farming and Gardening magazine* ensinava as pessoas como ter uma alimentação mais saudável através do cultivo do solo usando técnicas naturais. Mais tarde, em 1950, *Prevention* chega às bancas apresentando dicas de como as pessoas poderiam tentar prevenir doenças através de uma forma de vida mais saudável. A marca de *Prevention* era incentivar o público a ter um papel ativo na concretização e manutenção da boa saúde. A partir da década de 70, as revistas da editora começam a passar por uma reestruturação graças aos processos de *mundialização* e de segmentação do mercado. *Men's Health* é fruto dessa reestruturação e aparece como um segmento da *Prevention*. Com o slogan, “*O prazer de ser homem*”⁶² - essa revista, de estilo de vida masculino, traz em suas reportagens vários aspectos da vida de um homem: saúde, fitness, nutrição, relacionamentos, moda, viagens, carreira e finanças. Publicada em mais de 46 países, com 39 edições e 24 milhões de leitores, é a revista masculina mais vendida no mundo desde 2006. Segundo o site de sua editora mãe: “*É o instrumento fundamental para o homem que busca qualidade de vida e equilíbrio entre trabalho e vida pessoal*”⁶³.

No Brasil, sua primeira edição foi em 02 de maio de 2006 e, assim como *Nova*, é uma revista de tiragem mensal. Segundo sua editora nacional, “*MEN'S HEALTH é uma revista de estilo vida, que trata, de forma prática e ao mesmo tempo científica, dos temas para o bem estar do homem moderno como saúde, fitness, nutrição, relacionamento, estilo, tecnologia e carreira.*” (Site Editora Abril. Disponível em: <<http://publicidade.abril.com.br/homes.php?MARCA=71>> Acesso em: 01 dez. 2009) Aqui o temário é absolutamente o mesmo. Sendo fitness e sexo os que ganham mais destaque, ou seja, têm maior número de matérias. Sua tiragem mensal é de 188.085 exemplares, sendo 62.324 assinaturas e 51.917 vendidas nas Bancas. Estima-se que, no

62 Dados retirados do site da Editora Rodale. Disponível em: <http://www.rodaleinc.com/brand/mens-health>
Acesso em: 29 set. 2011

63 Dados retirados do site da Editora Rodale. Disponível em: <http://www.rodaleinc.com/brand/mens-health>
Acesso em: 29 set. 2011

total, 369.000 pessoas leiam a revista todo mês⁶⁴. *Men's Health* também possui um site oficial, além da revista impressa - <http://menshealth.abril.com.br/>. Nele, encontramos a edição do mês, alguns arquivos de matérias anteriores separados pelos assuntos acima, algum conteúdo exclusivo feito para a internet e os links para as redes sociais de que a revista participa – twitter, facebook e RSS. O formato do site das duas revistas na internet é praticamente o mesmo, seguindo um padrão que é internacional e adotado por um grande número empresas do mercado editorial de revistas.

A capa de *Men's Health* sempre traz o título da revista em letras grandes, com a bandeira do Brasil em cima do *h* (ver imagem 3.4) ressaltando que essa é a edição Brasileira. O nome fica atrás da figura principal da capa, um homem musculoso, sempre sem camisa, com um abdome definido, braços fortes e peitoral musculoso, ao lado de uma manchete que promete - *A dieta do abdome* (*Men's Health*, agosto de 2008, capa); *Perca peso na boa com ou sem academia* (*Men's Health*, março de 2009, capa); *Tenha um corpo nota 10. Treine só com 8 exercícios* (*Men's Health*, setembro de 2008, capa). Outra imagem corporal que aparece na capa é um corpo feminino – sempre de lingerie ou nua em poses sensuais e rodeado de expressões como: *Sexo explosivo A química que faz você transar mais* (*Men's Health*, fevereiro de 2009, capa); *Sexo à vista! Ela se veste para pegar você* (*Men's Health*, outubro de 2008, capa); *Vire “o cara” da vida dela 41 truques safados para curtir a dois!* (*Men's Health*, junho de 2008, capa). E em meio a essas imagens, encontramos as manchetes das matérias da revista (ver imagem 3.4). Na capa de todas edições, encontramos, pelo menos, uma indicação de matéria sobre sexo, uma sobre fitness e uma sobre saúde.

⁶⁴ Esses números são uma projeção realizada pela editora. Dados retirados do site da Editora Abril. Disponível em: <http://publicidade.abril.com.br/marcas/menshealth/revista/informacoes-gerais>. Acesso em: 01 dez. 2009

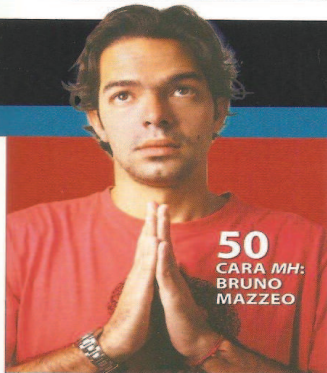


Imagem 3.4 - *Men's Health*, abril de 2009:capa



Imagem 3.5a - Men's Health, outubro de 2008:índice

OUTUBRO



50
CARA MH:
BRUNO
MAZZEO

FITNESS

32 Ganhe fôlego e muque no spinning
Queime 700 calorias no pedal

38 Suplemento? Demais engorda
Inspire-se em quem ganhou massa corretamente

58 Arrume a postura em 1 minuto
Teste a sua e ganhe equilíbrio

145 Foco, cara, foco!
Você pode malhar mais

SAÚDE

34 Você entende o rotulês?
Foi difícil, mas deciframos as embalagens dos remédios

60 Esqueleto duro na queda
Alimentação equilibrada resolve

NUTRIÇÃO

36 O verde que satisfaz!
Os vegetais e seus efeitos especiais

62 Superalimentos? Yes!
O cardápio mais poderoso depois do menu ideal

82 Almoço cru
Grandes pratos, longe do fogão



124
GAROTA MH:
DIANA BOUTH

SEXO

28 Fique quieto na cama...
... e outros truques que vão deixá-la soltinha, soltinha

44 O xaveco que não falha
Saiba o que dizer na hora de mostrar seu potencial

54 Tchau, tédio!
Idéias para você tirar a monotonia da cama do casal

144 Não caia na rede
Sexo de verdade é mais legal que o virtual!

VISUAL

140 Não tem tempo ruim
Relógios esportivos que vão bem da academia ao trampo

CABEÇA DE HOMEM

42 O eletrônico ideal!
Há tecnologia certa para você

48 O pop de longo alcance de Paul Weller
E outros CDs, DVDs e livros

76 Que nhaca!
Fuja das leseiras do cotidiano

126 Só para adultos
Você já cresceu. Malcriado!

142 Já para fora!
Tralhas de aventura para você babar

SEMPRE NA MEN'S HEALTH

12 Carta do Editor Confie no seu talco

16 Nossos consultores
Médicos e especialistas que orientam nosso trabalho e nos ajudam a transformar sua vida

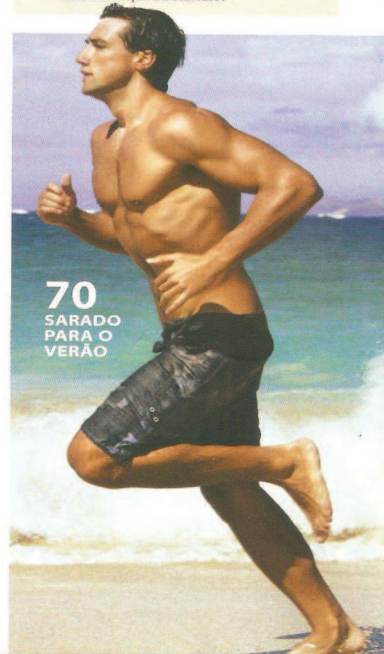
18 Diga pra gente
Críticas, elogios e sugestões para *Men's Health*

21 Gil, o garçom
Nosso terapeuta de boteco, sobre mulheres, emprego e outras coisas que dão trabalho

24 Pergunte à Men's Health
De unha encravada a dor-de-cotovelo, os especialistas têm as respostas

25 Pergunte à vizinha
A verdade nua e crua sobre as mulheres

146 Na ponta do lápis
Moto: curtição ou suicídio?



70
SARADO
PARA O
VERÃO

NA CAPA: FOTÓGRAFO VAN BERGER | PRODUÇÃO MANOELA FIGUEIREDO | MAQUIADOR JORGE ABREU | MODELO HENRIQUE GIACCHETTO (WAY MODELS) | MODELO VESTE CAMISETA FORCUTY E JEANS MANDI | DETALHE STOCKPOT

Imagem 3.5b - *Men's Health*, outubro de 2008:índice

O formato das duas revistas é bem parecido, segue um padrão encontrado nas revistas de entretenimento da editora que as publica: com matérias *menores* iniciando a revista e as *maiores* se concentrando do meio para o fim, neste caso iniciando-se, aproximadamente, a partir da página 50. *Men's Health* também não é dividida pelas suas seções temáticas, apresentando as matérias diversamente distribuídas em cada número, mas também podemos observar um subsequenciamento dos temas. A sequência desses difere de uma revista para outra, sendo mais rígida na revista masculina. Nela, as matérias sobre sexo são seguidas pelas de fitness, saúde e nutrição; as sobre carreira, viagens, entrevistas com famosos e outros, sempre são encaixadas no fim dessa sequência. Além disso, as sobre estilo, com informações e editoriais de moda, cuidados pessoais, cosméticos e gadgets se concentram no fim da revista.

Assim como em *Nova*, ao abrir a revista encontramos duas páginas de propaganda, em seguida vem o Sumário (ver imagem 3.5a e 3.5b) que traz as seções: *MATÉRIAS DE CAPA*, com as manchetes da edição; *FITNESS*; *SAÚDE*; *NUTRIÇÃO*; *SEXO*; *VISUAL*, com dicas de cuidados pessoais e moda; *CABEÇA DE HOMEM*, com matérias sobre comportamento e conselhos para viver bem e *SEMPRE NA MEN'S HEALTH*, com as colunas de respostas de dúvidas ou opinião de leitores que estão em todas as edições. Depois, *A Carta do Editor*, por Airton Seligman, com o conteúdo da edição do mês. Diferente de *Nova*, duas páginas também podem ser destacadas nesse início da revista: *A Colaboradores*, com o nome de jornalistas, ilustradores, editores, ou seja, pessoas que trabalham no meio editorial, que participaram desse número, e *a Nossos Consultores* (ver imagem 3.6), com especialistas que atuaram nessa edição, *Os convidados do mês*, e os que participam em todas os números da revista, *NOSSOS ESPECIALISTAS*. Como veremos a seguir, o destaque dado a essas personagens diz muito sobre a revista.

Nossos consultores

Os convidados do mês



Mara Pusch

Psicóloga especialista em sexualidade da Universidade Federal de São Paulo (Unifesp), Mara estuda de tudo um pouco – até a influência da moda no comportamento – para melhorar a autoestima dos pacientes. Nesta edição, ela colaborou com a reportagem *Acerte no Primeiro Encontro*. Vá para a página 36 e se dê bem.

DICA DA ESPECIALISTA: “Para ganhar pontos, ao buscá-la em casa, diga: ‘Você está linda’. Essas palavrinhas mágicas levam toda mulher ao céu. Para garantir o segundo encontro, não deixe para a despedida. Durante a noite, sugira: ‘Que tal um cineminha no sábado?’ Defina o programa e a data para que não pareça um convite vago”.

Regina Biasoli

Com uma amostra de sangue é possível fazer 3 mil exames sobre sua saúde. Mas, como parte de uma rotina de saúde, você só precisa se concentrar em alguns marcadores básicos. É o que a hematologista Regina Biasoli, consultora da Diagnósticos da América (Dasa) e médica credenciada do Hospital Albert Einstein (SP), explica na matéria *O Exame Sangue Bom* (pág. 42).



Ivan Mário Braun

Em *Não Faça como Keith Richards*, você vai conhecer as loucuras dos roqueiros que sobreviveram aos anos 60 e 70. O psiquiatra Ivan Mário Braun, da USP, nos ajudou falando dos efeitos nefastos do cigarro, das noites em claro e das drogas (aliás, sexo e rock'n'roll só fazem bem). A partir da pág. 60, o especialista ensina como ter uma vida a mil sem os estragos dos excessos.

NOSSOS ESPECIALISTAS

CARDIOLOGIA

Mário Maranhão

Cardiologista, professor da UFPR, fundador do Instituto Qualivita.

CIRURGIA PLÁSTICA

Alan Landecker

Cirurgião, membro da Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica e da Sociedade Internacional de Cirurgia Plástica Estética.

DERMATOLOGIA

Luciane Scattone

Mestra pela Faculdade de Medicina da USP, membro da Sociedade Brasileira de Dermatologia, de Laser e da Academia Americana de Dermatologia.

Marcus Maia

Dermatologista e professor da Faculdade de Medicina da Santa Casa, em São Paulo.

ORTOPEDIA

Eduardo Barros Puertas

Professor-doutor, associado livre-docente e chefe do Grupo de Coluna do Departamento de Ortopedia e Traumatologia da Unifesp.

Rene Jorge Abdalla

Coordenador científico do Centro de Traumatologia do Esporte do Departamento de Ortopedia e Traumatologia da Unifesp e diretor do Centro de Ortopedia e Reabilitação do Esporte do HCor, em São Paulo.

SEXO E SAÚDE MENTAL

Carlos Eduardo Corrion V. de Oliveira

Psiquiatra, membro da Associação Brasileira de Estudos sobre a Impotência.

Carmila Abdo

Psiquiatra, livre-docente da Faculdade de Medicina da USP e coordenadora do Projeto Sexualidade do Hospital das Clínicas (SP).

Jussania Oliveira

Psicóloga e terapeuta sexual, docente da Sociedade Brasileira de Sexualidade Humana e da Faculdade de Medicina do ABC (SP).

Maria Helena Vilela

Educadora sexual e diretora do Instituto Kaplan de Sexualidade, em São Paulo.

ENDOCRINOLOGIA

Márcio Mancini

Presidente da Associação Brasileira para o Estudo da Obesidade e da Síndrome Metabólica.

Tércio Rocha

Endocrinologista, membro da Sociedade Brasileira de Medicina Antienvelhecimento e consultor da Academia de Medicina Estética.

FISIOLOGIA DO ESPORTE

Carlos Eduardo Negrão

Professor titular da Escola de Educação Física e Esporte da USP e diretor da Unidade de Reabilitação Cardiovascular e Fisiologia do Exercício do InCor, em São Paulo.

UROLOGIA

Celso Gromatzky

Diretor da Sociedade Brasileira de Urologia, professor da Faculdade de Medicina do ABC e médico do Hospital Sirio-Libanês, em São Paulo.

Paulo Egydio

Urologista do Hospital das Clínicas e do Hospital Albert Einstein, em São Paulo.

OTORRINOLARINGOLOGIA

Paulo Emmanuel Riskalla

Professor do Departamento de Otorrinolaringologia e Cirurgia da Cabeça e Pescoço da Unifesp.

MEDICINA ESPORTIVA

Turibio Leite de Barros

Doutor em fisiologia do exercício pela USP e responsável pelo Setor de Fisiologia do Exercício do Departamento de Futebol Profissional do São Paulo Futebol Clube.

Wagner Castropil

Membro titular da Sociedade Internacional de Medicina Esportiva. Responsável pelos departamentos de medicina esportiva do Esporte Clube Pinheiros e da Confederação Brasileira de Judo.

CLÍNICA-GERAL

José Carlos Campos Velho

Clinico e geriatra dos hospitais Beneficência Portuguesa e Santa Catarina, em São Paulo.

Silvio Donatangelo

Clinico-geral do Hospital Sirio-Libanês.

GASTROENTEROLOGIA

Eduardo André

Doutor em gastroenterologia pela FMUSP e membro internacional da Associação Americana de Gastroenterologia.

NUTRIÇÃO

Heloisa Guarita

Nutricionista consultora da equipe de remo do Esporte Clube Pinheiros, do Clube Esportivo e diretora da RG Nutri, em São Paulo.

Tânia Rodrigues

Nutricionista e diretora da RG Nutri e professora convidada dos cursos de pós-graduação da USP e da Unifesp.

HOMEOPATIA E

MEDICINA ALTERNATIVA

Flávio Dantas

Professor titular da Universidade Federal de Uberlândia (MG) e vice-presidente da Associação Médica Brasileira de Acupuntura.

ESTÉTICA

Valcínir Badin

Dermatologista, presidente da Sociedade Brasileira de Medicina Estética e da Sociedade Brasileira para Estudos do Cabelo.

FOTOS: ANDRÉ GUERREIRA

As matérias *menores na Men's Health* trazem dicas e informações sobre diversos temas e estão sempre intercaladas por páginas de propagandas, sendo, a maior parte delas de vestuário, produtos cosméticos, bebidas e automóveis: Ellus, Individual, Gillette, Clear, Dudalina, Dior, Wols, Skol, entre outros. Mas existem diferenças dessas matérias das páginas iniciais das de *Nova*. Na revista feminina, essas matérias, em sua grande maioria, são escritas por repórteres/editoras da redação, em *Men's Health*, há uma maior participação dos especialistas e consultores (ver imagem 3.6). Quase em 100% dessas páginas traz pelo menos uma coluna escrita por um desses especialistas convidados⁶⁵. Além disso, a propaganda também aparece em menor volume. Dificilmente, mais de uma página dessas separam as matérias, e não encontrei nelas, como em *Nova* (ver imagem 3.3), matérias que são listas de indicação de produtos.

A partir da página 50, começam as matérias *maiores*, que trazem as manchetes da capa e seguem a disposição temática descrita acima. A propaganda direta também diminui, assim como em *Nova*, entre as páginas dessas matérias, dando lugar ao marketing composto. Fitness, nutrição e sexo são os temas centrais da revista, concentram o maior número de matérias e as matérias mais longas também. Toda edição da revista traz um poster com uma série de exercícios – *Seu Programa* – que deve ser inserida a treinamento físico diário do leitor. Esse poster demarca o meio da revista, depois dele temos mais uma sequência de matérias temáticas e, então, começam os editoriais. Como já dissemos acima, no início da revista, nas matérias *menores*, não vemos como em *Nova*, as listas de compras indicadas pela revista. A *Men's Health* concentra no final de cada número – nos editoriais de Estilo (ver imagem 3.7) – o marketing composto que apresenta verdadeiros catálogos de moda, gadgets, perfumaria, cosméticos, coisas para casa. A propaganda se concentra nessas páginas, que diferente da revista feminina, são bem maiores – em média um editorial possui 8 páginas. Não é só o número de páginas que é diferente, a forma como esses produtos aparecem também. Em *Nova* (ver imagem 3.3), temos o nome do produto, o preço e, em alguns casos, uma

⁶⁵ Esses especialistas são muito importantes na composição da revista, porque em *Men's Health* o discurso científico deve ficar muito mais claro e aparente, ele está presente até em como a revista é definida por sua editora nacional, “MEN'S HEALTH é uma revista de estilo vida, que trata, de forma prática e ao mesmo tempo **científica**, dos temas para o bem estar do homem moderno como saúde, fitness, nutrição, relacionamento, estilo, tecnologia e carreira.” (Site Editora Abril. Disponível em: <<http://publicidade.abril.com.br/homes.php?MARCA=71>> Acesso em : 01 dez. 2009)

pequena explicação de suas propriedades. Já em *Men's Health* (ver imagem 3.7), além do nome e do preço, temos uma quantidade muito maior de informações sobre cada produto, e uma explicação de porque, como e quando tê-lo ou usá-lo. Ao meu ver, uma espécie de lógica pedagógica a partir da presunção de que as mulheres já estão acostumadas com o consumo⁶⁶ e os homens ainda têm muito que aprender. Na revista feminina, os produtos, muitas vezes, aparecem apenas como imagens pipocadas no meio das matérias; na masculina, isso nunca acontece. Embora o incentivo ao consumo tenha também ganhado as páginas das revistas masculinas, seus leitores ainda precisam ser ensinados, convencidos, levados a esses consumos, pelo menos mais enfaticamente do que as mulheres. Mas quem são esses homens que devem ser convencidos?

66 Uma discussão mais detalhada sobre a centralidade do incentivo ao consumo dentro das revistas femininas pode ser encontrada no segundo capítulo dessa dissertação.

NÉCESSAIRE ESSENCIAL

Tenha sempre seu kit de cuidados pessoais por perto. Ele pode salvar sua vida quando o desodorante vencer

Por Manoela Figueiredo Fotos Jair Magni



Situação 1: você acaba de treinar e percebe que não tem sabonete para o banho. Situação 2: você almoça na firma e esquece de levar a escova de dente. Situação 3: você chega ao hotel e se lembra de que não levou perfume nem hidratante. Você se reconhece nas cenas acima? Saiba que um nécessaire bem equipado resolveria seus problemas. Aqui, montamos três opções: para levar na viagem, para deixar no escritório e para usar na academia. Copie nossas idéias!

PARA A VIAGEM

Viajante esperto não depende de amostras de hotel para fazer sua higiene. Ele garante a pele com produtos que conhece. Faça o mesmo. Leve de casa um nécessaire grande, com várias divisões e coloque tudo aquilo que você usa para ficar em ordem: barbeador, xampu, desodorante, perfume, protetor solar, camisinha, cortador de unha e pente. Inclua também remédios que pode precisar. Lembre-se de que no exterior não é possível comprar uma série de medicamentos sem receita médica. **Nécessaire Track&Field 77 REAIS**

O QUE PASSA POR DENTRO



VIAGEM

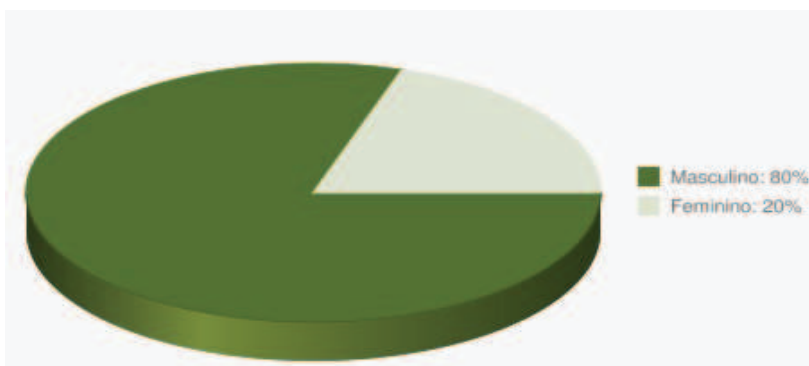
- 1 **Fluido Protetor Hidratante** Natura Fotoequilíbrio Esporte FPS30 (125 ml) **38,50 REAIS**
- 2 **Loção pós-barba** Gillette Series Arctic Ice (100 ml) **19,50 REAIS**
- 3 **Loção Hidratante** Shiseido Men (150 ml) **148 REAIS**
- 4 **Sabonete líquido** New Care, Mantecorp (200 ml) **5,81 REAIS**
- 5 **Barbeador** Philips **499 REAIS**
- 6 **Perfume** Montblanc Exceptionnel (50 ml) **226 REAIS**

- 7 **Desodorante** Vichy Homme (50 ml) **40,90 REAIS**
- 8 **Escova de dente** Kess Color **2,50 REAIS**
- 9 **Pasta de dente** Crest **5,99 REAIS**
- 10 **Pente** Ricca **3,50 REAIS**
- 11 **Camisinha** Jontex Sensation **2,88 REAIS**
- 12 **Cortador de unha** Mundial **5,10 REAIS**
- 13 **Fio dental** Clean Paste Tartar Control Reach **6,40 REAIS**
- 14 **Enxaguante bucal** Colgate Plax Ice (60 ml) **1,99 REAL**

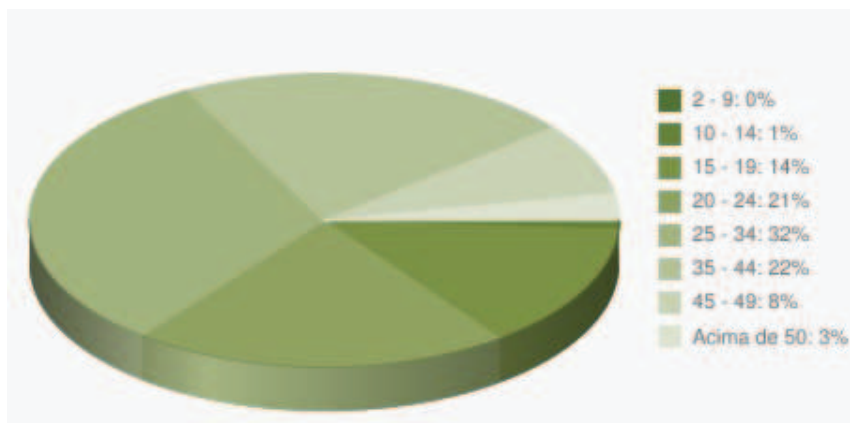
Quem compra a revista *Men's Health*?

Segundo a Editora Abril:

Consumidores de *Men's Health* por sexo⁶⁷



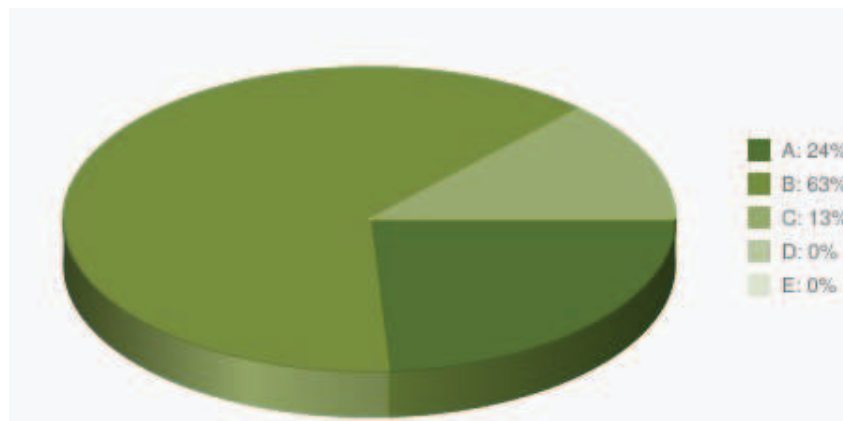
Consumidores de *Men's Health* por faixa etária⁶⁸



67 Dados retirados do site da Editora Abril. Disponível em: <http://publicidade.abril.com.br/marcas/nova/revista/informacoes-gerais> Acesso em: 28 set. 2011

68 Dados retirados do site da Editora Abril. Disponível em: <http://publicidade.abril.com.br/marcas/nova/revista/informacoes-gerais> Acesso em: 28 set. 2011

Consumidores de *Men's Health* por classe social⁶⁹



O público da revista é em sua maioria masculino, 80% são homens, mas é interessante notar que a porcentagem de leitoras é bem razoável, 20%. Em *Nova*, apenas 7% do público é de homens. Os leitores são em sua maioria jovens, 53% têm entre 20 e 34 anos, a concentração nessa faixa etária também é maior do que a da revista feminina. Além de uma grande participação até os 44 com mais 22% - um total de 75% de consumidores está nessa faixa entre os 20 e 45 anos. A grande maioria, 63%, pertence à classe B, com mais 24% da classe A, temos um total de 87% dos leitores nessas duas classes. Comparando com a *Nova*, vemos que as leitoras se espalham mais entre as outras classes, pois as pertencentes a essas duas somam 64%, quase o mesmo número de leitores só da classe B.

Men's Health se diferencia de *Nova*, pois a revista não é feita exclusivamente por

⁶⁹ Dados retirados do site da Editora Abril. Disponível em: <http://publicidade.abril.com.br/marcas/nova/revista/informacoes-gerais> Acesso em: 28 set. 2011

homens. Seu expediente⁷⁰ fixo, no período em que analisamos as duas revistas, era menor e mais unissex: a maior parte do expediente é composta de homens, mas encontramos mulheres entre os editores menores, repórteres e estagiários. Os editores principais são homens entre 45 anos, com nível superior e vasta experiência em outras revistas masculinas. O diretor da redação, por exemplo, já havia passado por *Playboy* e *Vip*. Os editores menores, repórteres e estagiários, em sua maioria, também possuem nível superior, mas são mais jovens, em média 30 anos, e sua experiência se dá em revistas de gêneros diferentes, por exemplo, para crianças, de esporte radicais, informativas e até femininas – *Crescer*, *Veja*, *Recreio*. Além disso, como o expediente é pequeno, os colaboradores tem um papel muito importante dentro da revista, muito maior do que em *Nova*. E o interessante é notar que, apesar de não fazerem parte do expediente, alguns colaboradores participam de quase todos os números. E mais interessante ainda é que cerca de 80% dos colaboradores são mulheres, em sua maioria, mulheres de *Nova*⁷¹. Dessa forma, os produtores da revista formam um grupo bem unissex, seu diretor e editor de arte (os chefes da redação) são homens, mas grande parte das matérias é escrita por colaboradores, que são, na maioria, mulheres. Podemos dizer que há uma “divisão sexual por assunto”, os homens são responsáveis pelas matérias que trazem séries de exercícios, algumas que falam de sexo, e aquelas que indicam gadgets e eletroeletrônicos. Já as mulheres escrevem sobre saúde, beleza e moda.

Por essa divisão sexual de temas, as mulheres são as responsáveis pelos “novos assuntos masculinos”, pois já possuem know-how. São elas que devem apresentar/ensinar os homens ao consumo, ao cuidado pessoal, a moda. Além disso, essa maior participação feminina também traz para *Men’s Health* uma conotação de “intimidade”. No lançamento da revista, o Diretor da revista, Airton Seligman, em uma entrevista ressalta que uma das novidades da revista é seu *tom*: “A revista fala com o leitor de igual para igual, como se fosse um amigo do leitor. Ou seja, se você vai num

70 Expediente - Diretor de redação: Airton Seligman. Editor de arte: Douglas Rodrigues José. Editores: Rachel Campello e Wilson Weigl. Repórter: Bruno Favoretto. Estagiários: João Victor Franco e Paulo Silva Júnior. Colaboradores (que participam em quase todas as edições): Gabi Comis, Renata Rode, Regina Mioni, Yara Achôa, Marcia di Domenico, Sofia Solves, Lucila Diniz, Cristina Arcangeli, Fernanda Allegreti, Daniela Hirsch, entre outros.

71 A maioria das colaboradoras de *Men’s Health* são repórteres, editoras e também colaboradoras da revista *Nova*.

bar, você quer dicas de um amigo (...) Esse é o tom que a revista vai se dirigir ao leitor. Vai ser uma coisa de igual para igual, dica de amigo...”⁷² É esse *tom* que as mulheres colaboradoras emprestam para as revistas, graças a seus anos de experiência nas revistas femininas. Embora não aja uma réplica produtor/consumidor produzindo uma intimidade como em *Nova*, esse *tom* também é central em *Men’s Health*. Tanto que muitos dos repórteres masculinos do expediente, também tiveram uma experiência de trabalho anterior em revistas voltadas para mulheres, como *Crescer* e *Nova*, por exemplo.

As dicas de um amigo: “... mas sem desautorizar a informação científica que está que está subjacente nessa informação.”⁷³ Na mesma entrevista, Airton Seligman deixa claro que, embora o *tom* seja amigável, a informação continua sendo científica, racional. Essa é outra diferença entre as duas revistas: em *Men’s Health*, a *informação científica* é central, há em toda a revista uma afirmação da informação enquanto verdade científica. Graças a isso, os especialistas têm um papel importante dentro dela, além de participações nas matérias com afirmações que fornecem o conhecimento especializado, toda edição traz uma página com nomes e “currículos” desses especialistas (ver imagem 3.6). A pretensa idéia de que os homens são mais racionais pauta essa postura da revista, cuja informação sempre deve estar respaldada pelo saber acadêmico.

Como podemos notar, existem várias semelhanças entre as duas revistas, perfil do público, embora sejam de sexos diferentes, o formato, assuntos e temas e seu expediente. Mas por traz dessa semelhança, encontramos diferenças bem marcantes. As mulheres ainda são as “consumidoras por natureza”, enquanto os homens ainda estão aprendendo. A propaganda é mais abundante e presente de formas mais diversas em *Nova* do que em *Men’s Health*. Para elas, apenas a indicação do produto que, muitas vezes, apenas pipocam em algum canto das páginas, já funciona. Já eles precisam de mais explicações, para que servem, porque devem comprar, como usá-los. Mesmo os produtos com que esses já estão acostumados como gadgets e automotivos, são apresentados pela revista da mesma forma, tudo muito bem explicado.

72 Dados retirados de: <http://www.portaldapropaganda.com/vitrine/tvportal/2006/03/0034?data=2006/03>
Acesso em: 28 set. 2011

73 Dados retirados de: <http://www.portaldapropaganda.com/vitrine/tvportal/2006/03/0034?data=2006/03>
Acesso em: 28 set. 2011

As mulheres, além de consumidoras, são também mais emotivas. Fica bem claro que as duas revistas ainda funcionam um pouco através da idéia do senso-comum da pretensa maior racionalidade masculina. Na revista feminina, há menos especialistas e mais depoentes pessoais. Graças a essa emotividade, as mulheres acreditariam mais nas histórias e palavras de pessoas comuns, enquanto que para os homens haveria sempre a necessidade do referendo científico. A pessoalidade enquanto estratégia narrativa de venda ou *tom* é adotada pelas duas revistas. As revistas têm a pretensão de ser uma voz amiga para seus leitores. Mas enquanto em *Nova* isso não precisa ser justificado ou explicado, em *Men's Health* há sempre a ressalva de que apesar do *tom* mais informal ou pessoal a informação é sempre científica. Esse senso-comum, de que a emotividade é preferencialmente feminina, funciona tanto que quem imprime nas duas revistas essa pretensa intimidade são as vozes femininas – *Mulheres de Nova* – as repórteres e colaboradoras que escrevem para as duas revistas.

Além disso, embora as duas revistas tragam imagens corpóreas erotizadas/fetichizadas⁷⁴, as imagens de *Men's Health* são claramente mais evocativas, as posições e o vestuário que aparecem nas imagens de corpos femininos seguem mesmo o estilo das revistas de nu masculino, explicitamente expondo o sexo. Em *Nova*, os corpos erotizados/fetichizados também chamam atenção, mas menos explicitamente. Nela, apenas algumas matérias sobre sexo trazem imagens mais explícitas, e nunca de corpos masculinos se oferecendo, geralmente, de um casal imitando uma carícia. O mais interessante é notar que o que torna as imagens de *Men's Health*, digamos assim, mais explícitas ainda do que as de *Nova*, é que as da primeira revista sempre são fotografias, enquanto que da segunda, na maioria das vezes, desenhos. Assim como os homens ainda estão aprendendo o consumo, parece-me que isso demonstra que as mulheres também estão sendo ensinadas a aceitar imagens mais erotizadas/fetichizadas.

Parecidas, mas nem tanto assim, será que encontraremos o erotismo politicamente correto disseminados em suas seções de sexo? Será que as diferenças que demarcam a diferença de gênero das revistas também são responsáveis por uma diferente apropriação e disseminação desse tipo de erotismo? É o que veremos no próximo capítulo.

⁷⁴ A discussão mais aprofundada sobre a erotização/fetichização das imagens nas revistas pode ser encontrada no segundo capítulo dessa dissertação.

Capítulo 4 – O erotismo politicamente correto nas revistas

Nova e *Men's Health* ensinam em suas páginas como ter uma vida sexual ativa e satisfatória, dando especial ênfase às matérias que tratam desse tema. Buitoni (1980), Sarti e Moraes (1980), Bassanezi (1992), entre outros, já mostraram como a partir da década de 60 as revistas femininas e masculinas passam a ter o sexo como assunto principal: primeiro de uma forma mais romantizada, através de depoimentos pessoais e histórias de “relacionamentos verdadeiros” nas femininas, e através de imagens erotizadas de mulheres nas masculinas. Mais tarde, a partir da década de 90, de uma forma mais “científica” e de “auto-ajuda” em ambas. Essas seções de sexo dizem o que homens e mulheres devem fazer entre quatro paredes. Mas quais as convenções e práticas sexuais mobilizadas por elas? O que se pode falar ou não sobre sexo nessas revistas? Elas seriam disseminadoras do sexo politicamente correto (GREGORI, 2010)?

Judith Butler (2003) afirma que na *matriz de inteligibilidade cultural* que nos orienta, um determinado sexo exprime um determinado gênero, esse gênero exprime um desejo pelo sexo oposto, e cada sexo tem práticas/hábitos sexuais específicos. Ou seja, na nossa lógica de sexualidade, ter uma vagina implicaria em ser mulher que deve desejar um homem e ter uma atitude passiva. Já ter um pênis indicaria o homem e o desejo por mulheres em uma conduta sexual ativa. Gagnon (2006) também ressalta que na maioria das sociedades o comportamento sexual dos indivíduos tende a ser segmentado por gênero. É essa dicotomia, segundo Loyola (1998) e Heilborn (2006), que informa e organiza nosso sistema sexual⁷⁵. Segundo Heilborn (2006) para as mulheres brasileiras, ainda hoje, predominaria a posição de passividade de objetos de conquista dos homens.

A cultura sexual brasileira é marcada fortemente por uma categorização de gênero que reserva contrastivamente atitudes e qualidades para cada um dos sexos. Desse modo, masculinidade e atividade estão associadas, por oposição a feminilidade e passividade.

75 O termo sistema sexual deriva da noção de Rubin (1992) de sistema sexo/gênero, e essas autoras o empregam de modo a assinalar aquilo que caracteriza, em termos culturais e específicos, o comportamento sexual das populações que investigam.

Embora essa dicotomia ainda informe e produza significados e prazeres, as últimas décadas trouxeram grandes mudanças para as convenções e práticas sexuais vigentes, como já mostraram Bozon (2003), Giddens(1993) e Gregori (2003b). Gregori (2010) destaca que a disseminação do erotismo politicamente correto revela um processo de mudança provocado por um conjunto complexo de fatores que permitem novas práticas, novas sexualidades, novas possibilidades que de alguma forma diluem, brincam, modificam essa dicotomia. Meu objetivo nesse capítulo é analisar as seções de sexo de *Nova* e *Men's Health* para observar se elas são disseminadoras desse erotismo politicamente correto, dessas novas possibilidades.

Até a década de 60, no modo como se segmentavam os gêneros no que se refere ao comportamento sexual, sexo era uma atividade masculina, enquanto o amor/casamento fazia parte das prescrições relacionadas ao desejo feminino. O modelo predominante previa que uma mulher deveria almejar uma vida conjugal tranqüila e para isso ela devia saber como cuidar da casa, dos filhos e do marido. Carla Bassanezi (1996), em sua análise da revista *Claudia* de 1945 à 1964, mostra que nesse período a felicidade matrimonial era o tema mais importante das revistas femininas. Elas se constituíam como espécies manuais de conduta de como se tornar uma boa mulher – esposa, “O amor entre os cônjuges é considerado um ingrediente importante, mas não o suficiente para garantir um “casamento harmonioso”.(BASSANEZI, 1996, p.112) A “mulher ideal” afirmada por *Claudia* e por outras revistas da época (BUITONI, 1990 ; BASSANEZI, 1996) era a boa mãe e esposa, que cuidava de seu lar e fazia tudo para manter seu casamento e a boa moral familiar.

Os tempos mudaram, as mulheres passam a marcar presença nos espaços públicos, a disputar espaços dentro do mercado de trabalho e conseguir sua autonomia financeira. Além disso, a disseminação dos métodos anticoncepcionais e o advento da sexualidade plástica (GIDDENS,1993), são responsáveis pela “revolução sexual” que permite às mulheres uma vida sexual desvinculada da procriação e a busca exclusiva do prazer. As mulheres esperam receber e proporcionar prazer sexual, e uma vida sexual compensadora passou a ser um requisito necessário para um casamento satisfatório. “A

reivindicação do prazer sexual feminino veio a se transformar em um elemento básico da reconstituição da intimidade, uma emancipação tão importante quanto qualquer outra buscada na esfera pública.”(GIDDENS, 1993, p.196). “A sexualidade, que era ontem um dos atributos do papel social do indivíduo casado, tornou-se uma experiência interpessoal indispensável à existência da união.”(BOZON, 2003, p.134) Cada vez mais, o sexo passa a ser visto como uma necessidade pessoal. Assim a prática do sexo se junta a das dietas e exercícios físicos na manutenção de um corpo saudável. Um bom orgasmo também se torna essencial. Dessa forma, o ato sexual se torna uma prática possível e necessária para todos os indivíduos (homens, mulheres, jovens, velhos, gordos, magros, etc.). Endorfinas, hormônios, orgasmos, ereções se tornam essenciais para o bom funcionamento do corpo humano, da mente humana e, claro, para aquele *up* na auto-estima – tudo explicando e corroborado pela ciência – urologia, ginecologia psiquiatria, psicanálise, sexologia... E disseminado pelas páginas das revistas. A privação de sexo pode até gerar ansiedade, levar à depressão, à queda de resistência imunológica e a doenças. “Os riscos para a saúde são agora encontrados na escassez de desejo e falta de atividades sexual.” (LEITE, 2006, p.26). Manter a saúde sexual é responsabilidade de cada indivíduo, que deve fazer tudo que estiver a seu alcance para conseguir isso.

A busca pelo prazer passa a ser uma busca individual, como é a busca por um corpo perfeito e saudável. O gozo não está mais necessariamente ligado a existência, a procura, ou a presença de um parceiro, agora é uma questão de satisfação pessoal, como já destacaram Guillebaud (1998), Bozon (2003) e Giddens (1993). O orgasmo é o que querem homens e mulheres (ou o corpo dos indivíduos), tanto faz se vindo de uma relação duradoura, de um parceiro efêmero ou de um sexto.

Nômade, incerta, voraz e ansiosa, a sexualidade contemporânea é, acima de tudo, solitária. E o é a ponto de vertigem...Tudo se passa como se ela tivesse deixado de lado o *outro* em sua humanidade para poder gozar uma plena, mas angustiante, autonomia. A evolução da palavra “parceiro” nas relações amorosas é reveladora. Ela faz do outro um simples *vis-à-vis*. Um instrumento de masturbação, um instrumento mais ou menos performático e, como tal, suscetível de avaliações incessantes, de comparações, de bancos de dados etc. (GUILLEBAUD, 1998, p.422)

Alcançar o prazer implica em exercício é preciso saber as novas técnicas sexuais, conhecer as diversas posições, aprender como dar e receber prazer. O corpo deve ser domesticado, disciplinado e preparado para o sexo. E embora agora ele seja “possível” para todos os corpos, a juventude e a saúde ainda são muito valorizadas. O cuidado com o corpo é essencial na construção do sujeito desejável, que se realiza a partir de um controle rigoroso de seu corpo – seja através do cuidado físico ou através do consumo de bens eróticos. Mas como transformar meu corpo em objeto de desejo? Como prepará-lo para o sexo? Através de “manuais de boa conduta sexual”.

Os padrões, modelos e referências para a construção de corpos preparados para o sexo são veiculados a partir de manuais que circulam na mídia, nas revistas, na televisão, nos filmes, pelo mercado. As revistas feminina e masculina que analisei são exemplos disso, trazem seções repletas de matérias sobre sexo, manuais de receitas para o adestramento corporal (DURIGAM, 1985). “Receitas” que muitas vezes tratam do assunto com o “pragmatismo de uma bula de remédio” (GREGORI, 2003a). Atualmente essas revistas, suas seções de sexo, mais parecem manuais para “adequação física” do corpo ao sexo (BRUSCHINI, 1980).

A implicação mais imediata: nesses manuais há a concepção do corpo moldável pelas técnicas e dicas para o seu adequado desempenho só que, diferente dos de ginástica, neles existe a incorporação de técnicas para fruição sexual. (GREGORI, 2010, p. 20/21)

É a educação para o prazer, que é marcada pela variedade de informações sobre as práticas sexuais. Esse caráter educacional é fundamental para oferecer o maior número possível de materiais que possam ajudar as pessoas a expandir seus conhecimentos sobre as mais diversas técnicas sexuais, a ampliar suas experiências, a conhecer melhor o sexo, e, dessa forma, se tornarem menos inseguras, ignorantes e/ou preconceituosas (GREGORI, 2003a).

Para cada brinquedo, um manual; muitos livros sobre “como fazer”: guias, manuais, tutoriais, auto-ajuda sexual. As descrições, pormenorizadas, enriquecidas com detalhadas ilustrações, às vezes lembraram manuais de ginástica – segundo Gregori, são “fontes de uma

mesma tradição”, ou seja, de um contexto disciplinador, que concebe um corpo moldável pelas técnicas para seu adequado desempenho. (FACCHINI, www.sec.adtevento.com.br/anpocs//0001/TBR1353-1.DOC, acesso 06 janeiro 2011)

Essa educação é feita através da publicidade das informações, técnicas e práticas nas páginas dessas revistas. É preciso falar, mostrar, esmiuçar cada prática sexual, mais do que isso, é preciso torná-la acessível e “cotidiana” para os indivíduos.

Importante também é remarcar que o mercado é o meio fundamental dessa publicização na oferta de produtos para melhorar performances, nos quais se incluem as revistas enquanto manuais de conduta. Não importa o gênero, raça ou idade – todos devem estar prontos, dispostos e, claro, devem ter uma atuação no mínimo satisfatória. Para isso, além das lições aprendidas nos “manuais de sexo”, as revistas divulgam uma enorme quantidade de mercadorias que surgem para enriquecer, ou dar aquela mãozinha na hora H – Pílulas para os mais velhos, cremes para as menos lubrificadas, estimuladores para um orgasmo mais intenso, fantasias e filmes para esquentar o clima, entre inúmeras outras opções. É o mercado que oferece produtos para essa árdua missão de manter sua vida sexual “em dia”.

Além do aumento de ofertas de produtos do mercado erótico, essas revistas também disseminam um aumento da variedade de práticas sexuais, uma “expansão das fronteiras eróticas” (GREGORI, 2003a). Uma sexualidade mais fluída e mais diversa onde tudo, ou quase tudo (um exemplo do proibido - a pedofilia), é possível desde que seja consensual. Mulheres ativas, homens passivos, sextoys como parceiros e até o sexo solitário. Todas as posições do Kama Sutra, pompoarismo, massagem tailandesa, entre outras coisas devem constar em seu repertório, principalmente se você for mulher.

Gregori (2010), em sua pesquisa realizada junto a alguns sex-shops de São Francisco e Berkeley, delineia a articulação de um novo tipo de erotismo, que denomina de erotismo politicamente correto. Esse tipo de erotismo teria seus primórdios nessa região na década de 70, a partir de iniciativas ligadas ao movimento feminista.

Parece haver uma espécie de duplicação entre essa tendência

presente nos desenvolvimentos teóricos do feminismo – principalmente o das vertentes “pro-sex” ou “anti-objetificação” – e a abertura de um campo alternativo no mercado para o sexo. Nele, verifiquei toda uma série de tentativas que questionam o mercado convencional do sexo e uma promessa de um “erotismo politicamente correto”, cujo sentido seria o de transgredir restrições ao livre exercício da sexualidade. (GREGORI, 2010, p.40)

São os embates do movimento feminista que permitem o desenvolvimento desse tipo de erotismo alternativo, que se consolida nas próximas décadas por meio da articulação com outros movimentos de direitos sexuais, com o de lésbicas e gays. E chega ao mercado através do surgimento de um novo tipo de sex-shops, ou das lojas do erotismo politicamente correto. Lojas, como mostra Gregori (2010), que se diferenciam no mercado para o sexo pois ligam a venda de produtos eróticos a movimentos de cidadania e visibilidade de diferentes sexualidades, e que defendem o livre exercício da sexualidade para todos os tipos de corpos e indivíduos. É através desse mercado que esse tipo de erotismo chega ao Brasil na década de 90.

Esse erotismo politicamente correto teria como características: o deslocamento do sentido de transgressão do erotismo, para um significado cada vez mais associado ao cuidado saudável do corpo e ao fortalecimento do *self*. Um caráter educacional ligado a ampliação do conhecimento, que permitiria a visibilidade de diversas e diferentes práticas sexuais, tornando-as assim possibilidades para os indivíduos. Junto com o aumento das ofertas do mercado erótico e do consumo ligado a esse mercado. Além disso, no Brasil, a autora também chama a atenção para uma *feminização* desse mercado erótico, que acontece na realização e comercialização de produtos, no aumento do mercado de consumidoras, na maior intimidade dessas mulheres com essas novas práticas e discursos, e numa reponsabilização dessas pela manutenção da vida sexual.

Como vimos acima, algumas dessas características aparecem atualmente delineadas no tratamento dado ao sexo nas páginas de revistas femininas e masculinas. Será então que *Nova* e *Men's Health* são disseminadoras desse erotismo politicamente correto? Nas próximas páginas desse capítulo vamos examinar as seções de sexo

dessas duas revistas observando se suas dicas se adequam a esse tipo de erotismo.

As seções de sexo de Nova e Men's Health

Estaríamos vivendo na era do sexo/prazer como necessidade de manutenção de um corpo físico saudável. Sexo deixa seu sentido de “sacanagem”, para se tornar ato imprescindível para a saúde dos indivíduos, nada melhor para a auto-estima e o bom funcionamento do corpo do que um bom orgasmo. Mas será que esse é o discurso presente nas seções de sexo de *Nova* e *Men's Health*?

Na descrição da revista *Nova* no site de sua editora a realização pessoal da leitora é diretamente ligada à busca de uma vida sexual satisfatória. “*NOVA incentiva e orienta a mulher na busca pela realização pessoal e profissional. Estimula a ousadia e a coragem para enfrentar os desafios, a busca pelo prazer sem culpa e a construção da auto-estima e da autoconfiança.*”⁷⁶ A revista ensina as mulheres a obter o *prazer sem culpa*. A descrição da *Men's Health* não faz uma ligação direta entre o bem estar e o sexo, e sim ao relacionamento. “*MEN'S HEALTH é uma revista de estilo vida, que trata, de forma prática e ao mesmo tempo científica, dos temas para o bem estar do homem moderno como saúde, fitness, nutrição, relacionamento, estilo, tecnologia e carreira.*”⁷⁷ Mas ao ler a revista, o que observei é que as matérias de *relacionamento*, em sua grande maioria, se enquadram melhor na categoria “relacionamento sexual”:

Roubada no sexo. Fuja das sinucas do relacionamento.
(*Men's Health*, março de 2009:48)

Torne o casamento uma mina de prazer. Sim, damos o mapa pra manter a pira queimando. (*Men's Health*, junho de 2008:46)

“Vire o cara da vida da vida dela. 41 truques safados pra curtir a dois. (*Men's Health*, junho de 2008:capa)

76 Site: Editora Abril. Disponível em: <<http://publicidade.abril.com.br/homes.php?MARCA=32>> Acesso em : 01 dez. 2009

77 Site Editora Abril. Disponível em: <<http://publicidade.abril.com.br/homes.php?MARCA=71>> Acesso em : 01 dez. 2009

Ou seja, o sexo é considerado, da mesma forma que em *Nova*, parte fundamental da vida dos leitores. É feita uma ligação entre esse e o bem estar e estilo de vida do homem moderno e, por isso, é tema privilegiado da revista, com seção específica e manchetes de capa em cada edição⁷⁸.

“Sexo é fundamental para se ter uma vida boa.” (Men's Health, agosto de 2008:143) Essa frase é um exemplo da ligação que ambas as revistas fazem do sexo com qualidade de vida, saúde e auto-estima. Na matéria, *“Derreta o gelo”*, da *Men's Health* de setembro de 2008 podemos observar como o sexo é visto como fonte saúde e uma necessidade física.

“Para quem dá importância ao sexo, a privação gera ansiedade, e ela pode levar à depressão, à queda de resistência imunológica e a doenças”, alerta Carmita Abdo. Estudos internacionais apontaram que homens entre 45 e 60 anos que faziam sexo duas vezes por semana tiveram taxa de óbito 50% menor que aqueles que transavam uma vez por mês ou menos. Outra pesquisa constatou que universitários que transavam pelo menos uma vez por semana tinham um sistema imunológico mais forte em comparação àqueles não tão ativos. (Men's Health, setembro de 2008:83)

O ato sexual promove até o bom funcionamento do coração:

(...) o sexo protege seu coração. Segundo estudos da Universidade Cornell, de Nova York, três orgasmos por semana diminuem em até 50% o risco de infarto. (Men's Health, janeiro de 2009:64)

A falta de sexo chega a ameaçar a saúde e até a encurtar a vida (Men's Health, setembro de 2008:83).

O sexo é imprescindível para a manutenção saudável do corpo, tanto que sua escassez aparece como um problema.

⁷⁸ A *Men's Health* embora traga um número menor de matérias sobre sexo por número do que a *Nova*, no máximo seis, também sempre traz pelo menos uma como matéria de capa. Em seu sumário as matérias ficam em – *Sexo* – que diferente de *Nova* não vem junto de Amor.

Se as medidas necessárias para impedir a falta de sexo não forem tomadas, acaba-se assexuado, diz o médico Daniel Stein. (Men's Health, setembro de 2008:84).

A atividade sexual deve ser mantida a qualquer custo, mesmo os “momentos naturais” de baixa libido devem ser superados, pois como vemos, o sexo é necessário para se ter uma boa saúde e qualidade de vida.

É normal que a atividade sexual de um casal sofra oscilações de acordo com as diferentes fases da vida “Menstruação, gravidez, amamentação, menopausa, doenças, filhos pequenos, problemas financeiros, tudo influencia”, diz Carmita Abdo. Para que a abstinência seja considerada um problema crônico, ela deve persistir por ao menos seis meses. (Men's Health, setembro de 2008:83)

Mas, depois de seis meses, os hormônios costumam se aquietar para ceder espaço ao sentimento. Infelizmente, isso pode significar menos tempo na horizontal. A situação parece familiar? Não há razão para se sentir no caminho da castidade. Dá para conservar a paixão engatada em cada etapa do namoro com atitudes simples. Basta fazerem o que os sexólogos de “manutenção”, um jeito de conduzir a relação em que o casal fica atento no dia-a-dia para não deixar a ignição do desejo falhar. (Nova, abril de 2009: 102)

Nas duas revistas são muito freqüentes as reportagens que reforçam essas noções, e que ensinam os leitores a manter o calor da relação e do desejo: novas posições para reativar uma relação já “esfriada”, dicas de especialistas para os casais em crise e até pílulas de desejo. É o perigo da abstinência sexual que deve ser combatido de todas as formas.

É aí que mora o perigo: nesse período em que a intimidade vira faca de dois gumes, as novidades entre os lençóis são essenciais para quebrar velhos hábitos, recarregar as baterias da libido, por aditivo nas fantasias. (Nova, abril de 2009: 103)

Eliminem as possíveis causas físicas para a falta de desejo. Pode haver uma razão biológica simples para a sua parceira não estar interessada em sexo. (Men's Health, setembro de 2008:84)

Se frases picantes não fizeram parte do seu vocabulário nesses dois anos, é hora de soltar o verbo nos ouvidos do seu amor. Pitadas de espontaneidade também caem bem, como escapar para o quarto durante uma festa ou transar no carro – ainda que seja na garagem do prédio. (Nova, abril de 2009: 103)

Se nada funcionar, recorram à terapia. Um psicoterapeuta pode ajudá-los a se reencontrarem. (Men's Health, setembro de 2008:84)

A perda da libido atinge tanto homens quanto mulheres. Pensando nisso, cientistas de Edimburgo criaram um medicamento unissex capaz de estimular o desejo em ambos os sexos. A pílula usa um hormônio que libera a gonadotrofina do tipo 2, que regula o sistema reprodutivo. (Nova, agosto de 2008: 58)

O prazer parece ser compulsório e não uma opção. E mais, ele é ligado à idéia de saúde e auto-estima que se constitui como responsabilidades do indivíduo (DEBERT, 1999). Tudo é uma questão de manter o desejo, os hormônios, os músculos, os neurônios em equilíbrio e funcionando bem, para isso o ato, o prazer sexual é a resposta. Sexo é necessário para o bom funcionamento do corpo e vice-versa, tudo é uma questão de equilíbrio químico e biológico, segundo Nova e Men's Health:

O sêmen é a melhor coisa depois do Prozac. Estudos da Universidade de Nova York sugerem que ele age como antidepressivo para as mulheres (...) (Men's Health, janeiro de 2009:64)

(...) uma atitude romântica promove a produção de hormônios: ela fica feliz, satisfeita e se sente amada. E aí a vida sexual melhora muito. (Men's Health, março 2008:20)

...explore o pubiococcígeo. Esse músculo, localizado na região genital facilita e intensifica o seu orgasmo, aumenta a lubrificação e dá

prazer extra ao gato. (Nova, julho de 2008: 123)

*Durante o ciclo menstrual, seu humor, corpo e sensibilidade mudam. Tudo culpa dos hormônios. Eles impactam tanto na sua vida que afetam até a maneira como é vista pelo namorado. Fique de olho na folhinha. (...) **do 6o. ao 13o.** Dia Sentimos mais vontade de ficar próximas ao amado. Vale tirar os apetrechos sexuais da gaveta, pois seu lindo estará extremamente atraído por você. **do 14o. ao 17o.** Na época da ovulação, há um pico de testosterona e os nossos feromônios (aliados na hora de atrair o sexo oposto) estão a toda. Não por acaso, os homens aumentam em 30% a atenção dada a mulher. (Nova, fevereiro de 2009: 46)*

Todas as suas ereções são controladas pelo sistema nervoso parassimpático. Num pênis saudável, ele libera óxido nítrico, que relaxa os músculos lisos que revestem as artérias penianas. Isso permite que mais sangue avance e encha duas câmaras esponjosas paralelas chamadas corpos cavernosos. No processo, o sangue entra e fica preso, provocando a mágica que faz sua vara inchar, endurecer e ficar pronta para o trabalho. (Men's Health, fevereiro de 2009: 68)

A oxitocina é uma química poderosa que estimula a excitação. Uma mulher consegue produzir 500 vezes mais hormônios se o corpo inteirinho dela for tocado durante a transa. (Men's Health, janeiro de 2009:76)

Pesquisas recentes demonstram que assumir comportamentos que liberem adrenalina (seja escalar paredões de pedra, seja apenas assistir a um filme realmente assustador) ajuda a estimular a dopamina no cérebro, o que faz os fluidos corporais circular mais depressa, melhorando a resposta sexual. (Nova, outubro de 2008: 164)

Segundo os pesquisadores, mulheres peludas têm mais orgasmos vaginais. Isso mesmo. Aqueles fios espessos, escuros e longos que tanto queremos eliminar na depilação são sinais de níveis altos de testosterona. O excesso do hormônio provoca alterações anatômicas no corpo, engrossando o tecido entre a uretra e a vagina, região que abriga o ponto G, e conseqüentemente, facilitando o clímax sem estimulação clitoriana.

(Nova, março 2009: 52)

UMA TAÇA DE VINHO TINTO *Por quê: (...) aumenta a produção de estrógeno o apetite sexual, além de facilitar a lubrificação feminina.*

SALADA DE ESPINAFRE *Por quê: Espinafre é fonte de magnésio, que ajuda a dilatar os vasos sanguíneos assegurando um fluxo sanguíneo moderado, o que é crucial para ereções, de acordo com pesquisadores japoneses. (Men's Health, março 2008:28)*

Mais testosterona propicia orgasmos mais intensos. Homens e mulheres têm picos de testosterona pela manhã. Transe na alvorada... Meio sonolento, você pode até ser um pouco egoísta.

(...) O fósforo é um nutriente muito importante para garantir que os tecidos vaginais permaneçam lubrificados, o que vai aumentar a sensação de conforto e o desejo dela.

(...) Aroma de lavanda aumenta o fluxo de sangue para o pênis em até 40% fortalecendo consideravelmente suas ereções. (Men's Health, março 2008:87-91)

Como podemos observar nessas frases retiradas de matérias das duas revistas o sexo é uma questão biológica – fluxo sanguíneo para o pênis, lubrificação para a vagina, testosterona para orgasmos mais intensos e sêmen como antidepressivo feminino. É essa naturalização do sexo enquanto necessidade física de um corpo biológico que realiza a ligação entre sexo e saúde dentro das duas revistas. Para ambas, o bom funcionamento do corpo está ligado a boa atuação e equilíbrio de músculos, hormônios e fluidos, proporcionado por uma relação sexual compensadora. Para comprovar essa idéia, as revistas usam e abusam das pesquisas, porcentagens, números e abordagem de especialistas. São eles que informam, referendam, dão as dicas e receitas e que, ao lado das pesquisas e dados, fornecem para essas matérias credibilidade e veracidade.

É essa relação de via dupla entre sexo - saúde que retira o caráter de perversão e transgressão dos atos eróticos, tornando - os atos de necessidade física. Como já disse

Gregori (2010), sobre o erotismo politicamente correto, o que ocorre é um deslocamento de sentido, da transgressão do erotismo do século XIX, passamos para o cuidado saudável do corpo, como encontramos nas revistas analisadas. Um efeito perverso dessa forma de ver o sexo, e que também podemos ver exemplificado nas frases citadas acima, é uma essencialização do que é ser mulher e homem. Nessas abordagens são as características “naturais”, “inatas” que definem os sexos: o homem enquanto pênis ereto, excesso de testosterona, apetite sexual intenso, fluxo sanguíneo e músculos. E as mulheres com vaginas lubrificadas, ponto g, clitóris, oxitocina.

Como atividade de um corpo natural, os leitores podem aprender como “controlar” músculos, hormônios, fluídos e orgasmos. Para *Nova* e *Men's Health* fazer sexo está ao alcance de todos, todo mundo pode e deve se virar na arte dos lençóis. Para uma performance sexual minimamente satisfatória é preciso, tônus muscular, fôlego, desejo, fluídos, para dar e sentir prazer é necessário muita ginástica e treino:

Sem essa de achar que precisa perder 3 quilos, eliminar qualquer indício de celulite ou caprichar mais na malhação antes de se transformar em um furacão sexual. Vamos provar agora que você já tem tudo de que precisa para deixar qualquer marmanjo embasbacado. (Nova, novembro de 2008: 130)

Exercícios regulares com o músculo pubiococcígeo - vão conceder a você ereções mais firmes e orgasmos mais intensos. (Men's Health, março de 2008:89)

explore o pubiococcígeo *Esse músculo, localizado na região genital facilita e intensifica o seu orgasmo, aumenta a lubrificação e dá prazer extra ao gato.* (Nova, julho de 2008: 123)

Ao inspirar profundamente e contrair a região pélvica enquanto ele a penetra, você potencializa o fluxo de sangue nessa área. (Nova, outubro de 2008: 164)

O exito na cama depende de sua flexibilidade, especialmente na região pélvica. Com bom alongamento, você consegue uma penetração

mais completa, estimulando a cabeça do pênis, que é mais sensível. (Men's Health, março de 2008:89)

Um estudo da Universidade de Washington (EUA) descobriu que 20 minutos de exercícios são suficientes para deixar seu corpo pronto para o sexo. Treinos cardiovasculares aumentam o fluxo de sangue – até seus genitais. Corra para malhar mais – na horizontal. (Men's Health, março de 2008:91)

Assim, como já destacou Debert (1999) para o envelhecimento, a responsabilidade é compulsória e cabe a cada sujeito preparar o corpo para uma atuação sexual satisfatória. É aí que entra outra característica do erotismo politicamente correto das quais as revistas que analisamos são exemplos, o caráter educacional.⁷⁹ *Men's Health* e *Nova* são verdadeiros exemplos de “manuais de sexo e prazer”, trazendo dicas do que fazer na hora H. *Nova* vai mais longe do que a *Men's Health*, traz dicas também para os “amores” de suas leitoras. Além de possuir uma seção especial para os parceiros – *Para Ele Ler*. Muitas de suas matérias são guias para eles, porque para a leitora conseguir o orgasmo tão desejado, seu parceiro tem que fazer bem sua parte.

OS DOZE PASSOS DA SEDUÇÃO. Entrevistamos 696 mulheres e descobrimos os caminhos que você deve seguir se quiser chegar mais rápido ao quarto delas. (Men's Health, novembro de 2007:7)

SEXO DE SOBREMESA – UMA REFEIÇÃO QUE LEVA VOCÊ PARA CAMA – MAS NÃO PARA DORMIR. Siga nosso menu para levantar sua libido e garantir que sua convidada fique para o café-da-

⁷⁹ Gagnon (2006) já chamou nossa atenção para a importância do aprendizado para a vida sexual. Segundo ele, as pessoas aprendem sua conduta sexual através de instruções culturais fornecidas por instituições sociais, como a família, a mídia, a escola e até a ciência. Essas instruções em forma de roteiro (ver primeiro capítulo desta dissertação) seriam responsáveis por dar significado, inteligibilidade aos atos sexuais – o que sentimos é desejo, que sequência de atos seguir, como saber se uma situação é sexual? “A experiência efetiva do sexual e o que é feito sexualmente pelos indivíduos resultam das circunstâncias particulares de aprendizagem de uma cultura específica. O campo do que é aprendido inclui todos os aspectos do sexual, inclusive a interpretação dos acontecimentos fisiológicos pertinentes à excitação sexual, ao prazer sexual e ao clímax sexual. As pessoas aprendem a ser sexuais em culturas específicas dentro de qualquer cultura.” (Gagnon, 2006, p. 217) Ou seja, é a *educação sentimental* que dá sentido aos atos e os torna especificamente sexuais. O aprendizado se torna então imprescindível para o reconhecimento de uma situação sexual, para a criação de um repertório de condutas sexuais individuais, para a criação ou adaptação à situações sexuais “inovadoras”, ou seja, para uma vida sexual ativa e satisfatória.

manhã. (Men's Health, março de 2008:28)

Seja uma máquina de sexo 43 lições para turbinar seu prazer (e o dela) o ano todo. (Men's Health, março 2008:4)

***Guia do orgasmo.** Os 10 passos que levam ao paraíso, posições certas , recado (sexy!) de Nova para os homens, preliminares escaldantes...Garota, chegou a sua vez! (Nova, abril de 2009:capa)*

O mestre em sexo oral Ian Kerner resolve as maiores dúvidas masculinas sobre o nosso principal centro de prazer: o clitóris. Manual sobre o clitóris para ele ler e aprender a fazer sexo oral de primeira em você. (Nova, outubro de 2007:80)

É hhhhooujee! Desta vez ele não escapa. Com este manual do orgasmo, você só não atinge o nirvana esta noite se não for para cama com o seu amor! Tem plantão de dúvidas que deixa qualquer preocupação longe dos lençóis, roteiro digno de Penélope Cruz e Javier Bardem com preliminares que dão sede de tesão, dez passos para chegar lá sempre, receitas de prazer para cada tipo de clímax, promessa de uma pílula de orgasmo e mais! (Nova, abril de 2009: 129)

Oferecer informação sobre as práticas é uma forma de combater o preconceito, a ignorância, e convidar os indivíduos a expandirem seus limites. É a informação que elucida e legitima práticas sexuais, convidando os indivíduos a experimentá-las. *Men's Health* e *Nova* são sim manuais de sexo no formato do erotismo politicamente correto. Através de suas páginas diversas práticas sexuais, ganham visibilidade e aceitação: sexo anal, uso de acessórios, amarrações e até o sadomasoquismo.

Nas duas revistas, em suas seções de sexo, os “depoimentos” são parte da estrutura das matérias. A experiência exposta e compartilhada cria uma identificação entre os leitores (BONATTI, 1998; BASSANEZI, 1996), e dá realidade as ações e condutas, tornando-as cotidianas e possíveis. Depoimentos de pessoas comuns:

“Quando meu namorado me pediu para falar sobre minhas

fantasias, eu revelei que gostaria de transar em lugares diferentes. Desde então, estou sempre pronta para umaaventurazinha. Já rolou em diversos banheiros, becos e lugares públicos.” Carolina, 32 anos. (Men's Health, dezembro de 2008:66)

“Fiz uma caixinha do prazer com um vibrador em forma de caneta, algemas de pelúcia, dois dados com posições...De olhos vendados, ele coloca a mão e tira o brinquedo que vamos usar.” Lia (Nova, junho de 2008:147)

“Fico louco se posso rasgar a blusa. Por isso, quando fazemos uma limpa nos armários, separamos roupas velhas para o sexo.” Fabrício (Nova, junho de 2008:148)

“Tive que contar até dez para não chegar lá rapidinho. Essa posição estimula o clitóris o tempo todo. Para provocá-lo ainda mais, em determinado momento joguei o corpo para trás e, ainda durante a penetração, comecei a me masturbar.” Sílvia de 24 anos, testando a posição vai-e-vem (Nova, agosto de 2008:144)

De “especialistas das ciências” que se distinguem por sua racionalidade e, que com suas pesquisas e dados dão credibilidade e veracidade para as matérias:

“A mulher não sente prazer só no clitóris. Explore tudo, desde a cabeça, o pescoço e os braços até o dedão do pé”, recomenda a urologista Sylvia Faria Marzano, diretora do Instituto Brasileiro Interdisciplinar de Sexologia e Medicina Psicossomática, em São Paulo. (Men's Health, fevereiro de 2009:19)

“O que a mulher mais valoriza no sexo é a intimidade presente no ato”, indica a antropóloga Mirian Goldenberg, da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Assim, preocupe-se em construir uma relação mais próxima e conectadas nas atitudes do dia-adia. Em outras palavras, invista em cada olhar e cada palavra pronunciada. (Men's Health, abril de 2009:45)

Ninguém melhor que o dr. Ian Kerner para falar de homem para homem sobre sexo. Sim, sim, é o famoso Ph.D. Em sexologia clínica americano que já causou furor em NOVA ao explicar como fazer um sexo oral de primeira em você. Agora, o expert ensina ao seu querido como achar (e estimular direito) o ponto G, um poderoso gatilho para seus orgasmos. (Nova, outubro de 2008:163)

De celebridades que, embora sejam depoimentos pessoais, se diferenciam pelo reconhecimento público de seus autores:

SIGA AS DICAS DELA. NO CASO DE VOCÊ (...) broxar: “Dê risadas para o clima não ficar pesado e continue beijando, que logo rola de novo.” (...) chegar lá primeiro: “Continue de outras maneiras. Saiba que para a mulher sexo é muito mais que apenas a penetração.” Luisa Mell, apresentadora de TV. (Men's Health, fevereiro de 2009:97)

***Flávia ontem** “Sexo bom é fundamental, ainda mais aos 20 anos.” **Flávia hoje** “Aos 30 anos, é mais ainda. E a maturidade faz com que a gente saiba mais o que quer, como quer...já pede mais! Também me permito mais.” **Flávia ontem** “Se você não consegue chegar ao orgasmo, precisa ter liberdade de dizer por quê.” Flávia Alessandra, atriz. (Nova, abril de 2009:111)*

As falas “científicas” são muito importantes dentro das revistas de comportamento, como já destacou Borges (1998)⁸⁰ ao mostrar que os consultores, médicos, sexólogos, se tornam peças fundamentais nesses veículos desde a década de 60. Como já disse Gagnon (2006) nossa sociedade acredita que a ciência é um conhecimento isento e neutro, sem as marcas morais, a verdade pura e sem preconceitos. É a palavra desses cientistas especialistas que dá a esse tipo de mídia seriedade e credibilidade. Dessa forma, nas seções de sexo de *Men's Health* e *Nova*, essas vozes se fazem presentes, mas o que se incorpora a elas com o advento do erotismo politicamente correto são novas vozes, a de “seres humano comuns”. As experiências pessoais, de leitores e celebridades, também vêm mostrar “como é o sexo na vida real”. O que acontece é uma

80 Ver essa discussão no segundo capítulo desta dissertação.

clara associação entre um tom “médico científico” e experiências pessoais, como estratégia para que sexo, as práticas sexuais se tornem mais “próximas”, “realizáveis”, “concretas”. O depoimento de um leitor ou celebridade, junto da opinião de um profissional especialista, dá a essas matérias o tom de apoio psicológico, de intimidade e de aprendizado que cria uma identificação. E é, dessa forma, que o caráter “educacional” do erotismo politicamente correto, que pretende oferecer mais informação sobre as práticas sexuais, e convidar os sujeitos a expandir suas experiências, se realiza mais uma vez nessas revistas.

O que vemos é uma propaganda das práticas sexuais, com esse caráter de educação para o prazer, que se realiza principalmente através e pelo mercado, como já destacou Gregori (2010). Mais do que informações, o mercado oferece acesso aos materiais a serem utilizados nessas práticas. O gozo, enquanto saúde e auto-estima, necessita de preparação – ginástica para o corpo, domínio das técnicas e também de acessórios:

Use o Fairyland para fazer vocês dois chegarem ao orgasmo com o mínimo de esforço. Rede para fazer sexo sem esforço. Poltrona vibratória para colocar em baixo dela no sexo por trás. (Men's Health, março de 2008:87)

Você precisa que ela se solte na frente da webcam? Conheça o vibrador OhMiBod Boditalk (...) A vibração é ativada pelas ligações que você faz. (Men's Health, junho de 2008:62).

Precisa melhorar seu desempenho – explicamos como agem os produtos disponíveis no mercado: remédio para disfunção, ginseng, Yohimbe, Ginkgo Biloba e tribulus terrestris. (Men's Health, janeiro de 2009:66).

Vibrador portátil Lily Plum. R\$ 890 na Kama-Shastra. (Nova, setembro de 2008:70)

G-MEN: prazer em dobro para o gato. R\$ 279 na A2 Ella. (Nova, novembro de 2008:64) (ver imagem 4.2)

Vibradores proporcionam prazer por trepidarem de forma rítmica e constante - e não por causa do tamanho, como você poderia imaginar. (...) Na hora de escolher o modelo, procure o que reúne mais benefícios. "Os melhores são os multifuncionais, como o Rabbit, um dos mais populares nos Estados Unidos. Ele tem uma pequena curva para cima que atinge o ponto G e um segundo eixo com um pequeno coelho, que estimula o clitóris". (Nova, outubro de 2007)

4 acessórios que turbinam o sexo oral (...) consolo (...) adornos para seios (...) vibrador clitoriano (...) vibrador lingual. É só acoplar o Tonguejoy à língua dele com a ajuda de um elástico e conhecer o paraíso. (Nova, março de 2009:126) (ver imagem 4.3)



REALIZAÇÃO: MAIRIA HELENA FALAVIGNA / PRODUÇÃO: ÉSSICA FOLLOMI / CABELO E MAQUAGEM: EDUILOPES / JULIANA SANTO ANDRÉ E IGOR

98



INVERSÃO TÉRMICA

GEL TOQUE DE NIRVANA, DA LOLITA SENSUALITÉ (R\$ 42,95)
Seu grande diferencial: foi desenvolvido para otimizar o prazer feminino. Tem ação refrescante, que promete ajudá-la a atingir o orgasmo.

QUEM TESTOU Michele, de 25 anos, e Fábio, de 35, estão casados há três anos e nunca haviam levado acessórios para a cama.
A OPINIÃO DELA "Num dia em que o clima esquentou, me lembrei de pegar o potinho e correr de volta para os braços do meu amor. No começo, senti uma refrescância, como se estivesse passando algo com menta lá embaixo. Com a fricção das mãos dele, e depois com a penetração, meu parque de diversões começou a esquentar. Uii! O grande barato do gel são essas alterações de temperatura. Como a sensibilidade fica à flor da pele, o prazer é mais intenso e, se bobear, o orgasmo vem mais rápido também. Outro ponto a favor é o fato de agradar ao parceiro, que também sente as mudanças de temperatura."

A OPINIÃO DELE "Depois das preliminares, gostei de espalhar o produto por toda a vagina dela. Não acho apropriado para o sexo oral, pois tem gosto ruim e cheiro forte. Em compensação, foi excitante compartilhar as sensações de gelado e depois o aquecimento."

ESTÍMULO CERTEIRO

MINI-RABBIT, DA LOVE PLACE (R\$ 69)
O estimulador feminino preferido das personagens de *Sex and the City* ganha versão discreta, que dá para levar na bolsa sem fazer alarde. Ainda tem orelhinhas que massageiam o clitóris.

QUEM TESTOU Débora, de 27 anos, namora Paulo, de 30, há um ano e quatro meses. Ela já havia testado brinquedinhos sozinha; ele costumava fechar a cara só de tocar no assunto.

A OPINIÃO DELA "Foi só ver o efeito da novidade sobre o clitóris para meu lindo ficar mais do que animado. Verdade que eu já havia experimentado um vibrador antes, mas nada parecido com o poder desse. Não só o corpo vibra como as orelhas se movimentam para cima e para baixo. A sensação é incrível, e confesso que foi difícil segurar o orgasmo. Usamos o coelhinho durante toda a transa, das preliminares ao clímax. Fiquei ainda mais excitada com a reação dele, que no começo estava reticente, depois entrou no jogo e, quando me dei conta, tinha roubado da minha mão o controle do aparelho."

A OPINIÃO DELE "Definitivamente apimentou a transa e aumentou meu tesão. Vê-la se divertindo sozinha e, depois, poder comandar seu prazer com o controle do aparelho na mão foi altamente excitante e sensual."

VELOCIDADE CONTROLADA

VIBRADOR ULTRA 7 VECTOR EGG, DA JOGÉ SEXYLOUNGE (R\$ 138)
Com formato ovalado, estimula e massageia o clitóris. Tem sete velocidades e basta usar o controle remoto para achar aquela que fará você ver estrelas.

QUEM TESTOU Carla, de 24 anos, e Roberto, de 25, moram juntos há um ano e dois meses e desde o início do relacionamento topam qualquer negócio para o sexo não cair na mesmice.
A OPINIÃO DELA "Enchi o Beto de beijos quando cheguei do trabalho. Ele sacou na hora que eu tinha algo diferente em mente, mas ficou mudo quando mostrei o vibrador. Passados o susto inicial e algumas preliminares, alcançou o dito-cujo sobre o criado-mudo e começou a me estimular com ele. O aparelho apresenta sete modos de vibração. É o melhor: vem com um controle separado para mudá-las. Roberto introduziu o vibrador em mim e ficou alternando as intensidades. Foi incrível perceber que ele prestava atenção nas minhas reações. As velocidades fazem mesmo toda a diferença."

A OPINIÃO DELE "Uma das características mais bacanas é que você pode controlar as velocidades, ou seja, não fica só assistindo. Senti mais tesão, pois sabia que ela estava gostando. E o vibrador não me substituiu. Vê-la sentindo tanto prazer só aumentou minha autoconfiança."

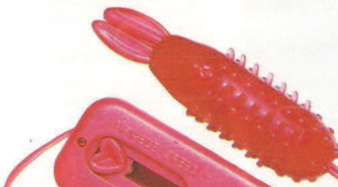


Imagem 4.1b - Nova, setembro de 2008:179

sexpert

DALILA MAGARIAN



P. "Meu namorado reclama que minha vontade de fazer amor muda muito no decorrer do mês. E ele tem razão, pois em algumas épocas não sinto desejo nenhum. O que faço para manter o ânimo sexual em alta?"

R. Uma libido intensa e contínua não é o padrão mais comum, esclarece o urologista, terapeuta e educador sexual Celso Marzano, autor do livro *O Prazer Secreto* (Éden). Segundo o especialista, homens e mulheres passam por altos e baixos constantemente. "Essa variação pode ocorrer em certos períodos do ano, dentro da mesma semana ou até durante as 24 horas do dia", explica. E há tanto causas físicas como emocionais. Em geral, as atribuições do cotidiano conspiram contra a vontade de fazer amor por ser difícil conciliar família, amigos, trabalho e interesses pessoais, tudo ao mesmo tempo. Resgatar, porém, aquela vontade incontrolável de ir para a cama não é impossível. A receita: abrir espaço na agenda para namorar. "Relaxar, usar a imaginação erótica e manter atitudes positivas são os melhores antídotos", ensina o terapeuta.



G-men: prazer em dobro para o gato. R\$ 279 na A2 Ella. Tel. (21) 2522-4888

PODEROSO CHEFÃO

Conhecida como o ponto G masculino, a região da próstata pode levar um homem ao orgasmo apenas por meio de sua estimulação. Isso porque, segundo os sexólogos, ela é responsável por controlar a ereção, a ejaculação e o clímax. Apesar de alguns gatos ainda se sentirem intimidados ao toque, um brinquedo antes procurado apenas pelo público homossexual agora faz parte do repertório de muitos casais: o G-men. O acessório, feito de plástico (igual ao que você vê na foto), tem um design próprio para massagear e estimular o perineo e a próstata ao mesmo tempo.

chocolate com paixão

♥ nós amamos Que em alguns momentos uma barra de chocolate opere milagres você já sabe. Mas alguns pesquisadores, como a antropóloga americana Helen Fisher, vão além: asseguram que a feniletilamina contida no alimento é a mesma que nosso cérebro produz quando estamos apaixonadas. Ou seja: vale a pena aumentar sua ingestão antes ou durante um encontro com o gato. Se ficar preocupada com a balança, saiba que o simples aroma da delícia já desencadeia gostosas sensações. Nas sex shops existem géis e camisinhas perfumados, além de pó comestível para pulverizar o corpo. Uma visita ao supermercado também resolve: providencie calda de sorvete ou leite condensado com sabor de brigadeiro.

FOTOS: KARINE DASILVA/OLIVIA (2)

PARA VOCÊ LER

5 frases para fazê-lo desejar cair de boca

Se quer que sua floresta encantada seja beijada e, mesmo assim, nada de seu bonitão se aventurar por aquelas matas, eis a primeira ideia: experimente recitar estas palavras mágicas, reveladas pelos próprios homens numa enquete relâmpago. É só sussurrá-las no ouvido do amado para ser levada ao céu — a ala masculina garante.

CONVITE EXPLÍCITO "Estou louca de vontade de sentir sua língua em mim."

GOSTO DE NOVIDADE "Vamos usar o gel lubrificante duas vezes esta noite. Primeiro, você experimenta o sabor dele no meu clitóris e, depois, usamos para o sexo anal."

COM VOZ DE FEMME FATALE "Você vai sentir na sua boca quanto me excita."

QUE PROVOCAÇÃO! "Sou viciada no seu beijo. Teria orgasmos múltiplos se você usasse a língua desse jeito entre as minhas pernas."

SIM, ELES QUEREM SER MANDADOS "Quero seus lábios na minha vagina agora."

4 maneiras de ficar muito cheirosa

Seu amor está indo sentido zona sul e você morre de medo do que ele pode encontrar? Bobagem. O cheiro e o gosto que vai sentir funcionará como afrodisíaco. Tanto é verdade que o site alemão www.smellmeand.com tem uma fragrância inspirada na sua menina que é sucesso entre os homens. Continua insegura? O perfume vaginal livra você de qualquer encaenação. Com embalagem discreta e ideal para levar na bolsa, é só borrifá-lo na região para deixá-la à prova dos lábios exigentes — e com gostinho de pera, melancia, maracujá (à venda no site www.constantine-sp.com.br). Se quiser ir além, há ainda desodorantes íntimos no formato de bolinhas que estouram depois de introduzidas na vagina e, garante o fabricante, têm ação antisséptica. Luciana Crema, ginecologista da Unifesp, em São Paulo, ensina uma maneira mais simples de você garantir boas lembranças: "Mantenha um lenço umedecido e uma calcinha limpa na bolsa", aconselha. Dessa forma, quando vir que a paquera vai render café-da-manhã, é só fazer a troca. A quarta alternativa é convidar o rapaz para um banho *à deux*, começando a brincadeira embaixo do chuveiro.



Perfume vaginal (R\$ 35) da Boutique Constantine



Desodorante vaginal, à venda em sex shops por cerca de R\$ 20

4 acessórios que turbinam o sexo oral

Não perca tempo em frente à prateleira da sex shop. Selecionamos os produtos que vão elevar esse prazer, que já é tão bom, ao grau máximo.

■ **consolo** O brinquedo pode ser introduzido na vagina enquanto seu gato acaricia o clitóris com os lábios. Opte por um modelo curvado, que atinge em cheio seu ponto G.

■ **adornos para seio** Para algumas mulheres, pressionar os mamilos aumenta a sensibilidade clitoriana às lambidas. É por isso que enfeites presos no corpo pelo bico do seio fazem sucesso. À primeira vista, a tática parece masoquista, mas é só escolher um modelo leve e ajustável numa sex shop para você se divertir sem preconceitos.

■ **vibrador clitoriano** Enquanto o lindo ganha fluência nos beijos íntimos, você o excita ainda mais se exibindo com um estimulador clitoriano. Peça ao gato para caprichar na saliva, pois, quanto mais úmida a área, melhor o deslize.

■ **vibrador lingual** É só acoplar o Tonguejoy à língua dele com a ajuda de um elástico e conhecer o paraíso. Uma alternativa para conseguir um efeito parecido a esse vibrador, ainda inédito no Brasil, é usar um anel peniano na língua, desde que a parte vibratória fique em contato com o clitóris.



estimulador abelha, R\$ 221, da Reveleateurs



Tonguejoy, LUS\$ 50, em www.tonguejoy.com

2 cenários aprovados pelas leitoras

Receber carinhos lá embaixo é uma delícia, mas pode ficar ainda mais irresistível quando somos pegas de surpresa e em locais inusitados. Saia do quarto e aventure-se como Sara e Melina.

"Uma manhã, acordei ao som da bateria do meu namorado e me aproximei dele cheia de segundas intenções. Encostei no surdo e subi a camiseta, abrindo caminho para que me beijasse lá. Surpreso, ele encostou o nariz na minha virilha, me fazendo suspirar com sua respiração quente. Fui contemplada com uma sessão de sexo oral e descobri tudo o que as baquetas podem fazer pelo meu prazer." SARA, 29 ANOS

"Meu namorado arrancou minha saia e me jogou no banco de trás do carro no estacionamento de um shopping. Afastou meus joelhos e me lambeu devagar, provocando o clitóris com a ponta da língua. Deslizei o corpo para baixo, o que me protegeu dos outros motoristas, e me derreti na boca do meu amor." MELINA, 22 ANOS

FOTOS: SÉRGIO DE OLIVEIRA, GUSTAVO ARAÚJO (STILL)

Como podemos observar os produtos e acessórios eróticos passam a ser parte integrante das dicas sobre sexo. Eles deixam as clandestinas vitrines das lojas de sex-shops para desfilarem nas páginas das revistas. Deixam de ser sacanagem underground, para se tornarem parte da vida sexual de homens e mulheres heterossexuais jovens de classe media alta – público a que essas revistas são direcionadas. Com afirma Gregori (2003a) o erotismo politicamente correto dá não só visibilidade a novas práticas sexuais, mas também acessórios, que se tornam novas possibilidades na etiqueta sexual. Os produtos, muitas vezes, aparecem como o remédio, a solução para se conseguir realizar aquela façanha sexual mais difícil:

Aquele orgasmo simultâneo difícil de alcançar tem mais chance de ocorrer com os acessórios corretos. Se uma mulher utiliza um vibrador sobre seu clitóris enquanto você a penetra, aumenta a possibilidade do clímax ao mesmo tempo. (Men's Health, março de 2008:50)

Dessa forma, esses objetos passam a ser vistos como aliados, como sexo é uma questão de preparação e informação, porque não usar todos os meios disponíveis? O que notei nas duas revistas em questão é que há uma inserção desses produtos eróticos nas práticas sexuais cotidianas, mas há uma diferença na “incorporação” e no “tratamento” desses produtos nas duas revistas.

A primeira diferença é visual. Na *Men's Health* esses produtos não aparecem em imagens, já em *Nova*, com podemos ver acima, as imagens preenchem cada espaçozinho livre (ver imagens 3.1a e b/3.2/3.3). A quantidade de vezes que esses produtos aparecem também é diferente. Em todos os números da revista feminina pelo menos um produto é indicado, já na masculinas existem números em que eles nem aparecem.

O que significam essas diferenças? Que sentidos mobilizam? Analisando-as junto aos conteúdos das matérias, o que podemos afirmar, é que embora esses objetos estejam inseridos na etiqueta sexual, supõem-se que para os homens eles ainda causam algum estranhamento.

Ela já havia testado brinquedinhos sozinha; ele costumava fechar a cara só de tocar no assunto. (Nova, setembro de 2008:179)

... ficou mudo quando mostrei o vibrador. Passando o susto inicial e algumas preliminares... (Nova, setembro de 2008:179)

Os homens têm a preocupação de que podem ser substituídos ou ela pode ficar viciada, e de que eles jamais vão conseguir competir (Men's Health, março de 2008:50)

Eles, leitores homens, ainda estão sendo educados no uso desses acessórios. As ressalvas de que não precisam mais “ter medo da concorrência dos vibradores”, aparecem em ambas as revistas. Eles têm que se acostumar, por isso na *Men's Health* são poupados do “susto” de um vibrador estampado em suas páginas, mas são reiteradamente alertados dos benefícios desses produtos:

Você pode ficar excitado com apetrechos sexuais (...) "O homem tem que entender que os dois vão brincar juntos" (...) "Depois que se acostumam com a idéia, ele adoram vibradores" (...) "Quando meu namorado me surpreendeu com um vibrador que mais parecia um batom, nós conseguimos o que buscávamos." (Men's Health, março de 2008:50).

E para irem se acostumando com a idéia, são convidados a adotar uma sequência como essa:

Comece com óleos de massagem e um banho de banheira."/ "Use modelos que não se parecem com pênis. (Men's Health, março de 2008:50)

A suposta “pouca familiaridade” dos homens com esse tipo de produto é reiterada também pela revista feminina. *Nova* alerta suas leitoras a tomarem cuidado com as novidades introduzidas:

SER OUSADA entre quatro paredes é divertido e excitante, mas será que o gato está preparado para sua incrível performance? (Nova, abril de 2009:50)

Com as mulheres a conversa é diferente, as revistas imaginam que esses objetos

estejam totalmente integrados em suas rotinas sexuais. Em *Nova*, a presença desses acessórios é mais comum, mais numerosa, mais corriqueira. Em várias matérias são as leitoras que testam e indicam os produtos (ver imagens 3.1a e b), e seus depoimentos mostram uma familiaridade no consumo e uso destes.

É bom de usar só ou acompanhada. (*Nova*, novembro de 2008:47)

Comprei um vibrador novo e estou louca para testá-lo. (*Nova*, maio de 2008:68)

Ela já havia testado brinquedinhos sozinha...Verdade que eu já havia experimentado um vibrador antes,mas nada parecido com o poder desse. (*Nova*, maio de 2008:179)

E para a revista:

Não há nada melhor para encher de fogo os relacionamentos, até os mais padrões, do que esse tipo de brinquedo. (*Nova*, setembro de 2008:179).

Até na *Men's Health* os homens são alertados de que “talvez” suas mulheres já tenham mais intimidade com esses objetos:

De repente ela até já usa um vibrador quando você não está perto. Difícil é ter coragem de trazê-lo à tona quando os dois estão juntos. (*Men's Health*, março de 2008:50)

O que as revistas mostram é que o uso de acessórios eróticos está mais “incorporado” à dieta sexual das mulheres (leitoras) do que dos homens (leitores), pelo menos no que se refere ao seu público alvo. Isso vem corroborar com o que já mostraram, Gregori (2010) para o mercado de bens eróticos nacional, e Díaz-Benitez(2009) para o mercado de filmes pornôs nacional: uma feminização que aparece desde a realização e comercialização desse tipo de produto, que agora passa a ser produzido diretamente para esse público. E no aumento do mercado de consumidoras,

que denota a maior intimidade dessas mulheres com essas novas práticas. Segundo Gregori (2010), desde a década de 90, são as mulheres de classe média alta que movimentam esse tipo de mercado, incorporando de forma mais ostensiva seus produtos à suas práticas sexuais.

Mesmo com tonalidades particulares, as duas revistas incorporam o uso de acessórios eróticos às possibilidades de práticas sexuais para seus leitores. Bozon (2003) e Guillebaud (1999) mostraram que desde a década de 70 há uma mudança na sexualidade marcada principalmente pela ampliação do repertório sexual dos indivíduos. Butler (2003), Leite (2006), Giddens (1993) também apontam para essa ampliação ao mostrarem como práticas antes condenadas, mal vistas ou consideradas clandestinas, passam a ter outro status e a frequentar camas e quartos das “pessoas comuns”. Prolongamento da vida sexual ativa, atividade sexual fora do casamento, o sexo oral mutuo, a masturbação como auto-conhecimento, o sexo anal, entre outros seriam algumas dessas práticas presentes nos novos repertórios. Além dos objetos do mercado erótico, outras “novas” práticas também passam a ser disseminadas e mobilizadas por essas revistas? Quais são elas? Que fantasias seus leitores podem ter? Que posições devem conseguir fazer?

Nas duas revistas a masturbação é prática comumente indicada.

O QUE FACILITA O CLÍMAX SEMPRE (...) Acariciar o seu clitóris antes e durante o sexo – ou pedir ao seu bonitão que o faça. (Nova, outubro de 2008:164).

Ela é mostrada como uma grande fonte de prazer, idéia que é corroborada e enfatizada por relatos dos próprios leitores:

Meu namorado é um craque com os dedos. Ele mantém dois juntos, enquanto esfrega meu clitóris até que eu chego ao orgasmo. (Men's Health, março de 2008:50)

Ele me masturbou enquanto seguíamos o trio elétrico do Chiclete com Banana na Bahia. Já imaginou? (Nova, junho de 2008:146)

Nossa competição: começamos a nos masturbar e ganha aquele que chega ao orgasmo primeiro.(Nova, junho de 2008:146)

Prática que deve estar presente no repertório do casal, como preliminar em uma transa, mutuamente ou não, como show de voyeur para o parceiro (a):

Masturbem-se juntos. Detalhe: alternadamente. Quem não estiver com as mãos ocupadas observa os movimentos do outro(...) (Nova, julho de 2008:123)

Para que ela vire parte desse repertório, as duas revistas explicam, informam passo a passo como a prática deve ser realizada:

Deslize o dedo médio e o dedão para dentro dela. Use o mesmo ritmo no clitóris que você usa dentro dela e preste atenção se está dando aos lábios e àquele primeiro terço do canal vaginal bastante estímulo. (Men's Health, agosto de 2008:72)

Coloco uma mão e cada lado do pênis e as movimento para cima e para baixo, esfregando-as como se estivesse enrolando uma bola de argila. (Nova, junho de 2008:145)

Homens e mulheres devem saber quais as manobras necessárias para masturbar seu parceiro. Mas as mulheres também são convidadas a praticar solitariamente, como forma de autoconhecimento.

Inúmeros caminhos levam ao paraíso. A masturbação é um deles, pois ajuda você a se conhecer. Um namorado bem treinado também. Aqui, maneiras de conseguir um orgasmo – solo ou bem acompanhada. (Nova, outubro de 2008:166)

Estimule-a a usar um vibrador mesmo que não esteja por perto. Ela vai passar a conhecer as sensações de seu corpo em vários níveis de excitação, incluindo gozo. (Men's Health, setembro de 2008:60)

Cabe às mulheres tornar rotineiro o ato da masturbação e serem ativas ao

indicarem para seus homens o caminho do prazer. As mulheres devem se esforçar para aprender, porque os homens já estão acostumados com essa prática.

Um estudo publicado no periódico americano Psychological Bulletin descobriu que 92% dos homens são adeptos do cinco-contra-um, enquanto apenas 58% das mulheres gostam de se tocar. (Men's Health, setembro de 2008:61)

São elas que devem se acostumar, perder as barreiras, e para convencê-las as dicas das revistas são muito importantes :

“Gosto de usar os jatos da jacuzzi para me masturbar. Há algo errado nisso?” Daniela, 20 anos. “NÃO HÁ NADA de anormal. Você está buscando o prazer por meio da masturbação”, opina o médico e sexólogo Celso Marzano. (Nova, julho de 2008:130)

Venci a vergonha de me masturbar na frente dele tentando sozinha na frente do espelho. Me senti tão sexy que depois dei um show na cama. (Nova, junho de 2008:146)

E também a ação de seus parceiros:

Solte as amarras dela (...) Ela não se masturba. Se ela tem vergonha dese masturbar na sua frente, diga que essa é uma das suas maiores fantasias, e que isso traria muito prazer para você. Pergunte se isso também daria tesão a ela, e se ela ficaria mais desinibida se você também se tocasse o mesmo tempo (...) (Men's Health, setembro de 2008:61)

Há, nas duas revistas, um incentivo quase compulsório à adoção dessa prática. Mesmo aquelas que “não gostam”, “ficam incomodadas” e /ou acham isso “errado” e “sujo”, devem ser convencidas a tal prática e a deixar seus tabus de lado.

O sexo oral aparece de forma semelhante a da masturbação nas duas revistas. Fonte de prazer rotineira, ele deve fazer parte do repertório do casal, como preliminar, pra

“turbinar o sexo”, esquentar a relação:

Os estudiosos descobriram que mulheres tinham mais chances de gozar em relações em que recebiam sexo oral. (Men's Health, setembro de 2008:61)

Recente pesquisa conduzida por britânicos concluiu que a maioria dos relacionamentos entre casais é mais bem-sucedida quando eles praticam sexo oral. Essa é mesmo a maneira mas(MAIS) fácil de fazer o desejo entrar em ebulição e aumentar a lubrificação, especialmente quando você e seu querido estão afim de transar mas o corpo ainda não entrou completamente no clima. (Nova, maio de 2008:162)

Reportagens e matérias ensinam as técnicas dessa prática:

Caia de boca. Use a língua no Dia dos Namorados (...) Ponha um travesseiro embaixo da bunda dela para levantar a pélvis (...). Você fica mais confortável e facilita o acesso. (Men's Health, março de 2008:89)

Se o sexo oral dela está fora de compasso com você, use sua respiração para orientá-la no momento de acelerar e desacelerar.(Men's Health, março de 2008:89)

ORAL EM 6 PASSOS. Com este guia rápido, seu homem vai delirar. (Nova, outubro de 2008:62)

Depoimentos de leitores também ajudam a confirmar sua eficácia:

“Minha gata lambeu todo o meu pênis e, depois, o abocanhou por inteiro. Enquanto fazia sexo oral, também se tocava. Uma loucura!” Fábio (Nova, junho de 2008:160)

“Meu namorado pediu que eu ficasse de quatro enquanto fazia sexo oral em mim. A sensação é muito diferente! Vicieí.” Deise (Nova, junho de 2008:160)

Assim como na masturbação, as duas revistas chamam a atenção para uma certa resistência que pode haver de algumas mulheres em dar e receber o sexo oral.

“Meu namorado até topa, mas..O que faço com meu cheiro lá em baixo?” Taís, 26 anos.(Nova, maio de 2008:163)

Ela não gosta de receber sexo oral. “Até a mulher mais segura pode entrar em paranóia respeito da aparência, do cheiro e do gosto de seus genitais”, revela a psicóloga inglesa especialista em casais Tracey Cox(...) (Men's Health, setembro de 2008:61)

Ela se nega a fazer sexo oral. Existem vários motivos para isso. Talvez ela não curta o cheiro do pênis ou tenha medo que ele deixe-a com ânsia de vômito ao penetrar sua boca. (Men's Health, setembro de 2008:59)

E também, como na prática anterior, elas devem ser convencidas a perderem seus medos e aderirem a prática tão prazerosa.

Solte as amarras dela. Não deixe as encanações da sua parceira fazerem o desejo morrer na praia. Ajude-a a botar o tesão para fora. Vocês dois saem ganhando. (Men's Health, setembro de 2008:61)

5 MOTIVOS PARA VOCÊ DAR UMA SEGUNDA, TERCEIRA, QUARTA CHANCE AO SEXO ORAL (Nova, novembro de 2008:152)

Seu amor está indo sentido zona sul e você morre de medo do que ele pode encontrar? Bobagem. O cheiro e o gosto que vai sentir funcionará como afrodisíaco. (Nova, março de 2009:127)

O sexo anal também se torna parte do repertório sexual. Muito prazeroso graças a alta sensibilidade da região, segundo as revistas:

Festa no Lado B - O grande trunfo da penetração anal é a intensa fricção. Tal território também rende um clímax divinal por uma razão psicológica. Satisfazer esse desejo quase proibido é um estímulo e

tanto. (Nova, abril de 2009:130)

“Essa relação pode ser prazerosa para ela, pois a região anal tem muita sensibilidade”, afirma o urologista e sexólogo Celso Marzano, de São Paulo, Siga nossas dicas e se dê bem. (Men's Health, dezembro de 2008:29)

Para Nova o prazer é ainda maior pela satisfação do “desejo proibido”. E *Men's Health* ressalta, “ela quer mas tem medo”.

Invista no lado B – Você quer sexo anal, mas não sabe como pedir. Ela também quer, mas tem medo. Encare o assunto a dois e dobre seu prazer. (Men's Health, dezembro de 2008:29)

Além de ter ouvido muita coisa preconceituosa por aí, ela tem medo de sentir dor. Se você quer mesmo, vá com calma. (Men's Health, dezembro de 2008:29)

As duas disseminam a diversidade como um novo mandamento da atividade sexual. Experimentar de tudo e estar antenado com as novidades:

Amplie seu repertório. E ganhe aplausos de pé, deitado, sentado...” (Men's Health, setembro de 2008:24) “Atualiza suas táticas e dê cara nova ao velho esporte. Muita coisa mudou entre quatro paredes(...)Para acompanhar os novos tempos (...) dicas para você mostras como anda atualizado com as tendências sexuais. (Men's Health, fevereiro de 2009:19)

Saia do piloto automático e faça questão de experimentar de tudo um pouco: variações de velocidade, profundidade, ângulo... (Nova, abril de 2009:131)

Esteja aberto a atingir o orgasmo de outras formas que não sejam com a penetração, como sexo oral e masturbação. Assim, ela também amplia o cardápio de prazer. (Nova, abril de 2009:131)

Nesse “cardápio de prazer” há “pratos” que são basicamente fundamentais e que todo mundo já sabe, ou deveria saber. As preliminares começam com beijos, carinhos, toques e muita massagem erótica. Ambas as revistas ensinam em várias matérias como esquentar o clima através dessa prática:

Ela está em suas mãos. Leve-a às alturas com uma massagem afrodisíaca.(Men's Health, fevereiro de 2009:84)

À Tailandesa. Depois de aprender esta massagem tão poderosa, será fácil deixar seu namorado viciado em você. Garanta já seu diploma de aticadora de orgasmos. (Nova, janeiro de 2009:100)

Saber como tocar e estimular, seja através da massagem ou da masturbação, é imprescindível para um bom sexo.

Levante o dedo se você acha que é bom de cama. Mas você consegue fazer uma garota chegar ao orgasmo sem tirar suas calças, usando outra habilidade, enquanto diz como ela é gostosa? No dicionário de sexo, “dedilhar” não é a palavra mais bacana, mas ser bom nisso mostra que você é craque de A a Z nessa matéria. E esse é um dos talentos que as mulheres mais admiram. (Men's Health, agosto de 2008:69)

Mas, mais do que isso, é preciso saber onde tocar. Os “pontos eróticos” do corpo se multiplicam assim como as práticas possíveis. Orelhas, pescoço, seios, clitóris, pênis são os pontos considerados do passado. Se o leitor(a) conhece só esses, ele está ultrapassado e deve se atualizar.

OS PONTOS QUENTES DELA. Faça com que ela se sinta gostosa tocando cada parte de seu corpo. No rosto. Na nuca. Nos lábios. No seio. Nas costas. Nas laterais... (Men's Health, agosto de 2008:70)

Pontos A, B, C...J e até Y, conheça, descubra e decore. Eles são ingredientes básicos para as receitas de prazer (ver imagem 4.4):

PONTO J: JOELHOS Sim, eles podem ser um foco de excitação. Experimentos conduzidos pelos autores de *A Ciência do Orgasmo* constataram que o uso de um vibrador na região resulta no aumento da tensão muscular em direção à porção superior da coxa, levando ao clímax. (*Men's Health*, janeiro de 2009:65)

De quatro por ele...É que, dessa forma, o pênis consegue estimular o ponto Y, que fica no fundo da vagina próximo do colo do útero. (Nova, abril de 2009:131)

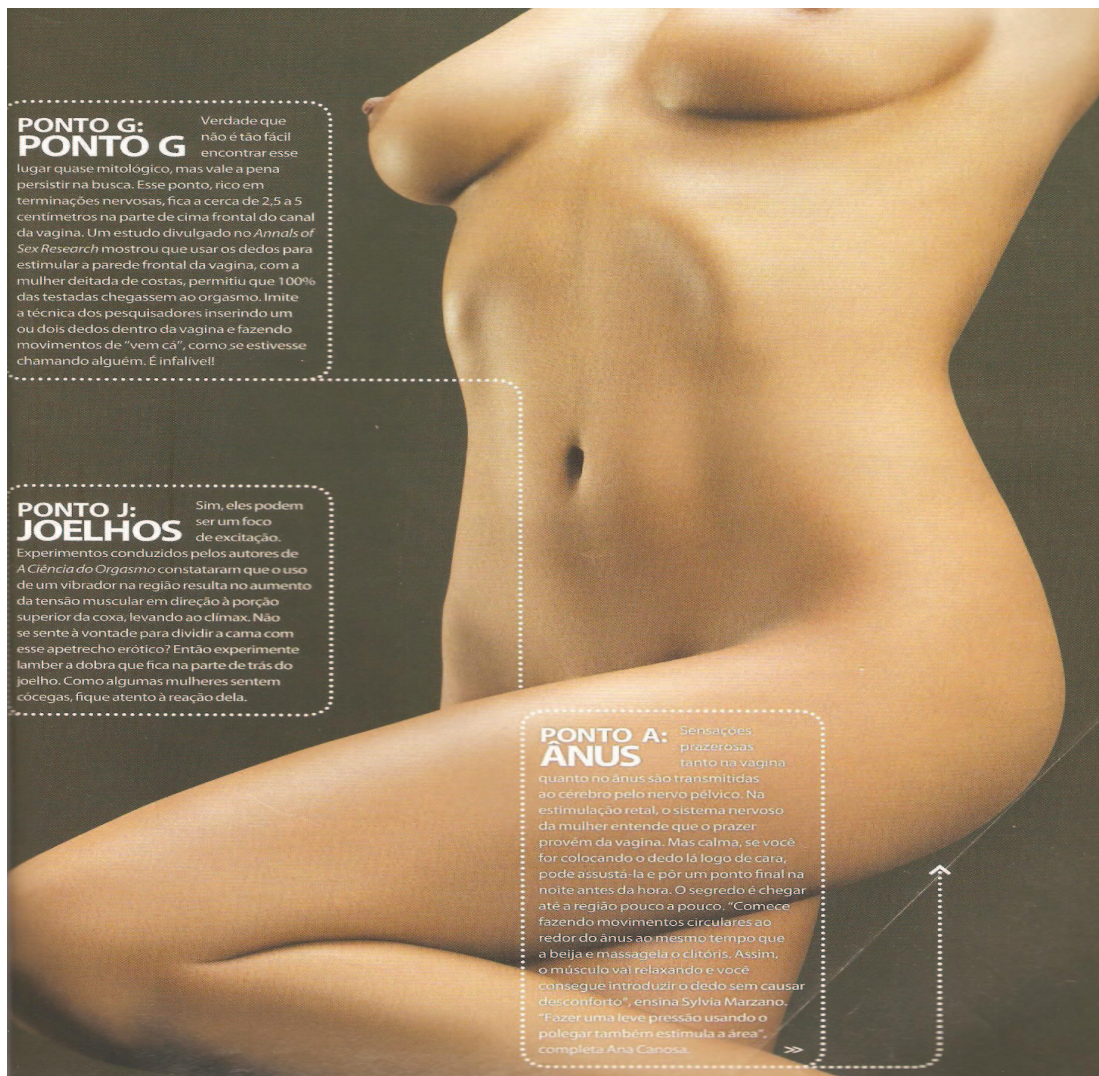


Imagem 4.4 - *Men's Health*, janeiro de 2009:65

Os pontos se multiplicam, mas o mais importante, para as duas revistas, ainda é o PONTO G. Inúmeras são as matérias que confirmam sua existência e ensinam encontrá-lo e estimulá-lo. É o ponto do prazer máximo, tanto, que até os homens “ganharam” um:

Ponto G. Será que você tem? ...4 passos para achar o seu agora. Com nosso guia, é possível encontrar e se divertir com o ponto mais falado do corpo humano. (Nova, fevereiro de 2009:38)

(...) o expert ensina ao seu querido como achar (e estimular direito) o ponto G, um poderoso gatilho para seus orgasmos. (Nova, outubro de 2008:165)

Os homens têm um ponto G? Sim. É a próstata. Você pode alcançá-la tocando a por de trás. (Nova, novembro de 2008:173)

PONTO G: Verdade que não é fácil encontrar esse lugar quase mitológico, mas vale a pena persistir na busca. Esse ponto, rico em terminações nervosas, fica a cerca de 2,5 a 5 centímetros na parte de cima frontal do canal da vagina. (Men's Health, janeiro de 2009:64)

Além dos pontos eróticos do corpo multiplicaram-se também as posições do sexo (ver imagens 3.5 e 3.6). As duas revistas ensinam as mais diversas modalidades e destacam como é importante essa variedade.

“Variar as posições é importante porque faz com que o casal experimente mais fantasia e excitação”, diz a psicóloga e sexóloga Jussania Oliveira, consultora da MH. (Men's Health, setembro de 2008:24)

Elas ensinam como transformar aquela posição “antiga”, “ultrapassada” em uma “novinha em folha”, o que é necessário para conseguir realizá-las, que pontos cada uma estimula, e até qual delas pode ser mais prazerosa para homens ou mulheres.

Transforme “colher” em “colher-garfo” (...) Transforme “cachorrinho” em “golfinho” (...) Transforme “papai-mamãe” em “aranha”. (Men's Health, setembro de 2008:24) (ver imagem 4.5)



SEXO

Amplie seu repertório

E ganhe aplausos de pé, deitado, sentado...

Por Sofia Solves

Não há como negar: depois de um tempo, a maioria dos casais enfrenta a mesmice sob os lençóis. Todo dia a mesma coisa... O problema é que banda de uma música só não dura muito. "Variar as posições é importante porque faz com que o casal experimente mais fantasia e excitação", diz a psicóloga e sexóloga Jussania Oliveira, consultora da *MH*. Essa ginástica sexual também fortalece os laços de confiança. "Com mais intimidade, a mulher se sente livre para realizar manobras que em princípio a deixam pouco à vontade." Teste versões repaginadas de três posições clássicas e empaque seu sucesso sempre.

Transforme "colher" em "colher-garfo"

Comece o sexo na clássica posição de "colher" (ou conchinha), em que você se aconchega por trás da parceira e a penetra. Em seguida, eleve seu tronco com um braço apoiado no colchão e faça com que ela levante uma perna por cima do seu quadril. A penetração fica mais profunda.

Transforme "cachorrinho" em "golfinho"

Sustentar seu peso nos braços esticados é muito cansativo – e câibra na hora H não está com nada. Deite sua parceira de bruços, coloque um travesseiro embaixo do quadril dela e penetre-a por trás. O travesseiro inclina a região do ponto G, dando a você mais chances de encontrá-lo. Nessa posição, você pode flexionar os braços e apoiar os antebraços na cama. Como seu peso ficará mais diluído, você pode pensar no que realmente interessa.

Transforme "papai-mamãe" em "aranha"

Sentado, com a garota por cima, faça com que ela se incline para trás, com as pernas esticadas para a frente – uma em cada lado do seu corpo – e os braços entre seus joelhos. Você também se reclina, apoiando-se nos braços, como ela. Agora, ambos flexionam os joelhos. Escolha uma superfície firme para manter a posição. Você penetra mais fundo e ela ganha um estímulo mais intenso e íntimo do que no tradicional "papai-e-mamãe".

Imagem 4.5 - *Men's Health*, setembro de 2008:24

Deite-se de costas com as pernas esticadas e ela por cima. Erga as nádegas dela para a cabeça do pênis tocar o clitóris e ela empurra a pélvis dela para frente e para trás. (Men's Health, março de 2008:91)

Sentados um de frente para o outro, coloco minhas pernas sobre seus ombros. A penetração fica mais intensa e chego ao clímax várias vezes. (Nova, Junho de 2008:163)

Há posições sexuais que favorecem o clímax feminino. Como as oito a seguir (...) A GANGORRA. O GUINDASTE. TIRO AO ALVO. A SINFONIA. CARTA CURINGA. A BORBOLETA FLUTUANTE. A CARRUAGEM (...) (Nova, outubro de 2008:162 e 164) (ver imagem 4.6)

De quatro por ele. A posição não só deixa seu namorado nas nuvens como permitem que ele a leve ao sétimo céu. (Nova, abril de 2009:131)

Diversificação, essa é a palavra de ordem, segundo *Nova* e *Men's Health*, para se tornar um exímio praticante das artes sexuais. Os leitores são convidados a experimentar, aprender, saber, inúmeros toques, pontos, posições e fantasias. Que tal um striptease para seu amor? Um curso de pompoar pode aumentar o prazer dos dois. O perigo de ser pego, faz do sexo em lugar público o maior tesão. E quem não gostaria de ser atriz(or) principal de um filme picante?

Lingerie sensual, brinquedinhos e posições dignas de filme erótico – tudo isso faz o sexo com o gato atingir níveis capazes de disparar o alarme de incêndio. (Nova, outubro de 2008:62)

Fantasias possíveis (...) Sexo em público. (...) Fazer um filminho(...) Transar Online(...) (Men's Health, junho de 2008:62)

Dia do sexo (...) aulas de strip-tease, pompoarismo e massagens tântricas. (...)o segredo está em transmitir às alunas idéias que realmente funcionem e incendeiem o relacionamento entre quatro paredes. (Nova, setembro de 2008:70)

1001 idéias de sexo (...). LEITORES DE MEN'S HEALTH. (...)
“Sugiro brincarmos de professora e aluno. Enquanto me dá aulas de educação sexual, banco o malcriado tentando tocar seus seios...” Lopes
(Nova, Junho de 2008:148)

1001 idéias de sexo (...). “Fico excitada quando trocamos os nomes na hora H. Viro Luana, a advogada ninfomaniaca; ele é Rui, que me contratou para cuidar do divórcio.” Eli *(Nova, Junho de 2008:153)*

Como se nota, para *Nova* e *Men's Health*, a ordem do dia para uma vida sexual satisfatória é ampliação de práticas. Mas nem tudo é totalmente possível para essas revistas. Pude observar que há limites para algumas práticas:

De vez em quando o homem que você ama quer ser subjugado (...) sinal vermelho. Por mais empolgada que fique com o papel de dominadora, lembre-se de manter sempre contato visual com seu querido para perceber se passou do ponto. (...) Evite, também machucá-lo com suas unhas a ponto de tirar sangue ou mesmo mordê-lo com força bem ali, no hemisfério sul. Afinal, dominar não é sinônimo de transformar a cama num ringue de luta livre. *(Nova, agosto de 2008:108)*

“Meu namorado gosta de me dar uns tapas de leve. Será que ele gostaria de praticar sadomasoquismo?” “Um tapinha não quer dizer, necessariamente, que ele deseja essa pratica sexual”, explica o dr. Marzano. “O que ocorre é a vontade de viver uma situação de dominação e de submissão.” Se você se sente desconfortável ou acha que ele está cruzando a linha do saudável, diga. “Ninguém deve ser forçado a se submeter àquilo que gera medo, ansiedade e até possíveis ferimentos”, pondera o sexólogo. *(Nova, Julho de 2008:131)*

Tudo bem se o leitor quiser ficar só com a parte “sexy” da amarração, dos tapinhas e da subjugação. Brincar de “tara” é possível, mas os leitores são alertados tomarem cuidado, pois há limites que devem ser respeitados, para que essas práticas não virem obsessão. As revistas até ensinam como se safar, recusar algum pedido mais extravagante:

O que fazer quando o namorado sugere uma fantasia digamos, extravagante? Qual o limite saudável debaixo do edredom? (...) Até uma pós-graduada em sexo é capaz de arregalar os olhos se uma amiga contar que tomou Viagra ou fez xixi no novo namorado. Já passou por situação parecida? (Nova, Julho de 2008:130)

PEDIDOS MALUCOS: COMO SE SAFAR. Tudo caminha muito bem, até que o moreno alto, bonito e sensual faz um pedido para lá de estranho. E você não se sente nenhum pouco confortável para realizá-lo, pelo menos por enquanto. (Nova, maio de 2008:129)

O(a) leitor(a) deve estar atento, para que nem ele(a) nem seu parceiro cruzem as fronteiras estabelecidas, pois isso pode ser perigoso:

Durante a transa, gosto que ele aperte meu pescoço a ponto de breçar a respiração por alguns instantes. Faz mal? Esse Fetiche, chamado de bondage and dominance (submissão e dominância), é bem perigoso. “A diferença de alguns segundos a mais que o suportável pode provocar lesão cerebral ou parada cardiorrespiratória..”, alerta o dr. Alves.” (Nova, Julho de 2008:131)

Flagrei meu noivo vendo um filme pornô em que mulheres transavam com bichos. Devo me preocupar? VOCÊ DEVE FICAR ALERTA se o parceiro só topa fazer sexo enquanto assiste a esses filmes. Agora, se a curiosidade for esporádica, não há motivo para esquentar a cabeça. (Nova, Julho de 2008:131)

Quando é doença - Quando um homem pensa apenas em sexo, sugere práticas violentas ou obscenas e não consegue resistir a elas, precisa de tratamento, pois deve estar sofrendo de transtorno obsessivo compulsivo. Afinal, uma coisa é desejá-la com paixão, outra diferente é transformar o momento do sexo em tortura física ou psicológica. E, se ele se recusar a procurar ajuda profissional, melhor a fazer é cair fora! (Nova, novembro de 2007)

O BDSM, a subjugação, o bestialismo, bondage and dominance, entre outras, são

práticas possíveis mas que ainda requerem um certo controle. Para elas a um limite: é necessário o consentimento de todos os parceiros, e deve-se tomar cuidado com a intensidade e assiduidade. Pois se o limite for ultrapassado, elas podem virar um perigo, um problema, uma obsessão.

Mas os limites do que deve ou não ser praticado não terminam nesse tipo de prática mais ousada. Nas duas revistas as relações diferentes da heterossexual não devem se tornar reais, podem ocorrer apenas em forma de fantasia e entre pessoas do sexo feminino. Bissexualismo, transgêneros, travestis e gays masculinos, entre outros, não aparecem nenhuma só vez nas páginas de dicas sobre sexo. Ou seja, relações diversas das heterossexuais, só mesmo “homoeróticas”(como veremos abaixo relações que não são propriamente homoeróticas) entre duas mulheres. O interessante é notar que em ambas revistas essa possibilidade aparece da mesma forma, apenas uma única vez, em um único número de cada revista, dentro de uma matéria sobre fantasias femininas. Ou seja, não como uma sexualidade diversa, uma forma de relacionamento possível, a relação homoerótica feminina aparece como uma fantasia de algumas mulheres. Fantasia sexual que algumas mulheres podem ter e que os homens gostariam de “observar”. Mais do que isso, uma fantasia que deve permanecer na cabeça e não deve ser realizada. *Men's Health* ressalta que, caso se torne realidade, pode ser potencialmente destrutiva para a relação:

Sexo com outra mulher é uma fantasia feminina freqüente. Algumas mulheres, no entanto, podem achar isso preocupante, um sintoma de que possam estar virando lésbicas. (...)Se essa é a fantasia dela, você acertou na Mega-Sena. Muitos homens acham a idéia de ver duas mulheres transando muito excitante. Ainda que Carlos Eduardo Carrion advirta que a maioria das mulheres que tem esse tipo de fantasia faz pouco ou nada para satisfazê-la na vida real. “Elas apenas usam essa fantasia para turbinar o sexo que têm com o seu parceiro” (...)Cuidado em transformar o sonho em realidade. “Se ela levar a idéia adiante, é possível que esteja fazendo apenas para agradar você, para manter o fogo da relação”, avisa Carrion. Com o tempo, esse tipo de atitude pode se revelar bastante destrutivo para o relacionamento. (Men's Health, dezembro de 2008:67)

Em *pensamento tudo é permitido*, mas só no pensamento. Para as duas revistas há algumas práticas proibidas e desaconselhadas, principalmente aquelas que nublam as fronteiras dos padrões de gênero e sexualidade. Nesse ponto, as duas revistas se distanciam do erotismo politicamente correto que originado na luta de minorias sexuais, traria intrínseco a si (e a seu caráter educacional) um caráter político de afirmação de novas identidades sexuais, e transformação de hierarquias sexuais (RUBIN, 1992)⁸¹, e é graças a esse caráter que algumas dessas práticas se tornam possíveis e iguais. Esse tipo de erotismo permite novos sujeitos, novos atores sexuais, e dá visibilidade a novas sexualidades. Isso não se realiza nas páginas de *Men's Health* e *Nova*, nelas o binarismo de gênero e a heterossexualidade sempre são repostos, reafirmados, indicados. Até porque temos que considerar que são revistas que visam um público a partir de uma segmentação de gênero e idade, mas não de orientação sexual... as duas visam públicos heterossexuais. O que acaba por fixar imagens de feminilidade e masculinidade à heterossexualidade como única opção.

81 Ver essa discussão no primeiro capítulo desta dissertação.

Considerações Finais

Pretendi mostrar nessa dissertação que *Nova* e *Men's Health* são também meio de disseminação de um erotismo politicamente correto, muitas características são encontradas em suas seções de sexo, mas também há especificidades e diferenças entre as duas. Ambas mostram o sexo como fonte de prazer, saúde mental e corporal. Ele que libera as endorfinas, regula os hormônios, movimenta o corpo e aumenta a auto-estima. É corrente essa ligação sexo – saúde, tanto que para ambas quem faz sexo é mais feliz, mais saudável, vive mais. E quem não faz pode chegar a depressão, corre maior risco de doenças (até de ter ataque cardíaco) e, claro, de viver na solidão, pois sem sexo nenhum relacionamento se mantém. Essa ligação sexo e bem estar é tão forte que o torna, mais do que possível, ato necessário na vida das pessoas. É sim, como já destacou Guillebaud (1999) uma compulsoriedade do prazer. Por isso, as reportagens sobre como fazer sexo toda a vida, ou como manter a chama de um relacionamento acesa mesmo depois de muito tempo são presença comum e constantes nas revistas. Em nenhum momento a vida sem sexo é colocada como possibilidade. O sexo é sim imprescindível para homens e mulheres, leitores e leitoras, que pretendem ter saúde e qualidade de vida – é uma necessidade do corpo, da mente, da vida.

Assim sendo, como já mostraram Gregori (2003a) e Leite (2006), o sexo deixa de ser visto como sacanagem para receber o status de saúde, e dessa maneira fazer sexo se torna uma necessidade da vida saudável. Nas revistas examinadas tudo é uma questão básica de biologia e química: para funcionar bem o corpo precisa estar em equilíbrio, e o ato sexual e suas “consequências” são necessários para esse equilíbrio, por isso fazer sexo é imprescindível. Necessário para todos os corpos, a prática sexual então é também possível para todos. Basta dedicação, exercício e domesticação desse corpo para o ato. Saber as técnicas das práticas sexuais é quesito básico para a fruição. Em *Men's Health* e *Nova* encontramos os mapas de variados pontos eróticos do corpo, o passo a passo de cada prática sexual, como fazer cada posição do Kama Sutra, a utilidade de cada acessório erótico, tudo o que o leitor deve saber para fazer sexo. Com já

dissemos, para ambas revistas, os corpos precisam de sexo, na verdade precisam do gozo, conseguido através de uma atuação sexual, no mínimo, satisfatória, para isso é imprescindível conhecer as técnicas. Dessa forma, a compulsoriedade se expande, vai além da necessidade do ato sexual, passando a dar ênfase à qualidade da performance sexual, como já destacou Guillebaud (1999). Não basta praticar sexo, o esperando é chegar ao orgasmo. Segundo as duas revistas isso só ocorrerá se o(a) leitor(a) não seguirem suas dicas, não se esforçarem o suficiente. Assim como ser magro, bonito, jovem⁸², ser bom na prática sexual também passa a ser responsabilidade e obrigação dos sujeitos.

De forma perversa essa “responsabilização” torna a carga de uma vida sexual ativa cada dia mais pesada. São tantas técnicas que se deve conhecer, posições a conseguir, pontos a decorar, exercícios e alongamentos para tornar o corpo apto, fantasias a se experimentar, uma verdadeira profusão de coisas que tornam o “conhecimento sexual” cada dia mais difícil e cansativo. Mais do que possibilidade, corre-se o risco em que o sexo se torne um árduo fardo. Exercícios, estudos, ensaios, performances – um treino diário para um Ironman. “A inquietação, a de não ser capaz de estar conforme ao novo modelo trazido pela época: não mais santo ou herói, e sim atleta do orgasmo.” (GUILLEBAUD, 1999, p.140)

As duas revistas ensinam que o gozo é a recompensa que os sujeitos terão se “fizerem” tudo direitinho. Mas o gozo de quem? O seu gozo, o objetivo é o leitor(a) ter prazer. Como já haviam destacado Bozon (2003), Guillebaud (1999) e Weeks (2003), o prazer se torna cada dia mais um “exercício solitário”, o hedonismo moderno (GIDDENS, 1993) da sexualidade, onde a busca é por seu próprio gozo, sem, na maioria das vezes, pensar no do parceiro. Em *Nova* e *Men's Health*, esse hedonismo é muito claro. O leitores(as) devem aprender todas as técnicas para poder conseguir com sua performance o seu grande prêmio⁸³. O gozo do parceiro, ou parceira, aparece sim

82 Sobre a discussão de reponsabilização dos sujeitos sobre sua juventude e magreza ver Debert (1999) e Silva (2004).

83 “Seja uma máquina de sexo. 43 lições para turbinar seu prazer o ano todo.” (Men's Health, março de 2008:capa) “Você vai ter um orgasmo hoje. (...) Inúmeros caminhos levam ao paraíso.” (Nova, outubro de 2008:160)

algumas vezes, mas com o intuito de melhorar o prazer desses sujeitos⁸⁴. O que quero afirmar é que, dessa forma, “os parceiros” são mostrados como meios para conseguir um objetivo, e a relação se esvazia, dando lugar a uma “busca solitária” pelo prazer. O “tipo” de parceiro na verdade passa a ser apenas um detalhe nesse “exercício solitário”, podem ser dedos, acessórios eróticos, vibradores ou até parceiros “humanos” (esse, e outros tipos de parceiros são totalmente intercambiáveis), o que importa é a eficiência deles para se chegar ao objetivo final. Por isso, os leitores(as) são convidados a ensinar seus parceiros humanos as técnicas da fruição, a escolheres os melhores objetos eróticos, e até a se especializarem na masturbação. O prazer que se busca é o individual, mesmo que haja um “outro” presente.

Tanto *Men's Health* como *Nova* mostram que o interesse feminino por sexo existe, pode até mesmo ser comparado ao dos homens, mas com algumas diferenças. As duas revistas convidam seus leitores a ampliarem seus horizontes de práticas, mas são elas (as mulheres) que são estimuladas a largarem seus tabus, tentarem novamente práticas, deixarem de lado seus medos – “resquícios dessa vida feminina antiga” onde o sexo não era assunto de mulher. Em *Men's Health* essa idéia é freqüente e enfática: Embora elas queiram sexo. Algumas só não sabem isso ainda. São seus leitores que devem convencer as parceiras a determinadas práticas, com paciência, insistência e os truques ensinados, eles conseguirão. Na revista masculina, as mulheres ainda são vistas e tratadas como passivas, objetificadas, no sentido de que para alcançarem o seu objetivo, o gozo individual, os homens devem usá-las. O tom das matéria é sempre esse, as mulheres devem ser levadas ao ato. Além disso, as imagens femininas na revista são sempre evocativas, as posições e o vestuário seguem ainda o estilo das revistas de nu feminino, o estilo *Playboy*. Elas gostam de sexo, mais ao homem ainda cabe o papel de ativo na relação sexual.

Nova se diferencia muito de *Men's Health* nesse quesito. A revista muitas vezes

⁸⁴ “Você quer mais prazer no sexo? A resposta é simples. Dê prazer à sua parceira e você terá todo o tesão do mundo.”(*Men's Health*, dezembro de 2008:64) “É hohhhje! (...) Com este manual do orgasmo, você só não atinge o nirvana esta noite se não for para cama com o seu amor! Tem plantão de duvidas que deixa qualquer preocupação longe dos lençóis, roteiro digno de penélope cruz e javier barden com preliminares que dão sede de tesão, dez passos para chegar lá sempre. (*Nova*, abril de 2009: 129) “O ponto G, a raiz do clitóris, integra a mesma rede de prazer, só que se localiza internamente. A boa notícia é que ele pode fazer muuuito por você. Sua namorada ficará tão extasiada e agradecida se estimulá-lo que não medirá esforços para retribuir o agrado.”(*Nova*, outubro de 2007)

convida suas leitoras a deixar de lado tabus e tentar práticas novas, mas o tom é muito diferente. Para a revista toda mulher sabe que quer sexo e prazer, e deve ser ativa na busca deles. O papel de objeto de desejo masculino não cabe às mulheres de *Nova*. As novas práticas são vistas como uma ampliação das possibilidades de prazer. São cursos, posições, objetos eróticos que são apresentados a leitora de uma forma muito natural, como qualquer novo produto de maquiagem, ou outro objeto de consumo qualquer. Observamos ecos do que do Gregori (2010) chama de feminização do mercado erótico. A autora destaca que a feminização na realização e comercialização de produtos, no aumento do mercado de consumidoras, na maior intimidade dessas mulheres com essas novas práticas e discursos, que também permitiria essa ampliação das práticas por elas. Esse é exatamente o que encontramos em *Nova*. Os produtos eróticos aparecem nas páginas dessa revista como qualquer outro tipo de produto, demonstrando uma intimidade das leitoras com eles. O que, como já disse, não ocorre em *Men's Health*.⁸⁵ Além disso, a expansão do cardápio de práticas já foi mostrada, e posso afirmar que é maior para elas do que para eles. Elas, como eles, podem se masturbar, fazer sexo anal e até um "bondage light". Mas mais do que eles, podem fantasiar relação com outras mulheres e de dominação feminina.

A disseminação da ampliação do leque de práticas sexuais pode ser observada nas duas revistas que analisamos. Práticas como a auto-masturbação, os sexos anal e oral, o uso de acessórios eróticos, se tornam comuns dentre as opções oferecidas aos leitores. Oferecer informação sobre todo tipo de prática é uma forma de combater o preconceito, a ignorância, e convidar os indivíduos a expandirem suas experiências. A informação elucida e legitima novas possibilidades. O que vemos em *Nova* e *Men's Health* é uma defesa da ampliação - das ofertas do mercado erótico, do consumo ligado a esse mercado, atrelada a da diversidade de práticas sexuais possíveis. Mas que possibilidades são essas? Todo prazer é válido para essas revistas? Quando analisa os "manuais do erotismo politicamente correto" nos EUA, Gregori (2010) ressalta que o intento desses é a legitimação de práticas e sexualidades, retirando dessas o caráter de perversão ou patologia, e convidando os sujeitos a novas experimentações, enfatizando estas como investimento em auto-estima, saúde e fim de preconceitos. Dessa forma,

85 Como já disse anteriormente são poucas as fotografias e imagens de objetos eróticos nessa revista masculina.

muitas práticas singulares se tornariam possíveis e experienciáveis. Mas como vimos, toda essa liberdade não se realiza nas revistas que analisamos, há em ambas limites para determinadas práticas.

O BDSM, a subjugação, o bestialismo, bondage and dominance, entre outras, são práticas possíveis mas que ainda requerem um certo controle. Para elas há um limite: é necessário o consentimento de todos os parceiros. E deve-se tomar cuidado com a intensidade e assiduidade. Pois se o limite for ultrapassado, elas podem virar um perigo, um problema, uma obsessão. Já a prática sexual com sujeitos de mesmo sexo (lembrando que como vimos, esta só aparece como possibilidade para mulheres⁸⁶), deve ficar no sonho, na fantasia. Mas o que isso significa? Gregori (2010) ao analisar a disseminação do erotismo politicamente correto na Califórnia, mostra que esse surge da luta e movimento de minorias sexuais em busca do reconhecimento de suas identidades políticas. Lésbicas, gays, sadomasoquistas, e outros, passam a utilizarem a disseminação de informação e esclarecimento, como forma de afirmação e reconhecimento de diferentes sexualidades, e para luta contra a ignorância e o preconceito. É a publicização usada como forma de visibilidade e “realidade”, conhecer, saber que existe e aprender a respeitar o que é diferente⁸⁷. Ou seja, vindo da luta de minorias esse erotismo politicamente correto, traria intrínseco a si (e a seu caráter educacional) um caráter de político de afirmação de novas identidades sexuais, e transformação de hierarquias sexuais (RUBIN, 1992)⁸⁸, e é graças a esse caráter que algumas dessas práticas se tornam possíveis e iguais, pelo menos nesse âmbito norte-americano. Ele permite novos sujeitos, novos atores sexuais, e dá visibilidade a novas sexualidades. Infelizmente, na minha opinião, é nesse âmbito que as revistas analisadas se distanciam desse erotismo politicamente correto, esse caráter de afirmação de novas identidades e sexualidades não se realiza nas páginas dessas revistas – a identidade sexual possível ainda é apenas a “heterossexual baunilha”⁸⁹. Nessas revistas, ampliam-se as possibilidades de consumo do

86 “O exercício da sexualidade entre corpos do mesmo sexo tem preponderância entre mulheres e seu sentido ainda corresponde a uma mesma lógica: torna-se prática aceita e estimulante de um certo desejo voyeur masculino.” (GREGORI, 2010, p.14/15)

87 Ver Gregori, 2010.

88 Ver essa discussão no primeiro capítulo desta dissertação .

89 Como já destacou Rubin (1992), a sexualidade tida como boa, natural, normal, normativa – Heterossexual, conjugal, monogâmica, reprodutiva e não comercial.

mercado erótico, o numero de posições e tipos de práticas. Mas as práticas que poderiam nublar, sujar, transgredir as fronteiras e convenções de gênero e sexualidade são desindicadas, a primeira vista, por elas. É possível “brincar”, “encenar”, “fantasiar” essas práticas “mais ousadas”, “diferentes”, “perigosas”, e deixar sua prática “real”, para os “menos normais”. Em *Men's Health* e *Nova* o binarismo de gênero e a heterossexualidade sempre são repostos, reafirmados, indicados, pois são a base da segmentação dessas. O que acaba por fixar imagens de feminilidade e masculinidade, e a heterossexualidade como única opção, mantendo como correto esses padrões socialmente aceitos.

Mas o interessante é notar que isso não ocorre apenas nessas revistas, que tem como público alvo, homens e mulheres heterossexuais jovens da classe média - alta brasileira. Díaz-Benitez (2009) e Parreiras (2008), encontraram a mesma lógica ao analisarem a produção de filmes pornôns no Brasil, e uma comunidade on-line de gays, respectivamente:

Por sua vez, todas as práticas até aqui mencionadas elaboram discursos sobre a heterossexualidade. É importante notar que este tipo de filme não desobedece a papéis sexuais nem tampouco de gênero mas, pelo contrário, ratifica-os, reiterando discursos de heteronormatividade. (DÍAZ- BENITEZ, 2009, p.165)

Do mesmo modo, nos discursos sobre o sexo adotados na Eper, por detrás de uma pretensa subversão, o que as falas reiteram é a convencionalidade, com a narrativa de práticas que não representam transgressões. (PARREIRAS, 2008, p.182)

A marca da vivência da sexualidade contemporânea segundo Weeks (2003) e Bozon (2003) seria viver num paradoxo, onde a reiteração dos padrões de gênero e sexualidade ocorreria mesmo através de práticas, espaços e sujeitos que de alguma forma nublam, brincam, esfumaçam esses padrões. Marca que observamos nas revistas que analisamos, pode-se brincar com as fronteiras, amarrações fakes, mulheres ativas e viris, homens submissos, mas há sempre, no fundo a reafirmação dos padrões. Gregori (2010), falando de suas mulheres usuárias de objetos eróticos:

Elas não acham que estão, com seus novos “acessórios” e brinquedinhos, propriamente contestando a matriz heterossexual que organiza hegemonicamente as práticas sexuais. Antes, elas tomam para si – e, levando em conta uma retórica de justificativa – a responsabilidade de manter seus relacionamentos diante da imensa competitividade de mulheres no mercado matrimonial(...). (GREGORI, 2010, p.32/33)

O que essa autora nota através de suas entrevistadas, é que essas de nenhuma forma contestam sua sexualidade, ao contrário, reafirmam está toda hora. Há a circulação entre vários papéis, de santas a putas, de submissas a ativas (Há mulheres que vestem cintas e dildos para penetrarem seus maridos), é exatamente quesito básico para manter sua identidade sexual, de “mulheres heterossexuais normais” (RUBIN, 1992)⁹⁰. É também essa lógica que as revistas que analisamos mobilizam, a da circulação de papéis, da diversidade de práticas, da encenação de fantasias “hards”, sempre reafirmando e não contestando a identidade “heterossexual baunilha”. Dentro dessa lógica, e além disso, o que podemos notar é uma “aproximação” entre os dois sexos – suas práticas, seus deveres e desejos sexuais, seus papéis; uma circulação de sexualidades mesmo que seja de “brincadeira”, e para a manutenção do mainstream heterossexual. As práticas indicadas para os dois sexos são as mesmas, o objetivo dos dois é o mesmo - o prazer, a possibilidade de circulação é válida para ambos, e até algumas fantasias são compartilhadas⁹¹. Mas o que significa tudo isso?

Como vimos, isso revela que a sexualidade contemporânea passa por significativas mudanças provocadas por um complexo conjunto de fatores, do qual o erotismo politicamente correto é parte. Vivemos uma aproximação com a constante reafirmação da dicotomia de gênero. Hoje no mercado editorial, o número de títulos se multiplica a cada dia, sempre baseados no aumento da segmentação/especificação das revistas, e aí a “diferença entre os sexos” é fundamental e aparece mesmo que atrelada a outras características. Mas o interessante é notar que mesmo dentro de cada segmento há uma

90 “Segundo esse sistema, a sexualidade “boa”, “normal” e “natural” deveria ser, em termos ideais, heterossexual, conjugal, monogâmica, reprodutiva e não comercial.” (RUBIN, 1992, p.26).

91 “Elas querem transar! A maior pesquisa sobre sexo já feita no país revela que as brasileiras estão à vontade na cama. Vá fundo! Pesquisa – entrevistou 8.237 homens e mulheres de dez capitais e descobriu que os desejos delas estão cada vez mais próximos dos seus - Ela quer sexo/ Ela quer mais sexo/ Ela quer sexo sem compromisso/ Ela quer ser boa de cama” (Men's Health, janeiro de 2009:15)

diversificação, e em vez de uma mulher e um homem – temos várias mulheres e vários homens⁹². Assim de alguma forma, embora reafirmando a dicotomia, essas mudanças e aproximações entre revistas femininas e masculinas conseguem estremecer/nublar as fronteiras do que é associado ao homem e a mulher, ou a oposição hetero/ homossexual. Mais do que isso, permitem uma ampliação e diversificação de papéis, pois embora guiadas por idéias essencialistas do que é feminino ou masculino, também permitem a seus leitores conhecerem modelos que se diferenciam, de alguma forma, dos tradicionais. Talvez o que essas mudanças estejam promovendo é o que Rubin (1992) propõe, a distinção entre sexo, gênero, desejo e práticas.

92 Mulheres de *CLAUDIA*, *NOVA*, *MARIE CLAIRE*, *CAPRICHIO*, entre outras. Homens de *ALFA*, *MEN'S HEALTH*, *VIP*, entre outras.

Bibliografia

- ARILHA, Margareth e CITELI, Maria Teresa (orgs). *Políticas, Mercado, Ética. Demandas e Desafios no Campo da Saúde Reprodutiva*. São Paulo: Editora 34: Comissão de cidadania e reprodução, 1998.
- BABO, T. e JABLONSKI, B. "Folheando o amor contemporâneo nas revistas femininas e masculinas" In: *ALCEU*. Rio de Janeiro: PUC-Rio, n.4, vol.2, 2002.
- BARTHES, Roland. *Sade, Fourier, Loyola*. São Paulo: Editora Brasiliense, 1990.
- _____. *Fragmentos de um discurso amoroso*. Rio de Janeiro: Editora Francisco Alves, 1977.
- BASSANEZI, Carla. *Virando as páginas, revendo as mulheres. Revistas femininas e relações homem-mulher. 1945-1964*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1996.
- _____. e URSINI. "O Cruzeiro e as garotas." In: *Cadernos do Pagu*. Campinas: Pagu/Unicamp, n.4, 1995.
- _____. "Revistas femininas e o ideal de Felicidade Conjugal (1945 – 1964)" In: *Cadernos do Pagu*. Campinas: Pagu/Unicamp, n.1, 1993.
- _____. "A Revista Cláudia e a Sexualidade." In: *Anais do VII Encontro Nacional de Estudos Populacionais*. Campinas: ABEP/NEPO/Unicamp, 1992.
- BATAILLE, Georges. *O Erotismo*. Porto Alegre: L&PM, 1987.
- BEAUVOIR, Simone de. *O Segundo sexo*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1980.
- BECK; GIDDENS e LASSH. *MODERNIZAÇÃO REFLEXIVA. POLÍTICA, TRADIÇÃO E ESTÉTICA NA ORDEM SOCIAL MODERNA*. São Paulo:Unesp, 1996.
- BELELI, Iara. *Marcas da diferença na propaganda brasileira*. Tese de Doutorado em Ciências Sociais do Instituto de Filosofia e Ciências Humanas da Unicamp. Campinas, 2005.
- BENATTI, Grahal. *Da TRIP à TPM. Um estudo sobre a produção de significados no mercado de revistas*. Dissertação de mestrado em Antropologia Social pela Unicamp. Campinas, 2005.
- BERQUÓ; HEILBORN; BARBOSA e AQUINO (Orgs). *Interfaces - Gênero, Sexualidade e Saúde Reprodutiva. Uma proposta de formação interdisciplinar em pesquisa*. Campinas: Editora da Unicamp, 2002.

- _____.; AQUINO; MARINHO e CORRÊA. (Orgs.). Saúde e Direitos Reprodutivos no Brasil: impacto da Conferência do Cairo nas Políticas Públicas. Brasília/Salvador: CNPD/Musa, 2000.
- BORGES, Dulcina Tereza Bonati. *A Cultura "PSI" das revistas femininas (1970-90)*. Dissertação de mestrado em História pela Unicamp. Campinas, 1998.
- BOTTI, Mariana Meloni Vieira. "Fotografia e fetiche: um olhar sobre a imagem da mulher" In: *Cadernos do Pagu*. Campinas: Pagu/Unicamp, n.21, 2003.
- BOZON, Michel. "Sexualidade e conjugalidade. As reformulações das relações de gênero." In: *Cadernos do Pagu*. Campinas: Pagu/Unicamp, n.20, 2003.
- BRAGA, Adriana. "CORPO, MÍDIA E CULTURA." In: *RAZÓN Y PALABRA*. Número 69 - Deporte, Cultura y Comunicación, ano 14, julho – setembro 2009. Disponível em: <http://www.razonypalabra.org.mx/CORPO%20MIDIA%20E%20CULTURA.pdf>. Acesso em: 15 jan. 2010.
- BRIGEIRO e MAKSUD. "Aparição do Viagra na cena pública brasileira: discursos sobre corpo, gênero e sexualidade na mídia" In: *ESTUDOS FEMINISTAS*. Florianópolis, Volume 17, n.1, 2009.
- BRUSCHINI, M. C. e ROSEMBERG, F. (orgs). *Vivência: História, sexualidade e imagens femininas*. São Paulo, Brasiliense, 1980.
- BUARQUE DE ALMEIDA. *Telenovela, consumo e gênero. "Muitas mais coisas."* Bauru: EDUSC, 2003.
- BITTONI, Duciília Helena Schroder. S. Imprensa feminina. São Paulo: Ática, 1990.
- _____. *Mulher de Papel: A Representação da Mulher na Imprensa Feminina Brasileira*. São Paulo: Edições Loyola, 1980.
- BUTLER, Judith. *Problemas de Gênero. Feminismo e subversão da identidade*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2003.
- _____. *Cuerpos que Importan. Sobre los limites materiales y discursivos del "sexo"*. Buenos Aires: Paidós, 2002.
- CASTRO, Ana Lúcia de. *Revistas Femininas: Aspectos Históricos, Produção e Usos Sociais* Dissertação de mestrado em Ciências Sociais pela Puc – São Paulo, 1994.
- CORRÊA, Mariza. 2004. 'Convenções Culturais & Fantasias Corporais' In: PEIXOTO, PONTES e SCHWARCZ (orgs.). *Antropologias, Histórias, Experiências*. Belo Horizonte: Editora UFMG.

- COUTINHO, Edilberto. *Erotismo na literatura Brasileira*. São Paulo: Edibolso, 1978.
- CSORDAS (edit). *Embodiment and experience. The existential ground of culture and self*. Cambridge: Cambridge university Press, 1996.
- CUNHA, Maria de Fátima. "Homens e Mulheres nos anos 1960/70: Um modelo definido?" In: *História: Questões & Debates*. Curitiba: Editora da UFPR, n.34, 2001.
- DEBERT, Guita Grin. *A reinvenção da velhice*. São Paulo: Edusp, 1999.
- DELEUZE, Gilles. *Lógica do Sentido*. São Paulo: Perspectiva, 2000.
- DEL PRIORE, Mary. *Corpo a Corpo com a Mulher*. São Paulo: Editora Senac, 2000.
- DENIPOTI, Cláudio. *Páginas de prazer. A sexualidade através da leitura no início do século*. Campinas: Editora da UNICAMP, 1999.
- DÍAZ-BENÍTEZ, Maria Elvira Diaz. *Nas redes do sexo: Bastidores e cenários do pornô brasileiro*. Dissertação de doutorado Antropologia Social pelo Museu Nacional, da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2009.
- DOUGLAS, Mary. *Pureza e Perigo*. São Paulo: Perspectiva, 1976.
- DURIGAN, Jesus Antônio. *Erotismo e Literatura*. São Paulo: Ática, 1985.
- FACCHINI, Regina. www.sec.adtevento.com.br/anpocs/0001/TBR1353-1.DOC Acesso 06 janeiro 2011
- FOUCAULT, M. *História da Sexualidade II: o uso dos prazeres*. Rio de Janeiro: Graal, 1984.
- _____. *História da Sexualidade: A Vontade de Saber*. Rio de Janeiro: Graal, 1979.
- GAGNON, John H. *UMA INTERPRETAÇÃO DO DESEJO. Ensaio sobre o estudo da sexualidade*. Rio de Janeiro: Garamond Universitária, 2006.
- _____. e SIMON, W. *Sexual Conduct; The Social Sources of Human Sexuality*. Chicago: Aldine, 2005.
- GIDDENS, Anthony. *A Transformação da Intimidade. Sexualidade, Amor e Erotismo nas Sociedades Modernas*. São Paulo: Editora da UNESP, 1993.
- _____. *As conseqüências da modernidade*. São Paulo: Editora da UNESP, 1991.
- GREGORI, Maria Filomena. *Prazeres Perigosos. Erotismo, gênero e limites da sexualidade*. Dissertação de Livre Docência pela Universidade Estadual de Campinas. Campinas, 2010.
- _____. "Relações de violência e erotismo" In: *Cadernos do Pagu*. Campinas: Pagu/Unicamp, n.20, 2003a

- _____. "Prazer e perigo: notas sobre feminismo, sex shops e S/M" In: PISCITELLI, GREGORI e CARRARA (orgs). *Sexualidade e Saberes: convenções e fronteiras*. Rio de Janeiro: Garamond Universitária, 2003b.
- GROZ, Elisabeth. "Corpos reconfigurados" In: *Cadernos do Pagu*. Campinas: Pagu/Unicamp, n.14, 2000.
- _____. *Volatile Bodies. Toward a Corporeal Feminism*. Indianapolis and Bloomington: Indiana University Press, 1994.
- GUILLEBAUD, Jean-Claude. *A Tirania do Prazer*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1999.
- HAMBURGUER, Esther I. "Indústria Cultural Brasileira. Vista daqui de fora." In: MICELI (org). *O que ler nas Ciência Social Brasileira 1970-2002*. vol4, 2003.
- HEILBORN; BARBOSA; BASTOS; BERQUÓ e ROHDEN (Orgs.). *Sexualidade, Reprodução e saúde 1*. Rio de Janeiro: FGV, 2009.
- _____. AQUINO, BOZON, KNAUTH (orgs). *O aprendizado da sexualidade. Reprodução e trajetórias sociais de jovens brasileiros*. Rio de Janeiro: Garamond Universitária, 2006.
- _____. e SORJ, Bila. "Estudos de gênero no Brasil" In: MICELI, Sérgio (org). *O que ler nas ciência social brasileira (1970 – 1995)* São Paulo: Editora Sumaré: ANPOCS, 1999.
- HUNT, Lynn Avery (org). *A Invenção da Pornografia. Obscenidade e as origens da modernidade 1500 – 1800*. São Paulo: Hedra, 1999.
- KOFES, Suely. "Categorias analítica e empírica: gênero e mulher; disjunções, conjunções e mediações." In: *Cadernos do Pagu*. Campinas: Pagu/Unicamp, n.1, 1993.
- LAQUEUR, Thomas. *Inventando o Sexo. Corpo e gênero dos gregos a Freud*. Rio de Janeiro: RELUME-DUMARA, 2001.
- _____. e GALLANGHER, Catherine (eds). *The making of the Modern Body. Sexuality and Society in the Nineteenth Century*. Berkley:university of CaliforniaPress, 1987.
- LAURETIS, Teresa de. "A tecnologia de gênero" In: HOLLANDA, H B. *Tendências e impasses: o feminismo como crítica da cultura*. Rio de Janeiro: Rocco, 1994.
- LEITE, Jorge Jr. *DAS MARAVILHAS E PRODÍGIOS SEXUAIS. A PORNOGRAFIA "BIZARRA" COMO ENTRETENIMENTO*. São Paulo: ANNABLUME/FAPESP, 2006.
- LOYOLA, Maria Andréa (org). *A sexualidade nas Ciências Sociais*. Rio de Janeiro: Editora da UERJ, 1998.
- MCCLINTOCK, Anne. "Couro Imperial. Raça, travestismo e o culto da domesticidade." In:

- Cadernos do Pagu*. Campinas: Pagu/Unicamp, n.20, 2003.
- MIRA, Maria Celeste. "O masculino e o feminino nas narrativas da cultura de massas ou o deslocamento do olhar." In: *Cadernos do Pagu*. Campinas: Pagu/Unicamp, n.21, 2003a.
- _____. *O leitor e a banca de revistas: a segmentação da cultura no século XX*. São Paulo: Olho D'Água/FAPESP, 2003b.
- MONTEIRO, Marko. "Corpo e masculinidade na revista VIP Exame" In: *Cadernos do Pagu*. Campinas: Pagu/Unicamp, n.16, 2001.
- _____. *Masculinidade em revista: um estudo da VIP Exame, Sui Generis e Homens*. Dissertação de mestrado em Antropologia Social pela Unicamp. Campinas, 2000.
- MORAES, Eliane Robert. "O efeito obsceno" In: *Cadernos do Pagu*. Campinas: Pagu/Unicamp, n.20, 2003.
- _____. e LAPEIZ, S M. *O que é pornografia*. São Paulo: Editora Brasiliense, 1984.
- MOREIRA ALVES, Branca Maria. "Sexualidade e desconhecimento: a negação do saber." In: BRUSCHINI e ROSEMBERG (orgs). *Vivência: História, sexualidade e imagens femininas*. São Paulo: Brasiliense, 1980.
- MORIN, Edgar. *Cultura de massas no XX. Volume 1: Neurose*. Rio de Janeiro: Forense, 1990.
- _____. *Cultura de massas no XX: o espírito do tempo. Volume 21: Necrose*. Rio de Janeiro: Forense, 1997.
- PARREIRAS, Carolina Silva. *Sexualidades no ponto.com: espaços e homossexualidades a partir de uma comunidade on-line*. Dissertação de mestrado em Antropologia Social pela Unicamp. Campinas, 2008.
- PAZ, Otávio. *A dupla chama : amor e erotismo*. São Paulo: Siciliano, 1995.
- PIRES, André. *Velhos em revista – envelhecimento e velhice nas páginas de Claudia e Playboy (anos 80 e 90)* Dissertação de mestrado em Antropologia Social pela Unicamp. Campinas, 1998.
- PISCITELLI, GREGORI e CARRARA (orgs). *Sexualidade e Saberes: convenções e fronteiras*. Rio de Janeiro: Garamond Universitária, 2003.
- _____. "Ambivalência sobre os conceitos de sexo e gênero na produção de algumas teóricas feministas". In: AGUIAR, N. *Gênero e Ciências Humanas - desafio às ciências desde a perspectiva das mulheres*. Rio de Janeiro: Editora Rosa dos Tempos, 1997.
- PRECIADO, Beatriz. *Pornotopía. Arquitectura y sexualidad em "Playboy" durante la guerra fría*.

Barcelona: Editorial Anagrama, 2010.

PRINS, Baukje e MEIJER, Irene C. "Como os corpos se tornam matéria: entrevista com Judith Butler" In: *Revista de Estudos Feministas*. Florianópolis: UFSC, ano 10, 1º. Sementre, 2002.

RIBEIRO, Paula Miranda. "Papel de gênero e gênero no papel: uma análise de conteúdo da revista Capricho, 2001 – 2002" In: *Textos para Discussão*. Belo Horizonte: UFMG/Cedeplar, n.216, 2003.

RUBIN, Gayle. "Tráfico sexual – entrevista." In: *Cadernos Pagu*. Campinas: Pagu/Unicamp, n.21, 2003.

_____. "Pensando sobre sexo: Notas para uma teoria radical da política da sexualidade" Tradução do original: "Thinking Sex: Notes for a Radical Theory of the Politics of Sexuality" In: ABELOVE, BARALE e ALPERIN. *The lesbian and gay studies reader*. New York: Routledge, 1992.

_____. "The Traffic in Women. Notes on the 'Political Economy' of Sex." In: REITER, Rayna (org.) *Toward an anthropology of women*. Nova York: Monthly Review Press, 1975.

SARTI e QUARTIM DE MORAES. "Aí a porca torce o rabo" In: BRUSCHINI, M. C. e ROSEMBERG, F. (orgs). *Vivência: História, sexualidade e imagens femininas*. São Paulo, Brasiliense, 1980.

SILVA, Daniela Ferreira Araújo. *Do outro lado do espelho: anorexia e bulimia para além da imagem - uma etnografia virtual*. Dissertação de mestrado em Antropologia Social pela Unicamp. Campinas, 2004.

SCOTT, J. W.. "Gender: A Useful Category of Historical Analysis". In: *Gender and the Politics of History*. New York: Columbia University Press, 1988.

VANCE, Carol. *Pleasure and Danger: Exploring Female Sexuality*. Nova York: Routledge, 1995.

VAINFAS, Ronaldo (org). *História e Sexualidade no Brasil*. Rio de Janeiro: Santo Graal, 1986.

VIANNA, Adriana. "Comentário" In: *Cadernos Pagu*. Campinas: Pagu/Unicamp, n.31, 2008.

_____. *Direitos e Políticas Sexuais no Brasil: o panorama atual*. Rio de Janeiro: CLAM/IMS, 2004.

WEEKS, Jeffrey. *Sexuality*. London e Ny:Routledge, 2003.

_____. *Sex, politics & society. THE REGULATION OF SEXUALITY SINCE 1800*. London and New York : Longman, 1989.

WILLIAMS, Linda. *Hard core. Power, Pleasure, and the "Frenzy of the Visible"*. Berkeley :

University of California Press, 1999.

Edições das Revistas NOVA e MEN'S HEALTH

MEN'S HEALTH, n.16, agosto de 2007.

MEN'S HEALTH, n.17, setembro de 2007.

MEN'S HEALTH, n.18, outubro de 2007.

MEN'S HEALTH, n.19, novembro de 2007.

MEN'S HEALTH, n.20, dezembro de 2007.

MEN'S HEALTH, n.21, janeiro de 2008.

MEN'S HEALTH, n.22, fevereiro de 2008.

MEN'S HEALTH, n.23, março de 2008.

MEN'S HEALTH, n.24, abril de 2008.

MEN'S HEALTH, n.25, maio de 2008.

MEN'S HEALTH, n.26, junho de 2008.

MEN'S HEALTH, n.27, julho de 2008.

MEN'S HEALTH, n.28, agosto de 2008.

MEN'S HEALTH, n.29, setembro de 2008.

MEN'S HEALTH, n.30, outubro de 2008.

MEN'S HEALTH, n.31, novembro de 2008.

MEN'S HEALTH, n. 32, dezembro de 2008.

MEN'S HEALTH, n.33, janeiro de 2009.

MEN'S HEALTH, n.34, fevereiro de 2009.

MEN'S HEALTH, n.35, março de 2009.

MEN'S HEALTH, n.36, abril de 2009.

MEN'S HEALTH, n.37, maio de 2009.

MEN'S HEALTH, n.38, junho de 2009.

MEN'S HEALTH, n.39, julho de 2009.

NOVA, ano 35, n.8, agosto de 2007.

NOVA, ano 35, n.9, setembro de 2007.

NOVA, ano 35, n.10, outubro de 2007.

NOVA, ano 35, n.11, novembro de 2007.

NOVA, ano 35, n.12, dezembro de 2007.

NOVA, ano 36, n.1, janeiro de 2008.

NOVA, ano 36, n.2, fevereiro de 2008.

NOVA, ano 36, n.3, março de 2008.

NOVA, ano 36, n.4, abril de 2008.

NOVA, ano 36, n.5, maio de 2008.

NOVA, ano 36, n.6, junho de 2008.

NOVA, ano 36, n.7, julho de 2008.

NOVA, ano 36, n.8, agosto de 2008.

NOVA, ano 36, n.9, setembro de 2008.

NOVA, ano 36, n.10, outubro de 2008.

NOVA, ano 36, n.11, novembro de 2008.

NOVA, ano 36, n.12, dezembro de 2008.

NOVA, ano 37, n.1, janeiro de 2009.

NOVA, ano 37, n.2, fevereiro de 2009.

NOVA, ano 37, n.3, março de 2009.

NOVA, ano 37, n.4, abril de 2009.

NOVA, ano 37, n.5, maio de 2009.

NOVA, ano 37, n.6, junho de 2009.

NOVA, ano 37, n.7, julho de 2009.