

ARTIGO

Violência de gênero em revistas masculinas¹

Gender violence in masculine magazines

Marcela Pastana^{a,b*}, Ana Cláudia Bortolozzi Maia^{c,d}^aVice-líder, Grupo de Estudos e Pesquisa Sexualidade, Educação e Cultura – GEPESEC, Bauru, SP, Brasil.^bDoutoranda, Programa de Pós-graduação em Educação Escolar, Faculdade de Ciências e Letras, Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho – UNESP, Araraquara, SP, Brasil.^cLíder, Grupo de Estudos e Pesquisa Sexualidade, Educação e Cultura – GEPESEC, Bauru, SP, Brasil.^dProfessora, Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho – UNESP, Bauru, SP, Brasil.

Resumo: Os meios de comunicação exercem influência na forma como as relações entre os gêneros são compreendidas, o que torna relevante a análise dos padrões transmitidos por meio deles. As revistas masculinas brasileiras de grande circulação são exemplos de materiais midiáticos que reproduzem padrões presentes na cultura e participam na construção de ideais de masculinidade e feminilidade. Esta pesquisa, qualitativa-descritiva, teve como objetivo identificar e analisar os padrões de gênero e sexualidade em quatro revistas masculinas brasileiras voltadas ao público heterossexual: *Playboy*, *Sexy*, *Vip* e *Men's Health*. Por meio da análise de conteúdo, os resultados foram organizados nas seguintes categorias temáticas: 1) Relação entre a centralidade dada ao corpo feminino e o machismo; 2) Desvalorização do consentimento e do desejo sexual feminino; 3) Violência física e estupro como temas de piadas e 4) Heteronormatividade e Homofobia. Destaca-se a frequência com que mulheres foram representadas como reduzidas ao corpo e à necessidade de atenderem aos desejos e fantasias masculinos, sem voz nem desejos próprios. Conclui-se que é necessário prevenir e combater expressões de violência de gênero, problematizando sobre esta questão, infelizmente, tão naturalizada nas revistas analisadas.

Palavras-chave: gênero, violência de gênero, sexualidade, revistas masculinas.

Abstract: The media influences the way that the gender relationships are comprehended, a process that illustrates the relevance of the analysis about the patterns transmitted by the media materials. The Brazilian masculine magazines with high circulation are examples of media materials that reproduce patterns that are present culturally and participate in the construction of masculinity and femininity ideals. This research, qualitative- descriptive, aimed to identify and analyze the gender patterns and sexuality patterns in four Brazilian masculine magazines directed to the heterosexual public: *Playboy*, *Sexy*, *Vip* and *Men's Health*. Through the content analysis, the results were organized in the following thematic categories: 1) Relation between the centrality given to the feminine body and the sexism; 2) Devaluation of consent and of the feminine sexual desire; 3) Physical violence and rape as jokes themes and 4) Heteronormativity and homophobia. It is possible to stress the frequency that the women were represented as reduced to the body and to the need to satisfy the masculine desires and fantasies, with no place to their own voices and desires. It is concluded that it is necessary to prevent and fight against the gender violence, discussing critically about this issue, which is, unfortunately, often transmitted as natural in the magazines that were analyzed.

Keywords: gender, gender violence, sexuality, masculine magazines.

¹ Conferência pronunciada no VI Encontro de Pesquisa na Graduação em Filosofia da UFSCar: Filosofia e suas interfaces, na Universidade Federal de São Carlos, no ano de 2014.



Introdução

Como as mulheres são representadas nas revistas voltadas ao público masculino? “A única forma de prestarmos atenção em uma mulher é quando elas estão peladas [...]”, afirma um colunista da revista *Sexy* (2012, p. 34), na edição publicada em fevereiro de 2012. A frase evidencia um movimento frequente nesses materiais: o apagamento da dimensão das mulheres enquanto sujeitos, reduzindo-as ao corpo e com a representação desse corpo como a serviço dos desejos e fantasias sexuais masculinos. O modelo de masculinidade transmitido é de que “o homem que é homem” é definido por sua atração intensa, ininterrupta e irrefreável por mulheres. Aqueles que não correspondem a esse modelo são alvo de desvalorização e inferiorização, muitas vezes a partir da linguagem irônica e de piadas, como se o humor, de alguma forma, pudesse legitimar e justificar a posição agressiva e depreciativa.

Marina Castañeda (2006) define o machismo como um conjunto de crenças, atitudes e condutas que sustentam uma relação excludente e hierarquizante entre homens e mulheres, com a representação da masculinidade como superior. Uma pretensa “natureza masculina” é utilizada para justificar características como a dominação, a agressividade, o controle e a imposição do desejo dos homens em relação às mulheres, que seriam, por sua vez, “naturalmente” dóceis, delicadas, passivas e receptivas às vontades masculinas.

Para o combate à violência e ao machismo torna-se importante, assim, problematizar que a divisão binária entre masculinidade e feminilidade na nossa cultura corresponde a uma construção social, cultural e histórica. O conceito de gênero, como apresentam Guacira Louro (1997) e Dagmar Meyer (2004), surgiu a partir do pensamento feminista na busca por dar centralidade a este caráter de construção, tornando-se uma ferramenta teórica e política para investigar sobre os processos pelos quais as desigualdades são produzidas e reproduzidas.

A análise de revistas pode ser um exercício fértil para a investigação sobre a produção e a reprodução dos padrões de gênero. Como afirma Adriane Câmara (2007, p. 14):

É possível afirmar que as revistas se constituem como um espaço de grande circulação de representações acerca da masculinidade e da feminilidade. Isso significa apontar que as revistas não atuam num espaço vazio ou neutro de significados, muito pelo contrário. As reportagens expostas, assim como os ensaios fotográficos estão atravessados por representações e significados presentes na cultura, constituindo os sujeitos.

O gênero é um marcador central no processo de segmentação do mercado editorial brasileiro, como analisa Maria Celeste Mira (2001). A partir da divisão das revistas em femininas e masculinas, são pressupostos quais serão os interesses, desejos, hábitos, gostos e preferências de leitores e leitoras, de forma que dirigir-se a homens ou a mulheres tem forte influência na construção do projeto editorial. Outro pressuposto que norteia a construção dos projetos editoriais das revistas de maior tiragem é o da heterossexualidade: considera-se que aqueles que buscam revistas masculinas necessariamente se sentem atraídos e desejam se relacionar com mulheres; aquelas que buscam revistas femininas não apenas se interessam pelos homens, como estão muito preocupadas em agradá-los e corresponder às expectativas e desejos masculinos para conquistar e manter um relacionamento amoroso (PASTANA, 2014). Nesse sentido, torna-se importante reconhecer a presença da heteronormatividade que, como define Guacira Louro (2009), consiste na compreensão da heterossexualidade como a única forma normal, natural, positiva, saudável, desejável, válida ou mesmo possível de se viver a sexualidade. A heteronormatividade culmina na negação, na reprovação e na inferiorização de identidades e práticas que não correspondam às normas de gênero e à heterossexualidade, estando relacionada, assim, à homofobia. Como descreve Rogério Junqueira (2009), embora o termo “fobia” remeta a reações emocionais e a expressões individuais de medo, repulsa e rejeição, o conceito de

homofobia é utilizado para abranger aspectos sociais, culturais e políticos presentes na manifestação do preconceito e da discriminação.

No percurso histórico do surgimento e da consolidação das revistas masculinas é possível reconhecer a presença dos padrões de gênero, do machismo, da heteronormatividade e da homofobia. Quando, em 1954, a revista *Playboy* foi publicada pela primeira vez nos Estados Unidos, ocorreram críticas e resistências com relação às imagens de nudez. Elisabeth Fraterrigo (2009) descreve como o fundador Hugh Hefner baseou-se nos resultados apresentados no Relatório Kinsey, publicado em 1984, sobre a frequência das práticas homossexuais na sociedade americana, para argumentar que as fotos de mulheres nuas, ao invés de prejudicarem a sociedade, a protegeriam, contribuindo para garantir aos jovens o desenvolvimento heterossexual tido como saudável. O crescimento, desde então, do número de revistas como *Playboy* relaciona-se assim à ideia de que o acesso a conteúdos eróticos e pornográficos devam fazer parte da educação sexual masculina, como parte do aprendizado sobre como é o desejo sexual valorizado e aceito, questão abordada por Adriane Câmara (2007), Michel Dorais (1994) e Sócrates Nolasco (1993).

Renata Domit (2004) realizou a análise de edições da *Playboy* brasileira publicadas entre as décadas de 1970 e 1980, por ser um período em que as reivindicações feministas estavam muito presentes. A autora identificou a postura de menosprezo da revista diante destas reivindicações e dos avanços conquistados, acompanhada de conselhos irônicos sobre a possibilidade de tirar “proveito” das mulheres que estariam agora “liberadas”. Em um período de transformações nos padrões de gênero, havia a marcante insistência em definir a mulher como existindo em função dos desejos do homem, com o empenho para deixar intacto o ideal masculino de conquistar muitas parceiras, silenciosas, passivas, disponíveis para o olhar e para a satisfação masculina, ideal presente nas imagens de nudez e nos conteúdos de uma forma geral.

A forma como as mulheres são representadas pela *Playboy* também foi discutida por Edney Souza (2009) na realização de uma pesquisa comparativa de edições da revista publicadas no Brasil entre 1975 e 2005. O autor buscou identificar mudanças e permanências e descreveu como, hoje, a apresentação se dá como se as mulheres estivessem em um “catálogo”, como produtos em promoção em uma prateleira de supermercado, com ênfase na quantidade e no caráter descartável, enquanto anteriormente as “coelhinhos” eram representadas como “troféus”. A linguagem dos ensaios reproduz bastante a linguagem publicitária, divulgando um objeto a ser consumido. O que não mudou no decorrer das décadas foi a posição da mulher como aquela que desperta o desejo e deve satisfazer sexualmente o homem. Desde o começo também estavam presentes dicas e regras sobre como ser um conquistador, hoje com mais ênfase no caráter imediatista e no número de conquistas.

“Coelhinhos” é o nome dado às mulheres que posam nuas nas páginas da *Playboy*, e o uso deste termo está relacionado à busca por construir um ideal da mulher como um animal dócil e domesticado, em oposição, por exemplo, à representação cultural das mulheres como “panteras”, selvagens e difíceis de serem domadas, como descreve Beatriz Preciado (2010). A autora assinala que as imagens são construídas de modo que as mulheres não representem nenhuma ameaça ao desejo e ao prazer sexual masculino. As mulheres são posicionadas como sempre disponíveis para o olhar e para a fantasia dos homens, sem apresentar obstáculos aos desejos deles nem desejos próprios.

Atualmente, as imagens do corpo feminino publicadas para despertar desejo e excitação nos leitores continuam a receber centralidade nas revistas voltadas ao público masculino. A Figura 1 a seguir, publicada em 2013 no site da Editora Abril e em anúncios publicitários da revista *Playboy*, pode ilustrar uma mensagem frequente que acompanha a exposição destas imagens:



Figura 1. Imagem da revista *Playboy*: “O Prazer em Suas Mãos”. Fonte: Material de divulgação da revista *Playboy* (2013).

A expressão do slogan “*em suas mãos*”, utilizada de forma ambígua, representa a possibilidade das imagens da revista provocarem desejo, excitação e acompanharem a prática da masturbação, ao mesmo tempo em que podem remeter à sensação de poder, de domínio, situando a imagem do corpo da mulher e o prazer do homem “nas mãos” do leitor, ou seja, sob o controle dele.

Preciado (2010) ressalta que o prazer de olhar para mulheres e de manifestar desejo sexual por elas é visto culturalmente como prova de masculinidade, de heterossexualidade e de virilidade. Assim, o principal propósito do contato masculino com as imagens eróticas não é, como pode parecer em um primeiro momento, o de aproximá-lo das mulheres, mas sim atestar a masculinidade frente a outros homens.

Fraterrigo (2009) também discute sobre como as mulheres são posicionadas como disponíveis para a satisfação masculina, que deve ocorrer sem nenhum empecilho ou ansiedade. O homem pode olhar as fotos, masturbar-se, sentir prazer e depois fechar a revista, sem nenhuma das exigências e dificuldades presentes em uma interação face a face. O prazer a partir de imagens de corpos de mulheres não se dá *com* as mulheres enquanto parceiras, mas sim, à revelia delas. Reforça-se assim a construção da imagem da mulher enquanto objeto de prazer do homem, anulando que ela também é um sujeito de desejo.

Há muitos elementos em comum entre a revista *Playboy* e outras revistas como a *Sexy*, a *Vip* e a *Men's Health*. Como afirma Marko Monteiro (2000), o número alto de revistas masculinas publicados no Brasil pode despertar a impressão de que há propostas editoriais diversas, voltadas para diferentes públicos e com interesses variados. O autor problematiza como essa impressão não se confirma no que diz respeito às representações de masculinidades, já que não é possível dizer que as revistas abordem as masculinidades, no plural, mas sim uma masculinidade rígida e estereotipada.

Adriane Câmara (2007), ao analisar a revista *Sexy*, afirma que a publicação é construída como um roteiro para a masculinidade heterossexual e destaca como o machismo e a heteronormatividade estão presentes nesta construção. As mulheres são representadas apenas como interessantes para despertar desejo e prazer, não é a companhia, a relação com as mulheres que importa, apenas a disponibilidade delas para satisfazer as vontades masculinas. Aquelas que não correspondem ao padrão de beleza e juventude colocado como necessário para a atratividade sexual só aparecem como alvo de deboche.

A representação depreciativa das mulheres e dos relacionamentos afetivos também é identificada por Caroline Casali (2006) na análise da revista *Vip*. A autora destaca como há uma associação reducionista das mulheres à beleza e à disponibilidade sexual. Nas entrevistas, por exemplo, é conferido um tom de irrelevância ao que é dito pelas entrevistadas, informações pessoais ou profissionais são omitidas ou diminuídas. Quando os entrevistados são homens há perguntas sobre o que eles pensam, o que fazem, com ênfase em sucessos e conquistas, enquanto com as mulheres as perguntas giram em torno de aspectos do corpo e sexuais.

A revista *Men's Health* foi analisada por Rebeca Seixas (2012, p. 87), que também encontrou aspectos comuns às pesquisas apresentadas anteriormente com relação à construção da masculinidade:

De modo geral, os enredos sexuais propostos por *Men's Health*, além de manter a virilidade inquestionável e o controle masculino do que acontece na cama (e em outros lugares), busca incutir no leitor um sentimento de *expertise* em relação ao prazer feminino que, infelizmente, não vem acompanhado de uma compreensão dos sentimentos e da subjetividade das mulheres, ou, pelo menos, nada que extrapole o objetivo de levá-las para a cama.

A ênfase no controle masculino e o apagamento da dimensão subjetiva das mulheres são elementos que precisam ser discutidos e problematizados. Maria Cecília Minayo (2005) aborda como, no pensamento machista, é forte a associação entre a virilidade e a imposição da força, assim como a concepção de que cabe ao homem o domínio do corpo, da sexualidade e dos desejos da parceira, de modo que agressões contra elas são muitas vezes afirmadas como forma de defesa da honra e mesmo definidas como “atos corretivos” das condutas das mulheres que destoem do que é esperado e aceito para o feminino.

Naomi Wolf (1996) discute como em nossa cultura predomina uma visão que negligencia e desvaloriza o desejo sexual feminino, de modo que não é incentivado que as mulheres reconheçam e expressem o que sentem, o que querem e o que dá prazer a elas. Enquanto os homens são incentivados a ter o maior número de parceiras possíveis, as mulheres aprendem desde cedo a ameaça de reprovação e condenação caso se envolvam em experiências sexuais. Aprendem também o quanto é valorizado que disfarcem, escondam, dissimulem quando sentem desejo. A autora problematiza como, embora atualmente seja difundida a ideia de que há uma maior “liberdade sexual”, é difícil falar em liberdade quando não há uma real valorização do desejo, da escolha e do consentimento femininos.

Lia Zanotta Machado (2004) problematiza como a sexualidade masculina é associada à disponibilidade absoluta, a uma prontidão permanente para a relação sexual. À mulher não cabe a iniciativa, a expressão dos próprios desejos. É uma construção cultural bastante presente a ideia de que o “não” da mulher faz parte de um ritual de sedução. Enquanto o homem é quem age, quem busca, quem deseja, quem insiste, a mulher se esquivava para seduzir e seduz para se esquivar. Assim, a passividade feminina e a agressividade masculina são naturalizadas, o que faz borrar as diferenças entre as práticas sexuais e a violência.

Diante dessas considerações, esta pesquisa teve por objetivo identificar e analisar os padrões de gênero e sexualidade nas revistas masculinas e discutir sobre a relação entre estes padrões e a violência de gênero.

Método

Trata-se de uma pesquisa qualitativa-descritiva, do tipo documental, na qual foi realizada a análise de conteúdo (BARDIN, 1977) de edições de 14 diferentes revistas femininas e masculinas publicadas em fevereiro de 2012. As revistas analisadas foram selecionadas a partir do critério da maior tiragem, considerando que uma maior circulação pode significar um maior alcance das representações transmitidas.

Neste artigo apresentamos os resultados identificados na análise de quatro revistas masculinas voltadas ao público heterossexual: *Playboy*, *Sexy*, *Vip* e *Men's Health*. Na Tabela 1 são apresentados os dados das revistas analisadas:

As categorias temáticas analisadas foram: 1) Relação entre a centralidade dada ao corpo feminino e o machismo; 2) Desvalorização do consentimento e do desejo sexual feminino; 3) Violência física e estupro como temas de piadas e 4) Heteronormatividade e Homofobia.

Tabela 1. Informações sobre as revistas Playboy, Sexy, Vip e Men's Health.

Revista	Ano de lançamento	Editores	Tiragem média
<i>Playboy</i>	1975	Abril	167.147
<i>Sexy</i>	1992	Rickdan	88.000
<i>Vip</i>	1994	Abril	71.470
<i>Men's Health</i>	2006	Abril	139.750

Fonte: Pastana (2014).

Resultados e discussão

Relação entre a centralidade dada ao corpo feminino e o machismo

Nas quatro revistas masculinas analisadas é constante a presença de fotos de mulheres em poses sensuais, nuas ou seminuas. Nas edições de fevereiro, além do ensaio principal, há mais 3 ensaios na *Playboy*, 3 na *Sexy* e 3 na *Vip* contabilizando, ao todo, 150 páginas de imagens de mulheres nas 4 revistas analisadas, incluindo a *Men's Health*, que, apesar de não trazer ensaios ou mesmo mulheres na capa, ilustra com bastante frequência suas matérias com imagens do corpo feminino (Figura 2).

A edição da revista *Men's Health* (2012, p. 64) apresenta a valorização das imagens do corpo feminino a partir de argumentos afirmados como “científicos”:

Olhar para mulheres lindas faz bem. É a ciência que diz! [...] É a desculpa que você precisava para desfrutar dessas imagens quantas vezes quiser [...].

São colocadas fotos de uma modelo usando lingerie com diferentes cores, cada cor sendo explicada por uma pesquisa na área da saúde. O corpo feminino como objeto de prazer combinado com explicações ditas científicas também está presente na matéria “*Derrape nas Curvas*”, em que, a partir do formato do corpo de cada mulher, são oferecidas descrições sobre como é a personalidade dela e quais posições sexuais ela irá gostar. Por exemplo:

A mulher violão é o tipo considerado mais feminino e atraente por apresentar curvas bem desenhadas e proporcionais. [...] Isso tende a significar que não existirão muitos “não me toques” na hora da transa (Ibidem, p. 89).

Na edição da revista *Vip* (2012, p. 45) é intensa a associação entre mulheres, prazer e diversão. A forma como as imagens do corpo feminino são valorizadas pode ser ilustrada pela frase que abre o ensaio principal: os homens se sentirão “*loucos babões, de língua de fora e olhos vidrados.*” Na entrevista que tem como título “*O Rei das Gatas!*”, realizada com o dono de uma agência de modelos, ele afirma: “*Existem três tipos de mulher: as que me dão dinheiro, porque trabalham comigo; as que me dão prazer, porque saem comigo; e as que me dão dinheiro e prazer. Essas são as melhores [...]*” (Ibidem, 2012, p. 62).

A edição da revista *Playboy* (2012, p. 8) teve como foco a apresentação do resultado do concurso “*Preferência Nacional*”, com um ensaio fotográfico da ganhadora do prêmio de “*bumbum mais bonito do Brasil*”, cujos critérios para a seleção foram “*as bundinhas mais redondas, durinhas e gostosas.*” A forma como as mulheres são reduzidas ao corpo, e mesmo o corpo é reduzido à bunda, pode ser exemplificada pela frase: “*Bunda boa é... Aquela que você olha e esquece o resto do corpo [...]*” (Ibidem, p. 16). O Carnaval é valorizado por ser um período de maior exibição de corpos e bundas femininas, já que nele “[...] *as bundas ganham salvo-conduto para desfilarem livres, leves e soltas nas avenidas [...]*” (Ibidem, p. 8).

O corpo e a bunda femininos são também elementos centrais na edição de fevereiro da *Sexy* (2012, p. 10), o que é destacado já no editorial: “*Tinha forma melhor de iniciar o ano do que com a loira que possui a bunda mais impecável do Brasil?*” Mesmo em uma



Figura 2. Capas das revistas Playboy, Sexy e Vip e matéria da revista Men's Health (2012). Fonte: Revista Playboy, Vip e Revista Sexy (2012).

matéria em que o objeto desejado descrito é um carro, este é valorizado por ter o formato da bunda feminina: “[...] com uma dupla ondulação no teto e no vidro traseiro que lembra a preferência nacional, o bumbum [...]” (Ibidem, p. 94). Há a valorização do corpo, mas não das mulheres, que em diversos momentos são depreciadas com afirmações agressivas como: “[...] aprenda: mulher é um ser completamente louco [...]” (Ibidem, p. 16).

Câmara (2007), Souza (2009) e Wolf (1992) discutem como no processo de produção das imagens das revistas masculinas há a fragmentação do corpo das mulheres, alguns pedaços recebem foco e são apresentados após inúmeros cuidados técnicos de correção e aperfeiçoamento, como o uso de maquiagem, iluminação e *photoshop*, com o objetivo de adaptar as imagens para que elas correspondam o mais fielmente possível ao que é tido como o desejo masculino. A exposição de corpos com a finalidade de despertar excitação em meninos e homens é compreendida como parte natural e esperada da educação sexual masculina. Como discute Wolf (1992, p. 203-204):

Os homens são estimulados visualmente pelos corpos femininos e demonstram menos vulnerabilidade às personalidades das mulheres, porque desde cedo são treinados a reagir assim [...]. Eles olham para o corpo de uma mulher, fazem um julgamento e vão em frente. Seus próprios corpos não são examinados, avaliados e tomados ou descartados.

Luna (2006) afirma que a forma como os corpos e a sexualidade feminina são representados nos discursos midiáticos reitera a concepção de que o que as mulheres desejam é o desejo masculino por elas, sendo a exposição das imagens de nudez uma forma de provocar esse desejo. É estabelecida uma divisão: ao homem, o prazer de olhar, à mulher, o prazer de ser vista, notada, apreciada. A autora problematiza também como a principal questão não se refere ao fato de a mulher ser representada como objeto de desejo: todos(as) somos, simultaneamente, sujeitos e objetos de desejo. O principal ponto é como a dimensão relacional é negada e anulada. Assim, a partir da representação unilateral do olhar masculino, é como se o desejo e o controle fossem sempre masculinos. Não seria um avanço inverter o olhar feminino, com a objetificação do corpo dos homens, mas ressaltar a impossibilidade dessa unilateralidade, de um olhar que se impõe e de um desejo que se anula. É necessário reconhecer que todos somos sujeitos desejantes, e que as posições de desejar e ser objeto de desejo são intercambiáveis, relacionais.

A depreciação e a redução das mulheres ao corpo podem ser evidenciadas pelo trecho a seguir:

Não entendo por que grupos feministas fazem protestos nus. Você não acha isso muito contraditório?

Já desisti de tentar entender a cabeça de feminista. Mas o que fica claro é que, como toda mulher, elas só querem chamar atenção, e a única forma de prestarmos atenção numa mulher é quando elas estão peladas. Já que o forte delas não é o raciocínio e a lógica, elas fazem esses protestos nus e acham que estão sendo coerentes (REVISTA SEXY, 2012, p. 18).



A afirmação “a única forma de prestarmos atenção numa mulher é quando elas estão peladas”, assim como outras frases depreciativas sobre as mulheres, tais como “elas só querem chamar a atenção”, “o forte delas não é o raciocínio e a lógica”, evidenciam a importância de problematizarmos o quanto pode haver de violência no processo de construção da imagem das mulheres e do corpo das mulheres nas revistas masculinas.

Desvalorização do consentimento e do desejo sexual feminino

Embora haja a intensa valorização da disponibilidade feminina em despertar prazer e corresponder aos desejos dos homens, não há uma valorização correspondente do prazer, do desejo sexual e do consentimento femininos. O trecho a seguir, da revista *Sexy* (2012, p. 18), sobre o Carnaval, pode ilustrar alguns elementos desta desvalorização:

Carnaval, expressão de origem latina que significa ‘desculpa de encalhadas para cair na farra’. E elas caem mesmo. Aquela sua amiga que passou o ano sem pegar ninguém e já está subindo pelas paredes encontra a solução para todos os problemas nessa época. Dá pra classificar o tipo de apetite sexual das moçoilas de acordo com a festa. As mais tímidas gostam de ver o desfile na avenida e dar a impressão de que estão ali só pra isso, mas, no fundo, querem achar alguém pra fazer sexo selvagem pela madrugada afora. A mulher que vai para o baile com as amigas também usa a desculpa de que foi pela diversão, mas com um pouco de álcool já está rebolando freneticamente, denotando tesão acumulado. Um papinho e você descobre que ela deseja ser vendada, amarrada na cama e trepar por 12 horas seguidas [...]. O bicho pega com as mulheres nos blocos de rua. Birita, calor, aperto: ninguém é de ninguém e ela é de todos que a quiserem, quer mesmo é transar com o máximo de caras possível, seja onde for. Já a mulher que vai para a micareta, além de beijar todo mundo, organiza um bacanal sem limites, à noite. Ao final, todas voltam para suas vidas normais e guardam na memória as aventuras dessa semana mágica.

A desvalorização da expressão do desejo feminino pode ser notada na descrição das mulheres como “encalhadas”, “subindo pelas paredes”, que quererem “dar a impressão” de que buscam se divertir, mas que, na verdade, buscam “fazer sexo selvagem pela madrugada afora”, “trepar por 12 horas seguidas” etc. O álcool é descrito como um elemento importante para que as mulheres deixem de dar “desculpas”, como a “diversão”, e parem de dissimular que não estão interessadas em sexo.

A suposição de que as mulheres sentem “tesão acumulado” e buscam oportunidades para transar mais não se dá a partir da compreensão do desejo sexual feminino como algo prazeroso, que pode ser expresso e experienciado com liberdade pelas próprias mulheres, mas sim como algo que é escondido e disfarçado por elas, cabendo aos homens interpretar as “verdadeiras” intenções.

Neste sentido, é importante considerarmos como nas revistas masculinas há a predominância da representação do desejo sexual como masculino, muitas vezes sem que haja espaço para a expressão do desejo feminino. Autoras como Luna (2006), Machado (2004) e Wolf (1996) abordam como, em nossa cultura, há a expectativa de que as mulheres hesitem e disarcem o que sentem e desejam, já que demonstrar interesse diretamente não é valorizado. O “não” das mulheres, ao invés de uma recusa, é interpretado como uma estratégia de sedução.

Está presente a concepção de que todas as mulheres que vão para os bailes de Carnaval e bebem têm como intenção “verdadeira” transar. Afirmarções como “[...] ela é de todos que a quiserem, quer mesmo é transar com o máximo de caras possível, seja onde for [...]” alimentam uma imagem em que é pressuposta a disponibilidade sexual da mulher por estar em um bloco de rua e estar bebendo, com a transmissão de uma mensagem distorcida, que pode levar à naturalização de comportamentos violentos, em que não haja a preocupação em reconhecer o real desejo com o real consentimento das mulheres.

No mês de janeiro, que antecedeu a publicação das revistas, houve um episódio, de grande repercussão na mídia, em que um participante do programa *Big Brother Brasil* se aproximou, fez gestos e movimentos de conotação sexual com uma participante

que estava alcoolizada e adormecida. Foi amplo o debate sobre a questão do estupro se referir a qualquer forma de contato sexual sem consentimento, com muitas pessoas se posicionando, principalmente grupos feministas nas redes sociais. O participante foi desligado do programa pela produção da Rede Globo. Esse episódio foi tratado como ironia na matéria “38 dicas pra quem pensa que cachaça é água”, publicada na revista *Men’s Health*. Dentre as recomendações sobre coisas que os leitores devem evitar fazer quando bebem está o conselho: “Não cutuque se ela estiver dormindo ou com sono. Especialmente se tiver câmeras no local [...]” (REVISTA MEN’S HEALTH, 2012, p. 98).

O conselho de não “cutucar”, especialmente se houver câmeras, remete diretamente ao que ocorreu no programa, em um movimento de diminuir a questão da importância do consentimento e enfatizar apenas os riscos em ser filmado.

Já na revista *Sexy* (2012, p. 16), em uma situação em que a mulher está embriagada, não é recomendado que o leitor “não cutuque”, mas sim que faça o “trabalho pesado”:

Você está sóbrio e ela, bêbada. Nada melhor do que um bom banho para curar a bebedeira. Leve a gata para o chuveiro, ensaboe o corpo inteiro dela, com cuidado especial nas partes estratégicas. Para não correr riscos de acidentes, é melhor ela ficar no chão. Você é o sóbrio da relação, nada mais justo do que fazer todo o trabalho pesado.

Aqui há o conselho de que, com a parceira bêbada, o homem a ensaboe, deixe-a no chão e “faça o trabalho pesado”. É importante notar que nada é dito sobre a questão do consentimento, se a mulher realmente deseja fazer sexo com ele ou não. Há, assim, uma naturalização de que, com a parceira bêbada, o homem se aproveite de uma situação em que se propõe a ajudar para fazer sexo com ela. Isto se configura como uma violência.

Violência física e estupro como temas de piadas

Na seção “Gozadas”, da revista *Vip* (2012, p. 12), destinada à publicação de piadas, é possível identificar como o humor é utilizado mesmo quando o tema abordado refere-se a uma violência:

Um ancião de 80 anos foi acusado de estupro. No tribunal, a advogada do idoso lhe segura o pênis e pergunta ao juiz:

- Vossa Excelência acha que este bilau desfalecido poderia violar alguém?

O velho murmura ao pé do ouvido da advogada:

- Não balance muito se não a gente perde a causa.

A piada se refere à representação de que, com o envelhecimento, há a perda da potência sexual e, conseqüentemente, da virilidade. Assim, a possibilidade de o homem ter uma ereção diante dos movimentos da advogada, além de atestar a chance de ter havido o estupro, atesta também a masculinidade dele. Ser capaz de estuprar significa que a virilidade não falhou, o que evidencia como a valorização da masculinidade pode culminar na valorização da violência.

A forma como a violência é naturalizada também pode ser notada na piada a seguir:

Remédio caseiro

A mulher vai ao médico:

- Doutor, eu não sei o que fazer. Toda vez que meu marido chega em casa bêbado, ele me enche de porrada.

- Eu tenho um remédio muito bom para isso. Quando seu marido chegar em casa embriagado, basta que você o espere com um copo de chá de camomila, fazendo bochecho com o chá. Apenas faça bochecho e gargareje, sem parar.

Duas semanas depois, ela retorna ao médico e parece ter nascido de novo:

- Doutor, sua ideia foi brilhante! Sempre que meu marido chega em casa bêbado, eu gargarejo e faço bochechos com o chá de camomila e as agressões não aconteceram mais!

- Viu como manter a boca fechada ajuda? (REVISTA VIP, 2012, p. 12).



As agressões do marido, que chega em casa bêbado e “*enche de porrada*” a esposa, são justificadas a partir do “*remédio*” receitado pelo médico, como se o problema a ser evitado fosse o fato de a mulher “*falar demais*”. Há a mensagem de que, para não sofrer violência, é necessário que a mulher fique com “a boca fechada”, que se mantenha na posição de passividade, submissão e silêncio. A mulher é culpabilizada pela violência sofrida e este movimento ainda é colocado como engraçado, como uma piada. É importante problematizar, a partir do teor violento desta piada, o modo como os padrões assimétricos de gênero são legitimados e reforçados e também como o excesso na ingestão de bebidas alcóolicas muitas vezes é associado a uma naturalização de comportamentos agressivos e violentos.

Heteronormatividade e homofobia

Nas revistas analisadas, a construção das masculinidades tem como referência central o desejo sexual, representado de forma marcada pela heteronormatividade – a compreensão da heterossexualidade como o único modo esperado e valorizado de desejar, de se relacionar e de buscar prazer; e pela homofobia – a desvalorização e a inferiorização de outros modos de viver a sexualidade que não correspondam ao modelo heteronormativo. Esses elementos podem ser exemplificados pela resposta dada para a questão a seguir:

Atração fatal

Sempre tive relações heterossexuais e sou doido por mulheres. Mas, de uns tempos para cá, ando sentindo atração por travestis. Quanto mais femininos eles são, maior o meu tesão, embora eu saiba que eles nasceram homens. Nunca tive atração por gays, tampouco por homens. O que está acontecendo comigo? D.V., Frutal, MG.

Saber que os travestis nasceram homens já é um bom começo, amigo fruta... lense. Mas, antes de sair por aí caçando travestis, certifique-se de que é isso mesmo que você quer. Pode ser que essa seja apenas uma fantasia sexual (como fazer um ménage com a namorada, por exemplo) que você, de fato, não quer realizar. 'Não se pode considerar uma patologia ou disfunção sexual se não há sofrimento, culpa ou algum tipo de prejuízo físico ou psicológico', afirma o terapeuta sexual Celso Marzano. (REVISTA PLAYBOY, 2012, p. 41).

A ironia é o principal recurso utilizado para reiterar o padrão heteronormativo, como no trocadilho com o nome da cidade do leitor: “*amigo fruta...lense*”, e na forma como o gênero é atrelado a características binárias e inatas: “[...] *saber que os travestis nasceram homens já é um bom começo* [...]”. Sobre a possibilidade de realizar a fantasia com travestis, é utilizado um tom de alerta, de prevenção: “[...] *antes de sair por aí caçando travestis, certifique-se de que é isso mesmo que você quer*”, com a insinuação de que este não seria “verdadeiramente” um desejo do leitor: “*Pode ser que essa seja apenas uma fantasia sexual [...] que você, de fato, não quer realizar.*” Ao mesmo tempo em que a fantasia de transar com travestis é representada como negativa e indesejável, outras formas de fantasia são naturalizadas e representadas como positivas e esperadas, desde que expressem desejos heterossexuais, como “[...] *fazer um ménage com a namorada.*”

Apesar de a resposta ter sido dada em tom irônico e depreciativo, é convocado um profissional para dar credibilidade ao que está sendo afirmado:

Não se pode considerar uma patologia ou disfunção sexual se não há sofrimento, culpa ou algum tipo de prejuízo físico ou psicológico.

Aqui, de uma forma vaga, pode estar sendo evocada a associação entre a atração por travestis e patologia, já que o sofrimento, a culpa e os prejuízos físicos ou psicológicos são colocados de forma individualizada, como se fossem próprios ao sujeito e não construídos social e culturalmente, a partir do forte peso da heteronormatividade, inclusive pelo discurso da própria revista.

Na entrevista da revista *Sexy* com João Gordo, ao ser perguntado sobre como era a convivência com homossexuais na vida noturna, o entrevistado afirma ter empurrado Cazuza da escada do Madame Satã. É também feita a pergunta:

No mundo do hardcore, tem muito de homem virar mulher e de mulher virar homem? Teve uma época foda. No começo eu era preconceituoso, agora isso mudou. Embora a gente tire aquele baratinho, é brincadeira. E eu respeito as bichas (REVISTA SEXY, 2012, p. 29).

“Embora a gente tire aquele baratinho, é brincadeira”. O humor, um recurso eficaz de reiteração das normas, é colocado como inofensivo, como apenas uma “brincadeira”, “um baratinho”. O humor como legitimador de preconceitos também pode ser notado na piada a seguir, publicada na seção “Gozadas”, da revista *Revista Vip* (2012, p. 12:

Vaselina

Um homem com cara de bravo entra numa farmácia e vai logo pedindo:

- Eu quero um pote de vaselina.

O farmacêutico vai ao depósito, traz um frasco e entrega ao cliente. O cara abre o pote, cheira, sente a textura e reclama:

- Mas que porcaria é essa? Essa vaselina é fedorenta e muito seca! Você não tem uma vaselina de melhor qualidade, não? Eu quero a melhor vaselina que você tiver, entendeu? É para comer um c*, ouviu?

O farmacêutico volta ao depósito e traz uma nova embalagem.

- Essa é a melhor que existe! Só que vou avisando: prepare o bolso, pois custa R\$120 o pote. O homem cheira o pote, experimenta a viscosidade com os dedos e aprova.

- Agora sim... Essa cheira bem. E olha a textura, que ótimo, Vou levar!

Ele paga os R\$120 e se manda todo sorridente.

Um velhinho que esperava a vez de ser atendido e assistiu à discussão entre os dois diz, sem pestanejar:

- Alguém vai comer esse cara hoje...

O farmacêutico retruca: Que é isso, meu senhor, o homem com aquela cara de mau?

Ele quer é impressionar algum mulherão!

O velho, mostrando toda sua experiência adquirida ao longo dos anos, rebate com um tom de filósofo:

- Não, meu filho... Ninguém toma tanto cuidado assim com o c* dos outros.

O tema da piada é a possibilidade de um homem, o que comprou a vaselina na farmácia, ser penetrado durante o sexo anal. Este tema remete à valorização cultural do homem ser aquele que penetra, que “come”, o ativo na relação sexual, havendo a depreciação e a inferiorização daquele que é penetrado, tendo a masculinidade questionada, desvalorizada.

Assim, nas revistas masculinas, em que o desejo sexual heterossexual é um elemento central, o movimento de negar, depreciar e inferiorizar a homossexualidade, principalmente por meio do humor, evidencia o quanto a homofobia está presente no processo de construção dos ideais de masculinidade.

Considerações finais

A partir da revisão da literatura, foi possível encontrar análises diversas que apontam como os padrões de gênero e sexualidade são reproduzidos pelas revistas masculinas (CÂMARA, 2007; CASALI, 2006; DOMIT, 2004; FRATERRIGO, 2009; MIRA, 2009; MONTEIRO, 2000; PRECIADO, 2010; SEIXAS, 2012; SOUZA, 2009; WINESKI, 2007). Neste artigo buscamos problematizar como a reiteração dos padrões de masculinidade e feminilidade pode contribuir para que a violência de gênero seja naturalizada e legitimada. A partir da análise das edições de fevereiro de 2012 das revistas *Playboy*, *Sexy*, *Vip* e *Men's Health* foram identificados exemplos sobre como as mulheres são reduzidas ao corpo e sobre como essa redução está associada ao machismo. O machismo se expressa também em piadas sobre a violência doméstica, o



estupro e a homofobia, o que ilustra como o uso do humor se dá de forma recorrente pelas revistas para a depreciação das mulheres, de uma forma geral, e dos homens que destoam dos padrões de masculinidade transmitidos.

A presença da naturalização da violência de gênero nas revistas masculinas demonstra a importância da problematização dos padrões de sexualidade e gênero transmitidos pelos materiais midiáticos tendo em vista a prevenção e o enfrentamento de relações desiguais, marcadas pela agressividade, pela inferiorização e pela depreciação. Questões como os preconceitos de uma forma geral, o machismo, a homofobia, a violência doméstica e o estupro, ao invés de serem motivos de riso, precisam receber atenção, reflexões críticas e ações para serem combatidas e superadas. Os espaços educativos voltados ao planejamento de intervenções que discutam sobre sexualidade e gênero podem ser destacados como contextos privilegiados para que a prevenção e o enfrentamento aconteçam.

Correspondência: Marcela Pastana. Instituto Municipal de Ensino Superior de São Manuel, Rua Quintino Boacaiúva, s/n, CEP 18650-000, São Manuel, SP, Brasil. E-mail: marcelapas@imesm.edu.br; marcelapas@gmail.com

Contribuição dos autores: O artigo foi produzido a partir de análises realizadas na dissertação de mestrado da primeira autora, Marcela Pastana, com a orientação da segunda autora, Ana Cláudia Bortolozzi Maia.

Conflito de interesses: Nenhum.

Todos os autores leram e aprovam a versão final submetida a revista Em curso.

Bibliografia

- BARDIN, L. *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70, 1977.
- CÂMARA, A. P. *Gênero e Sexualidade na Revista Sexy: um roteiro para a masculinidade heterossexual*. 2007. 137 f. Dissertação (Programa de Pós-graduação em Educação) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2007.
- CASALI, C. *Revistas: configuração do relacionamento entre homem e mulher como estratégia de segmentação do público*. 2006. 177f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, 2006.
- CASTAÑEDA, M. *O machismo invisível*. Tradução de Lara Christina de Malimpensa. São Paulo: A Girafa, 2006.
- DOMIT, R. S. *A Nova Mulher e o Novo Homem: Modelos de gênero na contemporaneidade*. 2004. 54f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em História) – Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2004.
- DORAIS, M. *O Erotismo Masculino*. Tradução de Maria Stela Goncalves, Adail Ubirajara Sobral. São Paulo: Loyola, 1994.
- FRATERRIGO, E. *Playboy and the Making of Good Life in Modern America*. New York: Oxford University Press, 2009.
- JUNQUEIRA, R. D. Homofobia nas Escolas: um problema de todos. In: JUNQUEIRA, R. D. (Org.). *Diversidade Sexual na Educação: problematizações sobre a homofobia nas escolas*. Brasília: MEC; SECAD; UNESCO, 2009. (Coleção Educação para Todos). p. 13-51.
- LOURO, G. L. *Gênero, sexualidade e educação: uma perspectiva pós-estruturalista*. Petrópolis: Vozes, 1997.
- LOURO, G. L. Heteronormatividade e Homofobia. In: JUNQUEIRA, R. D. (Org.). *Diversidade Sexual na Educação: problematizações sobre a homofobia nas escolas*. Brasília: MEC; SECAD; UNESCO, 2009. (Coleção Educação para Todos). p. 85-94.
- LUNA, I. B. *O estupro e a "norma" de gênero no cinema*. 2006. 87 f. Dissertação (Mestrado em História) – Universidade de Brasília, Brasília, 2006.
- MACHADO, L. Z. Masculinidades e Violências: gênero e mal-estar na sociedade contemporânea. In: SCHPUN, M. R. (Org.) *Masculinidades*. São Paulo: Boitempo Editorial; Santa Cruz do Sul: Edunisc, 2004. p. 35-78.
- MEYER, D. Teorias e Políticas de Gênero: fragmentos históricos e desafios atuais. *Revista Brasileira de Enfermagem*, Brasília, v. 57, n. 1, p. 13-18, 2004. Disponível em <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=267019638002>>. Acesso em: 18 jul. 2015.
- MINAYO, M. C. S. Laços perigosos entre machismo e violência. *Ciência & Saúde Coletiva*, Rio de Janeiro, v. 10, n. 1, mar. 2005. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-81232005000100005&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em: 11 mar. 2015.
- MIRA, M. C. *O leitor e a banca de revistas*. São Paulo: Olho d'água, 2001.
- MIRA, M. C. O masculino e o feminino nas narrativas da cultura de massas ou o deslocamento do olhar. *Cadernos Pagu*, Campinas, n. 21, p. 13-38, 2009.
- MONTEIRO, M. *Masculinidade em revista: um estudo da Vip Exame, Sui Generis e Homens*. 2000. 196f. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social) – Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2000.
- NOLASCO, S. *O mito da masculinidade*. Rio de Janeiro: Rocco, 1993.
- PASTANA, M. *Muito prazer!? Discussões sobre sexualidade, gênero e educação sexual a partir da análise de revistas femininas e masculinas*. 2014. 552f. Dissertação (Mestrado em Educação Escolar) – Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Araraquara, 2014.
- PRECIADO, B. *Pornotopia: arquitetura y sexualidade en Playboy durante la guerra fría*. Barcelona: Anagrama, 2010.
- REVISTA MEN'S HEALTH. São Paulo: Editora Abril, fev. 2012.
- REVISTA PLAYBOY. São Paulo: Editora Abril, fev. 2012.
- REVISTA PLAYBOY. O prazer em suas mãos. São Paulo: Editora Abril, 2013.
- REVISTA SEXY. São Paulo: Editora Rickdan, fev. 2012.
- REVISTA VIP. São Paulo: Editora Abril, fev. 2012.



SEIXAS, R. B. S. *"Seja homem!": Construção de masculinidade na revista Men's Health Brasil*. 2012. 99 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) – Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2012.

SOUZA, E. C. *Playboy: a estética do inatingível*. 2009. 115 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2009.

WINESKI, K. *Maximizing masculinity: a textual analysis of maxim magazine*. Massachusetts: University of Massachusetts, 2007.

WOLF, N. *O mito da beleza: como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres*. Tradução de Waldéa Barcellos. Rio de Janeiro: Editora Rocco, 1992.

WOLF, N. *Promiscuidades: a luta secreta para ser mulher*. Rio de Janeiro: Rocco, 1996.